

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างงานอาชีพแก่ประชาชนให้มีความมั่งคั่ง สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นลำดับต้น ๆ องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้พยากรณ์ว่า พ.ศ. 2553 จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100 ล้านล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อ้างใน บุญเลิศ จิตต์วัฒนา 2548 : 1-2) และการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวโลกใน พ.ศ. 2545-2563 มีการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.1 ต่อปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวทั่วโลก 1 พันล้านคน พ.ศ. 2563 นักท่องเที่ยวทั่วโลก 1.6 พันล้านคน ประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 รองจากจีนและมาเลเซีย

นางชนิษฐา เสวตศิลา มณีโชติ รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า ปี 2554 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมเยือนเมืองไทยได้ถึง 776,217.20 ล้านบาท เป็นรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 30.94 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปี 2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 19,230,470 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.67 สรุปได้ว่าในปี พ.ศ. 2554 ที่ผ่านมามีคนไทยมีผลการท่องเที่ยว จำนวน 654,151.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.9 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา www.thamnews.th.com, Breaking news แม้ว่าประเทศไทยได้เกิดวิกฤตอุทกภัยน้ำท่วมใหญ่เมื่อปลายปี 2553 รวมทั้งเกิดวิกฤตยูโรโซน แต่กลับมียอดนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น สาเหตุที่การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัว เนื่องมาจากความแข็งแกร่งของแบรนด์ไทย ความภักดีของลูกค้า โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาว 60% รวมถึงไทยมีความหลากหลายของตลาดนักท่องเที่ยวใน 7 ภูมิภาค ตลอดจนการมีคณะกรรมการทำงานร่วมกันในการทำการสื่อสารในภาวะวิกฤต ดังนั้นการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ทำให้ปี 2554 จึงจะมีการปรับเป้าหมายจากที่ตั้งไว้ว่าจะมีนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน มีรายได้ 6 แสนล้านบาท เป็นมีนักท่องเที่ยว 16.4-16.5 ล้านคน มีรายได้ราว 6.2 แสนล้านบาท สำหรับแผนที่เป็นไฮไลต์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีนี้คือการรุกตลาดใหม่ ๆ เช่น จีน อินเดีย

สำหรับแผนบูมไทยเที่ยวไทย นั้น นายรัชชัช อนุรักษ์ รองผู้ว่าการตลาดในประเทศ ททท. กล่าวว่าในปีนี้ ททท.ต้องการสร้างตลาดการท่องเที่ยวในประเทศให้แข็งแกร่งขึ้น เพื่อเป็นตัวสนับสนุน

ตลาดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยจะเปิดรับการท่องเที่ยวใหม่คือ “เที่ยวหัวใจใหม่เมืองไทย ยั่งยืน” ในเดือนมกราคม 2554 เพราะต้องการสร้างนักท่องเที่ยวให้มีจิตสำนึก เป็นการต่อยอดปีที่ผ่านมาใช้ธีม “กอดเมืองไทยให้หายเหนื่อย” โดยแผนการทำตลาดในปี 2554 ททท. จะมุ่งทำการตลาดไปที่กลุ่มขับรถเที่ยวเอง และกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทางรถบัส ซึ่งจะผลักดันให้เป็นไปตาม 5 กลยุทธ์ คือ 1) สร้างให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต 2. สร้างความเชื่อมโยง 3. สร้างความรับรู้ในเอกลักษณ์ 4. ท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว และ 5. มติการเรียนรู้

ส่วนสินค้าการท่องเที่ยวในปีนี้ แนวโน้มการท่องเที่ยว จะเป็นที่นิยมใน 5 รูปแบบ ได้แก่ กลุ่มแต่งงาน กลุ่ม Green Product การท่องเที่ยวสีเขียว Eco Tourism การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และช้อปปิ้ง ขณะที่แผนโปรโมตการท่องเที่ยว จะเน้นไปที่การทำตลาดท่องเที่ยวผ่านตลาดออนไลน์ สื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ และยกระดับองค์กร ให้หันมาทำตลาดดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง เพื่อเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เพื่อเสริมกับของการทำตลาดแบบเดิม ๆ

(www.thanonline.com)

เมื่อ ปลายปี 2551 ททท.ได้บูรณาการเหนือตอนล่างเปิดเส้นทางใหม่เมืองมรดกโลกสุโขทัย ให้เป็นเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เพื่อจะกระตุ้นนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแทนการไปเฉพาะจังหวัดหลักอย่าง ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ ([http://www. google.com](http://www.google.com)) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยกล่าวว่านักวิจัยพบแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่างกว่า 20 แห่ง ยังขาดระบบบริหารจัดการที่ดี เร่งประมวลองค์ความรู้เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนา ในภาคเหนือตอนล่างท่องเที่ยวชุมชนบูรณาการให้เร่งปรับระบบบริหารจัดการรองรับนักท่องเที่ยวไทย เช่น ดร.สุภัทลักษ์ วิริยะสุนัน หัวหน้าโครงการวิจัยองค์ความรู้สถานภาพ และสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่นสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)เปิดเผยว่า ปัจจุบันภาคเหนือตอนล่างมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแหล่ง เช่นอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จ.พิษณุโลก, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก ในเขต จ.สุโขทัย และกำแพงเพชร, การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่บ้านอุ้มโฮม ต.แม่ท้อ อ.เมือง จ.ตาก, แมงกะพุนน้ำจืด บ้านหนองแม่นา ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ หรือแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึก ใน จ.พิจิตร เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่ยังติดปัญหาขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแท้จริงเข้าไปบริหารจัดการ บางแห่งก็ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทางทีมงานวิจัย ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น จึงได้พยายามประมวลองค์ความรู้ สถานภาพ และสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่างเข้าด้วยกันเพื่อนำไปสู่การจัดการองค์ความรู้ และสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของ

ทุนในชุมชน ควบคู่กับการฟื้นฟูความรู้พื้นบ้าน ที่มีลักษณะเป็นองค์รวม อาทิ องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยว ฯลฯ จะได้สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนในภาคเขตภาคเหนือ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่นายเอกราช ทศสุภาพ พนักงานการค้า 7 ททท.ภาคเหนือ เขต 4 กล่าวว่า ถ้าพัฒนาคน อย่างอื่นจะตามมา ดังนั้น กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งแรกจึงต้องรวมตัวระดมสมอง ดูแลทั้งเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด มีระบบบริหารจัดการที่ดี ยกระดับความสามารถของคน และการบริการให้เทียบเท่ากับสากล รักษากฎของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเอกลักษณ์พื้นถิ่นไว้อย่างเคร่งครัด

ดร.สินธุ์ สโรบล ผู้อำนวยการวิทยาลัยวิจัยเพื่อท้องถิ่น กล่าวว่าแนวโน้มกระแสการท่องเที่ยวของโลกจะเปลี่ยนแปลงไป และมีแนวโน้มต้องการท่องเที่ยวแบบใกล้ชิดธรรมชาติ เพื่อหลีกหนีชีวิตแบบสากล ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีโอกาสเติบโต และจะเป็นกลไกสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น เพราะการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและพื้นที่ จึงต้องช่วยกันดูแลและรักษาในขณะเดียวกันชาวบ้านก็มีส่วนร่วมตัดสินใจ กำหนดทิศทาง มีเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และเกิดการเรียนรู้ในคนต่างวัฒนธรรมที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือน” (<http://www.google.com>)

อำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพตามกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ คือ Eco-Tourism Environmental- Friendly Tourism Green Tourism Village-based Tourism Agro-Tourism และ Heals Tourism และสามารถตอบสนองกระแสการท่องเที่ยวของโลก 3 E และ 3S ได้ กล่าวคือ 3E ได้แก่ Entertainment (สนุกสนาน) Excitement (ตื่นเต้น) Education (ได้รับความรู้) และ 3S ได้แก่ Security (ความปลอดภัย) Sanitation (สุขอนามัย) และ Satisfaction (ความพึงพอใจ) ทั้งนี้เพราะอำเภอเขาค้อมีอุทยานแห่งชาติเขาค้อ มีเทือกเขาทอดยาวสวยงาม เช่น เขาค้อมียอดสูงเหนือระดับน้ำทะเลประมาณ 1,174 เมตร เขาย่ามียอดสูงประมาณ 1,200 เมตร เขาใหญ่ เขาตะเคียนโง๊ะ เขาหินตั้งบาตร เขาห้วยทราย เขาอ้อมแพ เป็นต้น ลักษณะป่าไม้ในแถบนี้เป็นไม้สลัดใบ ป่าสน และป่าดิบที่ที่น่าสนใจ มีอากาศเย็นสบายตลอดปีและค่อนข้างเย็นจัดในฤดูหนาว ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ กลายเป็นอนุสรณ์ให้รำลึกถึงความแตกแยกทางความคิดของคนไทย คือสงครามเลือดที่สมรภูมิเขาค้อ เช่น อนุสาวรีย์จีนฮ่อ ฐานอิทธิ (พิพิธภัณฑสถาน) อนุสาวรีย์สถานผู้เสียสละ มีบ้านและเครื่องมือ เครื่องใช้หลุมแพะของพวกคอมมิวนิสต์ ให้ได้ศึกษาที่น้ำตกศรีดิษฐ์ และน้ำตกป่าแดง และอีกหลายพื้นที่ มีการล่องแก่งตามลำน้ำเข็ก มีสุสานหอย แมงกะพรุนน้ำจืด มีทุ่งหญ้าสะวันนา มีไร่ป๊อเอ็น ที่เป็นสวนเกษตรขนาดใหญ่ให้ศึกษาพืชผักและไม้ผลเมืองหนาว) เป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชาวเขาหลายสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ได้ไม่แพ้ภูมิภาคอื่นของประเทศไทย โดยเฉพาะชุมชนของชาวเขาเผ่าม้ง (แม้ว) ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยอยู่ที่ตำบลเข็กน้อย มีธุรกิจ

ร้านค้าขายสินค้าจากวัฒนธรรมม้งที่ริมถนนพิษณุโลก-หล่มสัก มีธุรกิจร้านกาแฟและที่พักมากมายที่ตำบลทุ่งสมอมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีระบบนิเวศน์สมบูรณ์อยู่คาบเกี่ยวกับหมู่บ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ เช่น ลานหินปุ่ม ถ้ำค้างคาว น้ำตกผาทอง มีจุดชมดาวบนดินหลายจุด มีโครงการติดตั้งกังหันพลังงานจากลมเพื่อผลิตไฟฟ้าของบริษัทเขาค้อวินพาวเวอร์เป็นโครงการที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยตั้งอยู่บริเวณเขาลังถ้ำ สร้างถนนเสร็จแล้วและจะเริ่มเดินเครื่องในปลายปี พ.ศ.2555 ดังนั้นสิ่งที่กล่าวมาสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ (การให้สัมภาษณ์ของนายชัยชาญ พันดา นายกองค์การตำบลทุ่งสมอ) และมีศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิต ธรรมชาติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยศักยภาพของพื้นที่อำเภอเขาค้อ จึงได้มีองค์กรภาครัฐ นักวิชาการ และนักวิจัยทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ จัดกิจกรรมกระตุ้นและส่งเสริมให้ประชาชนได้มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวในชุมชนขึ้นหลายแห่ง

สำหรับการลงพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลเขาค้อ ได้แก่ บ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ ชุมชนทั้งสามหมู่บ้านนี้เป็นชุมชนที่มีชาวเขาอาศัยอยู่หลายชนเผ่า ในปัจจุบันมีเหลืออยู่ 4 ชนเผ่า ได้แก่ ชนเผ่าม้ง ชนเผ่าลีซอ เผ่ามูเซอ และชนเผ่าเย้า และชุมชนต้องการสร้างความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืน ด้วยการมีเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนขึ้น ดังนั้นทีมวิจัยและชุมชนจึงเห็นพ้องต้องกันว่าควรทำการวิจัยเรื่อง **การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์** ให้เป็นเครื่องมือพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ยั่งยืน ด้วยการพัฒนาปัจจัยเกื้อหนุนในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. การพัฒนารูปภาพท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าลีซอ
3. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า
4. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า
5. การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา
6. การจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน
7. การพัฒนาการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยการพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ ครั้งนี้มีเป้าหมาย เชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ หมู่บ้านเล้าลือ หมู่บ้านเล้าเน้ง และหมู่บ้านเพชรคำ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ 1) การจัดการองค์กรการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าลีซอ 3) การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า 5) การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา 6) การจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน และ 7) การพัฒนาการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน
3. ขอบเขตด้านเวลา ตุลาคม 2553-ธันวาคม พ.ศ. 2554

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) หมายถึงทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามำกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปทบทวน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ"

เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ หมายถึงการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน ชุมชนมีบทบาทและมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนตำบลเขาค้อ หมู่บ้านเล้าลือ หมู่บ้านเล้าเน้ง และหมู่บ้านเพชรคำ

การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ หมายถึงการส่งเสริมการจัดตั้งองค์กรเครือข่าย การสร้างศักยภาพการบริหารจัดการองค์กร การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เข้มแข็ง และเป็นที่ประทับใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาองค์กรการท่องเที่ยวโดยชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากการแต่งกายของชนเผ่า การจัดการการท่องเที่ยว

ผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า การจัดการโฮมสเตย์ และการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของชุมชนในหมู่บ้านเล้าลือ หมู่บ้านเล้าเน้ง และหมู่บ้านเพดดำ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การพัฒนาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชน: ฐานคิดจากงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก เมื่อครั้งมีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ "Earth Summit" เมื่อปี 2535 ที่ เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มีส่วนผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ประกอบด้วย 1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ 2) กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษารเรียนรู้และ 3) กระแสความต้องการพัฒนาคน จากกระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าวมีผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยม (Conventional Tourism) แบบเดิมๆที่เคยปฏิบัติกันมา ดังนั้นแนวคิดในการนำเสนอการท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือกใหม่นี้ มีชื่อเรียกอย่างหลากหลาย เช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism และการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายที่สุดในเวลานี้ ที่เข้าใกล้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และบางครั้งอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community-based Ecotourism) บางครั้งก็เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (<http://www.google.com>)

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism- CBT) ตามแนวคิดของพจนานวนศรี2546: 11-12) กล่าวว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป หากแต่ CBT เป็นการพัฒนาชุมชนที่ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดยการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่น การกำหนดหลักการเพื่อให้เห็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม

ในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น และ 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) หมายถึงทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ และบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืน ผู้คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" (สินธุ์ สโรบล, [http:// www. google.com](http://www.google.com))

จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวโดยชุมชน-

จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดขึ้นมาจาก 1) ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรม 2) ดำรงรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม 3) มีพื้นฐานจากการทำวิจัย 4) ความภาคภูมิใจในท้องถิ่นและต้องการเผยแพร่ให้คนภายนอกได้รับรู้ ภาครัฐเข้ามาแนะนำช่วยเหลือ 5) รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้น 6) ในชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ 7) ต้องการเผยแพร่และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน 8) มีทุนทางธรรมชาติที่น่าสนใจ 8) ต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 9) ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับอาชีพและการจัดการท้องถิ่น 10) เป็นพื้นที่เรียนรู้ดูงาน และ 11) เป็นหมู่บ้านที่มีการคมนาคมสะดวก (นรินทร์การ, [http://www. google.com](http://www.google.com))

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น มีการปกป้องและสงวนรักษาตลอดจนการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย (เรณูภา รัชโน , <http://www.google.com>)

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ดังนี้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น การเผยแพร่ในวารสาร จดสิทธิบัตร ฯลฯ และหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

- (1) เผยแพร่ในวารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร
- (2) เผยแพร่ในวารสารการวิจัยแห่งชาติ
- (3) เป็นข้อมูลเอกสารสืบค้นงานด้านวิจัย
- (4) เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับจังหวัด
- (5) เป็นเอกสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้ชุมชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยสาระสำคัญ 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

ตอนที่ 2 เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

ตอนที่ 1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

1. ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) หมายถึงทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืน ผู้คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" (สินธุ์ สโรบล, 2546)

จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดขึ้นมาจากสิ่งต่อไปนี้

- (1) ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรม
- (2) ดำรงรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม
- (3) มีพื้นฐานจากการทำวิจัย
- (4) ความภาคภูมิใจในท้องถิ่นและต้องการเผยแพร่ให้คนภายนอกได้รับรู้

ภาครัฐเข้ามาแนะนำช่วยเหลือ

- (5) รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้น

- (6) ในชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ
- (7) ต้องการเผยแพร่และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน
- (8) มีทุนทางธรรมชาติที่น่าสนใจ-
- (9) ต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (10) ต้องการสร้างความมั่นคงให้กับอาชีพและการจัดการท้องถิ่น
- (11) เป็นพื้นที่เรียนรู้ดูงาน
- (12) เป็นหมู่บ้านที่มีการคมนาคมสะดวก

ฐานคิดจากงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก เมื่อครั้งมีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ "Earth Summit" เมื่อปี 2535 ที่ เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มีส่วนผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ประกอบด้วย

- (1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
- (2) กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้
- (3) กระแสความต้องการพัฒนาคน

จากกระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าวมีผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยว และระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยม (Conventional Tourism) แบบเดิมๆที่เคยปฏิบัติกันมา ดังนั้นแนวคิดในการนำเสนอการท่องเที่ยว อันเป็นทางเลือกใหม่นี้จึงมีชื่อเรียกอย่างหลากหลาย เช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism และการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายที่สุดในเวลานี้และมีนัยยะเชิงความหมาย ที่เข้าใกล้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และบางครั้งอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community-based Ecotourism) ซึ่งโดยภาพรวมแล้วการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นคำที่ใช้เรียกการท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลักแต่ในการอ้างอิงอย่างเป็นทางการยังไม่มีชื่อภาษาไทย บางครั้งก็เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (<http://www.google.com>)

2. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism- CBT) ตามแนวคิดของ พจนา สวนศรี 2546: 11-12) กล่าวว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป หากแต่ CBT เป็นการพัฒนาชุมชนที่ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดยการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีส่วนร่วม

ของประชาชนในท้องถิ่น การกำหนดหลักการเพื่อให้เห็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ดังนี้

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

3. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาลวดจกน การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย (เรณูภา รัชโน , <http://www.google.com>)

ตอนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีของเครือข่าย

1. เครือข่าย

1.1 ความหมายของเครือข่าย

เครือข่าย (Network) เป็นรูปแบบทางสังคมที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์การเพื่อการแลกเปลี่ยน การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการร่วมกันทำงานโดยมีฐานะเท่าเทียมกัน

1.2 ลักษณะของเครือข่าย

- 1) เครือข่ายมีลักษณะเป็นโครงสร้างทางความคิด (Cognitive structures) ไม่ว่า จะพัฒนาไปถึงระดับใด บุคคลที่เกี่ยวข้องในองค์กรเครือข่ายจะมีกรอบความคิดเกี่ยวกับองค์กรเครือข่ายใกล้เคียงกัน ในด้านความรู้ความสามารถและความต้องการ

2) องค์กรเครือข่ายไม่มีลำดับชั้น (Hierarchy) การเชื่อมโยงระหว่างองค์กรเครือข่ายเป็นไปในลักษณะแนวนราบ แต่ละองค์กรเป็นอิสระต่อกัน แต่ระดับความเป็นอิสระของแต่ละองค์กรอาจไม่เท่ากัน

3) องค์กรเครือข่ายมีการแบ่งงานกันทำ (Division of labour) การที่องค์กรเข้ามาร่วมเป็นเครือข่ายกัน ส่วนหนึ่งคาดหวังการพึ่งพิงแลกเปลี่ยนความสามารถระหว่างกัน ดังนั้นหากองค์กรใดไม่สามารถแสดงความสามารถให้เป็นที่ประจักษ์ ก็อาจจะหลุดออกจากเครือข่ายได้ ในทางตรงกันข้ามหากได้แสดงความสามารถ ก็จะนำไปสู่การพึ่งพิงและขึ้นต่อกัน การแบ่งงานกันทำ ทั้งยังเป็นการลดโอกาสที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งจะแสดงอำนาจเหนือเครือข่ายด้วย

4) ความเข้มแข็งขององค์กรที่ร่วมกันเป็นเครือข่าย จะนำไปสู่ความเข้มแข็งโดยรวมของเครือข่าย ดังนั้น การพัฒนาของแต่ละองค์กรเครือข่าย จึงเป็นสิ่งสำคัญ

5) องค์กรเครือข่ายกำหนดการบริหารจัดการกันเอง (Self-regulating)

ในการทำงานร่วมกันในลักษณะแนวนราบ จำเป็นต้องมีความสมานฉันท์ โดยผ่านกระบวนการทางประชาธิปไตย ซึ่งหมายถึงการต่อรอง ตกลงระหว่างองค์กรเครือข่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการภายใน เพื่อให้เครือข่ายสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

6) ความสำเร็จขององค์กรเครือข่ายมิใช่จะได้มาเพียงชั่วข้ามคืน แต่ต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะความสัมพันธ์ ความศรัทธา และความไว้วางใจ ตลอดจนการสร้างกรอบทางความคิด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแก้ไขปัญหาพร้อมกันอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการดำเนินการร่วมกันระหว่างองค์กร

2. แนวคิดทฤษฎีการพัฒนางค์กร

2.1 ความหมายการพัฒนางค์กร

การพัฒนางค์กรหรือที่เรียกว่า O.D. (Organization Development) หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้เจริญก้าวหน้าหรือดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้้องค์การมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลโดยการสร้างปัจจัยต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาให้สอดคล้องตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ขององค์กร

การพัฒนางค์กร หมายถึง การแนวคิด วิธีการ และกระบวนการ โดยผนึกกำลังอย่างเป็นระบบครบวงจร เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม มุ่งการประสานงานภายในและระหว่างองค์กร เป็นความพยายามอย่างมีแผนไว้ล่วงหน้าและต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งระบบ

2.2 รูปแบบในการพัฒนาองค์การ

1) การฝึกการรับรู้ หรือการฝึกกลุ่มสัมพันธ์

2) การพัฒนาองค์การ เป็นการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้เจริญก้าวหน้า หรือดีกว่าเดิม เพื่อให้้องค์การมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลโดยการสร้างปัจจัยต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาให้สอดคล้องตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ขององค์การ

- 3) การประชุมแบบเผชิญหน้า
- 4) การแสดงบทบาทเป็นการให้สมาชิกได้อธิบายหน้าที่ของตน
- 5) กระบวนการให้การศึกษา
- 6) การปฏิบัติงานในห้องทดสอบ
- 7) การประสานงานประโยชน์วิเคราะห์

2.3 ข้อปฏิบัติในการพัฒนาองค์การ

1) กำหนดเป้าหมาย (Goal Setting) ควรมีการประชุม อภิปราย เพื่อกำหนดนโยบายร่วมกันทั้งฝ่ายผู้บริหารและสมาชิกในองค์การอย่างชัดเจน และตรงไปตรงมา

2) ความเข้าใจในสถานการณ์ (Understand Relations) ต้องอาศัยความเข้าใจร่วมกัน เพราะความต้องการของบุคคลจะเป็นตัวอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการทำงาน

3) การปรับปรุงสัมพันธภาพ (Improving Relations) การมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันในองค์การถือเป็นผลพลอยได้ขององค์การ แต่ไม่ว่าคนในองค์การจะมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันหรือไม่ก็ตาม ควรได้รับการเปิดเผย เพื่อให้ต่างฝ่ายได้รู้ถึงปัญหา เมื่อรู้ถึงปัญหาทุกคนจะพยายามปรับตัวเข้าหากันและตั้งใจทำงานมากขึ้น

4) ให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วม ในการดำเนินการ การแก้ปัญหา การตัดสินใจ การให้ ความสนับสนุนและความร่วมมือ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลง การแก้ปัญหา ระบบการทำงานของมนุษย์ขึ้นอยู่กับดุลภาพของงาน (Balance of force) ภายในระบบของหน่วยงานนั้นๆ

5) การเชื่อมโยง (Linking) แนวยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์การ คือ ความสามารถในการโน้มน้าวคนในหน่วยงานให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกันมากที่สุด

3. แนวคิดการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน

3.1 ความหมาย

ธุรกิจเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการผลิต จำหน่ายและการบริการสู่ผู้บริโภค ถ้าดำเนินกิจกรรมดังกล่าวเพื่อใช้เองไม่เรียกว่าธุรกิจ ธุรกิจมีหน้าที่สำคัญ 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านการเงินการบัญชี (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ : 2545 - 45) ธุรกิจ หมายถึง การผลิต การค้า การแลกเปลี่ยน และการบริการที่ให้ได้มาซึ่งกำไร ธุรกิจ (Business) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิตและการจำหน่าย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของธุรกิจนั้นไปสู่ผู้บริโภค คือ

- 1) การผลิต เป็นการดำเนินกิจกรรมด้านการผลิตอาจเป็นการผลิตผลทางการเกษตร การผลิตวัตถุดิบ ตลอดจนสินค้าสำเร็จรูปต่างๆ
- 2) การจำหน่าย เป็นการดำเนินกิจกรรมต่อจากการผลิตโดยตรงที่มุ่งให้สินค้าไปสู่ผู้บริโภค การจำหน่ายเป็นกิจกรรมที่สำคัญและเป็นหัวใจของธุรกิจ พบว่าในยุคปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงมาก มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สินค้าของตนไปยังผู้บริโภคปริมาณมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อการแข่งขันทางการตลาดสูง ซึ่งเป็นผลทำให้ธุรกิจนั้นมีความเจริญเติบโต
- 3) การบริการ หมายถึงการดำเนินกิจกรรมธุรกิจในรูปแบบการให้บริการ

3.2 รูปแบบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน

สุริรัตน์ แซ่เซียว วลัยพร จรุงจินันท์กุล และอภิญา จงวนาพิทักษ์ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554 บทคัดย่อ) ได้ศึกษารูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม (กรณีศึกษาบ้านบาตร) พบว่าแนวคิดใหม่ภายใต้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มุ่งเน้นการสร้างที่ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว มิได้มองเพียงแค่ผลตอบแทนทางการเงินในมุมมองของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผลตอบแทนด้านคุณค่าสู่สังคม เพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองช่วยเหลือตนเองได้ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนอีกด้วย ในการศึกษาของผู้จัดทำได้มุ่งเน้นการสร้างรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม การนำไปประยุกต์ใช้จริงกับชุมชนบ้านบาตรโดยเลือกรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนบ้านบาตรมากที่สุด ทั้งนี้แผนธุรกิจที่นำไปประยุกต์ใช้ดำเนินการภายใต้การจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ คือ บริษัทสร้างสรรค์สังคมไทย โดยมีโครงการวิจิตรบาตรวิถีไทย ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการบริหารงานของบริษัทร่วมกับชุมชนบ้านบาตร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการประยุกต์รูปแบบธุรกิจมาใช้ในการบริหารทางธุรกิจได้มากที่สุดครอบคลุมแนวคิดของการสร้างรูปแบบธุรกิจ ด้วยปัจจัยระดับความร่วมมือ ร่วมใจ (Degree of involvement) ระหว่างผู้ประกอบการและชุมชน ในการ

ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมส่งผลให้การบริหารงานทั้งทางด้านการดำเนินงาน การตลาด และการเงินมีความแตกต่างกันด้วย อีกทั้งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเองก็มีความแตกต่างกัน ตามสัดส่วนด้วยเช่นกัน สรุปได้ดังนี้

หัวข้อ	รูปแบบธุรกิจที่ 1	รูปแบบธุรกิจที่ 2	รูปแบบธุรกิจที่ 3
สัดส่วน Degree of involvement ระหว่างผู้ประกอบการ : ชุมชน	30 : 70	50 : 50	70 : 30
แนวทางการบริหารงาน	ผู้ประกอบการเข้าไปช่วยเหลือพัฒนาทางด้านการตลาด การขายสินค้าและบริการให้กับผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน	ผู้ประกอบการเข้าไปช่วยเหลือ โดยเข้าไปร่วมลงทุนและวางแผนพัฒนาการประกอบอาชีพหรือธุรกิจของชุมชนเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้นทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน	ผู้ประกอบการเข้าไปช่วยเหลือ โดยเข้าไปลงทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวทั้งหมด โดยชาวบ้านมีส่วนร่วมน้อย ไม่เกิดการพัฒนาและเรียนรู้ของชุมชน
ผู้ได้ประโยชน์หลัก	ชุมชนบริหารงานเอง ผลประโยชน์และรายได้เป็นของชุมชน	ชุมชนกับผู้ประกอบการบริหารงานร่วมกันลงทุนร่วมกัน ผลประโยชน์แบ่งกัน	ผู้ประกอบการบริหารงานและลงทุนทั้งหมดทำให้ผลประโยชน์และ
หัวข้อ	รูปแบบธุรกิจที่ 1	รูปแบบธุรกิจที่ 2	รูปแบบธุรกิจที่ 3
		ตามสัดส่วนการทำงาน ธุรกิจและชุมชนได้ประโยชน์ทั้งคู่	รายได้ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการแต่ชุมชนจะได้ค่าจ้างเป็นหลัก
ลักษณะชุมชนที่เหมาะสมในแต่ละรูปแบบธุรกิจ	ชุมชนที่มีความเข้มแข็งสามัคคีกันสามารถทำงานร่วมกันได้และพัฒนาธุรกิจในชุมชนเองได้	ชุมชนที่มีความเข้มแข็งมีความเป็นเอกลักษณ์แต่ขาดแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจในชุมชนเอง ต้องการความช่วยเหลือจากภายนอกในการพัฒนา	ชุมชนที่เข้มแข็งน้อย ขาดการทำงานร่วมกันไม่สามารถพัฒนาชุมชนตัวเองจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากภายนอก

การพิจารณาเลือกรูปแบบธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม คำนึงถึงปัจจัยหลักอันได้แก่ ปัจจัยความยั่งยืน ปัจจัยความเสี่ยง และปัจจัยความเป็นไปได้ทางธุรกิจ โดยให้น้ำหนักแต่ละปัจจัยตามหลักการความเหมาะสม พบว่า รูปแบบธุรกิจแบบที่ 2 ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกิจแบบที่มีระดับความร่วมมือ ร่วมใจ ระหว่างผู้ประกอบการและชุมชนในสัดส่วนที่เท่ากันหรือ 50:50 เป็นระดับความร่วมมือที่ดีที่สุด เหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมและนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวได้ทั้งนี้ทางผู้จัดทำจะเลือกรูปแบบธุรกิจที่ 2 ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกิจที่ดีที่สุด มาจัดทำแผนธุรกิจใหม่ให้กับชุมชนชนบ้านบาตร ที่ประกอบในรายละเอียดของแนวทางการดำเนินงาน การตลาด และการเงิน เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการศึกษามากยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถนำแผนธุรกิจดังกล่าว (<http://dspace.library.tu.ac.th/handle>)

3.3 ธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน คือ การรวมกันของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้าง ศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยการจัดตั้งร้านค้าชุมชน ร้านค้าชุมชน หมายถึง ร้านค้าที่กลุ่มหรือคณะบุคคลร่วมกันทำการค้าขายในหมู่บ้านโดยชาวบ้านเป็นสมาชิกถือหุ้น มีการเลือกตั้งกรรมการ บริหารร้านค้าโดยคัดเลือกจากสมาชิกผู้ถือหุ้น และมีการปันผลกำไร (เงินปันผลจากกำไรหรือเงินปันผลคืนจากการซื้อสินค้า) ของร้านค้าคืนให้กับสมาชิก

3.4 วิสาหกิจชุมชน

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เป็นองค์กรรองรับในการดำเนินงานของชุมชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีผู้รับผิดชอบบริหาร มีการจัดองค์กรและระบบงาน จะทำให้สามารถขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ได้ วิสาหกิจชุมชน ตามแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล ที่เกิดขึ้นตามโครงการเพิ่มศักยภาพการผลิตของชุมชนตำบลนำร่องและตำบลหลัก

4 แนวคิดการจัดการโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ (Home Stay) เป็นที่พักชนิดหนึ่ง ซึ่งหมายถึงการจัดการที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยือนด้วยความยินยอมและเต็มใจของเจ้าบ้าน บ้านพักที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับ และสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยือนได้ตามขีดความสามารถ การพักร่วมกับชาวบ้านในชุมชนจะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (learning process) ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ (knowledge) ความเข้าใจ (understanding) ในวิถีชีวิตชุมชนเกิด

ทัศนคติ (attitude) ที่ดีต่อชุมชนอันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน และรวมถึงการที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและพึงพอใจ (appreciation and impression) จากวิถีชีวิตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอีกด้วย

คำจำกัดความของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีความมุ่งหวังที่จะให้โฮมสเตย์มาตรฐานไทย คงความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น อีกทั้งเพื่อให้โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่เสริมรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพหลักของชุมชน โดยก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างแท้จริง จึงให้คำจำกัดความของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ที่จะเข้ารับการประเมินเพื่อคัดสรรโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ดังนี้

โฮมสเตย์มาตรฐานไทย หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทมาตรฐานไทย หมายถึงบ้านที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของและเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่ประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว นอกจากนี้ บ้านดังกล่าวต้องมีความพร้อมในการเป็นโฮมสเตย์ กล่าวคือ

- 1) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริมนอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
- 2) มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
- 3) นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
- 4) สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว
- 5) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
- 6) บ้านนั้นควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชุมชน หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

5. แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้

5.1 ความหมาย

แหล่งเรียนรู้เป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ และประสบการณ์ที่สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ แสวงหาความรู้และเรียนรู้ด้วยตนเองตามอัธยาศัยอย่างกว้างขวางและกับเพื่อน เพื่อเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้และเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ (กรมวิชาการ, 2545) ดังนั้นในการใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ดังกล่าว จึงสามารถออกแบบให้ตอบสนองได้กับบุคคลภายนอกกลุ่มอื่น ๆ ได้ด้วย รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วย โดยดำเนินการจัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่มีลักษณะของการจัดการศึกษาอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการศึกษาที่เกิดขึ้นตามวิถีชีวิต การเรียนรู้จากประสบการณ์ทำงาน ครอบครัว สื่อ แหล่งความรู้ต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อให้ประชาชนได้เรียนรู้ตามอัธยาศัย ที่เรียกว่าเครือข่ายการเรียนรู้ในชุมชน (กรมการศึกษานอกโรงเรียน, 2538 อ้างใน สารทิ วรรณตรง, 2550)

5.2 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษามรดกวัฒนธรรมนิยมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา (World Tourism Organization อ้างใน สุดชีวัน นันทวัน ณ อุรุยา, 2551) นอกจากนั้น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจ อาจตอบสนองออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง สุดิมา ฮามอำไพ (2549) กล่าวว่า สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การศึกษา ซึ่งจะต้องมีการศึกษาทั้งประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชนชาติ วัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อของผู้คน เพื่อที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง

5.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชนเผ่า

1) **ชนเผ่าม้ง** ชาวเขาเผ่าม้ง เป็นชาวเขาเผ่าที่มีการกระจายตัวมากที่สุด และเป็นเผ่าที่ใหญ่เป็นอันดับ สอง รองจากเผ่ากระเหรี่ยง (สมควร ใจกระจ่าง, 2542) โดยเฉพาะในจังหวัดเพชรบูรณ์ก็เป็นแห่งหนึ่งที่มีชนเผ่าม้งอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและเป็นเวลานานแล้ว วิถีชีวิตของชนเผ่าม้งยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นน่าสนใจ ได้แก่ วัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมการสร้างบ้านเรือน และวัฒนธรรมการบริโภค

รวมทั้งประเพณีต่าง ๆ เช่นประเพณีการเกี่ยวสาว ประเพณีการแต่งงานชาวเขา ดังนั้นชาวเขาเผ่าม้งจึงเป็นชนกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่อยู่ในความสนใจของการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวมาโดยตลอด โดยเฉพาะการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง เพื่อเพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างหลากหลาย

2) **ชนเผ่าลีซอ** ลีซอถือกำเนิดในประเทศจีน แล้วอพยพเข้ามาประเทศพม่า แถบเมืองเชียงตุง อพยพเข้าสู่เมืองไทย หลังจากที่ถูกเปลี่ยนการปกครอง เป็นเผ่าที่จัดอยู่ในกลุ่มทางภาษาพวกลีซอ-พม่า ก่อนเข้าสู่ไทยมีถิ่นฐานอยู่ตอนต้นของแม่น้ำสาละวินแม่น้ำโขงและทางตะวันตกเฉียงเหนือของมณฑลยูนนาน ในประเทศจีน เป็นชาวเขาเผ่าหนึ่งที่มีอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ลีซอเข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2467 อพยพมาจากพม่าโดยมาอยู่หมู่บ้านแม่สะลอง อ.แม่จัน จ.เชียงราย (หมู่บ้านสันติคีรีในปัจจุบัน) เมื่อผู้นำถูกชาวลีซอด้วยกันยิงตาย ชาวบ้านคนอื่นๆ ก็แตกกระจัดกระจายไปอยู่ที่ต่างๆ หมู่บ้านใหญ่สุดในประเทศไทยตอนนี้อยู่ที่ บ้านหัวแม่คำ อ.แม่จัน จ.เชียงราย, บ้านคอยช้าง อ.เมือง จ.เชียงราย และบ้านสามหมื่น อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ นอกนั้นกระจายอยู่ในจังหวัดตาก แม่ฮ่องสอน กำแพงเพชร และเพชรบูรณ์ ชาวไทยภูเขาเผ่าลีซอ (เรียกตนเองว่า ลีซอ) ลีซอในประเทศไทยมีหลายตระกูล คือ ตระกูล เบียะผ่า(ผึ้ง), ชิมฟ้งลือผ่า(ไม้), งวผ่า(ปลา), หย่งเจา(แพะ), จั๊วะเกีย(ถั่ว), หลี่จา (ประเพณี), ลีจา(ผลไม้), จูจา(หมู), กั่วผ่า(พืชคล้ายงา), ลือผะ(พีน), แสนจ้าง, แสนมู, แสนล่อ, แสนจ่อ, แสนหมี่, แสนย้าง, เซ่งว้อง, เซ่งลี้, เซ่งเลี้ยว, เลาลี

ตำนานของลีซอเล่าว่า ชาวลีซอไม่มีประเทศของตัวเอง ครั้นเมื่อมีเทวดาแบ่งเขตแดนให้ชนเผ่าอื่น ใช้ก้อนหินหรือเสาหลักปักแสดงอาณาเขต แต่ลีซอใช้หญ้ามัดเป็นปมทำหมายไว้ พอถูกร้อนไฟไหม้ปาลามไหม้ทุ่งหญ้านั้นหมด ลีซอจึงไม่สามารถบอกเขตแดนของตนได้ ต้องอพยพร่อนเร่หาที่อยู่ไปเรื่อยๆ ลีซอไม่มีภาษาเขียน ใช้แต่ภาษาพูดในการติดต่อสื่อสารกัน เรื่องนี้มีตำนานเล่าว่า เมื่อเทวดาให้ตัวอักษรมา คนเผ่าอื่นจดไว้ในก้อนหิน หรือไม้แต่ผู้แทนลีซอกลับจดใส่ขนหมู ข้าวปึก (ขนหมูที่ทำด้วยข้าวเหนียวหนึ่ง ตำกับงาที่คั่วและตำละเอียดแล้ว) ครั้นเมื่อเดินทางกลับหมู่บ้านเกิดหวัดขาดอาหารอย่างอื่นไม่ได้ ต้องเอาข้าวปึกมาเผาไฟกินจนหมด จึงจำตัวอักษรไม่ได้ จึงมีแต่ภาษาพูด ชาวเขาเผ่าลีซออพยพเข้าสู่อำเภอเขาค้อ พ.ศ. 2516 เดินทางไล่เลาะจากจังหวัดตากมาตามป่าเขาเข้ามาตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านไร่ เขตพื้นที่ป่าอุทยานทุ่งแสงหลวง จากนั้นไม่นานก็ย้ายถิ่นฐานมาอยู่ที่ป่าสน เดิมชื่อว่าห้วยหนองน้ำขุ่น ปัจจุบันคือ บริเวณบ้านห้วยขอนแก่น อำเภอเขาค้อ กลุ่มแรกที่เข้ามามีด้วยกัน 27 ครอบครัว ได้แก่ ตระกูลแซ่ สิ้นจ้างจำนวน 7 ครอบครัว สิ้นหมี่ 2 ครอบครัว และสิ้นเข้า 18 ครอบครัว ไม่มีผู้นำกลุ่มแต่รวมกลุ่มกันมา จากนั้นก็เกิดครอบครัวขยาย

พ.ศ. 2524 การสู้รบของรัฐกับคอมมิวนิสต์ (สงครามเขาค้อ) มีความรุนแรง ภายใต้อำนาจของยุทธศาสตร์พัฒนา ทางทหารกองทัพบกที่ 3 ได้อพยพชนเผ่าลี้ภัยขึ้นมามาตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านเพชรดำ เพื่อเป็นถิ่นฐานชั่วคราว ทั้งนี้เพื่อสร้างแนวรบ จัดที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันการกลับคืนฐานที่มั่นของ ผกค.โดยเบื้องต้นทำการอพยพมาทั้งหมด 30 ครอบครัว มีตระกูลสืบเชื้อสายมาจากสงครามเขาค้อคือสินจ้าง และสินหมี่ตามลำดับ มีการฝึกอาวุธแก่คนหนุ่มสาวให้สู้รบกับคอมมิวนิสต์ ชนเผ่าลี้ภัยจึงเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาอธิปไตยของไทยไว้ พวกเขามีความภาคภูมิใจในการความกล้าหาญและการได้รับความไว้วางใจจากภาครัฐมาก จึงเป็นเรื่องเล่าสู่ลูกหลาน และพ.ศ. 2525 เมื่อสงครามการสู้รบกับ ผกค.สิ้นสุดลงทางการได้จัดสรรที่ดินที่อยู่อาศัยและที่ดินทำกิน หนึ่งในหมู่บ้านโครงการยุทธศาสตร์พัฒนา และรวบรวมชนกลุ่มน้อย ทุกเผ่ามารวมที่เพชรดำ คือ ลีซอ เข่า มูเซอ อีเก้อ และมีคนไทยเล็กน้อย

หมู่บ้านเพชรดำเป็นหมู่บ้านที่มีทิวทัศน์สวยงาม จุชมวิวกิตติสวรรค์ของหมู่บ้านสามารถมองเห็นอำเภอหล่มสักในยามค่ำคืน และยังมีศาลเจ้า ของหมู่บ้านเป็นสถานที่สำคัญ มีงานประเพณีปีใหม่ชาวเผ่าลี้ภัยที่โดดเด่นไม่เหมือนใครในช่วงตรุษจีนของทุกปี ทิศตะวันตกมีป่าสนสวยงามสำหรับศึกษาทางด้านวัฒนธรรม นับว่า เป็นชุมชนหนึ่ง ที่รักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมชนเผ่าดั้งเดิม สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และอำเภอเขาค้อได้ประกาศให้เป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะชุมชนแห่งนี้มีภูมิปัญญาเป็นความรู้ ที่ประกอบไปด้วยคุณธรรม สอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมชีวิตของชาวบ้านไม่ได้แบ่งแยกเป็นส่วน ๆ หากแต่ทุกอย่างมีความสัมพันธ์กัน การทำมาหากิน การร่วมกันในชุมชน การปฏิบัติศาสนา พิธีกรรม และประเพณี ความรู้ ความคิด ความเชื่อที่ท้องถิ่นได้สั่งสม สืบทอดต่อกันมา มีการเรียนรู้มาจากปู่ ย่า ตา ยาย ญาติพี่น้อง มีผู้มีความรู้ในหมู่บ้านในท้องถิ่นเป็นศักยภาพ มีวิธีการทำเครื่องมือ ใช้ในการดำรงชีวิต ให้มีความสุขและอยู่รอด (เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว, 2553)

6. การออกแบบผลิตภัณฑ์

ออกแบบผลิตภัณฑ์ (PRODUCT DESIGN) "คือ การออกแบบสิ่งของเครื่องใช้ เพื่อนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวันโดยเน้นการผลิตจำนวนมาก ในรูปสินค้าเพื่อให้ผ่านไปยังผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคในวงกว้าง โดยที่รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูง ผู้บริโภคให้เกิดความกระหายที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น" (วิรุณ ตั้งเจริญ 2527) หรือหมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นด้วยกรรมวิธีทางด้านอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โดยมีการวิเคราะห์หาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดแล้วนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อผลิต เป็นจำนวนมาก ๆ ให้อยู่ในความนิยมของตลาดในราคาพอควร (สาคร คันธโชติ 2528) การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หมายถึง การวิเคราะห์หาข้อมูลต่าง ๆ

เกี่ยวกับหน้าที่ใช้สอยของ ผลิตภัณฑ์ (FUNCTION) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (CONSUMER , USER) ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด (MARKET) แล้วนำมาออกแบบปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อ ผลิตเป็นจำนวนมาก MASS PRODUCTION) ให้อยู่ในความนิยมของตลาดใน ราคาพอสมควร (พิชิต เลี่ยมพิพัฒน์ 2518 : 7) จากความหมายที่ยกมากล่าวข้างต้นนี้จะเห็นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นมีความหมายกว้างและเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลายประการในอันที่จะนำมาเป็นข้อมูลประกอบเพื่อก่อให้เกิด รูปลักษณะ (Features) ที่ปรากฏออกมานั้น เป็นผลงานที่สามารถ นำไปใช้สอยได้จริงและเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค บริโภคดังนั้นจึงพอที่จะสรุปความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ว่าหมายถึงการกำหนดรูปแบบของผลิตโดยอาศัยปัจจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาเป็น ส่วนประกอบให้เกิดเป็นรูปลักษณะทาง 2 มิติหรือ 3 มิติที่เหมาะสมกับการนำไปผลิตซ้ำ (Reproduction) ได้ตามจำนวนที่ต้องการและรูปแบบของผลงานที่สำเร็จจะต้องสามารถดึงดูดความสนใจและสนองประโยชน์ด้านการใช้สอยต่อ มวลมนุษย์ได้ด้วย นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) ผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบของผลิตผลที่จะนำมาสนองประโยชน์แห่งความต้องการของ มวลมนุษย์ดังกล่าว เราเรียกว่านักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) ซึ่งโดยปกติมักมีกระบวนการทำงานที่สอดคล้องกับการผลิตด้วยเครื่องจักร (Machine-made) หรือบางครั้งอาจกระทำด้วยมือ (Hand-made) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สำเร็จออกมา (Product's Appearance) ด้วยการกำหนด สี สีน รูปร่าง หน้าตา พื้นผิวและคุณสมบัติต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นและสามารถสนองความ สะดวกสบาย ความต้องการ การใช้สอย ฯลฯ ต่อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้โดยทั่วไปแล้ว นักออกแบบผลิตภัณฑ์มีความมุ่งหมายในการออกแบบอยู่ 2 ประการใหญ่ ๆ คือ 1) To Create Products that will be appealing and useful to the consumer "เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถดึงดูดความสนใจและการนำไปใช้ประโยชน์ต่อผู้บริโภค" 2) To make a profit for the manufacturer "เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์สำหรับผู้ผลิต" ดังนั้นความหลากหลายในการสร้างสรรค์ผลงานด้านผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบสามารถกระทำได้จึงมีหลายลักษณะ ดังเช่น (Schneider 1977 : 60) ประเภทของผลิตภัณฑ์ (The Classification of Products) ผลิตภัณฑ์ลักษณะ 2 มิติ (TWO-Dimensional Products) เช่น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (Textiles) เครื่องปกปิดห่อหุ้มพื้น (Floor Covering) ป้ายสัญลักษณ์ (Signs) เครื่องปกปิดผนัง (Wall Coverings) กระเบื้อง (Tile) เครื่องเขียน (Stationery) ผลิตภัณฑ์ลักษณะ 3 มิติ (Three- Dimensional Products) เช่น เฟอร์นิเจอร์ (Furnitures) เครื่องใช้ (Appliances) ตู้เตี้ย (CABINETS) บรรจุภัณฑ์ (PACKAGES) เครื่องยนต์ (Automobiles) เครื่องมือ (Equipment) Software & Hardware ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์ 3 มิติ (รูป) ผลงานการออกแบบในลักษณะ 2 มิติ (รูป) ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในลักษณะ 3 มิติ (รูป) การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงจัดว่าเป็นงานศิลปะประยุกต์ (Applied Art) ที่นักออกแบบจะต้องคำนึงด้านประโยชน์ใช้สอยมาเป็นอันดับแรกซึ่งอาจจะเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ (To Create new Product) หรือคัดแปลงวัสดุสำเร็จรูปแบบที่มีอยู่แล้วขึ้นมาใช้ (PRODUCT ADATATION) โดยกรรมวิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมหรือกึ่งอุตสาหกรรม (MASS PRODUCTION OR SEMI - MASS PRODUCTION) ตามความเหมาะสม ดังนั้นนักออกแบบผลิตภัณฑ์จึงควรที่จะเป็นผู้ที่มีความสามารถทางทักษะ และประสบการณ์หลาย ๆ ด้านมีความชำนาญในเรื่องต่าง ๆ มากมาย เช่น ต้องศึกษาเรียนรู้ถึงชนิดและคุณสมบัติของวัสดุ ข้อมูลทางการตลาดและการจำหน่าย อุปนิสัย และจิตวิทยาผู้บริโภค กรรมวิธีการผลิต เครื่องจักรกลการ บริหารโรงงาน ตลอดจนเทคโนโลยีและความก้าวหน้าทางเทคนิคต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางแห่งการสร้างสรรค์และการเสนอ (PRESENTATION) ในลักษณะงานกราฟฟิค (GRAPHICWORK) หุ่นจำลอง (MODEI) การทำให้เหมือนจริง (RENDERING) และผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ทดสอบ (PROTOTYPE) ที่จะมีผลต่อการตัดสินใจนำไปผลิตได้ตามกรรมวิธีที่เหมาะสมในที่สุดการออกแบบผลิตภัณฑ์ถ้าเราจะแบ่งประเภทตาม การผลิตในระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ สามารถ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ (พิชิต เลี่ยมพิพัฒน์ 2518 : 10) ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์อุปโภค (CONSUMER PRODUCTS) เช่น ตู้เย็น เครื่องทำความเย็น เตารีด พัดลม จักรเย็บผ้า เครื่องไฟฟ้า วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องใช้ในครัว เครื่องมือ เฟอร์นิเจอร์ กระเป๋าเดินทาง เครื่องกีฬา และของใช้ในบ้านอีกมากมาย ฯลฯ 2) ผลิตภัณฑ์บริการ (COMMERCIAL OR SERVICE EQUIPMENT) เช่น เครื่องคิดเงิน เครื่องคิดเลข เครื่องพิมพ์ดีด อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องชั่งน้ำหนัก ปั๊มน้ำมัน ตู้เอกสาร เครื่องเอ็กซเรย์ และอื่น ๆ ที่ใช้ในการประกอบการค้าและบริการ 3) ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกล (CAPITAL OR DURABLE GOODS) เช่น เครื่องจักรในโรงงาน รถแทรกเตอร์ เครื่องพิมพ์หนังสือ เตารีดในโรงงานเครื่องผลิตกระแสไฟฟ้า และเครื่องจักรกลอื่นๆ 4) ผลิตภัณฑ์ขนส่ง (TRANSPORTION EQUIPMENT) เช่น รถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน เรือ รถโดยสาร รถจักรยานยนต์

ตามความหมายที่กล่าวมาแล้วว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์คือ การกำหนดรูปแบบของผลิตผล หรือ ผลของการสร้างรูปวัตถุให้เกิดเป็นลักษณะต่าง ๆ ออกมาให้สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏเห็นเป็นรูปร่างลักษณะที่มองเห็น (Visual From) ดังกล่าวนั้นจะต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ ทางกรออกแบบ (Design process) และการผลิต (production) มาก่อนซึ่งต้องมีลำดับขั้นตอนและการแก้ปัญหา (Problem - Solving) กันอย่างเนื่อง จนให้สามารถสนองความต้องการทั้งทางหน้าที่ทางกายภาพ (Physical Function) และสื่อความหมายทางการสร้างสรรค์ได้ การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปแล้วคนส่วนใหญ่จะพิจารณาเรื่องของการออกแบบในแง่ของสี

และรูปร่างเนื่องจากว่าสีและรูปร่างเป็นลักษณะของการออกแบบที่มองเห็นได้อย่างโดดเด่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ก็มักนึกกันต่อไปว่าสีและรูปร่างเท่านั้นหรือที่จะเป็นหลักใหญ่ใจความของการออกแบบในการออกแบบสีและรูปร่างของผลิตภัณฑ์แน่นอนย่อมจะต้องมี " ศิลปะ" เข้ามาเกี่ยวข้องแต่ " ศิลปะ" และ "การออกแบบ" ก็ยังแตกต่างกันด้วยเหตุที่ว่าเรื่องของศิลปะนั้นในแง่ของผู้บริโภคยังจะมีวัตถุประสงค์คลุมเครือ แต่สำหรับเรื่องการออกแบบแล้ว จะมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งชัดเจนมากกว่าตามหลัก 5 W และ 2 H คือ Why ?,WHO ?, WHERE, HOW?, HOW, MUCH ?. คือออกแบบไปทำไม เพื่อใคร เมื่อไร ที่ไหน อะไร อย่างไร และมูลค่าเท่าไร ดังนั้นเมื่อมีการ "ออกแบบ"สีและรูปร่างของผลิตภัณฑ์จึงต้อง พิจารณาตามเจตนาดังกล่าวนี้ด้วย ดังนั้นเมื่อนักออกแบบจะเริ่มงานออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สิ่งสำคัญจึงอยู่ที่จะต้องรู้จักนำเอาวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ว่ามานั้นผสมผสานความคิดกันเพื่อให้สินค้าที่มีสีและรูปทรงที่เหมาะสม (www.prachid.com/product)

7. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในแง่การทำหายความยากลำบากที่ผนวกความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาเป็นองค์ประกอบในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้ความเสียวภัย ตื่นเต้น เกิดความแปลกใหม่ และท้าทายประสบการณ์เพื่อฝึกทักษะความชำนาญของร่างกาย และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีการดูแลจากผู้เชี่ยวชาญ การท่องเที่ยวประเภทนี้มักไม่อาศัยความสามารถของบุคคลเป็นหลัก โดยอาจจะทำผ่านรูปแบบการพักผ่อน การเดินทาง และกิจกรรมที่เต็มไปด้วยความยากลำบากต่าง ๆ เช่น ปีนเขา ไต่หน้าผา พายเรือแคนู ล่องแก่ง เดินป่า กระโดดหอสูง กระโดดร่ม เล่นเครื่องร่อน จักรยานเสือภูเขา ยิงปืนแฟนท่อม การพักผ่อนในเต็นท์ เป็นต้น (วรา สวัสดิ์ผล,2550)

สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดขึ้นเนื่องมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 ที่ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นส่วนสำคัญให้การดำเนินการต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายในการปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศด้วยการเพิ่มบทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วมให้มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2549)

8. การสื่อสารการตลาด

ในด้านของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เนื่องจากธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้สินค้าหรือบริการของธุรกิจนั้น ๆ ในธุรกิจแต่ละประเภท ทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ไปจนถึงผู้ผลิตขนาดใหญ่ รวมถึงองค์กรต่าง ๆ ที่เป็นธุรกิจไม่คำกำไร (Not-for profit organizations) เช่น โบสถ์ พิพิธภัณฑ์ ต่างก็ต้องทำให้ผู้บริโภครู้จักและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธุรกิจของตนเอง จะต้องพยายามทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของธุรกิจตน ไม่ว่าจะเป็น การแจ้งให้ทราบ (Informing) ซึ่งเป็นการแจ้งให้ผู้บริโภคทราบและรู้จักเกี่ยวกับสินค้า บริการ และการขายของธุรกิจของตน การโน้มน้าวใจ (Persuading) เป็นการทำให้ผู้บริโภคคิดที่จะเลือกสินค้าหรือบริการ ใช้ตราสินค้าหรือเลือกที่จะเข้าร้านค้าของธุรกิจนั้น และการชักนำ (Inducing) เป็นการทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมโดยตรงต่อข้อเสนอที่นักการตลาดได้เสนอให้ เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีข้อเสนอในการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ซึ่งการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ธุรกิจจะต้องใช้การสื่อสารการตลาดต่าง ๆ เช่น การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้บุคคล (Personal selling) การใช้ป้ายในร้านค้า (Store signs) การสื่อสาร ณ จุดขาย (Point-of purchase displays) การบรรจุหีบห่อสินค้า (Product packages) การส่งจดหมายทางตรง (Direct mails) การแจกของตัวอย่าง (Free samples) การแจกคูปอง (Coupons) การให้ข่าว (Publicity releases) และการสื่อสารโดยใช้วิธีอื่น ๆ (Shimp, 2000) นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดยังมีความสำคัญในการ ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกเร็วในการอุปโภคบริโภค โดยที่การสื่อสารการตลาดจะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้ผลิตหรือผู้ขาย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถทราบว่าสินค้าและบริการประเภทใด ตรายี่ห้อใด จำหน่ายอยู่ที่ใดบ้าง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการจัดหาสินค้าและบริการเหล่านั้นมาสนองความต้องการของตน อีกทั้งยัง ช่วยให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกสินค้าและบริการที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตนได้มากที่สุด กล่าวคือ การสื่อสารการตลาดของธุรกิจด้วยวิธีต่าง ๆ สามารถทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อดี ข้อเด่นของสินค้าและบริการ และมุ่งหวังให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการของธุรกิจตนแทนของกลุ่มแข่งขัน อันทำให้ผู้บริโภคมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างเพียงพอ และสามารถเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการโดยได้รับความพอใจมากที่สุด และสุดท้าย การสื่อสารการตลาดช่วยยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตของผู้บริโภคและประชาชนให้สูงขึ้น ซึ่งการสื่อสารการตลาดบนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง ย่อมทำให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจ โดยทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และสามารถใช้วิจารณญาณในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ และมีคุณค่าต่อชีวิต ซึ่ง

จะเอื้ออำนวยให้ผู้บริโภคมีโอกาสยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตให้สูงขึ้นกว่าเดิมได้ (Pickton & Broderick, 2001)

9. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบใหม่การจัดการภาพลักษณ์และการบูรณาการของการท่องเที่ยว

การบูรณาการของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้การประสานประโยชน์ของการพัฒนาต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม และมิติด้านสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและจินตภาพหรือภาพลักษณ์ อันเป็นการผสมผสานการพัฒนาต่าง ๆ ของการจัดการท่องเที่ยว อย่างเป็นองค์รวมและเชื่อมโยงกับความยั่งยืน มิติด้านเศรษฐกิจ มิได้มองเพียงผิวเผินแค່รายได้ แต่มุ่งให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวด้วยการนำฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นทรัพย์สินร่วมหรือสินสาธารณะมาเป็นทุน (Capital) ในการจัดการการท่องเที่ยว ทำให้มีการกระจายรายได้อย่างสม่ำเสมอและยุติธรรมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และที่สำคัญชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชนควรเห็นพ้องกัน ที่จะนำเอาฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ขนบประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ความเชื่อ ตลอดจน ศาสนสถาน และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการประชุมปรึกษาหารือ และระดมความคิดสร้างสรรค์ ให้มีการพัฒนาพื้นที่ ในชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว นั่นคือ การจัดการการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการของชาวบ้าน

ส่วนใหญ่อย่างแท้จริง แม้ว่าชาวบ้านส่วนหนึ่งอาจได้รับข้อมูลด้านใดด้านหนึ่งก็ตาม และชาวบ้านก็เข้าใจตรงกันว่า การท่องเที่ยวเป็นเพียงช่องทางหนึ่งในการเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน มิใช่มุ่งให้เป็นรายได้หลักของชุมชนแต่อย่างใด ความจริงที่เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนมักยังไม่กระจายสู่ชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมเท่าที่ควร ส่วนใหญ่แทบทั้งหมดล้วนกระจุกตัวรวมกันอยู่เฉพาะช่วงในวงจรธุรกิจของผู้ประกอบการหลักการท่องเที่ยว เช่น เจ้าของโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านขายของฝากเพียงไม่กี่ร้านหรือธุรกิจในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้มีระบบการดำเนินการที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่สมาชิกในชุมชน ควรมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและยุติธรรม นั่นคือ เกิดผลประโยชน์กระจายสู่ชุมชนอย่างแท้จริง ประชาชนที่เป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยว บริหารจัดการและควบคุมการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนโดยไม่ขัดแย้งกับการรักษาฐานทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมประเพณี อันดีงาม เปิดโอกาสให้ชาวบ้านทุกครัวเรือนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งความจริงเกิดได้ยากในทางปฏิบัติ

ในเชิงปฏิบัติ ชาวบ้านบางคนอาจจะรับหน้าที่เป็นผู้ดูแลที่พัก หมุนเวียนกันทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น พานักท่องเที่ยวไปดูนก ชมสวน เดินป่าศึกษาธรรมชาติ พืชพรรณไม้ หรือพืชพรรณสมุนไพร ฯลฯ กิจกรรมที่แต่ละคนหมุนเวียนกันรับผิดชอบช่วยให้มีรายได้และเกิดการตระหนัก

รู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นอย่างทั่วถึง อาจเป็นหนทางหนึ่งในการลดช่องว่างระหว่างคนมีโอกาสดับคนด้อยโอกาส คนรวยกับคนจน และลดความขัดแย้งหรือความแตกแยกในชุมชนตนเอง

ส่วนมิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งใช้กิจกรรมต่างๆ รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ค่าของคนต่างวัฒนธรรมเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการจัดการในรูปแบบต่างๆ อาทิ การก่อตั้งจุดประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว การตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีการจัดทำเอกสารเผยแพร่ด้านภูมิปัญญา

ทั้งนี้ควรยึดความต้องการของชุมชนเป็นที่สำคัญ ทั้งคำนึงถึงความสามารถในการรับรองทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นทางเลือกหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวที่สนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างจริงจัง โดยมีการผสมผสานการพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจเข้ากับการพัฒนาด้านสังคม และการคุ้มครอง อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบเชิงนิเวศ

สำหรับมิติด้านสุดท้ายได้แก่ สิ่งแวดล้อม การจัดการการท่องเที่ยวที่มุ่งกระตุ้นชาวบ้านในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ การคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดการเรียนรู้และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รัฐบาลผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว เพื่อจำกัดการพัฒนาและการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว พยายามหลีกเลี่ยงให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

การเชื่อมโยงการจัดการภาพลักษณ์และการบูรณาการของการท่องเที่ยว ในทางทฤษฎีการจัดการภาพลักษณ์จำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใด ที่เรียกและรู้จักว่า "แบรนด์" ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพของมนุษย์ที่สัมพันธ์กับแบรนด์ สิ่งนี้ได้กระตุ้นความเชื่อมโยงกันของ 3 สิ่ง ได้แก่ ผู้บริโภค แบรนด์ และสิ่งแวดล้อม ยกตัวอย่างด้านการท่องเที่ยว เช่น คำว่า ผู้ชาย (Masculine) สื่อถึงกิจกรรมสันทนาการพวกกีฬามวย รถแข่ง ผู้หญิง (Feminine) สื่อถึงการละเล่นหรือการแสดงออกด้านประเพณี พวกการแสดงระบำรำฟ้อน ความอัจฉริยะ (Intelligent) สื่อถึงตึก อาคาร หรือสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยอาศัยความฉลาดของมนุษย์เอง

ดังนั้น จากความเชื่อมโยงกันของ 3 สิ่งข้างต้น สามารถเทียบเคียงกับการบูรณาการของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เราสามารถบอกได้ว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นโดยคุณค่าของสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถประเมินตนเองว่ามีความพึงพอใจกับรูปแบบการบริการทางการท่องเที่ยวแบบใด และอย่างไร

ถึงแม้ว่าจะเป็นการยากที่นักท่องเที่ยวบ่งบอกรูปแบบการบริการทางการท่องเที่ยวที่ต้องการอย่างแท้จริง ทั้งนี้ เพราะบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน และเป็นของที่ไม่มีชีวิต อาจ

เป็นการง่ายขึ้นหากที่จะใช้ทฤษฎีที่ถือว่าเทพและสัตว์มีลักษณะเหมือนมนุษย์ (Anthropomorphism) ตอบคำถามนี้ดู ทฤษฎีนี้ใช้อย่างแพร่หลายในทุกวัฒนธรรม ศาสนา และในชีวิตประจำวัน อย่างเช่น คนที่ปฏิบัติกับรถ คอมพิวเตอร์ หรือ สุนัข เหมือนเพื่อนหรือสมาชิกในบ้าน ซึ่งในปัจจุบันสิ่งเหล่านี้เป็นที่ยอมรับสำหรับคนยุคใหม่ ทฤษฎีนี้ แบ่งความเชื่อมโยงกันของ 3 สิ่ง ออกเป็น 2 แบบ

1) Idiographic Approaches เป็นวิธีที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อ ว่าสินค้านี้มีอยู่ชิ้นเดียว ซึ่งเป้าหมายอยู่ที่ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ

2) Nomothetic Approaches วิธีนี้ให้คำจำกัดความของลักษณะของแบรนด์ว่าเป็นนามธรรมความถูกต้องของตัววัดลักษณะของแบรนด์จึงอยู่บนพื้นฐานของลักษณะของมนุษย์ ซึ่งอาจมาจากต่างที่มา (สิ่งแวดล้อม) บุคลิกของแต่ละคนจะสะท้อนแบรนด์ออกมา

จากการวิจัยเพื่อพัฒนา ภาพลักษณ์ของแบรนด์โดยเอเคอร์ แสดงให้เห็น 5 ลักษณะของแบรนด์ ดังนี้

- 1) ความจริงใจ (Sincerity) เป็นการแสดงออกอย่างใจจริง ความซื่อสัตย์
- 2) ความตื่นเต้น (Excitement) เป็นลักษณะของความกล้า และจินตนาการ ผนวกกับความร่วมสมัย
- 3) ความสามารถ (Competence) แสดงถึงความฉลาด ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และความมั่นใจ
- 4) ความละเอียดอ่อน (Sophistication) แสดงความดึงดูดใจ ชนชั้นสูง คุณดี มีคุณค่า มีเสน่ห์
- 5) ความแข็งแรงทนทาน (Ruggedness) แสดงความแข็งแรง อดทน ทนทาน สะท้อนความเป็นชาย และชาติตะวันตก

ลักษณะแบรนด์ของเอเคอร์ข้างต้นนี้ ไม่ได้ถูกนำมาใช้กับสังคมหนึ่งหรือวัฒนธรรมเดียวเท่านั้น แต่ยังนำมาใช้ในหลายสภาพแวดล้อมอีกด้วย

กล่าวโดยสรุปว่า การเชื่อมโยงการจัดการภาพลักษณ์และการบูรณา-การของการท่องเที่ยว พิจารณาจากลักษณะของแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยจะต้องเปรียบเทียบความเข้าใจในการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชยกร ทาระวรรณ (2548) ได้ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กับความคิดเห็นต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในกลุ่มคนวัยทำงาน 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 25 – 29 ปี ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และสถานภาพพบว่าส่วนใหญ่เป็นโสดจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ว่ามีบทบาทในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่แตกต่างกันของกลุ่มคนวัยทำงาน ได้แก่ ความถี่ และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ทำให้กลุ่มคนวัยทำงานมีความคิดเห็นต่อบทบาท ของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน 3) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นโดยรวมต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ว่ามีบทบาทในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก

พยุษศิลป์ เปศรี , ประสิทธิ์ คุณรัตน์, เสกสรรค์ ขงวนิชย์, สุกัญญา เอมอัมรรณ, ทรงพล อุบิณฑกุล, จริยาทร สุหนู (2547) ศึกษาการออกแบบพัฒนาสื่อเพื่อการส่งเสริมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวกรณีศึกษา เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารการสื่อสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบ เฉพาะทาง มีความสอดคล้องของการสื่อสารที่ดีกับนักท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การแจกกระจายสื่อแผ่นป้ายบอกทางที่เหมาะสมกับจุดเชื่อมต่อระยะห่างระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่อกัน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดที่เป็นโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว เพื่อการท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นการวิจัยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากประชากรในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ มาเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

จากการออกแบบเฉพาะทางที่ได้จากข้อมูลการประกอบกับทฤษฎีที่รวบรวมได้ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประชากรในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ (Quota Sampling) และ (Judgment Sampling) โดยคำนึงถึงหลักเหตุผลและ สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน และตามความมุ่งหมาย (Purposive Sampling)

จากการศึกษารูปแบบสื่อที่เป็นป้ายบอกทางเพื่อการท่องเที่ยวทุกประเภทพบว่าเขตการศึกษาในพื้นที่ทุกจังหวัดจะมีปัญหาเรื่องการติดตั้งความถี่ของป้ายขนาดที่มองไม่เห็นจากระยะไกลๆบริเวณที่มีป้ายบอกทิศทางมีวัชพืชและ สิ่งกีดขวางการมอง ตัวอักษรเล็กเกินไปหรือกลืนกับสีพื้น การติดตั้งควรสอบถามจากท้องถิ่นหรือหน่วยงาน ปัญหาการออกแบบควรเพิ่มหลักการใช้สีเข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นพับและโปสเตอร์ปัญหาคือ ไม่ค่อยพบสื่อแผ่นพับตามจุดแหล่งท่องเที่ยว แต่จะพบเห็นก็ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ บ้างเช่นโรงแรม, การท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ, สถานประกอบการส่วนมากจะเป็นลักษณะสื่อแผ่นพับที่มีข้อมูลมีแหล่งท่องเที่ยวน้อยและข้อมูลภายใน ไม่ค่อยครอบคลุมสมบูรณ์ทันสมัยเป็นปัจจุบัน ป้าย สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์และแผ่นพับที่จัดแจกกระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวในจุดสำคัญๆเก่าและเสื่อมสภาพเลือนลาง จางหาย การศึกษารูปแบบสื่อการแจกกระจายแหล่งที่ตั้งป้ายบอกทิศทางที่เหมาะสมจากการสำรวจและแบบสอบถามพบว่า ปัญหาการกระจายแหล่งติดตั้งป้ายบอกทางอย่างไม่เหมาะสมเพราะบางสถานที่มีการติดตั้ง ป้ายบอกทาง แบบซ้ำซ้อนกันมากเกินไป และบางท้องถิ่นมีนักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็น เสนอแนะว่า ควรจะมีการติดตั้ง ป้ายเสริม เพิ่มให้มากกว่า นี้เพราะเกิดการสับสน ทางเข้า ออกแหล่งท่องเที่ยว นั้น ข้อเสนอแนะการศึกษารูปแบบสื่อที่เป็นป้ายบอกทิศทางสื่อท่องเที่ยวทุกประเภท การศึกษารูปแบบสื่อที่เป็นป้าย สื่อท่องเที่ยวทุกประเภทรวมของเขต การศึกษาในพื้นที่ทุกจังหวัดพบ ว่าได้มีข้อเสนอแนะให้มีการติดตั้งความถี่ของป้ายที่เห็นได้

ชัดเจน ไม่ควรมีการติดตั้งป้ายไว้ใกล้ๆ กับป้ายอื่น มีป้าย ที่มีขนาดที่มองเห็นจากระยะไกลๆ ซึ่งควร มีการกำจัดวัชพืชบริเวณที่มีป้ายบอกทิศทางไม่มีสิ่งกีด ขวางการมอง ตัวอักษรควรมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดพอดี การติดตั้งควรสอบถามจากหน่วยงานท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเห็นว่า การออกแบบควรเพิ่มหลักการ ใช้สีเข้ามาช่วย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ คุณสมบัติของ ป้ายจะต้องมีความคงทน ตรวจสอบป้ายชำรุดหรือทำการแก้ไขปรับปรุงข้อมูลและ การติดตั้งใหม่อยู่เสมอ มีเทคนิค หรือรูปแบบอื่นๆ มาเสริมเพื่อเพิ่มความสนใจ ในการออกแบบ และจัดทำสื่อป้าย ในรูปแบบใหม่มาใช้เพื่อให้เกิด ประโยชน์ของการเชื่อมต่อสูงสุด มีรูปแบบที่เป็น มาตรฐานของท้องถิ่น เกิดความสอดคล้องระหว่างเอกชน กรมทางหลวง แขวงทางหลวง ที่จะใช้สื่อ ร่วมกันอย่างเป็นระเบียบ และมาตรฐานเดียวกัน เกิดการกระจาย แหล่งที่ตั้งสื่อป้าย อย่างเหมาะสม ภายในพื้นที่ เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นพับและโปสเตอร์ ข้อเสนอแนะจากการได้สำรวจแบบสอบถามและข้อมูลส่วน ใหญ่ความคิด เห็นว่า ควรมีการ ปรับปรุงข้อมูลรูปแบบ ให้น่าสนใจ เป็นข้อมูลที่ทันสมัย เป็นปัจจุบันใหม่อยู่เสมอ ควรมีการ ส่งเสริม ให้มีการทำข้อมูลแผ่นพับโปสเตอร์ให้มากกว่านี้ รูปร่างลักษณะไม่ควรให้ดูมากขนาด โปสเตอร์ แผ่นพับก็พกพาได้สะดวก มีข้อมูลครบถ้วนรวมทั้งแผนที่ในการ เดินทางได้ถูกต้อง เป็น ปัจจุบัน รูปแบบนำเสนอ ไม่ยุ่งยากเกินไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นการวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลข้อมูล การสังเคราะห์ข้อมูล และกิจกรรม

ดำเนินงาน

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย

1. ประชากร

ประชากร ได้แก่ ประชาชนในหมู่บ้านเล้าลือ หมู่บ้านเล้าเน้ง และหมู่บ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง ได้แก่ ประชากรที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ในเขตพื้นที่หมู่บ้านเล้าลือ หมู่บ้านเล้าเน้ง และหมู่บ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาของชนเผ่า จำนวน 60 คน ตัวแทนผู้นำชุมชนจำนวน 20 คน ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำตระกูลแซ่ ตัวแทนองค์กรภาครัฐและเอกชนในชุมชนจำนวน 20 คน ประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนตำบล ตัวแทนหน่วยงานราชการในและนอกพื้นที่ตำบลเขาค้อ และสมาคมการท่องเที่ยวเขาค้อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การศึกษาเอกสาร กระบวนการแบบมีส่วนร่วม โดยการลงพื้นที่ การสังเกตแบบไม่เป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่มย่อย การประชุมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การประชุม และแบบสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การสังเคราะห์ และการดำเนินงานวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากกระบวนการแบบมีส่วนร่วม โดยการลงพื้นที่ภาคสนาม ทำการสังเกตแบบไม่เป็นทางการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่มย่อย การศึกษาคุณงาน การประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุม การอบรม และการใช้แบบสัมภาษณ์

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การประมวลผล / สังเคราะห์ข้อมูล

- 2.1 ถอดบทเรียนจากกระบวนการแบบมีส่วนร่วม
- 2.2 สรุปสาระสำคัญของบทเรียน
- 2.3 วิเคราะห์บทเรียน
- 2.4 สังเคราะห์บทเรียน
- 2.5 เสนอผลการศึกษาค้นคว้า โดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

3. การดำเนินการวิจัย

กิจกรรมที่ 1 ประชุมเชิงปฏิบัติการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัย

- วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทีมวิจัยเข้าใจและร่วมกันวางแผนปฏิบัติการ
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย และผู้ช่วยนักวิจัย
- สถานที่/เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 09.00–16.30 น. 1 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ทำหนังสือเชิญผู้วิจัยโครงการย่อย และผู้ช่วยนักวิจัย ดำเนินการประชุม
- ผลที่คาดว่าจะได้รับ : ทีมวิจัยมีความเข้าใจในการดำเนินงานวิจัย

- กิจกรรมที่ 2** ประชุมทำความเข้าใจกับผู้นำและชุมชนเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัย
- วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้นำชุมชนเข้าใจในกระบวนการวิจัย
 - ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย ผู้นำชุมชน และชาวบ้าน
 - สถานที่/เวลา : ศาลาประชาคมบ้านเล่าเน้ง เวลา 09.00– 16.30 น. 1 วัน
 - วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ทำหนังสือเชิญผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยผู้วิจัย ผู้นำชุมชน ดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการ
 - ผลที่ได้รับ : ผู้นำชุมชนและชุมชนเข้าใจในกระบวนการดำเนินงานวิจัย
- กิจกรรมที่ 3** ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีมาวิเคราะห์ผลการวิจัย
 - ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย
 - สถานที่ / เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยภาครัฐ และเอกชนในพื้นที่และนอกพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ตลอดระยะเวลาการทำวิจัย
 - วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : แบ่งหัวข้อให้ผู้วิจัยโครงการย่อย และผู้ช่วยนักวิจัย ศึกษาตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย และ นำข้อมูลมาเรียบเรียงและจัดหมวดหมู่
 - ผลที่ได้รับ : ได้สาระและข้อมูลสนับสนุนหัวข้อวิจัยครบถ้วน
- กิจกรรมที่ 4** จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้บริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ฯ
- วัตถุประสงค์ : เพื่อเก็บข้อมูลบริบทชุมชนและศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน
 - ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย และชุมชน
 - สถานที่ / เวลา : บ้านเล่าลือ บ้านเล่าเน้ง และบ้านเพชรคำ ตำบลเขาค้อ ตลอดระยะการทำการวิจัย
 - วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ลงพื้นที่จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้
 - ผลที่ได้รับ : ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชนและศักยภาพการท่องเที่ยว บ้านเล่าลือ บ้านเล่าเน้ง และบ้านเพชรคำ ตำบลเขาค้อ
- กิจกรรมที่ 5** ประชุมใหญ่โครงการย่อย
- วัตถุประสงค์ : เพื่อสรุปบริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย
- สถานที่ / เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
- วิธีการ / ขั้นตอนการดำเนินงาน : ทำหนังสือเชิญประชุม ดำเนินการประชุม
- ผลที่ได้รับ : ได้ข้อมูลบริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน

กิจกรรมที่ 6 จัดทำรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1

- วัตถุประสงค์ : เพื่อรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย และผู้ช่วยนักวิจัย
- สถานที่ / เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 09.00 – 17.00 น. 3 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ถอดบทเรียนทำรายงานความก้าวหน้า
- ผลที่ได้รับ : ได้รายงานความก้าวหน้า

กิจกรรมที่ 7 จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- วัตถุประสงค์ : เพื่อได้แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- สถานที่ / เวลา : ห้องประชุมที่ว่าการอำเภอเขาค้อ 09.00–16.30 น. 2 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ประสานผู้นำชุมชน เชิญชาวบ้าน และชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ผลที่ได้รับ : แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กิจกรรมที่ 8 ศึกษาดูงานในจังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดเชียงใหม่

- วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างประสบการณ์ในการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว การจัดตั้งองค์กร การประกอบธุรกิจ การจัดการโฮมสเตย์ ผลิตภัณฑ์แปรรูป การจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว
- ผู้ร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน และตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลเขาค้อ
- สถานที่ / เวลา : บ้านทับเบิก จ. เพชรบูรณ์ บ้านแสงดาว จ.สุโขทัย คอยปุย บ้านแม่กลางหลวง คอยอินทนนท์ จ. เชียงใหม่ 5 วัน

- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ติดต่อสถานที่ศึกษาดูงาน เสนอโครงการขออนุมัติจากมหาวิทยาลัยฯ เดินทางศึกษาดูงาน
- ผลที่ได้รับ : ผู้ไปศึกษาดูงานได้มีความรู้ความเข้าใจและได้รับประสบการณ์ในการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กิจกรรมที่ 9 ประชุมเชิงปฏิบัติการสรุปทบทวนในแนวคิดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- วัตถุประสงค์ : กำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว ฯ
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย และชุมชน
- สถานที่ / เวลา : โรงเรียนอนุบาลเจริญทองน้อม ต.เขาค้อ
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ประสานผู้นำชุมชน เชิญผู้ไปศึกษาดูงาน ชุมชน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนใน ตำบลเขาค้อ ดำเนินการประชุม
- ผลที่ได้รับ : แนวทางการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กิจกรรมที่ 10 โครงการย่อยดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ

- วัตถุประสงค์ : เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย โครงการย่อยและผู้เกี่ยวข้อง
- สถานที่ / เวลา : พื้นที่วิจัย เวลา 09.00–16.30 น.
- วิธีการ / ขั้นตอนการดำเนินงาน : ประสานผู้นำชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง
- ผลที่ได้รับ : ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการย่อย

กิจกรรมที่ 11 ประเมินผลการดำเนินงานของโครงการย่อย

- วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ได้ข้อมูลการดำเนินงานแต่ละโครงการย่อย
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้ช่วยนักวิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย
- สถานที่ / เวลา : พื้นที่วิจัย เวลา 09.00–6.30 น. จำนวน 30 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการดำเนินงาน : การสังเกตแบบไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
- ผลที่ได้รับ : ข้อมูลประเมินผลการดำเนินงานของโครงการย่อย

กิจกรรมที่ 12 สรุปทบทวนการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- วัตถุประสงค์ : สรุปทบทวนการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิ
- สถานที่ / เวลา : ศาลาประชาคมบ้านเล่าแฉ่ง เวลา 09.00 – 16.30 น. จำนวน 1 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ประสานผู้นำชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวแทนชาวบ้าน และผู้เกี่ยวข้อง เข้าประชุม และ ดำเนินการประชุม
- ผลที่ได้รับ : บทเรียนการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

กิจกรรมที่ 11 ประชุมเสนอการพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูง ฯ

- วัตถุประสงค์ : เพื่อเสนอการพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย ผู้ช่วยนักวิจัย ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่
- สถานที่ / เวลา : ห้องประชุมที่ว่าการอ.เขาค้อ เวลา 09.00–17.00 น. 1 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ประชุมเชิงปฏิบัติการ โครงการย่อย นำเสนอผลการวิจัย
- ผลที่ได้รับ : การพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูง ฯ

กิจกรรมที่ 13 จัดทำรายงานการวิจัยฉบับร่าง

- วัตถุประสงค์ : เพื่อจัดทำรายงานฉบับร่าง
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย และผู้ช่วยนักวิจัย
- สถานที่ / เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 09.00 16.30 น. 20 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ผู้วิจัย และผู้ช่วยนักวิจัย ทำรายงานวิจัยฉบับร่าง
- ผลที่ได้รับ : ได้รายงานการวิจัยฉบับร่าง เพื่อส่งสำนักวิจัยตรวจ

กิจกรรมที่ 14 เสนอรายงานการวิจัยฉบับร่างแก่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

- วัตถุประสงค์ : เพื่อเสนอรายงานการวิจัยฉบับร่าง
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย
- สถานที่ / เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ส่งรายงานวิจัยฉบับร่าง
- ผลที่ได้รับ : การตรวจร่างรายงานการวิจัย

กิจกรรมที่ 15 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

- วัตถุประสงค์ : เพื่อจัดทำรายงานฉบับร่าง
- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม : ผู้วิจัย ผู้วิจัยโครงการย่อย และผู้ช่วยนักวิจัย
- สถานที่ / เวลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ เวลา 09.00–16.30 น. 30 วัน
- วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม : ผู้วิจัย และผู้ช่วยนักวิจัย ทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
- ผลที่ได้รับ : ได้รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีสืบค้นโดยวิธีการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ได้ข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกต และการประชุมเชิงปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่เป็นชาวเขาเผ่าเผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ ที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ในหมู่บ้านเล้าลือ เล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเทพารักษ์ และตำบลเทพารักษ์ 4 ชนเผ่า ตำบลเขาค้อ จำนวน 100 คน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์มี 3 ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวบ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ

1. บริบทชุมชน

1.1 หมู่บ้านเล้าลือ เป็นที่อยู่อาศัยของชาวเขามีเผ่าม้งเป็นส่วนมาก ครั้งแรกอยู่หลังเขาป่าต.ป่าเลา อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ พ.ศ. 2519 คอมมิวนิสต์ได้เข้ารุกราน จึงอพยพมาอยู่ที่ ต.เข็กน้อย และให้ชายหนุ่มเป็น ขชส. (ชาวเขาอาสาสมัคร) สู้รบกับคอมมิวนิสต์ เมื่อการสู้รบสงบลงในพ.ศ.2525 ได้มาตั้งหมู่บ้านเล้าลือ หมู่ที่ 9 ต.เขาค้อ อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์จนถึงปัจจุบัน ทิศเหนือติดกับหมู่บ้านเล้าเน้ง ทิศใต้ติดกับหมู่บ้านอุทัยภาส และวัดเขาค้อ ทิศตะวันออกติดกับหมู่บ้านปานสุขุม ทิศตะวันตกติดกับหมู่บ้านห้วยแค มีประชากร 886 คน ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน 1 แห่ง สถานศึกษา 1 แห่ง มีสถานบริการสาธารณสุข 1 แห่ง ชาวบ้านยังคงรักษาอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมชนเผ่าไว้ให้กับชนรุ่นหลัง ประชากรส่วนมากนับถือศาสนาพุทธ มีอาชีพเป็นเกษตรกร

1.2 หมู่บ้านเล้าเน้ง เมื่อพ.ศ. 2544 แยกมาจากหมู่บ้านเล้าลือ มีอาณาเขตติดต่อกับหมู่บ้านอื่นดังนี้ ทิศเหนือติดกับหมู่บ้านเพชรดำ ทิศใต้ติดกับโรงเรียนอนุบาลเขาค้อ ทิศตะวันออกติดกับหมู่บ้านปานสุขุม ทิศตะวันตกติดกับเขตป่าไม้ตำบลเขาค้อ มีประชากร 680 คน ส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ มีที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน 1 แห่ง สถานศึกษา 1 แห่ง สาธารณสุข 1 แห่ง ยังคงรักษาอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมชนเผ่าไว้ให้กับชนรุ่นหลัง เช่น ตุลาคมมีพิธีกินข้าวใหม่มีง ธันวาคมมีประเพณีปีใหม่ มีการแต่งกายและภาษาพูดแบบสมัยบรรพบุรุษ มีอาชีพเป็นเกษตรกร มีกลุ่มกองทุนเงินล้าน กลุ่มเย็บกระเป๋า กลุ่มตัดเสื้อผ้าสตรี และกลุ่มถักหมวกและผ้าพันคอ มีป่าไม้ส่วนธรรมชาติ 20 ไร่ มีถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก 500 เมตร ถนนเข้าสู่ศูนย์บำบัด 200 เมตร และได้

หมู่บ้านเป็นถนนทางดิน 650 เมตร มีสระน้ำ 2 ลูก มีประปา-ไฟฟ้า มีศาลาประชาคมหรืออาคารเอนกประสงค์หรือศาลากลางบ้าน มีเต็นท์ โต๊ะ เก้าอี้ ชุดอุปกรณ์เครื่องครัวที่ยังใช้งานได้ มีหอกระจายข่าว มีโทรศัพท์ มีสถานที่ท่องเที่ยวคือบ้านร่มเย็นเขาค้อ สถานที่ที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในอนาคต ได้แก่ ศูนย์บำบัดเก่า ที่สาธารณะค่ายทหารผ่านศึก อ่างเก็บน้ำบ้านเล่าเน้ง และกั้นหล่มผลิตกระแสไฟฟ้า มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

1.3. หมู่บ้านเพชรดำ หมู่บ้านเพชรดำ เป็นแหล่งอาศัยของชนกลุ่มน้อย ได้แก่ เผ่าลีซอ เผ่าเย้า เผ่ามูเซอร์ คนไทย ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวเขาเผ่าลีซอ มีพื้นที่ 2,500-3,000 ตารางกิโลเมตร มีเขตติดต่อดังนี้ ทิศเหนือติดกับหมู่บ้านวงศ์ปัญญา ตำบลทุ่งสมอ ทิศใต้ ติดกับ หมู่บ้านเล่าเน้ง ทิศตะวันออกติดกับ หมู่บ้านใจทน ทิศตะวันตก ติดกับ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง มีจำนวนประชากร 847 คน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ในหมู่บ้าน มีสถานศึกษา 1 แห่ง มีสถานบริการสาธารณสุข ชาวบ้านยังคงรักษาและอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมชนเผ่าไว้ให้กับชนรุ่นหลัง เช่น นักร้องบรรพบุรุษ ประเพณีกินข้าวใหม่ ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์จะมีงานประเพณีปีใหม่วันสาทจีน มีวัฒนธรรมการแต่งกายและภาษาพูดแบบดั้งเดิมสมัย ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร พื้นที่ทำการเกษตรมี 1,125 ซึ่งพืชไร่นิยมปลูก ได้แก่ ผักกาดหัว ข้าวไร่ ข้าวโพด พริก และผักชี และเลี้ยงสัตว์ไว้บริโภค และขายในชุมชน มีกองทุนเงินล้าน กองทุนปุยและเมล็ดพันธุ์ กองทุน ก.ข.ค.จ. กลุ่มแม่บ้าน มีป่าสน 2 ไร่ ป่าศาลเจ้า 2-3 ไร่ มีเส้นทางทั้งหมด 15 เส้นทาง ทั้งถนนลาดยาง คอนกรีตเสริมเหล็ก และถนนลูกรัง มีอ่างน้ำประปาหมู่บ้าน มีอ่างเก็บน้ำ มีไฟฟ้า มีศาลาประชาคม 1 แห่ง มีเต็นท์ โต๊ะ เก้าอี้ ชุดอุปกรณ์เครื่องครัวที่เก่าและชำรุด มีหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านที่มีสภาพเก่าชำรุดและไม่สามารถกระจายข่าวสารได้ทั่วถึง มีบอร์ดประชาสัมพันธ์ 1 บอร์ด สภาพชำรุด มีสนามบอลเป็นพื้นดิน 1 สนาม มีสนามเด็กเล่น 1 แห่ง มีโทรศัพท์สาธารณะ 3 เลขหมาย สถานที่ที่มีศักยภาพพร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในอนาคต ได้แก่ พื้นที่หลังป่าสน และกั้นหล่มผลิตกระแสไฟฟ้า ไม่มีที่พักประเภทโรงแรมหรือโฮมสเตย์ไว้บริการนักท่องเที่ยว ปี 2556 มีแผนงานโครงการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมลีซอ (ลีซอ) แห่งประเทศไทย มีเครือข่ายคือจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ตาก กำแพงเพชร และสุโขทัย

2. ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน

2.1 ศักยภาพด้านพื้นที่แหล่งธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น

หมู่บ้านเล่าลือ หมู่บ้านเล่าเน้ง และหมู่บ้านเพชรดำ ตั้งอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติภูหัวโป่งหล่น ภูวังชมภู ติดกับอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร อยู่ริม

ทางหลวงหมายเลข 2325 กม. 16 สามารถเป็นเครือข่ายการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับตำบลทุ่งสมอและหมู่บ้านใกล้เคียงในตำบลเขาค้อ เช่น หมู่บ้านวังปัญญาและหมู่บ้านกกนงาม ดังนี้

1) พื้นที่ในชุมชนใกล้เคียง เช่น ตำบลทุ่งสมอ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของตำบลทุ่งสมอที่อยู่ใกล้กับหมู่บ้านเล้าลือและหมู่บ้านเล้าเน้ง และเพชรคำ ได้แก่ ลานบินและผาหัวหลง ลานหินปุมหรือชาวบ้านเรียกกันว่านาหินร่อง ถ้ำค้างคาว (ชาวบ้านเรียกว่าถ้ำซอกสอยหรือถ้ำพระอุดมค์ ถ้ำป่าขนานและน้ำตกป่าขนาน ลานไหแตก จุดชมวิวแปลงปลูกป่า ปตท กังหันลมผลิตไฟฟ้า 2) ตำบลเขาค้อ แหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านใกล้เคียงของตำบลเขาค้อ ได้แก่ พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก และจุดชมทะเลหมอก ข้างที่ว่าการอำเภอเขาค้อ

2) พื้นที่ในชุมชน มีป่าไม้และต้นไม้ให้ความร่มเย็นและมีวิวทิวทัศน์ธรรมชาติที่แวดล้อมไปด้วยขุนเขาที่สวยงาม สามารถท่องเที่ยวชมธรรมชาติได้ เช่น 1) เต่าพันปี มีลักษณะเป็นก้อนหินขนาดใหญ่มีน้ำหนักประมาณ 50,000 กิโลกรัม รูปร่างคล้ายเต่า มีระยะทางจากหมู่บ้านไปประมาณ 3 กิโลเมตร มีเส้นทางเดินและเส้นทางรถยนต์ เป็นถนนดินลูกรัง ผ่านทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์และสวนของชนเผ่าม้ง ชาวบ้านเชื่อว่าการได้เข้าชม เต่าพันปี จะมีโชคลาภ 2) ภูชี้คือ เป็นลานหินกว้างมองเห็นทิวทัศน์ และยอดภูอนุเสาวรีย์เขาค้อ และเห็นวิวทิวทัศน์ริสอร์ททุกหลังบนพื้นที่เขาค้อ สวยงามกว่ายอดภูเขาค้อ มองเห็นพื้นที่เขาค้อได้ 360 องศา ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติที่แตกต่างจากที่อื่น ตลอดเส้นทางสามารถศึกษาการกับดักสัตว์ แหล่งเห็ดป่า สมุนไพร อาหารป่านานาพันธุ์ เส้นทางนี้ใช้เวลาในการเดินทางเพื่อศึกษาธรรมชาติ 2 ชั่วโมง ระยะทางจากเต่าพันปี 2 กิโลเมตร 3) ทะเลหมอกภูมาวีน ความเป็นมา เมื่อ พ.ศ 2510 มีคนจำนวนหนึ่งที่ไม่หวังดี มาปล่อยข่าลือ ปลุกกระดมชวนเชื่อว่า ม้งกำลังจะมีกษัตริย์ใหม่มาปกครองคนม้ง และม้งกำลังจะมีประเทศใหม่ ทำให้ผู้คนในหมู่บ้านสับสนวุ่นวาย หนีเข้าป่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองและทหารเข้ามาดูแล มีระยะทาง 3 กิโลเมตร เป็นยอดเขาสูงจากระดับทะเล 1000 เมตร สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์บนเขาค้อทุกส่วน และเห็นสายหมอกที่เคลื่อนผ่านตามทิวเขา

2.2 พื้นที่ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.2.1 ชาวเขาเผ่าม้ง

1) ความเชื่อ ชาวเขาเผ่าม้งจะนับถือผี เช่น ผี ผีเจ้าที่ ผีบ้านผีเรือน และหมอผีรักษาโรค และมีพิธีกรรมประกอบความเชื่อ เช่น พิธีเรียกขวัญปีใหม่ พิธีเลี้ยงผีปีใหม่ พิธีล้อมขวัญ พิธีสู่ขวัญตั้งชื่อ และการสร้างสะพานต้อนรับขวัญ

2) คนตรีพื้นบ้าน ได้แก่ แคน ลั่นทอง ปี่ ขลุ่ย ขลุ่ยลั่นทอง ขลุ่ยปี่ ลั่นทอง (จา)

3) การละเล่นพื้นบ้าน ได้แก่ โยนลูกช่วง ตีลูกข่าง ยิงหน้าไม้ ยิงธนู และแข่งล้อเลื่อน (รถไม้)

4) การแสดงพื้นบ้าน สมัยก่อนมีเพียงผู้ชายแสดงการเต้นแคน ผู้หญิงไม่ปรากฏว่ามีการแสดง แต่ปัจจุบันมีการแสดงทั้งหญิงและชาย สำหรับเผ่าลีซอนั้นมีการเต้นจ๊ะคี

5) หัตถกรรมพื้นผ้า ที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ลายปักม้ง ลายโบราณ เช่น ลายใบไม้ดอกไม้ หนังสือตัว หน้าสัตว์ รอยเท้าสัตว์ ตัวสัตว์ ดวงควบนท้องฟ้า สายน้ำ สัตว์น้ำ ปัจจุบันมีลายเพิ่มเติม คือ ใบเฟิร์น (ปล้องข้าว) ดอกเหริญ (ป่าเจ็ย) ดอกไม้ (ป่าตง) ดินหนู (แหงงนา) ดวงดาว (ป่าภู) ดอกจับมือ (ป่าตัวเต) ดอกพวง (ป่าเจ้า) พันเลื้อย (เหนียเกอ) ก้นหอย (ก้ากือ) หอยเบี้ย (แย) และผสม เป็นต้น และผ้าเขียนเทียน ลายที่เขียนจะเลียนแบบจากสิ่งแวดล้อม ลายโบราณคือ ลายกังหัน ลายจีน และลายสาวหม้าย เป็นต้น ละลายเทียนไขหรือขี้ผึ้งแล้วเขียนด้วยไขเครื่องเขียน (หลาเคียะ) นำผ้าจุ่มน้ำย้อมสีเอาเทียนออก นำไปตากให้แห้ง ทำซ้ำอย่างนี้ 3 ครั้ง ให้สีติด น้ำย้อมทำจากใบและกิ่งต้นคราม หมักกับน้ำขี้เถ้าผสมเหล้าขาวหมักไว้ประมาณ 1 อาทิตย์

ปัจจุบันมีกลุ่มสตรีผลิตภัณฑ์ผ้าม้งในหมู่บ้านเล้าลือและเล้าเน้ง เป็นสินค้าคัดสรร OTOP ระดับ 3 ดาว

6) อาหาร ชาวม้งจะบริโภคพืชผักเป็นอาหารหลัก บริโภคข้าวข้าวเป็นหลัก ดื่มเหล้าเฉพาะงานพิธี อาหารเป็นประเภทผัดผักและต้มจืด ถนอมอาหารประเภทเนื้อสัตว์ไว้บริโภคตลอดปีอาหารที่รู้จักเช่น ขนมหั้วหรือจ๊วจ๊ะ ต้มไก่สมุนไพร น้ำพริกผักชี และ ข้าวใหม่ม้ง

7) งานประเพณี เช่น ปีใหม่ม้ง งานกินข้าวใหม่ งานแต่งงาน และงานเทศกาลกินเจ

2.2.2 ชาวเขาเผ่าลีซอ

ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของชนเผ่าลีซอ ได้แก่ ประเพณีปีใหม่ ประเพณีวันไหว้อาปาโหมอี (เอือเยปา) พิธีกรรมวันคำหัวหลุมฝังศพของบรรพบุรุษ (แห่น อีฉั่ว) พิธีกรรมวันไหว้ผีใหญ่เจ้าที่ (อี้ดะมากัว) พิธีกรรมวันไหว้ผีไร่ (อาเมียแห่นกัว) พิธีกรรมวันเช่นไหว้หิ้งบรรพบุรุษในบ้าน (ลือเพียกัว) .พิธีกรรมกินข้าวใหม่ (คาว่าดะ) .พิธีกรรมอยู่เดือน .พิธีตั้งชื่อให้เด็ก ประเพณีแต่งงาน .ประเพณีงานศพ .พิธีกรรมการเรียกขวัญ (ซวงฮาควัว) และ พิธีเช่นไหว้ผีดิน (นัวแห่นกัว) การแต่งงาน เป็นต้น

1) ประเพณีปีใหม่ วันปีใหม่เป็นวันที่ชาวลีซอทุกคนจะสนุกสนานกันเต็มที่ และมีงานฉลองที่ใหญ่โตที่สุดของชาวลีซอคืองานกิน หรืองานกินวอ กลางคืนของวันสุดท้ายแห่งปี การเดินรำจะเริ่มขึ้น โดยทุกบ้านปักต้นไม้ปีใหม่พร้อมด้วยเนื้อหมู ข้าวปุก รูป เป็นเครื่องเช่น เรียบร้อยแล้ว ทั้งผู้ใหญ่และเด็กจะพากันไปเดินรำรอบต้นไม้ปีใหม่ของทุกๆ บ้าน เป็นการอวยชัย

ให้พรแก่กัน วันที่สนุกสนานเต็มที่ในช่วงปีใหม่มียังน้อย 4 วัน วันที่สี่และวันต่อๆ ไปจะเดินรำตามที่เจ้าของบ้านที่ต้องการเรียกขวัญได้เชิญ ถ้าไม่มีเจ้าภาพต่อ หนุ่มสาวและเด็กๆ ก็จะไปเล่นลูกช่วง ลูกข่างกัน ตามที่ต่างๆ รอบหมู่บ้านจนถึง 7 วัน เป็นอันหมดพิธี ถอนต้นไม้ปีใหม่ที่ปักไว้ลานหน้าบ้านนั้นออกได้

2) การเล่นดนตรี เครื่องดนตรีที่นิยม อย่างมากคือ ซึง(ซื่อ ปือ) กับ แคน (ผู้หลู) ซึ่งหนุ่มลือซอจะฝึกดนตรีตั้งแต่อายุ 12-13 ขวบ

3) การเดินรำ กั้วเซี้ย (จ๊ะก็้อ) ชาวลือซอส่วนใหญ่เป็นคนชอบเดินรำมากทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ตามเสียงดนตรีจาก แคนผู้หลู หรือ ซึงซื่อปือ

4) การเล่นสบบ้า คนหนุ่มสาวชาวลือซอ ยุคสมัยโบราณนิยมเล่นสบบ้ากัน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินหลังจากว่างงาน ในเทศกาลปีใหม่ หรือวันหยุดรื่นเริง

5) ลูกข่าง และการเล่นลูกช่วง ในกลุ่มชาวไทยภูเขาที่อยู่หลายเผ่าที่เล่น เพราะเป็นของเล่นที่ทำเองได้

6) โยนลูกช่วง ลูกช่วงนิยมเล่นกันอยู่หลายเผ่า ชาวลือซอใช้เล่นในปีใหม่หรือวันหยุดพักผ่อน เล่นเพื่อเป็นกิจกรรมพูดคุยกันระหว่างเพื่อน หนุ่มกับสาว

7) ยิงหน้าไม้ การแข่งขันยิงหน้าไม้ เป็นการเล่นของวัยรุ่น และผู้ใหญ่ รื่นเริงเวลาพักผ่อน หรืองานปี

8) การร้องเพลงโต้ตอบกัน (หมุ กั้ว กั้ว โต้) ชาวลือซอต่างหมู่บ้าน หรือหนุ่มสาว เมื่อพบกันจะชักชวนไปร้องเพลงโต้ตอบกัน

9) การเล่นนิทาน (มะ หมิว จาง) ชาวลือซออาวุโสจะทำหน้าที่เล่านิทานและตำนานต่างๆ ให้ลูกหลานฟัง เวลากลางคืนที่มีเวลาว่าง และคนมาชุมนุมกัน

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน

1. การจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน

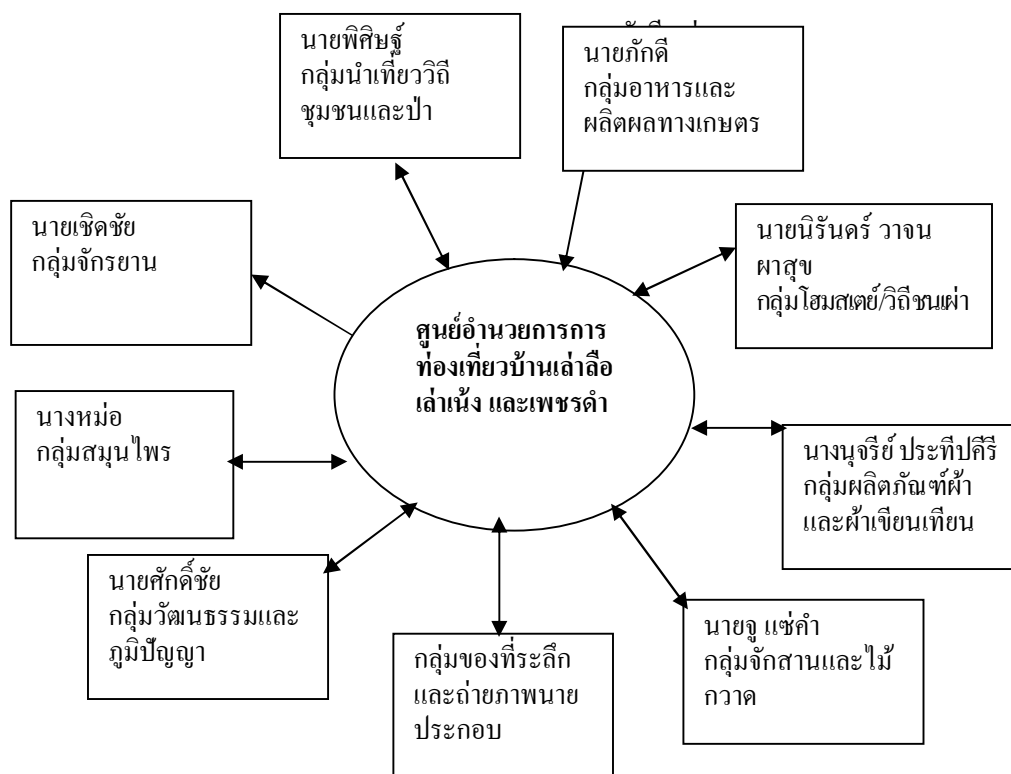
จากกระบวนการวิจัยชุมชนสามารถดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

1.1 การทำแผนปฏิบัติการพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ชุมชนได้ร่วมกันทำแผนปฏิบัติการ เพื่อพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน กำหนดกิจกรรม 6 กิจกรรม ได้แก่ ศึกษาสภาพปัจจุบันขององค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน การกำหนดรูปแบบองค์กรเครือข่าย ศึกษาฐานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนที่ประสบผลสำเร็จทั้งภายในและ

ภายนอกจังหวัด การพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยว ชุมชน องค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยว ชุมชนปฏิบัติการตามบทบาทหน้าที่ และประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร

1.2 การศึกษาสภาพปัจจุบันขององค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน จากการศึกษา บริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน พบว่าบ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรคำ มีศักยภาพ การท่องเที่ยวสูง ทั้งนี้ชุมชนยังรักษาและถ่ายทอดขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตชนเผ่า ดั้งเดิมไว้ได้ จังหวัดได้ประกาศให้บ้านเล้าลือเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระหว่าง พ.ศ. 2538-2549 ดำเนินการเป็นรูปธรรมเมื่อ พ.ศ. 2547 ผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการคือองค์กร บริหารส่วนตำบล เงินทุนที่ได้จากงบประมาณผู้ว่า CEO จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ขึ้นหลายอย่าง ได้สร้างพิพิธภัณฑ์ 4 ชนเผ่า รวมทั้งมีลานการแสดง แต่กิจกรรมดังกล่าวดำเนินการได้ เพียง 2 ปี ก็ปิดตัวลงใน พ.ศ.2549 ชุมชนยังไม่มีความรู้ความสามารถในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชนอย่างแท้จริง และไม่มีองค์กรจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.3 การกำหนดรูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนได้จัดตั้ง องค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนชื่อ ศูนย์อำนวยการการท่องเที่ยวบ้านเล้าลือ เล้าเน้ง และเพชรคำ มีรูปแบบองค์กร ดังนี้

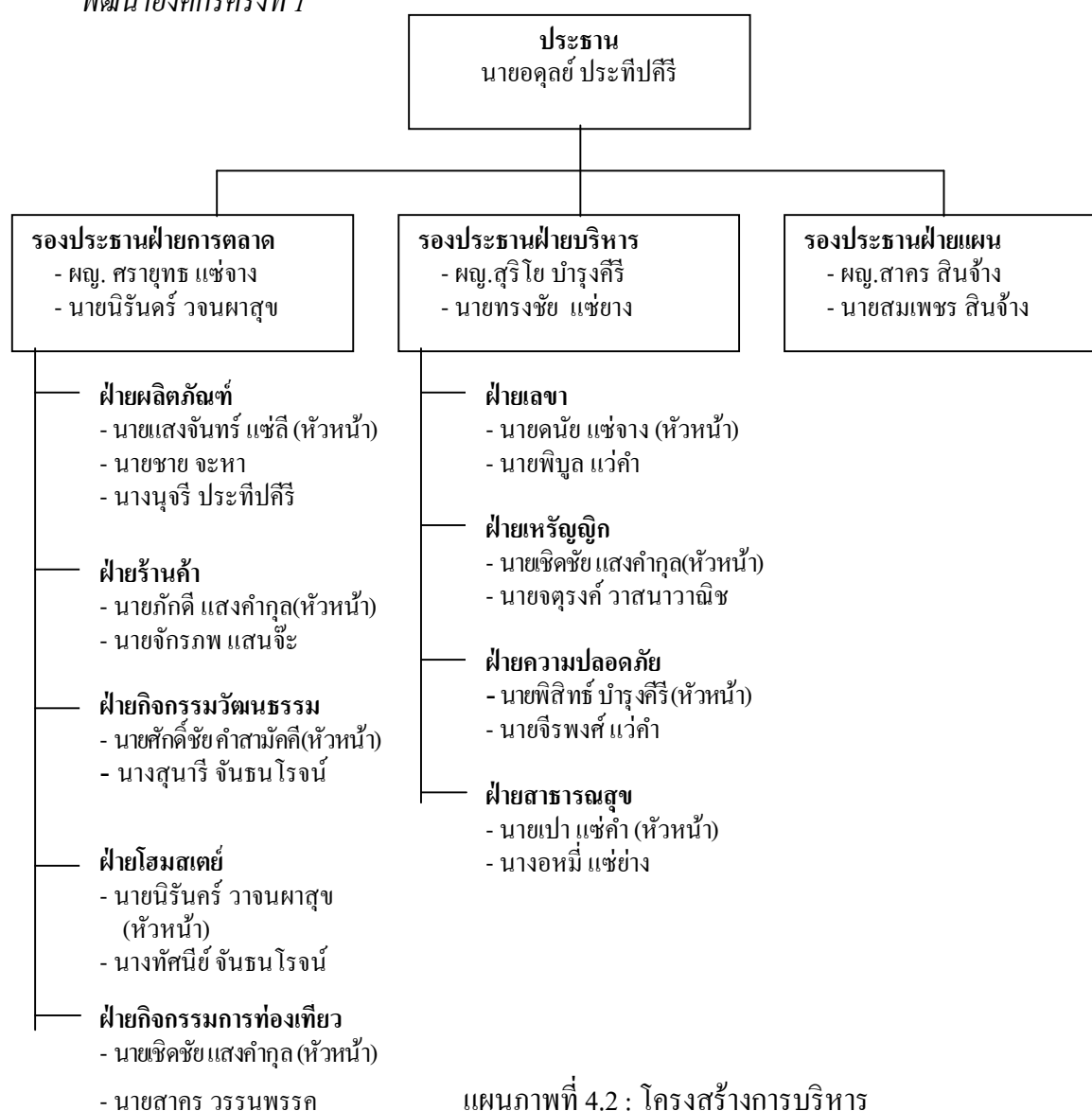


แผนภาพที่ 4.1 : ศูนย์อำนวยการการท่องเที่ยวบ้านเล้าลือ เล้าเน้ง และเพชรคำ

1.4 ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนที่ผลสำเร็จทั้งภายในและภายนอก จังหวัด หลังจากการศึกษาดูงาน ที่บ้านภูทับเบิก อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ บ้านแสงดาว หมู่ 4 จังหวัดสุโขทัย คอยปุย จังหวัดเชียงใหม่ และ บ้านขุนกลาง คอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ชุมชน ได้สรุปประสบการณ์จากการศึกษาดูงาน มาพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

1.5 การพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาองค์กรครั้งที่ 1 ชุมชนได้นำเอาโครงสร้าง ศูนย์อำนวยการการท่องเที่ยวบ้านเล้าลือ เล้าเน้ง และเพชรดำ มาทบทวน ปรับรูปแบบโครงสร้างองค์กรใหม่ ใช้ชื่อกลุ่มใหม่ว่า กลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ดังนี้

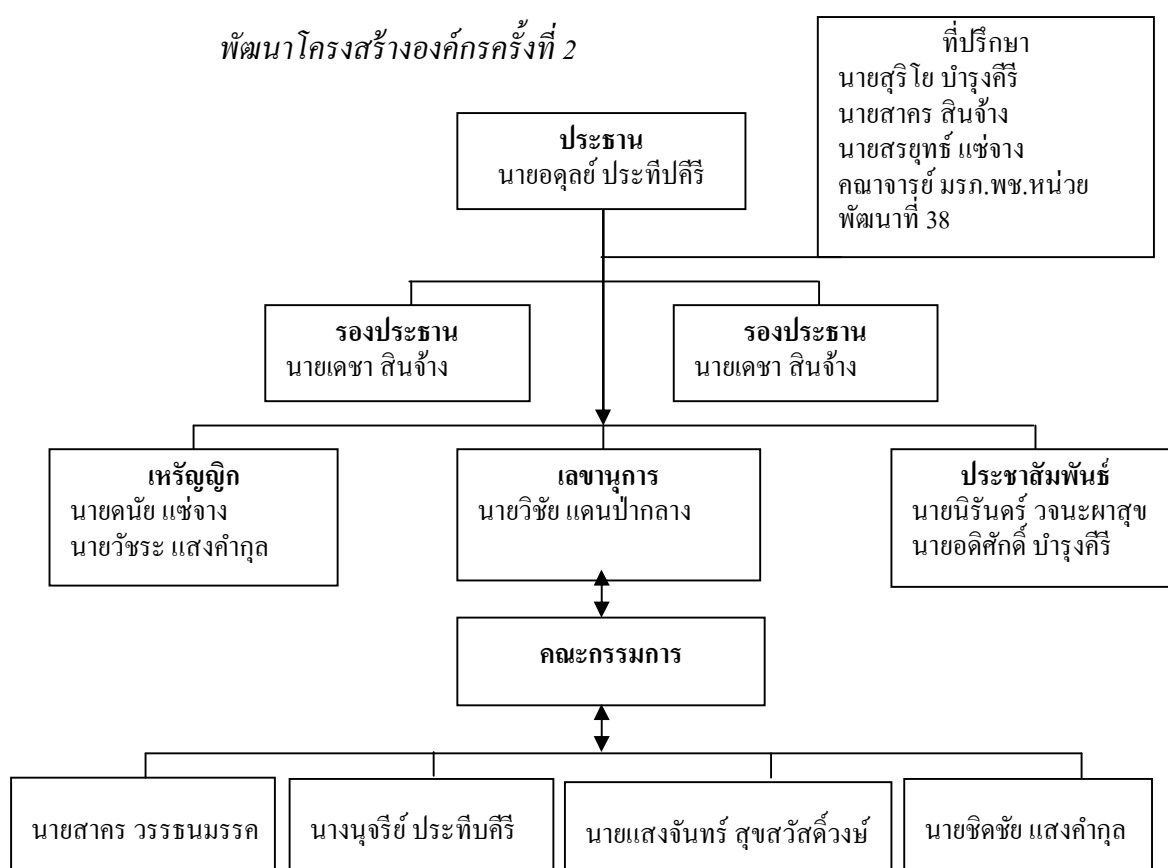
พัฒนาองค์กรครั้งที่ 1



แผนภาพที่ 4.2 : โครงสร้างการบริหาร

กลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า

การพัฒนาองค์กรครั้งที่ 2 หลังจากการไปศึกษาดูงานชุมชนได้ประชุมทบทวนปรับโครงสร้างองค์กรอีกครั้ง และได้กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และพันธกิจ ดังนี้ **วิสัยทัศน์** : เกษตรปลอดภัย เติบโตอย่างยั่งยืน วัฒนธรรมคงอยู่ หมู่บ้านน่าเที่ยว **เป้าหมาย**: หมู่บ้านเล่าลือ หมู่บ้านเล่าเน้ง และหมู่บ้านเพชรคำ มีพื้นที่ดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวิถีและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ประกอบด้วยตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ลานการแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน อาคารพิพิธภัณฑ์แสดงนิทรรศการวิถี 4 ชนเผ่าแบบมีชีวิตและไม่มีชีวิต อาคารผลิตผ้าทอและหัตถกรรมท้องถิ่น สวนไม้ดอกไม้ประดับ และสวนสมุนไพร ชา กาแฟ **พันธกิจ** : 1) ชาวบ้านลดเลิกการใช้สารเคมี หันมาใช้สารอินทรีย์ 2) ส่งเสริมชุมชนผลิตพืชผักผลไม้เพื่อการท่องเที่ยว 3) ในชุมชนร่วมกันสร้างภูมิทัศน์ให้สวยงาม 4) ทำถนนคนเดิน 5) พื้นฟู อนุรักษ์ และรักษาวัฒนธรรม 4 ชนเผ่าให้คงอยู่ 6) จัดการบ้านพักให้เป็นโฮมสเตย์ 7) อนุรักษ์และพัฒนาป่าชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ 8) พัฒนาพื้นที่และเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และ 9) นำทุนเดิมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นสินค้าการท่องเที่ยว และ 10) ชาวบ้านลดเลิกการใช้สารเคมี หันมาใช้สารอินทรีย์



แผนภาพที่ 4.3: โครงสร้างองค์กรกลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ ฝ่ายบริหารประกอบด้วยประธาน รองประธาน มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย วางแผน กำกับดูแล ควบคุม และบริหารจัดการทุกระบบงาน แล้วมอบหมายให้หัวหน้ากรรมการฝ่ายรับไปดำเนินการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการผลิต การตลาด และประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ฝ่ายทรัพยากร มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการเงิน การบัญชี ส่งเสริมพัฒนา ฝ่ายเลขานุการ มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับประสานงานระหว่างคณะกรรมการกับองค์กรภายในและภายนอกองค์กร จัดประชุมและฝึกอบรม คณะกรรมการ มีหน้าที่ดำเนินการตามแผนและนโยบายของฝ่ายบริหาร และ ที่ปรึกษา มีบทบาทหน้าที่ให้คำปรึกษาและให้การแนะนำในการดำเนินงาน กิจกรรมการจัดการองค์กรธุรกิจชุมชน

1.6 องค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนปฏิบัติการตามบทบาทหน้าที่ เมื่อชุมชนได้จัดโครงสร้างองค์กรเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนแล้ว ได้ดำเนินกิจกรรมการสร้างเครือข่ายกับองค์กรภาครัฐและเอกชน ดังนี้

1) ร่างกฎระเบียบของกลุ่ม ผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิกต้องเป็นคนในพื้นที่หมู่บ้าน เล้าลือ เล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ หรือบุคคลที่คณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นสมควรที่จะอนุญาตให้ร่วมในกิจกรรมได้เป็นกรณี ๆ ไป ผู้สมัครเป็นสมาชิกต้องถือหุ้นอย่างน้อย 1 หุ้น แต่ไม่เกิน 10 หุ้น หุ้นราคาหุ้นละ 100 บาท จะปันผลหุ้นเมื่อสิ้นปี และมีกำไรจากการดำเนินกิจกรรมเท่านั้น คณะกรรมการจะดำรงอยู่ในตำแหน่งวาระละ 2 ปี หุ้นสามารถเป็นมรดกตกทอดได้ การพ้นจากสมาชิกภาพ ได้แก่ การลาออก การเสียชีวิต และผิดกฎระเบียบ ของกลุ่ม สมาชิกต้องให้ความร่วมมือในกิจกรรมของกลุ่ม กำไรจากการดำเนินกิจกรรมในรอบปีแยกเป็น ปันผลให้สมาชิก 50% (ส่งเสริมกิจกรรมของกลุ่ม 20 สมทบกองทุนของกลุ่ม 20% สนับสนุนกิจกรรมของชุมชน 10 % และ สนับสนุนกิจกรรมของชุมชน 10%) และคณะกรรมการทำประชาคมการสมัครเป็นสมาชิกและค่าหุ้น

2) ทำหนังสือถึงศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์เรื่องการขอใช้พื้นที่ศูนย์สงเคราะห์ชาวบ้านเพชรดำ เพื่อเป็นที่ทำการของ คณะวิจัยเข้าร่วมประชุมกับศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2555 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว ได้รับเชิญให้เข้าประชุม เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชนเผ่า ในตำบลเจ๊กน้อย บ้านภูทับเบิก บ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ ที่ประชุมเห็นด้วยกับโครงการวิจัย เรื่องการพัฒนารูปแบบองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ และกำหนดวันประชาคมในชุมชนบ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 การประชาคมชุมชนบ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 มีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนระดับอำเภอและระดับจังหวัดเข้าร่วมประชุม มีรองผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และอนุญาตให้กลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ใช้พื้นที่ในการดูแลของศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ได้

3) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกับกลุ่มอาชีพวิถีและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ในการพัฒนาท้องถิ่น ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัด

1.7 ประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร

พลังชุมชนได้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว หลังจากการทำประชาคมเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 สามารถประเมินได้จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นดังต่อไปนี้

1) กลุ่มอาชีพวิถีและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ได้ร่วมกับหน่วยงานพัฒนาสังคม หน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ เขียนโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหลายโครงการ เพื่อนำเสนอของบประมาณในระดับจังหวัดและระดับประเทศในโอกาสที่คณะรัฐมนตรีจะสัญจรมา จังหวัดเพชรบูรณ์

2) รองผู้ว่าราชการจังหวัดและคณะ คณะกรรมการกลุ่มอาชีพวิถีและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ได้สำรวจพื้นที่บริเวณตั้งศูนย์และพื้นที่ที่จัดภูมิทัศน์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดกล่าวว่าได้จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน 4 ชนเผ่า ไว้แล้ว 2 ล้านบาท เช่น จะจัดหาต้นนางพญาเสือโคร่งที่โตพร้อมออกดอกแล้วมาปลูกในหมู่บ้าน เส้นทางท่องเที่ยว ป่าชุมชน และพื้นที่ที่เหมาะสม เป็นต้น

3) หน่วยงานพัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ไปศึกษาดูงานการจัดการโฮมสเตย์ การทำไร่นา และไร่องานแฟ ที่จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และจังหวัดน่าน

4) บริษัท เขาค้อ วินด์ฟาวเวอร์ จำกัด (บริษัทสัมปทานการผลิตไฟฟ้ากังหันลม ที่บริเวณเขาหลังถ้ำ ตำบลทุ่งสมอและบ้านเพชรดำ) ได้พาผู้นำและตัวแทนชุมชนไปศึกษาดูงานเกี่ยวกับพลังงานไฟฟ้าที่เขื่อนภูมิพล โรงไฟฟ้าแม่เมาะ และ การปลูกกาแฟที่ดอยช้าง

2. ผลการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าลีซอ

2.1 ผลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากกระบวนการวิจัยสามารถพัฒนาชาวบ้านให้สามารถพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนได้สามารถดำเนินการดังต่อไปนี้

1) จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน มีกิจกรรมดังนี้ ศึกษาบริบทและศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้หาแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนที่ประสบผลสำเร็จทั้งในและนอกจังหวัด และ กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน

2) ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกจังหวัด เพื่อให้ชุมชนสามารถนำความรู้มาดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนได้ แหล่งศึกษาดูงานคือ บ้านทัพเบิก อ.หล่มเก่า จ.เพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน บ้านแสงดาว หมู่ 4 จังหวัดสุโขทัย เพื่อศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก คอยบุญ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน และ บ้านกลางหลวง คอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ของชนเผ่า

2.2 ผลการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเพชรดำ ชุมชนสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวได้ ดังต่อไปนี้

1) กำหนดรูปแบบการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน เป็นรูปแบบวิสาหกิจเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน ดำเนินการธุรกิจได้ 3 ลักษณะคือ ลักษณะธุรกิจแบบที่ 1 ภาครัฐ: ชุมชน ร่วมกันดำเนินการ ลักษณะธุรกิจแบบที่ 2 เครือข่าย : ชุมชนร่วมกันดำเนินการ และ ลักษณะธุรกิจแบบที่ 3 ภาครัฐ : เครือข่าย : ชุมชนร่วมกันดำเนินการ

2) กำหนดสถานที่ตั้งตลาด พื้นที่ลานค้า/ตลาดถนนคนเดิน เริ่มตั้งแต่ถนนหน้าศาลเจ้าไปบรรจบกับเส้นทางขึ้นไปก้งหันลม และถนนทางไปตลาดทุ่งสมอ

3) สร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินการธุรกิจ ที่ประชุมเห็นว่าควรสร้างเครือข่ายร่วมดำเนินธุรกิจ กับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนข้างเคียง ได้แก่ หน่วยงานพัฒนาสังคมและสวัสดิการบนพื้นที่สูงหน่วยที่ 38 และ ชุมชนบ้านเล่าลือ 3) ชุมชนบ้านเล่าเน้ง

4) พัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ในช่วงระยะการดำเนินการวิจัย ชุมชนได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้ พัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน ชาวบ้านเข้าอบรม การทำโคมไฟไม้ไผ่ โดยนำเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่ามาประกอบไม้ไผ่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้เป็นเครื่องตกแต่งบ้านกับอาจารย์มานะ อินทร์พรมมี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ กลุ่มแม่บ้านทำกระเป๋าย่ามลีซอ พัฒนาการเกษตรในการปลูกชาและกาแฟ โดยทีมวิจัยร่วมกับศูนย์วิจัยจังหวัดเพชรบูรณ์ให้การอบรมเกี่ยวกับการปลูกกาแฟ และ บริษัทเขาค้อวินพาวเวอร์พาตัวแทนชาวบ้านไปศึกษาดูงานที่อำเภอแม่เมะจังหวัดลำปาง และคอยช้าง จังหวัดเชียงราย ชาวบ้านเพาะต้นกล้าดอกนางพญาเสือเืองปลูกตามเส้นทางในหมู่บ้าน และชาวบ้านร่วมกับอาจารย์ปัญญา เทียนนาวา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ กำหนดเส้นทางจักรยานเสือภูเขา

3. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า

3.1 ผลการศึกษาบริบทที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชนเผ่าบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

3.1.1 ชาวเขาเผ่าลีซอ

1) การแต่งกาย

ชาวเขาเผ่าลีซอแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีสดใสเข้ากับท้องฟ้าสีคราม และป่าเขาที่ล้อมรอบตัว เครื่องแต่งกายของผู้หญิง และผู้ชาย มีดังนี้ ผู้หญิงนุ่งกางเกงยาวจากว้างคลุมเข่าสีดำ ผู้ชายใส่กางเกงทรงเดียวกับผู้หญิงแต่เป็นสีเขียว สีฟ้า หรือสีน้ำเงิน ผู้หญิงสวมเสื้อคลุมทับตัวยาว แขนยาว คอป้าย แต่งขอบด้วยแถบริ้วสีสดใส ผู้ชายใส่เสื้อแขนยาวทรงกระบอก คอป้าย สีดำ ทั้งหญิงและชายใส่ปลอกขาหรือผ้าพันแข้ง ผ้าพันเอวของผู้หญิงสีดำส่วนของผู้ชายสีแดงหรือเขียว ผู้หญิงใส่ต่างหูเงินสองข้างแต่ผู้ชายใส่ข้างเดียว ผู้หญิงจะใส่สร้อยคาง ใช้ผ้าโพกศีรษะเช่นเดียวกับผู้ชาย และใส่หมวกประดับด้วยพู่ ลูกปัด และเหรียญ เสื้อของผู้หญิงและผู้ชายที่สวมใส่ในงานพิธีหรืองานฉลอง ตกแต่งส่วนหน้าอกและแผ่นหลังด้วยเหรียญรูปและกระดุมเงินเพื่อเพิ่มความสวยงามและมีค่า ถ้าเป็นเงินแท้มักมีค่ามากสามารถใช้ไปเป็นหลักทรัพย์ได้ และมีของประดับอีกอย่างคือ “หาง” ใช้ทั้งชายและหญิง (ยกเว้นชายชรา) หางนี้ลักษณะคล้ายเชือกแต่ทำด้วยผ้า เย็บด้วยมือ เป็นเส้นเล็ก ๆ ประมาณ 220 เส้นต่อคน ผูกห้อยไว้ข้างหน้าและข้างหลัง มีหลายสี ผู้ชายมักจะสะพายย่ามผู้หญิงก็สะพายได้

2) การสร้างบ้าน

ชาวลีซอจะสร้างบนไหล่เขาสูง เมื่อเลือกพื้นที่ตั้งหมู่บ้านได้แล้วชาวบ้านจะช่วยกันสร้างศาลเทพเจ้าประจำหมู่บ้านก่อนสิ่งอื่น (อาปาโหมฮิ) เพื่อให้คุ้มครองชุมชนให้อยู่เย็นเป็นสุข บ้านจะสร้างเหลื่อมกัน ไม่ให้ประตูบ้านตรงกัน เชื่อว่าเคราะห์ร้ายจากบ้านหนึ่งจะเข้าบ้านตน บ้านผู้อาวุโสจะสร้างในพื้นที่ต่ำกว่าผู้มีอายุน้อยกว่า ปัจจุบันมีทั้งบ้านแบบโบราณและบ้านปูนสำหรับบ้านโบราณมีอยู่ 2 แบบ คือ บ้านติดดิน “เมซา ฮิ” และบ้านยกพื้น “กะฉ่าฮิ” ส่วนสำคัญภายในบ้านแบบโบราณ เมซาฮิ มีดังนี้ มีประตูเข้าบ้านด้านหน้าเพียงประตูเดียว หิ้งบูชาบรรพบุรุษ เตาไฟ 2 เตา เตาไฟเล็ก (เตาสามขา) ที่ทำอาหารประจำวัน เป็นที่อยู่ของผีเตา และเตาไฟใหญ่ ที่ทำด้วยดินปั้นก่อขึ้นมา สำหรับตั้งกระทะใบบัวต้มอาหารหมู หรือไว้ทำอาหารเวลาจัดงานใหญ่ ชั่นวางอุปกรณ์ทำอาหาร มีแคร่สำหรับรับแขก โต๊ะรับประทานอาหาร ห้องนอน ระหว่างผู้ใหญ่และหนุ่มสาวจะกันเป็นสัดส่วน

3) การบริโภค

ชาวเขาเผ่าลีซอบริโภคข้าวข้าวและพืชผักเป็นอาหารหลัก ส่วนเนื้อสัตว์จะได้บริโภคในงานพิธีกรรมและงานฉลองเทศกาล ทุกบ้านจะปลูกข้าวไว้กินตลอดปี ปลูกพืชผักไว้บริโภค ขายในหมู่บ้านและพ่อค้าคนกลาง เช่น ผักกาด พริก ฝ้าย พัก ฯลฯ ข้าวของชนเผ่าลีซอเป็นข้าวไร่ เมล็ดสั้น อ้วน ร่วนไม่มียาง มีรสมัน การปลูกจะใช้ไม้ไผ่ปลายแหลมกระทุ้งดินแล้วเอาเมล็ดข้าวหยอด พันธุ์ข้าวที่ลีซอปลูก ได้แก่ ข้าวแดง (ย่าซีซี) มีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ ป้อมใหญ่ เป็นพันธุ์หนัก และป้อมเล็กเป็นพันธุ์เบา ข้าวเขียว (ย่างีลี) มีสองสายพันธุ์เหมือนกับข้าวแดง ข้าวลาย (ยา-เยีย-ແລະ) มีลักษณะป้อมใหญ่มีลาย เป็นพันธุ์หนัก ข้าวขาว (เชียงราย) (ยา-ฟี่-ฟี่) มีลักษณะเรียวยาว เป็นพันธุ์เบา ข้าวจ๋า (จะ-ล่า-จา) มีลักษณะเรียวยาว เป็นพันธุ์เบา ข้าวหอมมะลิขาว (ยา-เคีย-เคีย) ข้าวหอมมะลิลาย (เคีย-เคีย-เยีย-ແລະ) มีลักษณะเมล็ดใหญ่และยาว ข้าวไร่ใช้เวลาประมาณ 4-5 เดือน พันธุ์หนักและพันธุ์เบาจะมีช่วงเวลาการปลูกแตกต่างกันดังนี้ พันธุ์เบา เตรียมพื้นที่ตั้งแต่ต้นเดือนเมษายน เป็นต้นไป เริ่มปลูกเดือนมิถุนายน เก็บเกี่ยว กลางเดือนตุลาคม พันธุ์หนัก เตรียมพื้นที่ตั้งแต่ต้นเดือนเมษายน เป็นต้นไป เริ่มปลูกเดือน พฤษภาคม เก็บเกี่ยวเดือน พฤศจิกายน ระยะเวลาการปลูกรวม 150 วัน การปลูกจะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับฝน หากฝนมาช้าก็ปลูกช้า ฝนมาเร็วก็ปลูกเร็ว พอถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ก่อนขนข้าวขึ้นยุ้งฉาง จะมีพิธีกรรมเรียกขวัญข้าวไปอยู่ที่ยุ้งฉาง ในเดือนพฤศจิกายนชาวลีซอแต่ละบ้านจัดวันกินข้าวใหม่ เพื่อขออนุญาตพรจากคนเฒ่าคนแก่ ให้ผู้อาวุโสได้กินข้าวใหม่ก่อน พิธีกรรมเริ่มจากเจ้าบ้านทำพิธีเซ่นไหว้ผีบรรพบุรุษ เสร็จแล้วเชิญผู้อาวุโสมานั่งล้อมวงที่โต๊ะอาหาร เจ้าภาพส่งขามข้าวใหม่ผสมเผือก มัน เนื้อหมูตัว 2 ชิ้น และเหล้า แจกแต่ละคนรับไว้แล้วคืนทุกอย่างให้เจ้าบ้านอย่างละครึ่ง จากนั้นให้ผู้อาวุโสหนึ่งคนนำกล่าวอวยพร พออวยพรเสร็จให้ผู้อาวุโสเริ่มรับประทานก่อน แล้วผู้อื่นตาม

ชาวลีซอรับประทานอาหารรสจัด ด้มผักจะปรุงรสด้วยเกลือ สำหรับข้าวเป็นโตกไม้ นั่งบนตั่งหวาย ใช้ตะเกียบพวยข้าว ดื่มน้ำร้อนๆไม่ดื่มน้ำดิบ ดื่มเหล้าข้าวโพดในงานพิธี มีน้อยคนที่สูบบุหรี่สมัยก่อนทุกคนเคี้ยวหมากปากเประจอนฟันดำ ปัจจุบันมีเพียงคนแก่ที่เคี้ยวหมาก ชาวลีซอชอบอาหารรสจัด ด้มหมูใส่ผักกาด ปรุงรสด้วยเกลือ เนื้อไก่และหมูนานๆบริโภค นิยมล่าสัตว์ป่ามาทำอาหาร สำหรับจะเป็นโตก (ถาดไม้มีขาตั้ง) นั่งบนตั่งหวาย ใช้ตะเกียบพวยข้าว และดื่มน้ำชาร้อนๆ ดื่มเหล้าข้าวโพดในงานพิธีและเทศกาลต่างๆ คนแก่ชอบเคี้ยวหมาก เครื่องดื่ม ดื่มเหล้าข้าวโพดและดื่มเหล้าหนักในเทศกาลปีใหม่ การทำเหล้าข้าวโพดของเผ่าลีซอ นำเมล็ดข้าวโพดไปต้มให้สุกแบบไม่รินน้ำทิ้ง ไปผึ่งเย็นแล้วนำไปคลุกกับแป้งเชื้อเหล้าที่คั่วบด ตักใส่ถุงพลาสติกมัดปากถุงให้แน่นอากาศไม่เข้า หมักไว้ 1 อาทิตย์ แล้วเอาไปกลั่น สำหรับการถนอมอาหาร ชนเผ่าลีซอมีวัฒนธรรม

การถนอมอาหาร ที่ถนอมไว้นาน ๆ ได้แก่ เนื้อตาก หมูส้ม ไส้กรอก ผักตากแห้ง ผักกาดเขียวปลี
 ดอก หน่อไม้ดอง และขนมข้าวปุ้น

3.1.2 ชาวเขาเผ่าม้ง

1) การแต่งกาย

(1) เครื่องแต่งกาย

การแต่งกายของชาวม้งแตกต่างกันตามเอกลักษณ์เผ่า ดังนี้ ม้ง
 ดำ หรือ ม้งน้ำเงิน ม้งเขียว หรือม้งลาย “(น) “ม้งจั่ว” ผู้ชายสวมกางเกงดำเป๋ายาวตัวโคร่งปลายขา
 แคบรัดข้อเท้า พันผ้าคาดเอวสีแดง รัดเข็มขัดเงินทับบนผ้าคาดเอว ใส่เสื้อเอวสั้นเปิดหน้าท้อง
 แขนยาว ผ่าหน้า ปีกลายที่ปลายแขนชายเสื้อและสาบน้า สวมหมวกสีดำ ไม่มีปีก ปลายแหลมของ
 หมวกประดับด้วยภูสีแดง ส่วนผู้หญิงนุ่งกระโปรงจีบรอบตัวผ่าหน้า มีลวดลายเป็นลายปักและลาย
 เขียนเทียน การตัดเย็บกระโปรงแยกเป็นสามชั้นเย็บต่อกัน ชั้นตระโพกบนเป็นสีขาว (จั้นบน) ชั้นตระ
 โพกล่าง (จั้นกลาง) เป็นผ้าเขียนเทียน ชายกระโปรง (จั้นล่าง) เป็นผ้าปักมือลายต่าง ๆ และกั้นด้วยผ้า
 ริมบันหลากสี สวมเสื้อสีดำ แขนยาว ข้างหลังมีปกเสื้อแบบปกทหารเรือปักลายมือเต็มแผ่นกั้นด้วยผ้า
 ริมบันหลากสีเป็นขอบ และเอวด้านที่ปักลวดลายไว้ด้านใน ตัวเสื้อยาว ปักลายริมแขน ชายเสื้อและ
 สาบน้า มีผ้าปิดแหวกหน้ากระโปรง (เซ้) ความยาวถึงหน้าแข้งกว้างประมาณ 20-25 เซนติเมตร ปัก
 มือกั้นด้วยผ้าริมบันหลากสี มีผ้าพันแข้งสีขาวหรือสีดำประดับภูสีแดงปักริมขอบ ผู้หญิงเกล้าผมมวย
 ขนาดใหญ่ทูนไว้บนศีรษะเพื่อเทินสิ่งของใช้ผ้าพันเป็นเกี้ยววางบนผมเพื่อรองสิ่งที่เทินบนหัว

ม้งขาว “(ฮ) ม้งเดื่อว” ผู้ชายใส่กางเกงสีน้ำเงินหรือสีดำเป๋ายาวตัวโคร่งแบบเดียวกับ
 ม้งดำ ต่างกันที่ปลายขาเป็นทรงกระบอกเหมือนกางเกงขาก๊วย ใส่เสื้อตัวสั้นรัดลำตัวเปิดหน้าท้อง
 แขนยาว ปักหรือกั้นผ้าริมบันที่ปลายแขน ชายเสื้อ ริมคอ และสาบเสื้อ มีลักษณะคล้ายของม้ง สวม
 หมวกไม่มีปีกสีดำ ปลายหมวกประดับด้วยภูโหมพรสีแดง ผู้หญิงชุดอยู่บ้านเป็นกางเกงสีดำหรือสีน้ำ
 เงิน ขาวเหมือนของผู้ชาย และชุดใส่งานเทศกาลและงานพิธีต่างๆ เป็นกระโปรงจีบรอบตัวสีขาว
 แหวกหน้ายาวแค่หัวเข่า ไม่ปักลวดลาย เสื้อสีน้ำเงินดำหรือสีดำตัวยาวถึงเอว แขนยาวมีผ้าปักประดับ
 ที่ขอบแขน ริมคอ ขอบชายเสื้อ และหน้าอก มีผ้าปิดแผ่นหน้า และแผ่นหลัง (เซ้) ตัวเสื้อมีปกเหมือน
 ของม้งดำแต่ที่แตกต่างที่ม้งขาวเอาปกด้านลายปักไว้ด้านนอก

เครื่องประดับของม้งดำและม้งขาว เป็นเงิน ได้แก่ กำไลข้อมือ ห่วงคอเป็นชุดติดกัน 5
 ชั้น ต่างหู และเหรียญเงินที่ใช้ประดับเสื้อ เป็นเงินรูปหรือเงินฝรั่ง

(2) ลายผ้ามัด

ผู้หญิงทุกคนจะปักผ้าเป็น ทุกปีจะปักผ้าเพื่อแต่งเสื้อผ้าชุดใหม่ของตน สามี และบุตร เพื่อใส่ในงานปีใหม่ ลายผ้าของชาวเขาเผ่าม้ง จะปักด้วยด้าย ลายผ้าตัดปะทับสอย และลายเขียนเทียน ตามจินตนาการของแต่ละคน ซึ่งเลียนแบบจากธรรมชาติ วิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

- ลายปัก ลายปักบนพื้นผ้าของชาวเขาเผ่าม้ง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สีสันสดใสหลากหลายสี ศิลปะงานปักได้สืบทอดกันมานาน จะปักลายผ้าด้วยเส้นด้าย และวัสดุอื่น เช่น ลูกเดือย ลูกปัด ท่อนไม้เล็ก ๆ และเลื่อม ลายปักของชนเผ่าม้งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ
 - กลุ่มที่ 1 ลายปักเหยียบ ได้แก่ ลายปูภูเขา ลายแมงมุม ลายไขปลา ลายสี่ทิศ ลายแปดทิศ ลายพื้นแปด ลายพื้นปลาเล็ก ลายฝนตก ลายฝนภูเขา ลายเมล็ดฝิ่น ลายเกษรดอกฝิ่น
 - กลุ่มที่ 2 กลุ่มลายกากบาท ได้แก่ ลายสี่เหลี่ยมตั้งมุม ลายนกใหญ่ ลายแม่น้ำ ลายคน ลายม้งสามเหลี่ยม ลายขุนเขา ลายแผ่นดินแตก ลายดาวตั่งกู๋ ลายหนังสือม้ง ลายพื้นปลากากบาท ลายตานกฮูกใหญ่ ลายเมียน้อยเมียหลวง ลายมงกุฎเมียหลวง ลายดวงประทีป ลายดวงดาว ลายดาวพันดวง และลายภูเขา และ
 - กลุ่มที่ 3 กลุ่มลายสายน้ำ ได้แก่ ลายเข้าหอ ลายหมากรุกสามสี ลายม้ง สามเหลี่ยม ลายสี่เหลี่ยมตั้งมุม สำหรับ **ลายปักด้วยเส้นด้าย** ได้แก่ ลายปักเหยียบ ลายสี่ทิศ ลายพื้นปลาเล็ก ลายนกใหญ่ ลายฝนตก ลายเกษรดอกฝิ่น ลายพื้นแปด ลายฝนภูเขา ลายแปดทิศ ลายปูภูเขา ลายป่าดอกฝิ่น ลายดาวตก ลายดาวพันดวง ลายดาวตั่งกู๋ ลายหนังสือม้ง ลายฮูเจ้ ลายตานกฮูก ลายม้งใหญ่กากบาท ลายแผ่นดินแตก ลายนกใหญ่ ลายบันไดเด็ก ลายสี่เหลี่ยมตั้งมุม ลายม้งสองเมีย ลายสายน้ำ ลายม้งสามเหลี่ยม ลายมงกุฎเจ้าสาว ลายเมียน้อยเมียหลวง ลายภูเขาสูง ลายดวงประทีป ลายภูเขาสูงดอกไม้อัน ลายป่าแดง และ ลายเปิดเขา เป็นต้น

- ลายปักด้วยวัสดุอื่น นำวัสดุที่ไม่ใช่เส้นด้ายมาตกแต่งลงบนลายที่ปักด้วยเส้นด้าย ให้รูปแบบและสีสันสวยงามมากขึ้น และสื่อถึงความเชื่อต่าง ๆ ได้แก่ เหยี่ยว ลูกปัด เลื่อม เมล็ดพืช และขนนก เป็นต้น การปักด้วยวัสดุแต่ละอย่างจะบ่งบอกถึงฐานะ สถานะทางสังคม ตัวอย่างเช่น การปักด้วยเงินเหรียญรูปีอินเดีย เหรียญเงินบริสุทธิ โชโลหะเงิน จะแสดงถึงความร่ำรวยสนุกสนาน ปักด้วยลูกปัดแสดงถึงความเคารพยำเกรงต่อพิธีกรรม และการปักด้วยขนนก เกล็ดปลา มีการเพิ่มสีด้วยเลือดสัตว์ที่ใช้ในพิธีกรรมเช่นสังเวชนาต่าง ๆ การปักด้วยวัสดุอื่นไม่มีลายเฉพาะ ส่วนมากปักวัสดุลงไปบนช่องว่างระหว่างลายที่ปักด้วยเส้นด้าย เช่น กระเป๋าสะพายคู่ เหรียญรูปีอินเดีย กระเป๋าใส่เงิน ย่าม เข็มขัด สายรัดศีรษะ หมวกชาย หมวกหญิงและ เสื้อชาย

- ลายผ้าตัดปะทับสอย เป็นการตัดฉีกผ่านมาขึ้นรูปงาน โดยการใช้ด้ายสอยพับเก็บริม ไประดับไปตามรูปร่างของลายประกอบด้วย 2 กลุ่มลาย ดังนี้ *กลุ่มที่ 1 กลุ่มลายเข้ามุมเหลี่ยม* ได้แก่ ลายเขาล้อม ลายเขาเปิด ลายหมูบ้าน ลายเกี่ยวสาว ลายเกี่ยวแม่มาย ลายป่าหลง ลายหมูบ้าน ลายดอกท้อ บายหลุมเลือดคอก ลายภูเขาคู่ ลายป่าแดง เป็นต้น *กลุ่มที่ 2 กลุ่มลายเข้ามุมโค้ง* ได้แก่ ลายก้นหอย ลายจานก้นหอย ลายตานกฮูก ลายทะเลเดือด ลายเส้นชีวิต ลายผ้าตัดปะทับสอยเช่นเดียวกับกลุ่มงานปักมือด้วยด้ายที่มีการผสมผสานเอาลายเข้ามุมเหลี่ยมผสมกับลายเข้ามุมโค้ง ตามลักษณะเฉพาะของลาย

- ลายเขียนเทียน เป็นวัฒนธรรมของชาวม้งดำ มีการเขียนลายเส้น ลงบนผืนผ้าด้วยเทียนไข เขียนเสร็จแล้วนำไปย้อมเอาเทียนไขออก ชาวม้งดำใช้ผ้าเขียนเทียนต่อกระโปรงส่วนที่สอง (ขึ้นกลาง) ลักษณะของลวดลายเลียนแบบจากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ สายน้ำ ดวงดาว หอยเบี้ย และก้นหอย ลายโบราณก็จะมีลายก้นหอย ลายจีน และลายสาวหม้าย เป็นต้น ลายโบราณจะมีลักษณะเป็นลายรูปทรงเรขาคณิต นำมาประกอบกันให้เป็นลายต่าง ๆ มี 2 กลุ่ม ดังนี้ *กลุ่มที่ 1 กลุ่มลายดอก* ได้แก่ ลายเขี้ยว (ลายเหรียญ) ลายเขี้ยว (ลายกลีบดอกไม้ 4 กลีบ) ลายใจ (ลายใบพัด) ลายข้าวหลามตัดสี่ทิศ (ลายตั้งบ้าน) ลายข้าวหลามตัดตั้งมุมสี่ ลายดอกพังกวย ลายดอกกระจายสี่ทิศ ลายกางเขนสี่ทิศ ลายเหรียญหมาเจอ ลายแม่มายหาคู่ ลายสี่เหลี่ยมบ้านม้ง และสามเหลี่ยมบ้านม้ง เป็นต้น *กลุ่มที่ 2 กลุ่มลายแถว* ได้แก่ ลายมงกุฏ ลายเหรียญรอบ ลายภูเขาสามเหลี่ยม ลายรั้วไม้ไผ่ ลายรั้วปูน ลายช่องลม ลายเล็กฟัว (แม่มายฟัวทึง) เป็นต้น

(3) การทอผ้าใยกล้วย

ขั้นตอนการทำเส้นใยกล้วย มีดังนี้ มัดปลายต้นกล้วยเป็นกำใหญ่ ๆ นำไปตากแดด 5- 10 วัน แล้วเก็บไว้ในที่ร่ม นำต้นกล้วยไปตากน้ำค้างอีก 1 คืน เพื่อให้เปลือกกล้วยอ่อน แล้วนำมอลอกเปลือกเป็นเส้นเล็ก ๆ ยาวตลอดต้น นำเส้นใยกล้วยที่ลอกแล้วมัดรวมเป็นกำใหญ่ ๆ แล้วตากไว้ในที่ร่ม นำเส้นใยกล้วยไปตากน้ำค้างอีก 1 คืน ตอนเช้าก็นำมาดัดด้วยครกไม้ นำเส้นใยมาต่อเป็นเส้นยาว แล้วนำมาม้วนด้วยหลังมือ เป็นม้วนเล็กก่อน แล้วจึงเอาไปต่อเป็นม้วนใหญ่ (นิยมต่อเส้นใยในฤดูฝน เพราะเส้นใยจะอ่อนนุ่มทำให้ต่อง่าย) นำเส้นใยม้วนใหญ่ไปแช่น้ำในภาชนะแล้วกรอเข้าหลอด นำเส้นใยที่กรอใส่หลอดแล้วไปขึ้นไม้กากบาท และตากให้แห้ง มัดเส้นใยที่อยู่บนไม้กากบาทให้เป็นมัด แขนงไว้ในที่ร่มผึ่งไว้ ทำน้ำจี้เถ้าเพื่อนำไปต้มเส้นใยผสมจี้เถ้าหรือปูนขาวกับน้ำพอบั่นได้หมักไว้ 1 คืน จากนั้นเทน้ำใส่ในจี้เถ้าหมักปล่อยให้ตกตะกอนแล้วรินเอาน้ำจี้เถ้าใส่ถังไว้เพื่อนำมาเป็นน้ำต้มเส้นใย ต้มน้ำจี้เถ้าหมักให้เดือดนำเส้นใยใส่ลงไปประมาณ 2 หรือ 3 มัด ต้มทิ้งไว้ประมาณ 12 ชั่วโมง หรือจนเปลือกหลุดออกหมด นำเส้นใยกล้วยที่ต้มแล้วไปซักให้ขาว แล้วผึ่งในที่ร่มมีอากาศถ่ายเทได้ดี และ นำเส้นใยไปทอ

(4) การเขียนเทียน

ละลายเทียนด้วยความร้อน ใช้เครื่องเขียน (เหลาเคียะ) เลือกใช้ตามขนาดของลายเส้นที่ต้องการ เขียนลายที่ต้องการด้วยดินสอก่อน แล้วใช้เครื่องเขียนจุ่มลงในน้ำเทียนที่กำลังร้อน นำมาเขียนตามลายบนผืนผ้า เมื่อเขียนลายเสร็จก็นำไปย้อมสี

(5) การย้อมสีผ้าทอโยกัญชง

เชื่อว่าน้ำย้อมผ้านั้นมีจิตวิญญาณ ห้ามไม่ให้หญิงที่เป็นประจำเดือนหรือหญิงมีครรภ์เข้ามาใกล้บริเวณที่ย้อมผ้า หากเข้าใกล้เส้นสีจะตายย่อมไม่ผิด ขณะทำน้ำย้อมต้องมีสมาธิและทำด้วยใจมุ่งมั่นจริงๆ มีขั้นตอน ดังนี้ ตัดต้นครามมาแช่น้ำประมาณ 2-3 วัน นำน้ำครามมาผสมกับจี๊เถ้าและเหล้าขาว 2-3 ถัง หรือ 1 อาติศย์ รินน้ำใสออก เหลือเพียงน้ำคราม นำผ้าแช่ลงในน้ำคราม 1 ชม. นำผ้าที่แช่แล้วไปตากแดด 3 วัน นำผ้านั้นมาแช่น้ำคราม อีกครึ่งชั่วโมง ทำเช่นนี้ 3 ครั้งใน 1 วัน นำผ้าที่ย้อมแล้วไปแช่ในน้ำข้าวที่อุ่น ทิ้งไว้ 30 นาที แล้วตากแดด นำผ้าที่ตากแดดแล้วไปตากน้ำค้างอีก 1 ถัง แล้วนำผ้าไปทรีดให้เรียบ

2) การสร้างบ้าน

ชาวเขาเผ่าม้งจะตั้งถิ่นฐานบนเขาสูงเป็นป่าสมบูรณ์ จะสร้างบ้านอยู่ในละแวกเดียวกันเป็นกลุ่มเครือญาติ แบบบ้านมี 3 แบบ คือ แบบม้งโบราณ แบบไทยสร้างด้วยปูน หลังคามุงสังกะสีหรือกระเบื้อง และ แบบผสมระหว่างแบบม้งโบราณกับแบบบ้านไทย ลักษณะแบบบ้านม้งโบราณจะสร้างด้วยวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ตัดต้นไม้มาทำเป็นเสาบ้าน โครงหลังคาบ้านทำด้วยไม้ไผ่ ฝาบ้านและประตูใช้ไม้ไผ่สับเป็นฟาก และสานขัดแตะ ส่วนหลังคาบ้านก็จะใช้หญ้าคาถักเป็นตับ หรือใช้ใบก้อใบเหี่ยว เย็บเป็นตับๆ รูปแบบของบ้านจะมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดประมาณ 8 x 10 เมตรไม่มีหน้าต่าง บ้านม้งชาวมีประตู 2 ประตู ประตูหน้าเป็นประตูหลัก การทำพิธีกรรมต่างๆ จะเข้าประตูนี้ เช่น พิธีกรรมล้อมขวัญ เลี้ยงทวยโชคลาภในการทำมาหากิน ส่วนพื้นบ้านเป็นดินใต้หลังคาบ้าน ด้านซ้ายของประตูหลักจะเป็นห้องนอนของพ่อ-แม่ ถัดไปก็จะเป็นห้องนอนของลูกๆ โดยยกแคร่ไม้ไผ่เป็นเตียงนอน พื้นที่ด้านขวาเป็นห้องพักผ่อน เก็บเมล็ดพันธุ์พืช และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ พื้นที่ส่วนตรงกลางบ้านจะมีเตาไฟเล็ก (ขोजู) ใช้หุงหาอาหารหรือจิบน้ำชายามพักผ่อนคุยกัน ของคนในบ้านหรือแขก พื้นที่ด้านหลังใกล้ประตูของตรงตั้ง (ประตูด้านหลัง) จะเป็นที่ตั้งเตาไฟใหญ่ (ขอส่อ) พร้อมเครื่องครัวหุงหาอาหารประจำวันของครอบครัว ส่วนยุงข้าวและที่เก็บฟืนปลูกต่อชายคาออกมาด้านขวา พื้นที่รอบบ้านจะปลูกผักสวนครัวและสมุนไพร ส่วนเล้าไก่ และเล้าหมูจะอยู่บริเวณพื้นที่ส่วนหลังของบ้าน

3) การบริโภค

ชาวม้งบริโภคพืชผักและข้าวเจ้าเป็นอาหารหลัก เป็นข้าวไร่ที่ปลูกเอง ส่วนข้าวเจ้าที่เป็นข้าวที่สะท้อนภูมิปัญญา คือ ข้าวใหม่มี เป็นข้าวที่ทำขึ้นเพื่อขอบคุณบรรพบุรุษที่คลบน้าคาให้การทำนาได้ผลอุดมสมบูรณ์ พืชผักนั้นหาได้จากป่าและปลูกเองตามไร่ นา และในพื้นที่บริเวณบ้าน เนื้อสัตว์ไม่ได้บริโภคเป็นอาหารหลัก จะนำมาทำพิธีกรรม เช่น หมูและไก่ บริโภคเนื้อสัตว์ทุกชนิด แต่ไม่กินเครื่องใน ชาวม้งรับประทานอาหาร 3 มื้อ เป็นอาหารประเภทต้ม ผัด น้ำพริก ผักต้ม ไพรสดจิ้มเกลือและลาบ เช่น ต้มจืดจะต้มน้ำให้เดือดแล้วใส่ผักลงไปปรุงรสด้วยเกลือ หากใส่เนื้อสัตว์ก็จะคั่วเนื้อสัตว์กับน้ำมันหมูเล็กน้อย เติมน้ำต้มให้เดือดใส่ผักตามลงไป ปรุงรสด้วยเกลือ ผัดผักจะใส่น้ำมันหมูและน้ำเล็กน้อยตั้งไฟให้ร้อนแล้วใส่ผักลงไป แล้วคั่วปรุงรสด้วยเกลือ ส่วนข้าวเหนียวและข้าวโพดใช้ทำขนมและเหล้า ชาวม้งจะดื่มเหล้าเฉพาะงานพิธี การถนอมอาหารมี 2 วิธี การตากแดด และการหมักดอง การถนอมอาหารประเภทเนื้อสัตว์ เช่น เก็บเนื้อหมูไว้บริโภคตลอดปี โดยการเจียวมันหมู เอาเนื้อหมูลงคั่ว นำเนื้อหมูแช่ลงในน้ำมันหมู ใส่เกลือลงไป ปริมาณมากเพื่อกันไม่ให้เน่า แล้วอัดใส่ไหเก็บไว้ได้เป็นปี เวลาเอามากินจะนำเนื้อหมูมาต้มให้เปื่อย ใส่ผักกอกหมูหรือเนื้อตากแห้งแขวนไว้บนช้อน เนื้อย่างแขวนไว้เหนือเตาไฟ ตัดกินทีละน้อย เก็บไว้ได้นาน ส่วนขนมทำจากแป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวโพด และแป้งข้าวเจ้าผสมกับน้ำตาล แล้วนำมาปิ้ง ในวันเทศกาลปีใหม่จะนิยมทำขนม หยั หรือจั่วจะ อาหารม้งมีการใช้สมุนไพรพื้นบ้านประมาณ 13 ชนิด ซึ่งมีสรรพคุณในด้านแก้ไข้ใน บำรุงกำลัง แก้ปวดท้อง แก้ปวดเมื่อย และบำรุงเลือด อาหารม้งที่เป็นที่รู้จักในหมู่คนไทย ได้แก่ 1) ต้มไก่สมุนไพร วิธีทำ ต้มน้ำให้เดือด ใส่ไก่สับเป็นชิ้นพอคำ ใส่สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ปรุงรสด้วยเกลือ รับประทานกับข้าวสวย 2) น้ำพริกผัก วิธีทำ พริกสดโขลก ใส่มะเขือเทศและต้นหอมซอยโขลกผสมลงไป ปรุงรสด้วยเกลือ โรยใบผักชี รับประทานกับข้าวสวย 3) ข้าวใหม่มี วิธีทำ เก็บเกี่ยวข้าวที่เริ่มจะแก่ หมายถึงต้นข้าวที่รวงข้าวเริ่มโน้มลง ปลายรวงข้าวเริ่มเหลือง นำมานวดให้ร้อนหลุดออกจากรวงเป็นข้าวเปลือก นำข้าวเปลือกมาคั่วจนเมล็ดข้าวแข็ง นำมาตากลมเย็นแล้ว นำมาตำด้วยครกกระเดื่อง ร่อนหรือผัดเปลือกข้าวให้เหลือเป็นข้าวสาร นำมาหุงเกือบสุก แล้วทำให้สะเด็ดน้ำ จากนั้นนำมานึ่งในลังถึงจนสุก ตัก รับประทานเป็นข้าวสวย ข้าวใหม่มีจะมีคุณสมบัติพิเศษคือมีกลิ่นหอมและเมล็ดเหนียวนุ่ม น้ำข้าวเอาไว้มักรับประทาน พิธีกินข้าวใหม่มีมีขั้นตอนดังนี้ จัดตั้งโต๊ะอาหาร พร้อมข้าวใหม่เตรียมไว้ เจ้าภาพจะทำพิธีเรียกบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว มาร่วมกินข้าวใหม่ก่อน เชิญแขกผู้ใหญ่ และญาติพี่น้องที่มานั่งประจำโต๊ะอาหาร เชิญแขกผู้ใหญ่ในโต๊ะอาหาร อาจมีใครคนใดคนหนึ่งยืนขึ้นเพื่อกล่าว ขอบคุณและอวยพรให้แก่เจ้าภาพ หลังกล่าวขอบคุณและอวยพรแล้ว เชิญแขกที่มาร่วมงาน ร่วมรับประทานอาหารข้าวใหม่ตามอัธยาศัย

สายพันธุ์ข้าวม้งนั้นจะมีการช่วยเหลือกันและกันทำงานเรียกว่า การลงแขก ที่ทุกคนจะลง
 ทั้งแรงกายแรงใจที่มีอยู่ สายพันธุ์ข้าวม้ง มีดังนี้ **สายพันธุ์ที่ 1: เรียกว่าพันธุ์แป้ลจาว** (nplej
 caus) ข้าวสายพันธุ์แป้ลจาว มี 2 สายพันธุ์ คือพันธุ์เมล็ดยาวเหลือง และเมล็ดสั้นดำ นิยมปลูกเพราะ
 เป็นข้าวที่ใช้เวลาปลูกถึงเก็บเกี่ยว 90 วัน **สายพันธุ์ที่ 2 พันธุ์ข้าวแดง** ภาษาม้งเรียกว่า แป้ลล่า
 (nplej lab) ข้าวสายพันธุ์แป้ลล่านั้น มีอยู่ 3 สายพันธุ์ด้วยกัน คือ แป้ลล่าใหญ่ เมล็ดยาวใหญ่สีแดง
 น้ำตาล กลิ่นหอมอร่อย ลำต้นแข็งแรง รวงยาวมาก แต่เมล็ดไม่ค่อยดก ระยะเวลาตั้งแต่ปลูกถึงเก็บ
 เกี่ยว 120 วัน เจริญเติบโตได้ทั้งสภาพดอนและน้ำขัง คนนิยมปลูกกันน้อยเหตุผลคือให้ผลผลิตต่ำ
 สายพันธุ์แป้ลล่าเมล็ดยาว เมล็ดยาวสีแดงน้ำตาล มีกลิ่นหอมอร่อย ลำต้นแข็งแรง รวงยาว เมล็ดดก
 ให้ผลผลิตดี ความเหนียวมันของเมล็ดข้าวจะดี มอดไม่ค่อยกิน ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ปลูกจนถึงเก็บ
 เกี่ยว 120 วัน การเจริญเติบโตจะเติบโตได้ทั้งสภาพที่ดอนและที่น้ำขังคนนิยมปลูกกันมากเพราะไม่
 เลือกพื้นที่ ทนต่อโรค สายพันธุ์แป้ลล่าเมล็ดสั้น เมล็ดสั้นสีแดงน้ำตาล หอมอร่อยลำต้นแข็งแรง
 รวงยาว เมล็ดดก ให้ผลผลิตต่ำ ความเหนียวมันของเมล็ดข้าวดี ไม่ค่อยขึ้นมอด ระยะเวลาตั้งแต่ปลูก
 ถึงเก็บเกี่ยว 120 วัน การเจริญเติบโตได้ทั้งสภาพดอนและน้ำขังดีทนโรค และ ทนแล้งไม่เลือกพื้นที่
 แต่นิยมปลูกกันน้อยเพราะให้ผลผลิตต่ำ **สายพันธุ์ที่ 3 พันธุ์ข้าวขาว** ภาษาม้งเรียกว่า แป้ลเดือ (nplej
 dawb) พันธุ์แป้ลเดือนั้น มีอยู่ 2 สายพันธุ์ด้วยกัน คือ แป้ลเดือตุ้ดดำ เมล็ดยาว สีไขขาว รวงยาว ลำ
 ต้นแข็งแรง ทนลมหักข้าว เมล็ดดก ให้ผลผลิตดี หอมอร่อยความเหนียวมันของเมล็ดดี ไม่ค่อยขึ้น
 มอด ปลูกถึงเก็บเกี่ยว 120 วัน การเจริญเติบโตได้ดีต้องเป็นสภาพที่ดอนไม่ชอบพื้นที่น้ำขัง คนนิยม
 ปลูกกันมากเพราะทนแล้งไม่เลือกพื้นที่ และ แป้ลเดือตุ้ดดำ เมล็ดยาวสีไขขาว รวงยาว ลำต้น
 แข็งแรง ทนลมหักข้าว เมล็ดดก ให้ผลผลิตดี หอมอร่อยความเหนียวมันของเมล็ดดี ไม่ค่อยขึ้นมอด
 ปลูกถึงเก็บเกี่ยว 120 วัน การเจริญเติบโตได้ดีต้องเป็นสภาพที่ดอนไม่ชอบพื้นที่น้ำขัง ปลูกกันมาก
 เพราะทนแล้งไม่เลือกพื้นที่ **สายพันธุ์ที่ 4 แป้ลกาบซือ** (nplej kaug ntshwj) มีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ
 แป้ลกาบซือเหลือ มีลักษณะเมล็ดยาวสีเหลืองนวล รวงยาว เมล็ดไม่ค่อยดก ลำต้นแข็งแรง ทนลมหัก
 ข้าว ให้ผลผลิตดี หอมอร่อยความเหนียวมันของเมล็ดดี ขึ้นมอดไว ระยะเวลาตั้งแต่ปลูกถึงเก็บเกี่ยว
 120 วัน การเจริญเติบโตได้ดีต้องเป็นสภาพที่ดอนไม่ชอบพื้นที่น้ำขัง คนนิยมปลูกกันน้อย เหตุผล
 คือให้ผลผลิตต่ำ ค่อนข้างเลือกพื้นที่ แต่ข้อดีคือนิยมปลูกเพื่อทำข้าวใหม่ และวางขายให้
 นักท่องเที่ยว **สายพันธุ์แป้ลกาบซือคู่** มีลักษณะเมล็ดยาวสีดำปนเหลือ เมล็ดไม่ค่อยดก ลำต้นสูง
 แข็งแรง ทนลมหักข้าว รวงยาว ให้ผลผลิตดี หอมอร่อยความเหนียวมันของเมล็ดดี ขึ้นมอดไว
 ระยะเวลาตั้งแต่ปลูกถึงเก็บเกี่ยว 120 วัน การเจริญเติบโตได้ดีต้องเป็นสภาพที่ดอนไม่ชอบพื้นที่น้ำ
 ขัง คนนิยมปลูกกันน้อย เหตุผลคือให้ผลผลิตต่ำ ค่อนข้าง เลือกพื้นที่ แต่ข้อดีคือนิยมปลูกเพื่อทำ
 ข้าวใหม่ และวางขายให้นักท่องเที่ยว **สายพันธุ์ที่ 5 แป้ลหอมมะลิ** (ยังไม่มีชื่อม้ง) พันธุ์ข้าวไร่หอม

มะลินี้เป็นพันธุ์ข้าวไร่ที่เพิ่งได้รับการขยายพันธุ์มาจากญาติพี่น้องที่อยู่จังหวัดตาก เมล็ดพันธุ์ยาว เป็นมีสีไข่ มีลำต้นแข็งแรงรวงยาว น้ำหนักดีมากให้ผลผลิตดี ข้าวหอม อร่อยมาก แต่ค่อนข้างเลือกพื้นที่ ไม่ค่อยทนโรคทนแล้งเท่าไร คนยังนิยมปลูกกันน้อย เนื่องจากว่ายังไม่กล้าเสี่ยง **สายพันธุ์ที่ 6 แปลีช้างจัว** (nplej ntshaav txua) เป็นพันธุ์ข้าวไร่หอมชนิดที่สืบทอดมานาน เป็นข้าวเพื่อสุขภาพ เป็นข้าวพิเศษ ต่อมาชาวบ้านก็ได้ขยายพันธุ์ ปัจจุบันนี้ที่เขาถือนิยมปลูกกันมากพอสมควร จะปลูกในเชิงพาณิชย์กันมากกว่าปลูกไว้รับประทาน เพราะมีราคาแพง ประกอบกับข้าวพันธุ์นี้ให้ผลผลิตต่ำ เพิ่งได้รับการขยายพันธุ์มาจากญาติพี่น้องที่อยู่ จังหวัดเชียงราย พันธุ์ที่ 7 แปลีช้าง (nplej ntshaav) พันธุ์แปลีช้าง มีอยู่ 3 สายพันธุ์ แต่ละสายพันธุ์ ก็จะมีเอกลักษณ์ต่างกัน สายพันธุ์ที่ 1 ลำต้นต่ำ แข็งแรง ใบตั้งรวงสั้น เมล็ดดำ แต่ไม่ค่อยหอม เมล็ดข้าวแข็ง นิยมปลูกกันมาก เพราะไม่เลือกพื้นที่ สายพันธุ์ที่ 2 ลำต้นสูง แข็งแรง ใบตั้ง รวงสั้น เมล็ดดำ แต่ไม่หอม อร่อย ข้าวนี้ นิยมปลูกกันมาก เพราะไม่เลือกพื้นที่ สายพันธุ์ที่ 3 มีลำต้นสูง แข็งแรง ใบสีดำ รวงยาว เมล็ดข้าวดำ หอม อร่อย ข้าวนี้ นิยมปลูกกันน้อย เพราะเลือกพื้นที่และต้องคัดเลือกพันธุ์ทุกปี

3.2 ผลการพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

แนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าที่ได้จากกระบวนการวิจัย คือ

3.2.1. จัดหาสถานที่เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า ชุมชนได้สำรวจพื้นที่ เพื่อจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าและเห็นว่าพื้นที่ต่อไปนี้มีความเหมาะสม

1) ศูนย์ทหารผ่านศึก ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเล่านั่ง เป็นพื้นที่อยู่ในความดูแลของศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ สถานที่แห่งนี้มีข้อดี คือ มีอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กอยู่ในสภาพดี 1 หลัง สามารถเติมแต่งด้วยวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ไผ่ และแฝก ทำเป็นศูนย์วัฒนธรรมมีชีวิตแสดงเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายได้ โชว์หัตถกรรมทอผ้า การปักผ้ามัด และการทำผ้าเขียนเทียน การจักสาน และมีอาคารโรงครัว 1 โรง สามารถทำเป็นศูนย์โชว์เกี่ยวกับวิถีด้านอาหาร จำหน่ายอาหารชนเผ่า มีป่าสนที่ร่มเย็น รอบบริเวณสามารถจัดกิจกรรม เช่น การแสดง การละเล่น การโยนลูกช่วง การตีลูกข่าง การเป่าแคน และการตีลูกข่าง และตั้งบ้านม้งจำลอง

2) หน่วยพัฒนาบ้านเพชรคำ ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเพชรคำ ข้อดีมีลานการแสดงเป็นคอนกรีต และอศรรยั้งหม มีพื้นที่กว้างสามารถพัฒนาภูมิทัศน์ให้สวยงามได้ เช่น ปลูกป่านางพญาเสือโคร่ง มีจุดชมวิว ใกล้กับศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อ มีอาคารคอนกรีตครึ่งไม้สามารถจัดโชว์นิทรรศการวัฒนธรรม ด้านการแต่งกาย การทอผ้า การปักผ้า การทำผ้าเขียนเทียน และการจักสานไม้ไผ่ เป็นต้น และสามารถทำเป็นที่พักนักท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ ส่วนพื้นที่รอบบริเวณสามารถโชว์การแสดงพื้นบ้านของชนเผ่า ได้แก่ การเต้นจ๊ะจ๊ะ การเต้นแคน การโยนลูก

ช่วง การตีลูกข้าง การยิงหน้าไม้ การยิงธนู บ้านชนเผ่าจำลอง และสวนสมุนไพร เป็นต้น เมื่อสำรวจพื้นที่และได้สถานที่แล้ว จึงทำหนังสือและเสนอแผนเพื่อขอใช้พื้นที่ดังกล่าว ไปยังศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ผู้ดูแลพื้นที่

การขอใช้พื้นที่ครั้งแรกนั้นไม่ได้รับการอนุมัติ ต่อมาศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชนเผ่า จึงอนุญาตให้กลุ่มอาชีพวัฒนธรรมและวิถี 4 ชนเผ่าใช้พื้นที่ได้ และจังหวัดจะสนับสนุนงบประมาณต่อไป แผนของกลุ่มอาชีพวัฒนธรรมและวิถี 4 ชนเผ่าได้เสนอไปพร้อมกับหนังสือขออนุญาตใช้พื้นที่นั้น มีดังนี้ 1) วัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ได้แก่ .ประเพณีม้ง ได้แก่ เทศกาลปีใหม่/กินข้าวใหม่/ตั้งชื่อใหม่/วันเสดาะเคราะห์ ของตระกูลแซ่ ฯลฯ .ประเพณีลีซู ได้แก่ เทศกาลตรุษจีน/เทศกาลศาสตร์จีน/พิธีแต่งงาน/ทำบุญศาลเจ้าประจำปี ฯลฯ .ประเพณีเย้า ได้แก่ ประเพณีพิธีกรรมทำบุญให้บรรพบุรุษประจำปี ประเพณีมุเซอ ได้แก่ เดินฉลองจะกักปีใหม่ ฯลฯ 2) สมุนไพร/สุขภาพ 3) เศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ เกษตรอินทรีย์ ปลูกผักไร้สาร เลี้ยงสัตว์อินทรีย์ ผลิตภัณฑ์น้ำ/แห้ง 4) โฮมสเตย์ ได้แก่ สร้างบ้านพักชนเผ่าในศูนย์ บ้านพักชนเผ่าในชุมชน 5) กลุ่มงานฝีมือ ได้แก่ จักสาน, ตัดเย็บ/ผ้าปักลายต่างๆ ช่างเงิน ช่างเหล็ก ตีมีด ทอเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ปั่นจักรยานและขี่ม้าเพื่อสุขภาพ และ 7) ร้านค้าผลิตภัณฑ์ 4 ชนเผ่า

3) ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อ ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเล่าเน้ง มีเนื้อที่ประมาณ 6 ไร่ ติดกับหัวไร่ทิศตะวันตกแปลงที่ดินจัดสรรของนายเสนาะ ราวีล เป็นที่จัดตั้งศูนย์บำบัดรักษาฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด มีนาย นิรันดร์ วณะผาสุก เป็นหัวหน้าโครงการ ที่นี้มีข้อดี คือ มีทัศนียภาพสวยงาม มีการดำเนินการขับเคลื่อนเรื่องวัฒนธรรมชนเผ่าม้งอยู่เป็นทุนเดิมแล้ว และมีอาคารสิ่งก่อสร้าง ดังนี้ อาคารที่พักผู้บำบัด ขนาด 8 x 16 เมตร 1 หลัง ห้องน้ำภายใน 4 ที่ ทำนบกินเพื่อกักเก็บน้ำ 1 แห่ง อาคารโรงครัว 1 หลัง บ้านพักมุงหญ้าแฝก 2 หลัง โรงตีเหล็ก 1 หลัง และ ห้องน้ำ 2 หลัง มีสิ่งของโบราณด้านวิถีชนเผ่า มีการเก็บรวบรวมพันธุ์ข้าวไร่ของชาวเขาเผ่าม้ง มีผู้บำบัดที่สามารถใช้เป็นแรงงานและดำเนินการก่อสร้างและงานฝีมือเกี่ยวกับหัตถกรรมด้านวัฒนธรรมได้ รวมทั้งสถานที่แห่งนี้ชุมชนบ้านเล่าลือ บ้านเล่าเน้ง และบ้านเพชรดำ ได้เลือกเป็นที่ตั้งโฮมสเตย์ในโครงการวิจัยของเพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว เรื่องการพัฒนาการจัดการโฮมสเตย์บนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

3.3 การจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมชนเผ่า

จากการที่ชุมชนทำหนังสือขอใช้พื้นที่ไปยังศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 และไม่ได้รับอนุมัตินั้น ชุมชนจึงได้เขียนโครงการของงบประมาณ SML ชื่อโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน และโครงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและป่าต้นน้ำ บ้านเล่าเน้ง จากงบประมาณนี้

ชุมชนได้สร้างอาคารศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า และรวบรวมวัตถุและเครื่องมืออุปกรณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชนเผ่ามาไว้ที่อาคาร และมีกลุ่มอาชีพวัฒนธรรมและวิถี 4 ชนเผ่าดำเนินการ

3.4 สร้างเครือข่ายการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อการท่องเที่ยว

จากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ชุมชนสามารถดำเนินการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า ๆ ดังนี้ หลังจากชุมชนบ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และบ้านเพชรดำ ได้ยื่นหนังสือขออนุญาตใช้พื้นที่ของหน่วยพัฒนาสังคมบ้านเพชรดำ ต่อศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ. ศ. 2554 แต่ไม่ได้รับการอนุมัตินั้น เมื่อหัวหน้าคนใหม่มา เรื่องนี้ได้รับขึ้นมากทบทวนอีกครั้ง ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ได้เชิญผู้วิจัยเข้าร่วมประชุมสองครั้ง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่า อำเภอเขาค้อ ผู้วิจัยร่วมเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชนเผ่าบนเขาค้อด้วย ผลที่ประชุมเห็นชอบและต่อมาศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ได้จัดประชุมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าที่ศาลาประชาคมบ้านเพชรดำ โดยมีรองผู้ว่าราชการเป็นประธาน มีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของอำเภอเขาค้อและจังหวัดเข้าร่วมประชุม ที่ประชุมเห็นชอบให้ชุมชนใช้พื้นที่ศูนย์พัฒนาสังคมบ้านเพชรดำดำเนินการด้านท่องเที่ยวได้ และให้ชุมชนทั้งสามหมู่บ้านเขียนโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อของบประมาณจากจังหวัดต่อไป

4. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า

4.1 เอกลักษณะการแต่งกาย

จากการศึกษารูปแบบและชุดแต่งกายของชาวเขาเผ่าม้ง เผ่าเย้า และเผ่าลีซอ ที่อาศัยอยู่ 3 หมู่บ้านเพชรดำ บ้านเล้าลือ และบ้านเล้าเน้ง บนพื้นที่อำเภอเขาค้อ โดยการพูดคุยสอบถามและศึกษารูปแบบการแต่งกายของชาวเขาทั้ง 3 เผ่าจากเอกสารตำราที่มีผู้เรียบเรียงไว้ และข้อมูลเรื่องการแต่งกายของชาวเขาต่างๆ ในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต พบว่า การแต่งกายของชาวเขาเปลี่ยนแปลงไปบ้างตามยุคสมัย ตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ที่เห็นได้ชัดเจน คือ ผ้าที่ใช้ทั้งผ้าพื้นและผ้าที่นำมาตัดเย็บ ใช้ผ้าที่ทอสำเร็จจากโรงงาน ลวดลายต่างๆ จากเดิมที่เป็นการปักด้วยมือ เริ่มมีการใช้ลวดลายที่ได้จากการพิมพ์ลายสำเร็จจากโรงงานมาใช้มากขึ้น ส่วนรูปแบบของการแต่งกายที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์เห็นได้ชัด คือ การใช้สีผ้าของชุดแต่งกาย โดยทุกเผ่าจะใช้สีดำเป็นสีหลัก ส่วนสีรองแต่ละเผ่าจะใช้แตกต่างกัน ดังนี้ เผ่าม้งจะใช้สีชมพู และสีฟ้า เป็นส่วนใหญ่ เผ่าเย้าใช้สีแดง สีขาว และสีเหลืองส้มเป็นส่วนใหญ่ และเผ่าลีซอจะใช้สีม่วง สีเขียว และสีน้ำเงินเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเอาความคงไว้ของเอกลักษณ์การใช้สีชุดแต่งกายนี้มาเป็นแนวคิดในการออกแบบ

4.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง

จากขอบเขตงานวิจัยในด้านการออกแบบ กำหนดขอบเขตการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านไว้ 2 ชนิด คือ โคมไฟ และแจกัน ซึ่งโคมไฟมี 3 ประเภท คือ โคมไฟตั้งพื้น โคมไฟตั้งโต๊ะ และโคมไฟแขวนผนัง ส่วนแจกันมี 2 ประเภทคือ แจกันขนาดเล็กและแจกันขนาดกลาง โดยการออกแบบโคมไฟได้ออกแบบประเภทละ 9 แบบ รวมทั้งหมด 27 แบบ จากแนวคิดการแต่งกายชาวเขา 3 เผ่า นำมาวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของแบบ 4 ด้าน คือ 1) ด้านความมีเอกลักษณ์ 2) ด้านความสวยงาม 3) ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน และ 4) ด้านความสะดวกในการใช้งาน แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบ เพื่อนำไปทำเป็นต้นแบบสำหรับอบรมเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย สำหรับแจกันได้ออกแบบแจกันขนาดเล็กจำนวน 15 แบบ ขนาดกลาง 15 แบบ รวมทั้งหมด 30 แบบ จากแนวคิดการแต่งกายชาวเขา 3 เผ่า และวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย และประเมินการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญเช่นเดียวกับโคมไฟ ผลการวิเคราะห์และประเมินการออกแบบ โคมไฟได้แบบสำหรับทำต้นแบบจำนวน 9 แบบคือ โคมไฟตั้งพื้น 3 แบบ รูปแบบจากแนวคิดการแต่งกาย เผ่าม้ง 1 แบบ เผ่าเย้า 1 แบบ และเผ่าลีซอ 1 แบบ โคมไฟตั้งโต๊ะ 3 แบบ รูปแบบจากแนวคิด การแต่งกาย เผ่าม้ง 1 แบบ เผ่าเย้า 1 แบบ และเผ่าลีซอ 1 แบบ โคมไฟแขวนผนัง 3 แบบ รูปแบบจากแนวคิดการแต่งกาย เผ่าม้ง 1 แบบ เผ่าเย้า 1 แบบ และเผ่าลีซอ 1 แบบ ส่วนแจกันได้แบบจำนวน 6 แบบคือ แจกันขนาดเล็ก 3 แบบ รูปแบบจากแนวคิดการแต่งกาย เผ่าม้ง 1 แบบ เผ่าเย้า 1 แบบ และเผ่าลีซอ 1 แบบ แจกันขนาดกลาง 3 แบบ รูปแบบจากแนวคิดการแต่งกาย เผ่าม้ง 1 แบบ เผ่าเย้า 1 แบบ และเผ่าลีซอ 1 แบบ

4.3 การทำต้นแบบผลิตภัณฑ์

นำแบบที่ได้จากการวิเคราะห์และประเมินมาพัฒนาแบบและเขียนแบบให้ได้ขนาดสัดส่วนตามที่ออกแบบไว้กำหนดวัสดุวิธีการทำแล้วนำแบบให้ช่างฝีมือทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งมีทั้งหมด 15 ชิ้นงาน คือโคมไฟตั้งพื้น 3 ชิ้นงาน โคมไฟตั้งโต๊ะ 3 ชิ้นงาน โคมไฟแขวนผนัง 3 ชิ้นงาน แจกันขนาดเล็ก 3 ชิ้นงาน และแจกันขนาดกลาง 3 ชิ้นงาน

1) วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับการทำต้นแบบ

- วัสดุทำโคมไฟและแจกัน ได้แก่ ไม้ กาวร้อน ดินสอพอง สีฝุ่น สีหมึกย้อมไม้ แคลแลก แลคเกอร์ แอลกอฮอล์ น้ำมันสน ทินเนอร์ ผ้าครอสติส ด้ายไหมพรมปักลาย ผ้าดิบปั่นแถบผ้าสี
- อุปกรณ์ไฟฟ้า ได้แก่ ปลั๊กเสียบ สายไฟอ่อน สวิตช์ ขั้วหลอด และหลอดไฟ
- อุปกรณ์ตัดเย็บผ้า ได้แก่ จักรเย็บผ้า กรรไกร กระดาษแบบ

- เครื่องมือ ได้แก่ ตลับเมตร ดินสอขีดไม้ เลื่อยถนัดดา มีดพร้าสำหรับจักเส้น ตอก กรรไกร กระดาษทราย ภาชนะผสมสี แปรงทาสี แปรงทาแลคเกอร์ หรืออาจใช้เครื่องมือที่ใช้ไฟฟ้าร่วมด้วย เช่น เครื่องขัดกระดาษทราย สว่านไฟฟ้า ไขควง คีมปอกสายไฟฟ้า คีมปากจิ้งจก

2) การอบรมเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย

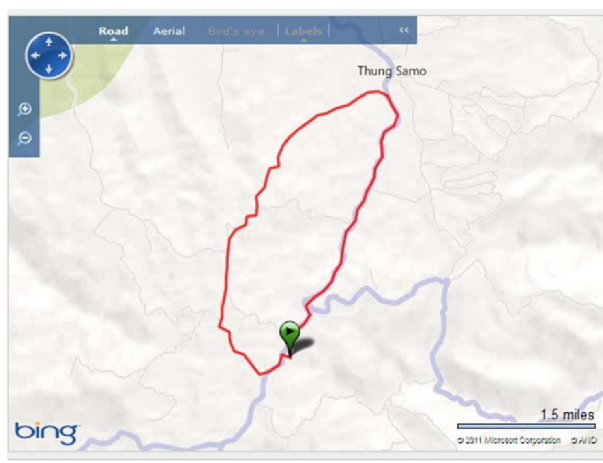
ได้จัดอบรมเผยแพร่การผลิตโคมไฟให้กับฝ่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิถีดนธรรม ลีชนเผ่า สถานที่อบรม ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านเล่าเน้ง ซึ่งมีนายอดุลย์ ประทีปศิริเป็นผู้นำหมู่บ้านและประธานกลุ่มวิถีดนธรรมลีชนเผ่า และมีนายแสงจันทร์ แซ่ลีเป็นหัวหน้าฝ่ายผลิตภัณฑ์ ผู้เข้าร่วมอบรมกับสมาชิกกลุ่ม มีผู้เข้าอบรม 15 คน วิทยากรความรู้และทักษะ 2 คน ผู้ช่วยวิทยากร 1 คน จากการสังเกตพบว่า ผู้เข้าอบรมมีความสนใจในการฝึกทำผลิตภัณฑ์ในเกณฑ์ดี ทั้งกลุ่มที่เข้าอบรมทำงานไม้ไผ่และกลุ่มที่เข้าอบรมทำงานผ้า ส่วนทักษะฝีมือของกลุ่มที่เข้าอบรมด้านงานไม้ยังไม่ดีเท่าที่ควร แต่ทักษะฝีมือของกลุ่มที่เข้าอบรมด้านงานผ้ามีทักษะฝีมือดีมาก ผู้เข้าอบรมสามารถทำชิ้นส่วนต่าง ๆ ของโคมไฟตามแบบได้ สามารถประกอบชิ้นส่วนต่างๆของโคมไฟ และสามารถเคลือบสี และการติดตั้งหลอดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้าเข้ากับโคมไฟตามแบบได้ ส่วนการปักลายบนผ้ากรุดวงโคมผู้เข้าอบรมมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ลวดลายได้นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยออกแบบซึ่งเป็นการพัฒนาการคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

5. การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา

5.1 สรุปผลการศึกษาและกำหนดเส้นทางในการขี่จักรยานเสือภูเขา

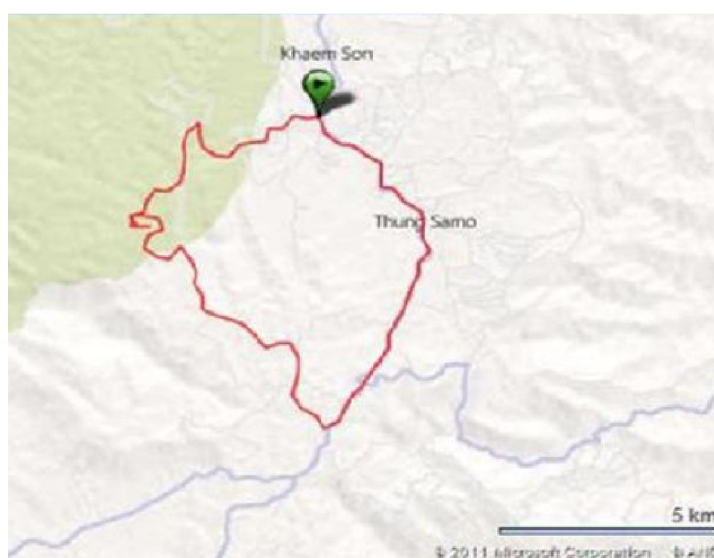
ในการศึกษาและกำหนดเส้นทางขี่จักรยานเสือภูเขา ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดเส้นทาง โดยการไปสำรวจพื้นที่เส้นทางด้วยตนเอง ได้กำหนดเส้นทางปั่นจักรยานได้ 3 เส้นทางเรียบร้อย จากนั้นนำมาเสนอต่อที่ชุมชนโดยการสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ดังนี้คือ

เส้นทางที่ 1 เป็นเส้นทางระยะสั้น มีลักษณะเป็นทางลาดยางและทางดินระยะทางประมาณ 9 กิโลเมตร เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ขี้นักขี่จักรยานมือใหม่ ระหว่างเส้นทางจะผ่านศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โฮมสเตย์ ร้านค้าและชุมชน



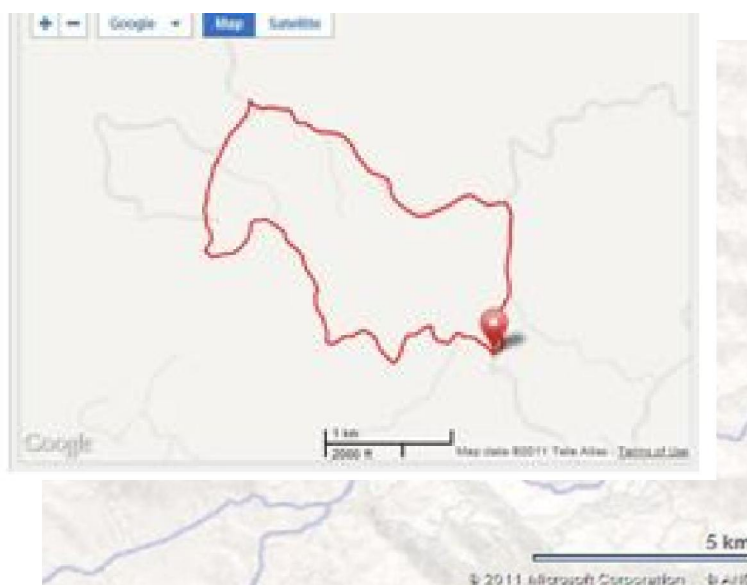
แผนภาพที่ 4.4 เส้นทางจีจรรย์ยานเสือภูเขา เส้นทางที่ 1

เส้นทางที่ 2 เป็นเส้นทางระยะสั้น ระยะประมาณ 8 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นเส้นทางลาดยางและทางดิน เป็นเส้นทางที่ต้องขึ้นผ่านหมู่บ้านชาวเขา จุดชมวิว และสถานที่ทางประวัติศาสตร์การสู้รบยุทธภูมิเขาค้อ สภาพเส้นทางช่วงแรกจะเป็นทางลาดยางขึ้นภูเขาค่อนข้างลาดชันจนถึงจุดชมวิว จากนั้นจะเป็นทางดินที่ทางผ่านยอดเขา ซึ่งในบางช่วงมีความชันถึงชันมากเหมาะกับการจัดกิจกรรมผจญภัยและทำทนาย ภาพประกอบที่ แสดงเส้นทางจีจรรย์ยานเสือภูเขา เส้นทางที่ 2



แผนภาพที่ 4.5 แสดงเส้นทางจีจรรย์ยานเสือภูเขา เส้นทางที่ 2

เส้นทางทั้ง 3 เป็นเส้นทางระยะยาวประมาณ 31 กิโลเมตร ลักษณะเส้นทางเป็นทางดิน ผ่านชุมชน ร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ



แผนภาพที่ 4.6 แสดงเส้นทางจักรยานเสือภูเขา เส้นทางที่ 3

จากนั้นในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มกับชาวบ้านในระหว่างเส้นทางทั้ง 3 เส้นทาง เพื่อทำการวิเคราะห์และพิจารณากำหนดเส้นทาง สรุปผลได้ว่า ในเส้นทางที่ 1 เป็นเส้นทางที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากในฤดูฝน เส้นทางจะถูกทำลายโดยการกัดเซาะของน้ำ ทำให้เส้นทางใช้สัญจรไปมาไม่ได้ เส้นทางนี้จึงจะสามารถใช้ได้เป็นบางช่วงในรอบปีเท่านั้น

ส่วนเส้นทางที่ 2 และ 3 มีความเหมาะสมในการกำหนดเป็นเส้นทางจักรยาน เพราะสามารถใช้สัญจรได้ตลอดทั้งปี และการทำกิจกรรมก็ไม่มีผลกระทบต่อชุมชน เนื่องจากเป็นเส้นทางสัญจรไปมาของชาวบ้านอยู่เป็นปกติ แม้กระทั่งในเขตป่าชุมชนก็ไม่มีผลกระทบใด ๆ เนื่องจากการจักรยานไม่ได้ก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม

จึงสรุปได้ว่ารูปแบบของกิจกรรมในการท่องเที่ยวผจญภัยบนเส้นทางจักรยานเสือภูเขา ได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ และรูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ

5.2 ผลการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมในการท่องเที่ยวผจญภัยบนเส้นทางจักรยานเสือภูเขา

สรุปผลด้านองค์ประกอบของรูปแบบ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์ระหว่างเส้นทางที่ผ่าน มีความเหมาะสม สอดคล้องกับจุดประสงค์ของการกำหนดเส้นทางทั้งสองรูปแบบ เส้นทางทั้งสองเส้นทางมีความหลากหลาย ซึ่งจะทำให้ผู้ซึ่งเกิดความสนุกสนาน และได้ใช้ทักษะการขี่จักรยานได้อย่างเต็มที่ ส่วนสภาพเส้นทางที่ผ่านมีความเหมาะสม สอดคล้องกับจุดประสงค์ของการกำหนดเส้นทางทั้งสองรูปแบบ

สรุปผลด้านกิจกรรมระหว่างเส้นทาง ด้านวิถีชุมชน พบว่าเป็นเส้นทางที่กำหนดสามารถชมทิวทัศน์ได้ตลอดเส้นทาง แต่เนื่องจากมีระยะทางไกลทำให้ต้องใช้เวลาในการขี่จักรยานมาก ทำให้มีเวลาในการหยุดชมธรรมชาติข้างทางได้ไม่นาน ในการได้พักผ่อนในแหล่งธรรมชาติ นั้นอาจจะหยุดพักผ่อนได้ไม่นาน เนื่องจากระยะทางในการเดินทางค่อนข้างไกล ส่วนการได้ท่องเที่ยวแบบพักค้างแรมนั้นควรจะมีการจัดให้ค้างแรมในชุมชนแบบโฮมสเตย์ เพื่อจะได้มีเวลาในการท่องเที่ยว เรียนรู้และเข้าถึงชุมชนได้อย่างแท้จริง อีกทั้งจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน การขี่จักรยานเสือภูเขา ทำให้มีความรู้สึกรักภาคภูมิใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานอย่างมาก

ในการได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมการกิน การแต่งกาย การประกอบอาชีพท้องถิ่นพิธีกรรมทางศาสนา และจารีต ประเพณีแบบท้องถิ่นนั้นอาจจะต้องมีการจัดการที่ดี เนื่องจากหากไม่ได้มีการค้างแรมก็อาจจะไม่ได้มีการศึกษาเรียนรู้จากชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากการเรียนรู้เช่นนี้ต้องใช้เวลามากพอสมควร รวมทั้งการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชน อาจมีความเป็นไปได้ยาก เนื่องจากชนเผ่ามีความเชื่อและความคิดที่ยึดมั่น อาจจะไม่ยอมรับความคิดเห็นหรือการเปลี่ยนแปลงจากบุคคลภายนอกชุมชน

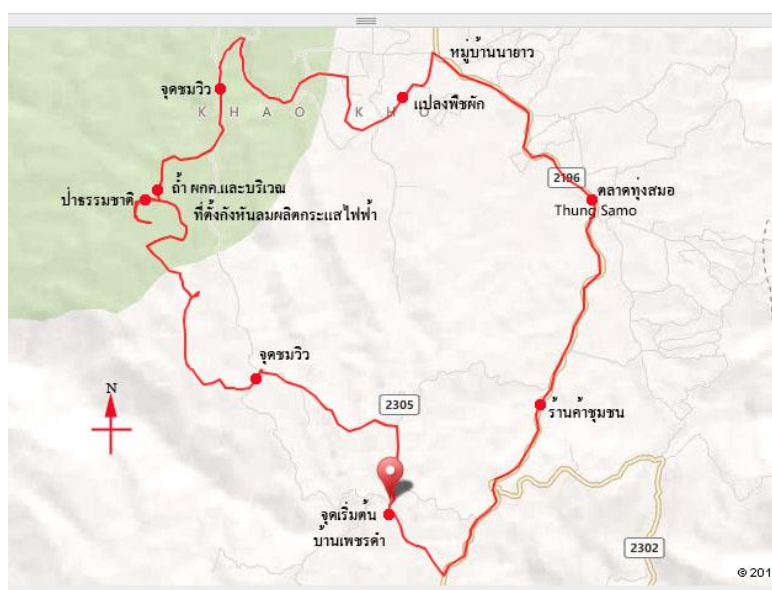
ส่วนการได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความเป็นไปได้ หากมีบุคลากรในชุมชนร่วมเป็นมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำและอธิบายองค์ความรู้ต่าง ๆ ในการได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศด้วยตนเองทำให้ผู้ขี่จักรยานสามารถศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศได้ด้วยตนเอง นอกจากนั้นการขี่จักรยานเสือภูเขาทำให้ผู้ขี่จักรยานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยที่ชุมชนจะต้องกำหนดกิจกรรมที่ใช้เวลาไม่นานนักในการเปิดโอกาสให้ผู้ขี่จักรยานเข้าร่วมกิจกรรมได้

ในด้านการผจญภัย การขี่จักรยานเสือภูเขา ทำให้ผู้ขี่จักรยานมีโอกาสได้สำรวจเส้นทางใหม่อย่างเต็มที่ ได้ท้าทายประสิทธิภาพร่างกายของตนเอง โดยผู้ซึ่งต้องเตรียมร่างกายให้พร้อม นอกจากนั้นยังทำให้ผู้ขี่จักรยานเกิดความท้าทายทักษะเป็นอย่างยิ่ง และได้ฝึกฝนพัฒนาทักษะในการขับขี่จักรยานเสือภูเขาอย่างยิ่ง ได้เกิดความรู้สึกลึกซึ้งเป็นอย่างยิ่ง เส้นทางมีความเหมาะสม

สำหรับการฝึกซ้อมจีจรรย์ยานเสือภูเขาอย่างยิ่ง เนื่องจากเส้นทางมีความยากและสูงชัน ทำให้ได้ฝึกฝนและพัฒนาความสามารถได้อย่างเต็มที่ ผู้ขี่จักรยานได้ออกกำลังกายอย่างเต็มที่ สำหรับในการทดสอบสมรรถนะของรถจักรยานมีความเหมาะสมสำหรับทดสอบสมรรถนะของรถจักรยานอย่างยิ่ง เนื่องจากเส้นทางมีสภาพสนามที่แตกต่างกันหลากหลาย จึงทำให้สามารถปรับแต่งจักรยานได้หลายลักษณะ อีกทั้งเส้นทางทั้งสองเส้นนี้ทำให้ผู้ขี่จักรยานเกิดความภาคภูมิใจที่ได้พิชิตเส้นทางที่มีความยากลำบากอย่างยิ่ง และได้ใช้ชีวิตกลางแจ้งแบบผจญภัยอย่างเต็มที่

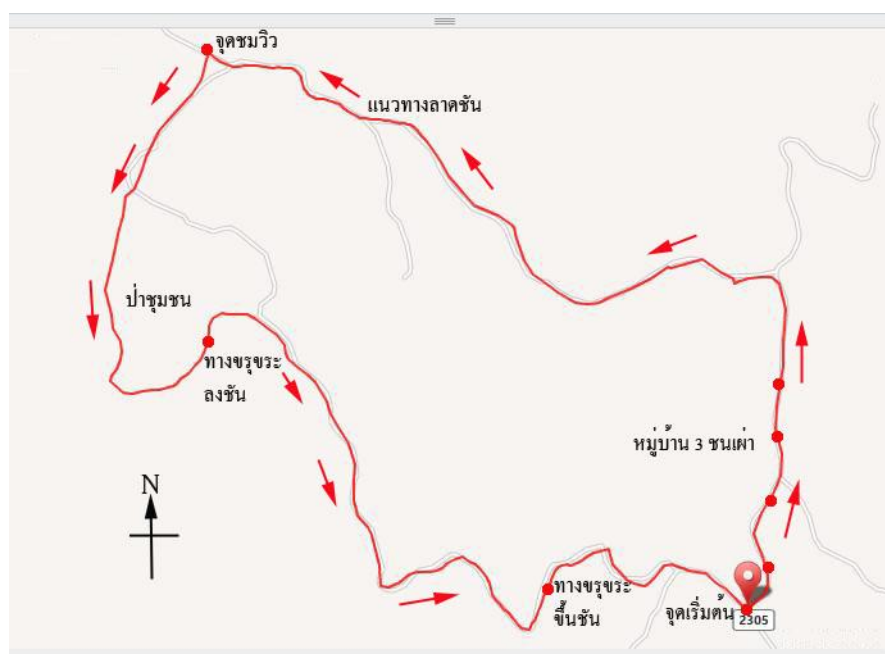
จากผลการวิจัยสามารถสรุปรูปแบบเส้นทางจักรยานได้ 2 รูปแบบคือ เส้นทางในรูปแบบของการขี่เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน และ เส้นทางในรูปแบบของการขี่เพื่อการผจญภัยและความท้าทาย ซึ่งรูปแบบทั้งสองเส้นทางสรุปได้ดังนี้

รูปแบบที่ 1 เส้นทางจักรยานขี่เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ เส้นทางมีระยะทางประมาณ 31 กิโลเมตร เป็นเส้นทางที่ผ่านชุมชนอยู่สองข้างทาง และมีร้านค้าเพื่อขายพืชผักสดประจำท้องถิ่น ผ่านไร่พืชและสวนผักของชุมชน เส้นทางลัดเลาะไปตามสันเขา ผ่านป่าธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว จุดชมวิว ถ้ำหลบภัยผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ และโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมเขาค้อ และวนกลับมายังจุดเริ่มต้นที่หมู่บ้านเพชรดำ ซึ่งกิจกรรมระหว่างเส้นทางจักรยาน จะได้ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนของชนเผ่า 3 กลุ่ม คือ ม้ง ลีซอ และเย้า วัฒนธรรมท้องถิ่นจากร้านค้าผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน ป่าธรรมชาติ และได้พักที่จุดชมวิว ชมถ้ำหลบภัยผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ และโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมเขาค้อ ซึ่งเส้นทางสามารถนำเสนอแผนที่เส้นทางได้ดังภาพประกอบที่



แผนภาพที่ 4.7 แผนที่เส้นทางจักรยานขี่เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ

รูปแบบที่ 2 เส้นทางกรังเพื่อการผจญภัยและความท้าทาย เส้นทางมีระยะทางประมาณ 8 กิโลเมตร เส้นทางมีความลาดชันตั้งแต่จุดเริ่มต้น ซึ่งผู้เข้าร่วมจะต้องใช้พลังกำลังมาก และต้องมีการวางแผนในการใช้กำลังในการเข้าร่วม สำหรับจุดสูงสุดของเส้นทาง คือ จุดชมวิว ที่จะมองเห็นพื้นที่โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมเขาค้อที่กำลังดำเนินโครงการ สภาพเส้นทางส่วนใหญ่เป็นภูเขาชันมาก พื้นผิวเส้นทางมีลักษณะขรุขระ ในบางช่วงผู้เข้าร่วมจะต้องใช้เทคนิคในการเข้าร่วม ขึ้นภูเขาแบบวิบากโดยเฉพาะ กิจกรรมระหว่างเส้นทางเข้าร่วม จะเป็นการขึ้นผ่านภูเขาสูงชัน ที่มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม การเข้าร่วมขึ้นและลงภูเขาแบบวิบาก ซึ่งเส้นทางสามารถนำเสนอแผนที่เส้นทางได้ดังภาพประกอบที่



แผนที่ทาง 4.8 แผนที่ทางเส้นทางกรังเพื่อการผจญภัยและความท้าทาย

6. การจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน

6.1 ผลการให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจและสามารถจัดการโฮมสเตย์ได้ด้วยตนเอง

จากการดำเนินกิจกรรมวิจัยด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม โดยการประชุม การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงานทั้งในและนอกจังหวัด และการอบรมความรู้พื้นฐานด้านการจัดการโฮมสเตย์ ทำให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจและสามารถดำเนินการจัดการโฮมสเตย์ได้ดังนี้

6.1.1 การกำหนดรูปแบบโฮมสเตย์

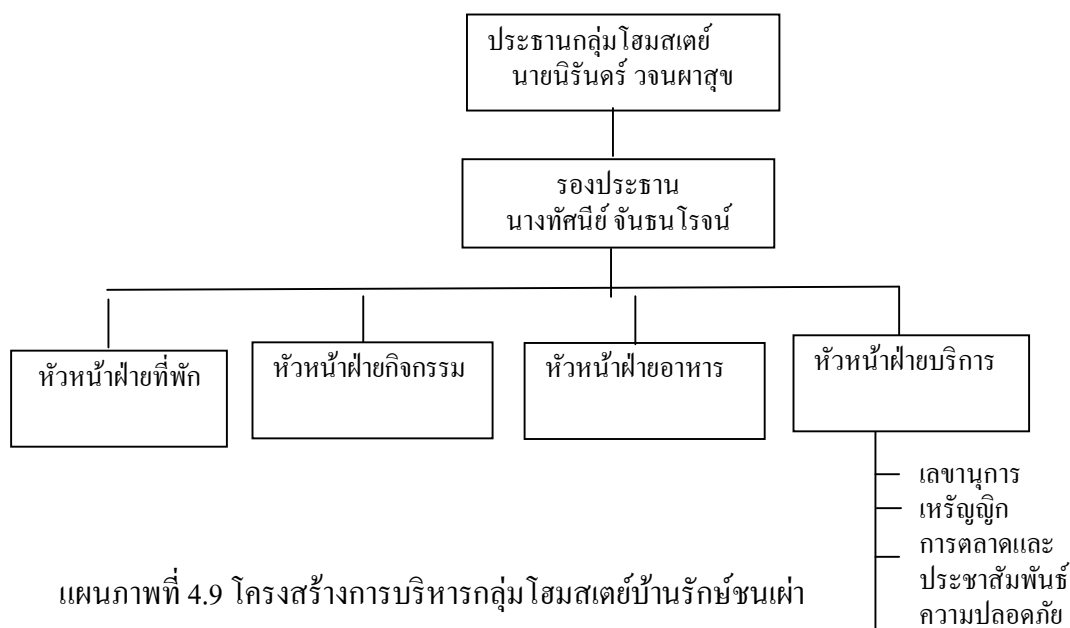
1) กำหนดสถานที่พักนักท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) ชุมชนได้เลือกใช้สถานที่ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อ ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออก ระหว่าง บ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง และ บ้านเพชรดำ ติดกับถนนสายบ้านเพชรดำ เข้าทางศาลเจริญทองนึ่ง เนื้อที่ ประมาณ 6 ไร่ เป็นโฮมสเตย์ และตั้งชื่อว่า บ้านรักษันเผ่า ทนเดิมที่ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อมีอยู่ คือ ประถมอาคาร ได้แก่ อาคารที่พักผู้บำบัด 1 หลัง ห้องน้ำภายใน 4 ที่ อาคารโรงครัว 1 หลัง บ้านพักมุงหญ้าแฝก 2 หลัง พร้อมเครื่องนอน โรงตีเหล็ก 1 หลัง ห้องน้ำ 2 หลัง และส่วนอื่น ๆ อีก เช่น สวนดอกไม้และสวนผลไม้ ลานกิจกรรม (สนามหญ้า) แปลงนาข้าวไร่ และลำคลอง ธรรมชาติ หลังจากชุมชนเลือกสถานที่ ที่ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อ เป็นที่พักโฮมสเตย์ของชุมชนแล้ว ผู้วิจัยได้นำนักศึกษา มาทดลองพักจำนวน 30 คน ในเวลา 1 คืน และ 1 วัน นักศึกษาทุกคนได้รับความประทับใจและพึงพอใจ และทุกคนต่างก็พูดว่าจะขอมาพักอีกและจะชวนเพื่อน ๆ และญาติมาพักที่นี่ในปีใหม่นี้

2) การรวมกลุ่มสมาชิก ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ (นายนิรันดร์ วจนผาสุข) ได้เชิญชวนชาวบ้านบ้านเล้าลือ บ้านเล้าเน้ง บ้านเพชรดำ และบ้านกระหนกงามซึ่งอยู่ใกล้เคียงเข้ามาเป็นสมาชิกด้วย ระยะเริ่มต้นมีผู้สนใจเข้าเป็นสมาชิกจำนวน 40 คน มีการประชุมระดมความคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งโฮมสเตย์ การประชุมสรุปได้ว่า ผู้ที่เป็นสมาชิกสามารถมาลงทุนสร้างบ้านในพื้นที่ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อได้ บ้านหนึ่งหลังจะลงทุนร่วมกันสร้างกี่คนก็ได้คู่ สำหรับรายได้ก็แบ่งปันกันเอง แต่ต้องแบ่งรายได้ให้กลุ่มด้วยส่วนหนึ่ง ส่วนกิจกรรมนั้นส่วนกลางเป็นผู้ดำเนินการ เจ้าบ้านแต่ละหลังเป็นผู้จัดหาอาหารให้นักท่องเที่ยวเอง โดยเน้นอาหารพื้นถิ่น

3) โปรแกรมการให้บริการ กลุ่มได้กำหนดไว้ว่า พักค้าง 1 คืนพร้อมอาหาร คิดค่าบริการ 500 บาท ถ้ามาทำกิจกรรมไม่พักค้างคืน คิดค่าอาหาร 200-350 บาทต่อหัวต่อวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของอาหาร สำหรับรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) การศึกษาธรรมชาติและ (2) การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน

4) โครงสร้างการบริหาร

- กระบวนการบริหาร โฮมสเตย์บ้านรักษัชนเผ่าเป็นส่วนหนึ่งและอยู่ภายใต้การดูแลของฝ่ายการตลาดของกลุ่มวิถีวิวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า
- โครงสร้างการบริหารองค์กร (กลุ่มโฮมสเตย์บ้านรักษัชนเผ่า)



แผนภาพที่ 4.9 โครงสร้างการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์บ้านรักษัชนเผ่า

- บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ ประธาน มีหน้าที่ควบคุมแผนงาน ประสานงาน จัดหางบประมาณ และร่วมประชุม รองประธาน มีหน้าที่ควบคุมงานและกิจกรรมนัดประชุม ประสานงานทั่วไป หัวหน้าฝ่ายที่พัก มีหน้าที่ดูแล อำนวยความสะดวก ประสานงานควบคุม จัดคิว จัดระเบียบ และวางแผนการพัฒนารอบบริเวณที่พัก หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม มีหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวก ประสานงาน ควบคุม จัดโปรแกรม วางแผนและพัฒนากิจกรรม หัวหน้าฝ่ายอาหาร มีหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกและประสานงานด้านอาหาร ควบคุมความสะอาด และการจัดเมนูอาหาร หัวหน้าฝ่ายบริการ มีหน้าที่กำกับและดูแลงานด้านการประชาสัมพันธ์ ประสานงาน อำนวยความสะดวก งานทั่วไป กำกับดูแลความปลอดภัย วางแผนพัฒนากิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และงานบริการทั่วไป เลขฯ มีหน้าที่จัดบันทึกการประชุม ดูแลเอกสาร จัดทำข้อมูล ดูแลทรัพย์สินสำนักงาน อ่านรายงานการประชุม เหรียญกษาปณ์ มีหน้าที่ควบคุมดูแลรายรับ รายจ่ายการเงินของกลุ่ม จัดเก็บเอกสารทำบัญชีระบบการเงินให้เป็นไปตามแผน ชี้แจงรายงานการเงินให้ที่ประชุมทราบ การตลาดประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ทำการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาด และรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่เฝ้าดูแลความปลอดภัย ที่พักและทรัพย์สิน และการจราจร

6.2 ผลการพัฒนากิจกรรมโฮมสเตย์

ประสบการณ์จากการศึกษาดูงานและการอบรมชุมชนได้กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมชนเผ่า และทำโครงการของบสนับสนุนจากจังหวัดดังนี้

6.2.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมชนเผ่า

- 1) 50 คำภาษาม้ง ทานข้าวฟรี และแนะนำโปรแกรม 10 นาที 100 บาท/คน
- 2) ชมวิถีและวัฒนธรรมชนเผ่า เช่น คำข้าวเกี่ยวหนุ่มโมข้าวเกี่ยวสาว โยนลูกช่วงเลือกหาคู่, เป่าจิ้งหรีด (จ้าง Ncas) สีสรัก, เป่าขลุ่ยสีสรัก 30 นาที 100 บาท/คน
- 3) ยิงหน้าไม้, ตีลูกข่าง, เพื่อเลือกขุนพล 10 นาที 100 บาท/คน
- 4) ชมวิถีและวัฒนธรรม ในบ้าน 12 หลัง ๆ ละ 10 นาที
 - หลังที่ 1. บ้านพิธีกรรมทางความเชื่อ เช่น การพยากรณ์กระดูกไก่, การเรียกขวัญเด็ก, การดูแลแม่และเด็ก, และรายการอื่นอีกมากมาย 10 นาที
 - หลังที่ 2. บ้านวิถี จะมีเครื่องมือเครื่องมือ เกี่ยวกับวิถีชีวิตประจำวันให้ชม
 - หลังที่ 3 บ้านสมุนไพร มีข้อมูลเอกสารสมุนไพรมีแปลงปลูกสมุนไพรเป็นแหล่งเรียนรู้, มีการนวดจับเส้น, มีการรักษาโรค 45 นาที 1500-2000 บาท
 - หลังที่ 4. บ้านเครื่องประดับ และชุดประจำเผ่า
 - หลังที่ 5. บ้านดนตรีมีเครื่องดนตรีชนเผ่า ทุกประเภทพร้อมเป่าให้ฟัง
- 5) หลังที่ 6. บ้านประกอบพิธีแต่งงาน จัดมีการประกอบพิธีแต่งงานแบบจำลองเพื่อการศึกษาเรียนรู้ หรือ จัดพิธีการแต่งงาน ให้นักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว
- 6) หลังที่ 7 บ้านภูมิปัญญา จัดมีการโชว์ภูมิปัญญาของชนเผ่า เช่น แปะคำข้าวอุปกรณ์เครื่องมือดัดสัตว์ทุกประเภท เสียงนกทุกประเภท และอื่นอีกมากมาย ชั่วโมง
- หลังที่ 8. บ้านธรรมชาติ จัดโชว์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ชื้อหินประเภทต่าง ๆ ไม้และเห็ด ต่าง ๆ
- หลังที่ 9 บ้านเมล็ดพันธุ์ จัดโชว์เมล็ดพันธุ์พืชประเภทต่าง ๆ เช่น พันธุ์ข้าว พันธุ์แตง และพันธุ์พืชอื่น ๆ อีกม
- หลังที่ 10. บ้านใกล้เกลียว โชว์กระบวนการใกล้เกลียวและวิธีการตัดสินของชนเผ่า และอัตราค่าปราบของชนเผ่า
- 7) หลังที่ 11. ร้านอาหารของชนเผ่าและซื้อของฝากจากกลุ่มสมาชิก
- หลังที่ 12. ประเพณีหมู่บ้าน ประเพณีศาสตร์ของชนเผ่า
- หลังที่ 11. ร้านอาหารของชนเผ่าและซื้อของฝากจากกลุ่มสมาชิก

หลังที่ 12. ประวัตินุ้บ้าน ประวัติศาสตร์ของชนเผ่า

8) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ระยะทาง 8 กิโลเมตรไป-กลับ ได้แก่ ชมดงพญาผาหมอก ชมมาวิวทะเลภู ศึกษาธรรมชาติชมพุซึ่คือสวยที่สุดของทิววิวเขาค้อ ชมเต่า 1000 ปี ภาคกลางคืนเที่ยวถนนคนเดิน 4 ชนเผ่า เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาวเขา และ เลือกซื้อพืชผักทางการเกษตรของชุมชน

9) มีบ้านพักตลอดสแต่ย์แบบม้ง 12 หลัง แต่ละหลัง จุคนได้ 2 - 4 คน

10) มีบ้านพักตลอดสแต่ย์แบบม้ง 12 หลัง แต่ละหลัง จุคนได้ 2 - 4 คน

6.2.2 โครงการบ้านรักษัชนเผ่า

กลุ่มบ้านรักษัชนเผ่าได้เขียนโครงการของบประมาณสนับสนุนจากจังหวัด โดยส่งที่สำนักงานพัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 เพื่อนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรีสัญจร ชื่อโครงการว่า **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ เรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า** สารของแผนงานและโครงการ มีดังนี้

1) **ขั้นตอนแผนงานกิจกรรม** ขั้นตอนแผนงานกิจกรรมจัดแยกออก เป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการได้แก่ (1) จัดเก็บข้อมูล ประวัตินุ้บ้าน ผู้นำเรื่องเล่า นิทาน / ธรรมชาติ / สัตว์ / ฤดูกาล /ศาสนา (2) รวบรวมเครื่องมือวิถีของเก่าที่ควรแก่การอนุรักษ์ เช่น เครื่องมือหัตถกรรม (3) สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (4) เตรียมพื้นที่/ซ่อมแซมเส้นทางเข้าสู่ศูนย์ (5) เตรียมสถานที่ที่จะเก็บ อุปกรณ์ เครื่องมือที่จะทำการอนุรักษ์ (6) จัดอบรมเพิ่มทักษะให้กลุ่มสมาชิก (7) ศึกษาฐานกระตุนแรงจูงใจ (8) จัดนิทรรศการวิถี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม/ ประกวดธิดาข้าวใหม่ (9) สร้างบ้านจำลองชนเผ่าเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม (10) สร้างงานหัตถกรรมเครื่องมือทางวิถีชีวิตไว้เพื่อการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 เปิดบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ชมการแสดงกิจกรรมบนเวที (2) ชมกิจการจากประเพณีและวิถีวัฒนธรรม (3) ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว (4) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ระยะทาง 3.5 กม (4) ซื่อของฝากนานาชนิดราคาถูกที่ร้านสวัสดิการกลุ่มท่องเที่ยว (5) ทานข้าวฟรีที่ร้านอาหารบ้านรักษัชนเผ่า (6) ทานข้าวฟรีที่ร้านอาหารบ้านรักษัชนเผ่า (7) เจาะไข่แดงนึ่งไอน้ำพักบ้านรักษัชนเผ่า

ขั้นตอนที่ 3 ขยายแผนงานการท่องเที่ยวสู่ชุมชน (ตลาดนัดคนเดิน) ได้แก่ (1) จัดตั้งกลุ่ม (2) พัฒนาจัดสิ่งแวดล้อมในชุมชน (3) จัดอบรมกลุ่มสมาชิก การบริหารจัดการ แปรรูปผลิตผลการเกษตรและผลิตภัณฑ์ (5) จัดการองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของชุมชน

2) แผนงานโครงการ แผนงานโครงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เรียนรู้วัฒนธรรม
ชนเผ่า 12 หลัง ซึ่งแต่ละซุ้มนั้นจะบรรจุข้อมูลเครื่องมืออุปกรณ์ทางวิถีชนเผ่าพร้อมกับมีห้องพัก 2
ห้อง เพียงเดียว (2 คน) ห้องน้ำภายในหมู่บ้านชาวเขาซึ่งในแต่ละซุ้มจะประกอบด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

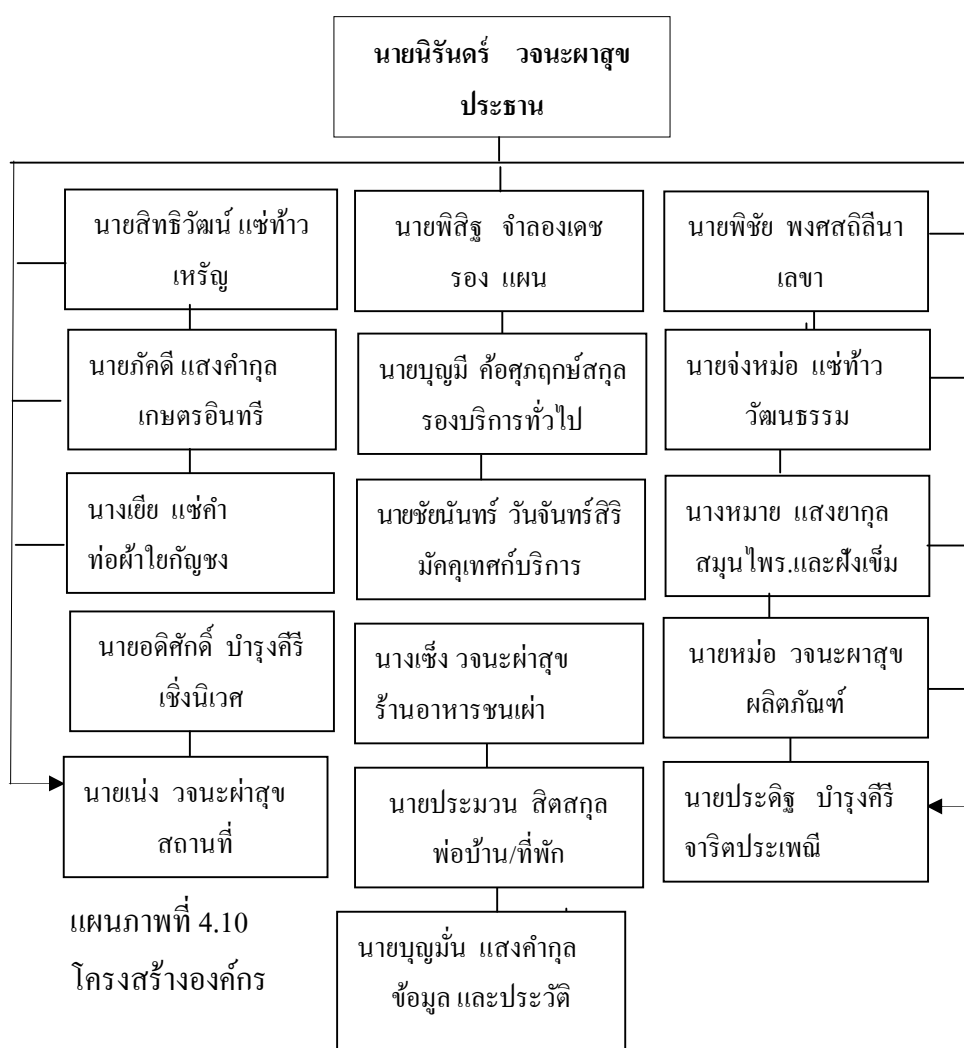
ซุ้มที่ 1. บ้านบรรพบุรุษ	ประเภทข้อมูล/เครื่องมือ	ผู้รับผิดชอบ
ขนาด 8X 6 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วยไม้ ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูน ประติ 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	- แท่นบูชาครอบครัว เตาไฟใหญ่ เตาไฟเล็ก กะทะใหญ่ กะทะเล็ก Sab cib กระตุง หม้อ จาน ช้อน ครกกระเดื่อง บันได ชั้นวางของ เตียงรับแขก เตียงพ่อแม่	นายจำเภา แซ่เพ้า
ซุ้มที่ 2.บ้านดีเหล็ก ขนาด 4 X 4 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วยไม้ ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูนประติ 2บัน หน้าต่าง 2 บาน	-ข้อมูลเครื่องมืออุปกรณ์ดีเหล็ก ครอบครัว -ข้อมูลเครื่องมืออุปกรณ์ทำเครื่องเงิน ทอง ครอบครัว	- นายจิ่งหม่อ แซ่ท้าว - ช่างดีเหล็ก -นายพิชัย พงศสถิตินา ช่างทำเงิน
ซุ้มที่ 3 บ้านวิถีม้ง ขนาด 8X 4 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วยไม้ ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูน ประติ 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	-เครื่องมือประกอบอาชีพประเภทมีดมีดทุกแบบ -เครื่องมือประกอบอาชีพประเภทขวานมีดทุกแบบ -เครื่องมือประกอบอาชีพประเภทจอบมีดทุกแบบ -เครื่องมือประกอบอาชีพประเภทสิ่วมีดทุกแบบ - เครื่องมือประกอบอาชีพประเภทแปมีดทุกแบบ	นายพิสิฐ จำลองเดช
ซุ้มที่ 4.บ้านดนตรี ขนาด 8X 4 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วยไม้ ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูน ประติ 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	- เครื่องดนตรีประเภทเป่ามี แคน ไม้ แคน พิ่วชี - ขลุ่ยไม้ ขลุ่ย พิ่วชี - จี๋หนองทองเหลือง - ดนตรีใบไม้ - สีซอ - กลอง	นายจิ่งหม่อ แซ่ท้าว
ซุ้มที่ 5 .บ้านคลินิกสมุนไพร ขนาด 8X 4 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วยไม้ ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูน ประติ 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	สมุนไพรประเภทต้มทานเป็นอาหาร -สมุนไพรประเภทประคบรักษาบาดแผล -สมุนไพรประเภทห้ามเลือดรักษาแผล -สมุนไพรประเภทช่วยหญิงตั้งครรภ์+ชายสู้อยู่ -สมุนไพรประเภท กันผี -คลินิกฝังเข็ม,นวด, จับเส้น,และอื่นๆ -ดูแลแม่และเด็ก	นางสมหมาย แซ่หย่าง และทีม
ซุ้มที่ 6 บ้านเอกลักษณ์ ขนาด 8X 4 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วย ไม้ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูน ประติ 2 บาน หน้าต่าง 2 บาน	-ผ้าเขียนลายเทียน 12 แบบ -ผ้าปักลาย 12 แบบ -ชุดแต่งกายหญิงชาย -ชุดแต่งกายวันอาลาโลก -ชุดเครื่องประดับ หญิงชาย 12 แบบ	นายชัยนันท์ วันจันทร์ศิริ
ซุ้มที่ 7. พันธุ์พืช ขนาด 8 X 4 สูง 2.50 เมตร มุง หญ้าคาหรือใบค้อ ล้อมด้วยไม้ ไผ่ พื้นเป็นดินผสมปูนประติ 2 บาน หน้าต่าง 2 บาน	เมล็ดพันธุ์พืชทุกชนิด -เมล็ดพันธุ์ประเภทหัวมัน ทุกชนิด -เมล็ดพันธุ์ประเภทเป็นลำต้น ทุกชนิด -เมล็ดพันธุ์ประเภทไม้ดอก ไม้ประดับ ทุกชนิด -เมล็ดพันธุ์ประเภทเห็ด ทุกชนิด	นายภักดี แสงคำกุล

ซุ้มที่ 8.บ้านภูมิปัญญา ขนาด 8X 4 สูง 2.50 เมตร มุง ญาคาหรือใบค้อ ส้อมด้วยไม้ ฝ่ พื้นเป็นดินผสมปูน ประตู 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	-พยากรณ์ชะตาจากกระดูกไก่ -लगसङ्गर्णจากธรรมชาติ (สัตว์) -ฤดูกาลกับเสียงนกและจักจั่น -ฤดูกาลกับป่าธรรมชาติ	นายบุญมั่น แสงคำกุล
ซุ้มที่ 9.บ้านสันติชุมชน ขนาด 8 X 4 สูง 2.50 เมตร มุงญาคาหรือใบค้อ ส้อมด้วย ไม้ฝ่ ดินผสมปูน ประตู 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	- กระจกแซ่กับการ ปกครอง - เทคนิคการ ไกล่เกลี่ย กระบวนการประนีประนอม - อัตราโทษ - สัญญาลงนามแบบชาวเขา	นายบุญมี ค้อศกฤกษ์สกุล
ซุ้มที่ 10.ศูนย์ข้อมูล ขนาด 8X 4 สูง 2.50 เมตร มุง ญาคาหรือใบค้อ ส้อมด้วยไม้ ฝ่พื้นเป็นดินผสมปูน ประตู 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	ประวัติหมู่บ้าน สถานที่ราชการ และข้อมูลทั่วไป -ข้อมูลทาง จปฐ ของหมู่บ้าน -ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป	นายนิรันดร์ วณะผาสุข
ซุ้มที่ ๑๑.บ้านหัตถกรรมและ เครื่องทอ ขนาด 8 X 8 สูง 2.50 เมตร มุง ญาคาหรือใบค้อ ส้อมด้วยไม้ ฝ่พื้นเป็นดินผสมปูน ประตู 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	-งานหัตถกรรมทุกประเภท -ต้นกัญชงและใยกัญชง -ขั้นตอนการผลิตผ้าใยกัญชง -เขียนลายเทียนผ้าใยกัญชง -ผ้าเขียนลายเทียน	นางหม่อ วณะผาสุข
ซุ้มที่ 12.บ้านประเพณี ขนาด 8 X 4 สูง 2.50 เมตร มุง ญาคาหรือใบค้อ ส้อมด้วยไม้ ฝ่พื้นเป็นดินผสมปูนประตู 2 บัน หน้าต่าง 2 บัน	-รับประกอบพิธีสมรสให้นักท่องเที่ยว -รับฝึกสอนอมรมพิธีกรรม,วัฒนธรรม -รับฝึกอบรมมารยาทแบบม้ง และ อื่นๆ	นายประดิษฐ์ บำรุงศิริ

3) ผลที่คาดว่าจะได้รับ คือ คนในชุมชน บ้านกนกงาม บ้านเล้าลือ บ้านเล้า
 เน้ง บ้านเพชรดำ และหมู่บ้านใกล้เคียงมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และ ศึกษาเรียนรู้ วิถีชีวิต
 วัฒนธรรมของตนเอง นักท่องเที่ยวได้ศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนชาวเขาและมาเที่ยวอำเภอเขา
 ค้อมากขึ้น คนเขาค้อและชุมชนบ้านกนกงาม บ้านเล้าลือ เล้าเน้ง บ้านเพชรดำ สามารถจำหน่าย
 ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวเป็นการ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน กลุ่มผู้
 ผ่านการบำบัด ผู้สูงอายุ เยาวชน สตรี มีอาชีพมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการบริการและจำหน่ายของที่
 ระลึก ชุมชนมีความตระหนักร่วมกันในการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อำเภอเขา
 ค้อมีแหล่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นต้นแบบโครงการท่องเที่ยวเชิง
 อนุรักษ์เรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมให้กับชุมชนอื่น มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว
 เพิ่มมากขึ้น และมีแหล่งศึกษาเรียนรู้การขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชุมชน

4) คุณสมบัติของสมาชิก คุณสมบัติของสมาชิก 1) เป็นบุคคลที่มีจิตอาสา พร้อมทั้งจะ อนุรักษ์ วิถี จารีตประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญา 2) เป็นบุคคลที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลเขาค้อ 4) มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต ขยัน อดทน และ ตรงต่อเวลา 4) ไม่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด 5) เป็น ผู้ผ่านการบำบัด มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป 6) เป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย และ 7) ไม่เป็นบุคคลที่มีโรคติดต่อร้ายแรง

5) โครงสร้างการบริหาร กลุ่มบ้านรักษัชนเผ่าได้กำหนดโครงสร้างการบริหาร และแต่งตั้งคณะกรรมการและกรรมการที่ปรึกษา จัดทำกฎระเบียบ เงื่อนไขและข้อสัญญาตกลงร่วมในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว ใบสมัครสมาชิก ใบลา หนังสือขออนุเคราะห์ของงบประมาณ หนังสือขออนุเคราะห์วัสดุก่อสร้าง และกำหนดบทบาทหน้าที่คณะกรรมการบริหาร แต่งตั้งคณะกรรมการและกรรมการที่ปรึกษา จัดทำกฎระเบียบ เงื่อนไขและข้อสัญญาตกลงร่วมในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว ใบสมัครสมาชิก ใบลา ทำหนังสือขออนุเคราะห์ของงบประมาณ ทำหนังสือขออนุเคราะห์วัสดุก่อสร้าง และกำหนดบทบาทหน้าที่คณะกรรมการบริหาร



7 การพัฒนาการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 403 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 425 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 418 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 ส่วนใหญ่เป็นนิสิต/นักศึกษา จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 739 คน คิดเป็นร้อยละ 92.40 เคยเดินทางมาเที่ยวเขตพื้นที่สูงในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 772 คน คิดเป็นร้อยละ 96.50 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ 1-2 ครั้งต่อปี จำนวน 456 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ 1 วัน จำนวน 402 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ส่วนมากเดินทางมากับครอบครัว จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 สำหรับยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ส่วนใหญ่ใช้รถส่วนตัว จำนวน 623 คน คิดเป็นร้อยละ 77.90 ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อพักผ่อน ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 706 คน คิดเป็นร้อยละ 88.20 และจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์อีก จำนวน 789 คน คิดเป็นร้อยละ 98.60 รวมทั้งจะชักชวนให้บุคคลอื่นๆ เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 792 คน คิดเป็นร้อยละ 99.00

3) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, $SD. = .53$) โดยอันดับแรก คือ สื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านสื่อมวลชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านสื่อมวลชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, $SD. = .87$) โดยอันดับแรก คือ วิทยุ รองลงมา คือ โทรทัศน์ และสื่อเคเบิลทีวี ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ หนังสือพิมพ์

ด้านสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านสื่อเฉพาะกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.95$, $SD. = .80$) โดยอันดับแรก คือ โปสเตอร์ รองลงมา คือ แผ่นพับ และจดหมายข่าว ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สื่อวีดิทัศน์

ด้านสื่อบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านสื่อบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, $SD. = .69$) โดยอันดับแรก คือ เพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน รองลงมา คือ ครูอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ศูนย์ข้อมูลของ ททท. Call center 1672

ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, $SD. = .77$) โดยอันดับแรก คือ เว็บไซต์การท่องเที่ยวของเอกชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ รองลงมา คือ เว็บไซต์การท่องเที่ยวของส่วนราชการในจังหวัดเพชรบูรณ์ และเฟสบุ๊ค ทวิสเตอร์ ตามลำดับ

4) ระดับความสำคัญในการจัดการการตลาดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูง จังหวัดเพชรบูรณ์

ประเภทโฮมสเตย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในการจัดการการตลาดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, $SD. = .80$) โดยอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ กิจกรรม และราคา ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สถานที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้ 1) **ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD. = .87$) โดยอันดับแรก คือ การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ รองลงมา คือ การออกแบบ และการมีความคิดสร้างสรรค์ตามลำดับ 2) **ด้านราคา** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD. = .87$) โดยอันดับแรก คือ เหมาะสมต่อการใช้งานหรือบริการ รองลงมา คือ สอดคล้องสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันและราคาของสินค้าผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน ตามลำดับ 3) **ด้านสถานที่** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, $SD. = 1.03$) โดยอันดับแรก คือ ให้อากาศที่ดี/ เข้ากับสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ได้ดี รองลงมา คือ มีความสะอาด สะดวกสบายต่อการใช้งาน และเหมาะสมกับจุดขาย/การให้บริการ ตามลำดับ และ 4) **ด้านกิจกรรม** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, $SD. = 1.04$) โดยอันดับแรก คือ ประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ดึงดูดต่อการมาท่องเที่ยว รองลงมา คือ เหมาะสมเทศกาลงานต่างๆที่จัดขึ้นในท้องถิ่นและจังหวัดเพชรบูรณ์ และสามารถนำเสนอในงานท่องเที่ยวต่างๆได้อย่างโดดเด่นมีเอกลักษณ์ตามลำดับ

ประเภทเส้นทางจักรยานเสือภูเขา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในการจัดการการตลาดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยานเสือภูเขา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, $SD. = .58$) โดยอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์

รองลงมา คือ ราคา และกิจกรรม ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สถานที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, $SD. = .80$) โดยอันดับแรก คือ การออกแบบ รองลงมา คือ การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ และการมีความคิดสร้างสรรค์ตามลำดับ 2) ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, $SD. = .86$) โดยอันดับแรก คือ เหมาะสมต่อการใช้งานหรือบริการ รองลงมา คือ สอดคล้องสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันและราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน ตามลำดับ 3) ด้านสถานที่ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$, $SD. = .82$) โดยอันดับแรก คือ ให้อยู่บรรยากาศที่ดี/ เข้ากับสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ได้ดี รองลงมา คือ มีความสะอาดสะดวกสบายต่อการใช้งาน และเหมาะสมกับจุดขาย/การให้บริการ ตามลำดับ และ 4) ด้านกิจกรรม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, $SD. = .84$) โดยอันดับแรก คือ ประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ดึงดูดต่อการมาท่องเที่ยว รองลงมา คือ เหมาะสมเทศกาลงานต่างๆที่จัดขึ้นในท้องถิ่นและจังหวัดเพชรบูรณ์ และสามารถนำเสนอในงานท่องเที่ยวต่างๆได้อย่างโดดเด่นมีเอกลักษณ์ตามลำดับ

ประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในการจัดการการตลาดเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, $SD. = .77$) โดยอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ กิจกรรม และราคา ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สถานที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, $SD. = .81$) โดยอันดับแรก คือ การออกแบบ รองลงมา คือ การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ และการมีความคิดสร้างสรรค์ตามลำดับ 2) ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, $SD. = .98$) โดยอันดับแรก คือ เหมาะสมต่อการใช้งานหรือบริการ รองลงมา คือ สอดคล้องสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันและราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน ตามลำดับ 3) ด้านสถานที่ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$, $SD. = 1.08$) โดยอันดับแรก คือ ให้อยู่บรรยากาศที่ดี/ เข้ากับสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ได้ดี รองลงมา คือ มีความสะอาดสะดวกสบายต่อการใช้งาน และเหมาะสมกับจุดขาย/การให้บริการ ตามลำดับ และ 4) ด้านกิจกรรม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, $SD. = 1.11$) โดยอันดับแรก คือ ประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ดึงดูดต่อการมาท่องเที่ยว รองลงมา คือ เหมาะสมเทศกาลงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในท้องถิ่นและจังหวัดเพชรบูรณ์ และสามารถนำเสนอในงานท่องเที่ยวต่างๆได้อย่างโดดเด่นมีเอกลักษณ์ตามลำดับ

5) **ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์**

ประเภทโฮมสเตย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.29$, $SD. = .40$) โดยอันดับแรก คือ สื่อสิ่งพิมพ์ รองลงมา คือ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สื่อโทรทัศน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้ 1) **สื่อสิ่งพิมพ์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, $SD. = .96$) โดยอันดับแรก คือ หัวข้อเรื่องอ่านง่าย รองลงมา คือ เนื้อหาสามารถจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว และการใช้สำนวนภาษา ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การจัดหน้าของสื่อสิ่งพิมพ์ 2) **สื่อวิทยุกระจายเสียง** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, $SD. = .84$) โดยอันดับแรก คือ ช่วงเวลาในการนำเสนอ รองลงมา คือ รูปแบบรายการมีความเหมาะสม มีผลต่อการโน้มน้าวและกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง และเนื้อหาสาระสำคัญของรายการ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การโฆษณาในรายการ 3) **สื่อโทรทัศน์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$, $SD. = .63$) โดยอันดับแรก คือ เนื้อหามีความครบถ้วน สามารถให้ความรู้ได้ดี รองลงมา คือ วิธีการนำเสนอมีการเรียงลำดับตามความสำคัญ และการใช้ภาพประกอบในรายการสามารถจูงใจผู้ชมได้ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เกมส์และการร่วมสนุกของผู้ชม และ 4) **สื่ออินเทอร์เน็ต** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, $SD. = .66$) โดยอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว รองลงมา คือ การมีจุดเชื่อมโยง (link) ไปยังเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ และการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยตลอดเวลาตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การให้มีการโพสต์ข้อความรูปภาพ และข้อคิดเห็นในการท่องเที่ยว

ประเภทเส้นทางจักรยานเสือภูเขา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยานเสือภูเขา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$, $SD. = .32$) โดยอันดับแรก คือ สื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สื่อวิทยุกระจายเสียง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผลดังนี้ 1) **สื่อสิ่งพิมพ์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, $SD. = .51$) โดยอันดับแรก คือ หัวข้อเรื่องอ่านง่าย รองลงมา คือ เนื้อหาสามารถจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว และการใช้สำนวนภาษา ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การจัดหน้าของสื่อสิ่งพิมพ์ 2) **สื่อวิทยุกระจายเสียง** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, $SD. = .54$) โดยอันดับแรก คือ ช่วงเวลาในการนำเสนอ รองลงมา คือ รูปแบบรายการมีความเหมาะสม มีผลต่อการโน้มน้าวและกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง

และเนื้อหาสาระสำคัญของรายการ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การโฆษณาในรายการ 3) **สื่อโทรทัศน์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$, $SD. = .71$) โดยอันดับแรก คือ เนื้อหา มีความครบถ้วน สามารถให้ความรู้ได้ดี รองลงมา คือ วิธีการนำเสนอมีการเรียงลำดับตามความสำคัญ และการใช้ภาพประกอบในรายการสามารถเข้าใจผู้ชมได้ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ความชัดเจนของสัญญาณโทรทัศน์ และ 4) **สื่ออินเทอร์เน็ต** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, $SD. = .74$) โดยอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว รองลงมา คือ การมีจุดเชื่อมโยง (link) ไปยังเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ และการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา และความถูกต้องของเนื้อหาตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การให้มีการโพสต์ข้อความรูปภาพ และข้อคิดเห็นในการท่องเที่ยว

ประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, $SD. = .34$) โดยอันดับแรก คือ สื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สื่อวิทยุกระจายเสียง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผลดังนี้ 1) **สื่อสิ่งพิมพ์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$, $SD. = .71$) โดยอันดับแรก คือ หัวข้อเรื่องอ่านง่าย รองลงมา คือ เนื้อหาสามารถเข้าใจให้เกิดการท่องเที่ยว และการใช้สำนวนภาษา ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การจัดหน้าของสื่อสิ่งพิมพ์ 2) **สื่อวิทยุกระจายเสียง** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, $SD. = .64$) โดยอันดับแรก คือ ช่วงเวลาในการนำเสนอ รองลงมา คือ รูปแบบรายการมีความเหมาะสมมีผลต่อการโน้มน้าวและกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง และเนื้อหาสาระสำคัญของรายการ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การโฆษณาในรายการ 3) **สื่อโทรทัศน์** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$, $SD. = .87$) โดยอันดับแรก คือ เนื้อหา มีความครบถ้วน สามารถให้ความรู้ได้ดี รองลงมา คือ วิธีการนำเสนอมีการเรียงลำดับตามความสำคัญ และการใช้ภาพประกอบในรายการสามารถเข้าใจผู้ชมได้ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ เกมส์และการร่วมสนุกของผู้ชม และ 4) **สื่ออินเทอร์เน็ต** พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, $SD. = .37$) โดยอันดับแรก คือ รูปภาพประกอบเว็บไซต์และเสียงดนตรีประกอบ รองลงมา คือ การมีจุดเชื่อมโยง (link) ไปยังเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ และการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ความง่ายในการเข้าถึงและ (download) ข้อมูล

6) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, $SD. = .44$) โดยอันดับแรก คือ การเลือกซื้อ/ใช้สินค้าที่ทำในจังหวัดเพชรบูรณ์ รองลงมา คือ การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ และการเลือกซื้อ/ใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การเลือกที่พักในประเทศไทย

7) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .611$, $p = .000$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผลดังนี้

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ประเภทสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .288$, $p = .000$)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ประเภทสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .341$, $p = .000$)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ประเภทสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .837$, $p = .000$)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .252$, $p = .000$)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประเภทสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

8) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

โฮมสเตย์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ ภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .082$, $p = .020$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .083$, $p = .019$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .209$, $p = .000$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ ด้าน

สื่อโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์
โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .036, p = .309$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ ด้าน
สื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์
โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .021, p = .552$)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์
ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัด
เพชรบูรณ์ ประเภทโฮมสเตย์ภาพรวม ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสัมพันธ์
กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ส่วนด้าน
สื่อโทรทัศน์และด้านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับ
การประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

เส้นทางจักรยานเสือภูเขา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการ
ประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน
พื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยานเสือภูเขากับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลัง
ได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยาน
เสือภูเขาภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลง
พฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัด
เพชรบูรณ์ ($r = .154, p = .000$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยาน
เสือภูเขา ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์
โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .020, p = .576$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยาน
เสือภูเขา ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .397, p = .000$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยาน เสือภูเขาด้านสื่อโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .016, p = .655$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยาน เสือภูเขาด้านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .047, p = .181$)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทเส้นทางจักรยาน เสือภูเขาภาพรวม และด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านสื่อโทรทัศน์และด้านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลสัมฤทธิ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลสัมฤทธิ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลสัมฤทธิ์ภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .099, p = .005$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลสัมฤทธิ์ ด้าน

สื่อสิ่งพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการ
เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .033, p = .352$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ด้าน
สื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กับการเปลี่ยนแปลง
พฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัด
เพชรบูรณ์ ($r = .118, p = .000$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ด้าน
สื่อโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์
โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .046, p = .191$)

ความคิดเห็นลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของการจัดการการตลาดเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ด้าน
สื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังได้รับการประชาสัมพันธ์
โครงการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ ($r = .015, p = .682$)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์สำคัญคือเพื่อพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ยั่งยืน ด้วยการพัฒนาปัจจัยเกื้อหนุนในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) การจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การพัฒนารูทกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าลีซอ 3) การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า 5) การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา 6) การจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน และ 7) การพัฒนาการจัดการการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ดำเนินการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การศึกษาเอกสาร การลงพื้นที่โดยกระบวนการ PAR การประชุม การสังเกต การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่มย่อย การประชุมเชิงปฏิบัติการ การอบรม และการศึกษาดูงาน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่เป็นชาวเขาเผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ ที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ในหมู่บ้านเล้าลือ เล้าเน้ง และบ้านเพชรคำ ตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน และตัวแทนภาคประชาชน 4 ชนเผ่า ตำบลเขาค้อ จำนวน 100 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลการวิจัยโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตามวัตถุประสงค์

สรุปผลการวิจัย

1. บริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน

จากการวิจัยสรุปได้ว่า หมู่บ้านเล้าลือ เป็นที่อยู่อาศัยของชาวเขามีเผ่าม้งเป็นส่วนมาก ทิศเหนือ ติดกับ หมู่บ้านเล้าเน้ง ทิศใต้ติดกับหมู่บ้านอุทโยภาส และวัดเขาค้อ ทิศตะวันออกติดกับหมู่บ้านปานสุขุม ทิศตะวันตกติดกับหมู่บ้านห้วยแค มีประชากร 886 คน ชาวบ้านยังคงรักษานูรภัยและสืบทอดวัฒนธรรมชนเผ่าไว้ให้กับชนรุ่นหลัง ประชากรส่วนมากนับถือศาสนาพุทธ มีอาชีพเป็นเกษตรกร หมู่บ้านเล้าเน้ง เมื่อพ.ศ. 2544 แยกมาจากหมู่บ้านเล้าลือ มีอาณาเขตติดต่อกับหมู่บ้านอื่น ดังนี้ ทิศเหนือติดกับหมู่บ้านเพชรคำ ทิศใต้ติดกับโรงเรียนอนุบาลเขาค้อ ทิศตะวันออกติดกับหมู่บ้านปานสุขุม ทิศตะวันตกติดกับเขตป่าไม้ตำบลเขาค้อ มีประชากร 680 คน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ยังคงรักษานูรภัยและสืบทอดวัฒนธรรมชนเผ่าไว้ให้กับชนรุ่นหลัง และหมู่บ้านเพชร

คำ หมูบ้านเพชรคำ เป็นแหล่งอาศัยของชนกลุ่มน้อย ได้แก่ เผ่าลีซอ เผ่าเย้า เผ่ามูเซอร์ คนไทย และอีก้อที่แต่งงานกับชาวลีซอจำนวนหนึ่ง ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวเขาเผ่าลีซอ มีพื้นที่ 2,500-3,000 ตารางกิโลเมตร มีเขตติดต่อดังนี้ ทิศเหนือติดกับหมู่บ้านวงศ์ปัญญา ตำบลทุ่งสมอ ทิศใต้ ติดกับหมู่บ้านเล่าเน้ง ทิศตะวันออกติดกับ หมู่บ้านใจทน ทิศตะวันตก ติดกับ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง มีจำนวนประชากร 847 คน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ชาวบ้านยังคงรักษาและอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมชนเผ่าไว้ให้กับชนรุ่นหลัง ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร

พื้นที่ของทั้งสามหมู่บ้านตั้งอยู่ในป่าสงวนแห่งชาติ สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร อากาศจะเย็นตลอดทั้งปี เป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่า 4 ชนเผ่า ได้แก่ ชนเผ่าม้ง ชนเผ่าลีซอ ชนเผ่าเย้า และชนเผ่ามูเซอร์ ชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร วิถีชีวิตของชุมชนยังคงแบบดั้งเดิม มีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมแบบชาวเขา พื้นที่ทั้งสามหมู่บ้านมีทุนเดิมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงเกษตร เชิงนิเวศน์ และเชิงอนุรักษ์สูง ดังนั้น เมื่อ พ.ศ.2547 จังหวัดเพชรบูรณ์จึงได้พัฒนาให้บ้านเล้าเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าของอำเภอเขาค้อ (หมู่บ้านชาวคอย) และได้ปิดตัวลงเพราะชุมชนไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เพราะขาดงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ และไม่มีรูปแบบองค์กรที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในด้านศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งสามหมู่บ้านมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมชนเผ่า กล่าวคือมีพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติภูหัวโป่งหล่น ภูวังชมพู ติดกับอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร อยู่ริมทางหลวงหมายเลข 2325 กม. 16 สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับตำบลทุ่งสมอและหมู่บ้านใกล้เคียงในตำบลเขาค้อ เช่น หมู่บ้านวงศ์ปัญญาและหมู่บ้านกนกงาม แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ลานบินและผาหัวหลง ลานหินปุ่มหรือชาวบ้านเรียกกันว่าชนาหินร้อง ถ้ำค้างคาว (ชาวบ้านเรียกว่าถ้ำซอกสอยหรือถ้ำพระอุดมค์ ถ้ำป่าขนาบและน้ำตกป่าขนาบ ลานไหแตก จุดชมวิวแปลงปลูกป่า ปตท กังหันลมผลิตไฟฟ้า พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก และจุดชมทะเลหมอก ข้างที่ว่าการอำเภอเขาค้อ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ ได้แก่ เต่าพันปี มีลักษณะเป็นก้อนหินขนาดใหญ่มีน้ำหนักประมาณ 50,000 กิโลกรัม ภูชี้คือ เป็นลานหินกว้างมองเห็นทิวทัศน์ได้ 360 องศา และ ทะเลหมอกภูมาวีน เป็นยอดเขาสูงจากระดับทะเล 1000 เมตร สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์บนเขาค้อทุกส่วน และเห็นสายหมอกที่เคลื่อนผ่านตามทิวเขา ป่าสนเมืองหนาว ป่าสนศาลเจ้า อ่างเก็บน้ำ เขาลังถ้ำซ่ง เป็นที่ตั้งของการผลิตไฟฟ้าด้วยกังหันพลังขนาดใหญ่มากที่สุดในประเทศไทยและมีพื้นที่ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของชนเผ่าม้ง ที่สามารถนำมาจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว เช่น พิธีเรียกขวัญปีใหม่ พิธีเลี้ยงผีปีใหม่ พิธีล่อขวัญ พิธีสู่ขวัญตั้ง การเป่าแคน การโยนลูกช่วง การตีลูกข่าง การยิงหน้าไม้ การยิงธนู และการแข่งล้อเลื่อน (รถไม้) และมีหัตถกรรมผ้าไหม ที่เป็นลายปักด้วยมือ และผ้า

เขียนเทียน ปัจจุบันมีกลุ่มสตรีผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายในหมู่บ้านเล่าลือและเล่าเน้ง เป็นสินค้าคัดสรร OTOP ระดับ 3 ดาวและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปคืองานประเพณีปีใหม่ม้ง และงานกินข้าวใหม่ม้ง เป็นต้น ในด้านวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าลีซอ ได้แก่ ประเพณีปีใหม่ ประเพณีวันไหว้อาปาใหม่ พิธีกรรมวันไหว้ผีใหญ่เจ้าที่ พิธีกรรมกินข้าวใหม่ พิธีกรรมการเรียกขวัญ และพิธีเซ่นไหว้ผีดิน และวันกินข้าวใหม่ การติดซิง(ซื่อ บือ) กับ แคน การเดินรำ กั่วเซี้ย (จ๊ะจ๊ะ) ตามเสียงดนตรีจาก แคนผู้หญิง หรือ ซิงซื่อบือ การเล่นเกม การตีลูกข่าง และการเล่นเกมช่วง ยิงหน้าไม้ การร้องเพลงโต้ตอบกันระหว่างหนุ่มสาว และการเล่นนิทาน

2. การพัฒนาปัจจัยเกื้อหนุนในด้านต่าง ๆ

2.1 การจัดการองค์กรการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากการวิจัยครั้งนี้ชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบองค์กรการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยตั้งชื่อองค์กรว่า ศูนย์อำนวยการบ้านเล่าลือ บ้านเล่าเน้ง และบ้านเพชรดำ ได้จัดสายงานเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชุมชนและป่า กลุ่มอาหารและผลิตผลทางเกษตร กลุ่มโฮมสเตย์/วิถีชนเผ่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและผ้าเขียนเทียน กลุ่มจักสานและไม้กวาด กลุ่มของที่ระลึกและถ่ายภาพ กลุ่มวัฒนธรรมและภูมิปัญญา กลุ่มสมุนไพร และกลุ่มจักรยานมีกรรมการรับผิดชอบทุกกลุ่ม จากการประชุมหลายครั้ง ชุมชนได้มีการพัฒนารูปแบบองค์กรและเปลี่ยนชื่อเป็น **กลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า** พร้อมกับพัฒนาโครงสร้างองค์กรครั้งที่ 1 เป็นแบบหน้าที่ มีประธานกลุ่ม รองประธานฝ่ายการตลาด รองประธานฝ่ายบริหาร และรองประธานฝ่ายแผน รองประธานฝ่ายการตลาด ดูแลฝ่ายผลิตภัณฑ์ ฝ่ายร้านค้า ฝ่ายกิจกรรมวัฒนธรรม ฝ่ายโฮมสเตย์ และฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยว รองประธานฝ่ายบริหารดูแลฝ่ายเลขานุการ ฝ่ายเหรียญกษาปณ์ ฝ่ายความปลอดภัย และฝ่ายสาธารณสุข **วิสัยทัศน์ขององค์กร** คือ เกษตรปลอดภัย แรงงานผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมคงอยู่ หมู่บ้านน่าเที่ยว เป้าหมาย คือ บ้านเล่าลือ บ้านเล่าเน้ง และบ้านเพชรดำ มีพื้นที่ดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวิถีและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ประกอบด้วยตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ลานการแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน อาคารพิพิธภัณฑ์แสดงนิทรรศการวิถี 4 ชนเผ่า แบบมีชีวิตและไม่มีชีวิต อาคารผลิตผ้าทอและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนสมุนไพร สวนไร่ชา และไร่กาแฟ **พันธกิจ** ได้แก่ 1) ชาวบ้านลดเลิกการใช้สารเคมี หันมาใช้สารอินทรีย์ 2) ส่งเสริมชุมชนผลิตพืชผักผลไม้เพื่อการท่องเที่ยว 3) ในชุมชนร่วมกันสร้างภูมิทัศน์ให้สวยงาม 4) ทำถนนคนเดิน 5) พื้นฟู อนุรักษ์ และรักษาวัฒนธรรม 4 ชนเผ่าให้คงอยู่ 6) จัดการบ้านพักให้เป็นโฮมสเตย์ 7) อนุรักษ์และพัฒนาป่าชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ 8) พัฒนาพื้นที่และเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และ 9) นำทุนเดิมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นสินค้า และ 10)

ชาวบ้านลดเลิกการใช้สารเคมี หันมาใช้สารอินทรีย์ จากนั้นก็ได้พัฒนาโครงสร้างองค์กรครั้งที่ 2 แบบหน้าที่ คือ ประธาน รองประธาน 2 ตำแหน่ง ฝ่ายற்றுญิก ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการ และมีที่ปรึกษา

ผลการประเมินการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า พบว่าเกิดพลังขับเคลื่อนในการสร้างเครือข่ายกับองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้ กลุ่มอาชีพ ๑ ทำหนังสือขอใช้พื้นที่จากศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ผลได้รับอนุมัติ จากการประชุมของศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ณ.ศาลาประชามบ้านเพชรดำ เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2555 ได้ให้ชุมชน เขียนโครงการของงบประมาณจังหวัด จังหวัดสำรวจพื้นที่เพื่อตั้งศูนย์ ฯ และการจัดภูมิ-ทัศน์ ได้ จัดสรรงบประมาณไว้ให้ 2,000,000 บาท บริษัท เขาค้อ วินด์ฟาวเวอร์ จำกัดได้พาผู้นำและตัวแทน ชุมชนไปศึกษาดูงานการปลูกกาแฟที่ดอยช้าง และ หน่วยพัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ไปศึกษาดูงานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการปลูกชากาแฟที่ จังหวัดเชียงราย จังหวัด เชียงใหม่ และจังหวัดน่าน เป็นต้น

2.2 การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าลีซอจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการศึกษาบริบทและศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน พบว่าหมู่บ้านเพชรดำตั้งอยู่บน เขาสูงกว่าระดับ น้ำทะเล 1,200 เมตร มีทิวเขาสลับซับซ้อนกันเป็นจำนวนมาก อากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี เป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าลีซอเป็นส่วนใหญ่ และมีชนเผ่ามูเซอ ชนเผ่าเย้า และชนเผ่าม้งอยู่ส่วนน้อย ที่มีวิถีชีวิตแบบชนเผ่าที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้อย่างดี ซึ่งเส้นทางไปก้งหัน ลมจะผ่านบ้านเพชรดำ ส่วนศักยภาพในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มี วัฒนธรรมที่สามารถเป็นสินค้าท่องเที่ยวมากมาย เช่น ประเพณีปีใหม่ วันสารทจีน วันกินข้าวใหม่ พิธี คู่ขวัญ พิธีแต่งงาน และการทำเกษตรบนที่สูง และการจักสาน ด้านทำเลที่ตั้ง มีพื้นที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว เช่น จุดชมวิวดอยเสมอดอกอ่างรัตน์ เจดีย์กาญจนาภิเษก ในพื้นที่เป็นแหล่งที่ตั้งกังหันลมผลิตไฟฟ้า แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเขาหลวง ป่าสนเมืองหนาว ป่าสนศาลเจ้า สำหรับสภาพตลาดท่องเที่ยวปัจจุบัน ชาวบ้านได้ทำห้างเล็ก ๆ ขายพืชผลเกษตรที่บริเวณสามแยกเชื่อมทางไปก้งหันพลัง ลม ถนนดินเชื่อมต่อกับตลาดทุ่งสมอซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรเดิมก่อนเกิดสงครามเขาค้อ และถนนใน หมู่บ้านผ่านหน้าศาลเจ้า ชาวบ้านบางคนนำผัก ข้าว และผ้าไปขายตามแหล่งท่องเที่ยวนอกหมู่บ้าน

จากการวิจัยแบบมีส่วนร่วมชุมชนได้จัดทำแผนปฏิบัติการโดยมีกิจกรรมดังนี้ 1) ศึกษาบริบท และศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน 2) จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้หาแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน 3) ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนที่ประสบผลสำเร็จทั้งในและนอกจังหวัด และ 4) กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน ในส่วนของแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนได้กำหนดรูปแบบการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน เป็นวิสาหกิจเครือข่าย

ท่องเที่ยวชุมชน ดำเนินการธุรกิจได้ 3 ลักษณะคือ **ลักษณะธุรกิจแบบที่ 1** ภาครัฐและชุมชนร่วมกันดำเนินการ **ลักษณะธุรกิจแบบที่ 2** เครือข่ายและชุมชนร่วมกันดำเนินการ และ **ลักษณะธุรกิจแบบที่ 3** ภาครัฐและเครือข่ายและชุมชนร่วมกันดำเนินการ กำหนดสถานที่ตั้งตลาด บริเวณพื้นที่ลานค้า/ตลาดถนนคนเดิน เริ่มตั้งแต่ถนนหน้าศาลเจ้าไปบรรจบกับเส้นทางขึ้นไปก้งหันลม และถนนทางไปตลาดทุ่งสมอ และการสร้างเครือข่ายเพื่อการดำเนินการธุรกิจ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนข้างเคียง ได้แก่ ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ชุมชนบ้านเล้าลือ และ ชุมชนบ้านเล้าเน้ง รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ในช่วงระยะการดำเนินการวิจัย ชุมชนได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน ชาวบ้านเข้าอบรม การทำโคมไฟไม้ไฟ โดยนำเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่ามาประกอบไม้ไฟเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้เป็นเครื่องตกแต่งบ้านกับอาจารย์มานะ อินทร์พรมมี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 2) กลุ่มแม่บ้านทำกระเป๋ายามลีซอ 3) พัฒนาการเกษตรในการปลูกชาและกาแฟ โดยทีมวิจัยร่วมกับศูนย์วิจัยจังหวัดเพชรบูรณ์ให้การอบรมเกี่ยวกับการปลูกกาแฟ และ 4) บริษัทเขาค้อวินพาวเวอร์พาตัวแทนชาวบ้านไปศึกษาดูงานที่อำเภอแม่เมาะจังหวัดลำปาง และดอยช้าง จังหวัดเชียงราย 5) ชาวบ้านเพาะต้นกล้าดอกนางพญาเสือโคร่งปลูกตามเส้นทางในหมู่บ้าน และ 6) ชาวบ้านร่วมกับอาจารย์ปัญญา เทียนนาวา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ กำหนดเส้นทางจักรยานเสือภูเขา

2.3 การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า

ผลการศึกษาริบทด้านวัฒนธรรม พบว่าเผ่าลีซอแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีดำเข้ากับท้องฟ้า และป่าเขาที่อยู่รอบตัว ผู้หญิงนุ่งกางเกงยาวจากกว้างคลุมเข่าสีดำ ผู้ชายใส่กางเกงทรงเดียวกับผู้หญิงแต่เป็นสีเขียว สีฟ้า หรือสีน้ำเงิน ผู้หญิงสวมเสื้อคลุมทับด้วยยาว แขนยาว คอป้าย แต่งขอบด้วยแถบริ้วสีแดงเสด ผู้ชายใส่เสื้อแขนยาวทรงกระบอก คอป้าย สีดำ ใส่ปลอกขาหรือผ้าพันแข้งทั้งหญิงและชาย ผ้าพันเอวของผู้หญิงสีดำผู้ชายสีแดงหรือเขียว ผู้หญิงใส่ต่างหูเงินสองข้างแต่ผู้ชายใส่ข้างเดียว หูหญิงใช้ผ้าโพกศีรษะเช่นเดียวกับผู้ชาย ใส่หมวกประดับด้วยพู่ ลูกปัด เหรียญ เสื้อของผู้หญิงและผู้ชายที่สวมใส่ในงานพิธีหรืองานฉลองตกแต่งส่วนหน้าอกและแผ่นหลังด้วยเหรียญรูปและกระดุมเงิน เพิ่มค่าและความสวยงาม ถ้าเป็นเงินแท้ใช้เป็นหลักทรัพย์ได้ และมีส่วนประดับเสื้อผ้าอีกอย่างคือ “หาง” ใส่ทั้งชายและหญิง (ยกเว้นชายชรา

ลีซอจะสร้างบ้านบนไหล่เขาสูง เมื่อได้พื้นที่ตั้งหมู่บ้านแล้วจะพากันสร้างศาลเทพเจ้าประจำหมู่บ้านก่อนสิ่งอื่น ให้คุ้มครองชุมชนให้อยู่เย็นเป็นสุข บ้านจะสร้างเหลื่อมกัน ไม่ให้ประตูบ้านตรงกับบ้านอื่น เพราะเกรงว่าเคราะห์ร้ายจากบ้านอื่นจะเข้าบ้านตน บ้านผู้อาวุโสจะอยู่ต่ำกว่าคนหนุ่ม สำหรับบ้านโบราณมีอยู่ 2 แบบ คือ บ้านติดดิน และบ้านยกพื้น ประตูเข้าบ้านมีประตูหน้าประตู

เดียว ภายในบ้านมีหิ้งบูชาบรรพบุรุษ เตาไฟ 2 เตา เตาไฟเล็กไว้ทำอาหาร เป็นที่อยู่ของผีเตา และ เตาไฟใหญ่ เอาไว้ทำอาหารเวลาจัดงานใหญ่ ชั้นวางอุปกรณ์ทำอาหาร มีแคร่สำหรับรับแขก โต๊ะ รับประทานอาหาร ห้องนอน ระหว่างผู้ใหญ่และหนุ่มสาวจะกันเป็นสัดส่วน

ชาวเขาเผ่าลีซอบริโภคข้าวข้าวและพืชผักเป็นอาหารหลัก เนื้อสัตว์บริโภคในงานพิธีกรรม และงานฉลองเทศกาล ทุกบ้านปลูกข้าวไว้กินตลอดปี ปลูกพืชผักไว้บริโภคเอง ข้าวของชนเผ่าลีซอ เป็นข้าวไร่ เมล็ดสั้น อ้วน ร่วนไม่มียาง มีรสมัน การปลูกจะใช้ไม้ไผ่ปลายแหลมกระทุ้งดินแล้วเอา เมล็ดข้าวหยอด พันธุ์ข้าวที่ลีซอปลูก ได้แก่ ข้าวแดง มี 2 สายพันธุ์ คือ ป้อมใหญ่ เป็นพันธุ์หนัก และ ป้อมเล็กเป็นพันธุ์เบา ข้าวเขียว มีสองสายพันธุ์เหมือนกับข้าวแดง ข้าวลาย มีลักษณะป้อมใหญ่มีลาย เป็นพันธุ์หนัก ข้าวขาว มีลักษณะเรียวยาว เป็นพันธุ์เบา ข้าวจ๋า มีลักษณะเรียวยาว เป็นพันธุ์เบา ข้าวหอมมะลิขาว ข้าวหอมมะลิลาย มีลักษณะเมล็ดใหญ่และยาว ข้าวไร่ใช้เวลาประมาณ 4-5 เดือน ก่อนนำข้าวเข้ายุ้งจะทำพิธีเรียกขวัญข้าว และในเดือนพฤศจิกายนชาวลีซอแต่ละบ้านจัดวันกินข้าว ใหม่ เพื่อขออนุญาตพรจากคนเฒ่าคนแก่ ชาวลีซอรับประทานอาหารรสจืด ต้มผักจะปรุงรสด้วยเกลือ สำหรับข้าวเป็นโตกไม้ นั่งบนตั่งหวาย ใช้ตะเกียบพวยข้าว คั้นน้ำชา ทำเหล้าข้าวโศดไว้ดื่มเองและดื่ม เหล้าหนักในเทศกาลปีใหม่ ถนอมอาหารประเภทเนื้อและผักไว้บริโภคเป็นปี เช่น เนื้อตาก หมูส้ม ไล่กรอก ผักตากแห้ง ผักกาดเขียวปลีคอง หน่อไม้คอง และขนมข้าวปุ้น

สำหรับการแต่งกายของชาวเขาเผ่าม้งจะแต่งตามเอกลักษณ์ประจำเผ่า เช่น ม้งดำ ผู้ชาย สวมกางเกงดำเป๋ายาวตัวโคร่งปลายขาแคบรัดข้อเท้า พันผ้าคาดเอวสีแดง รัดเข็มขัดเงินทับบน ผ้าคาดเอว ใส่เสื้อเอวสั้นเปิดหน้าท้อง แขนยาว ผ่าหน้า ปีกลายที่ปลายแขนชายเสื้อและสาบน้า สวม หมวกสีดำ ไม่มีปีกมีพู่ประดับที่ปลาย ผู้หญิงนุ่งกระโปรงจีบรอบตัวผ่าหน้า มีลวดลายเป็นลายปัก และลายเขียนเทียน สวมเสื้อสีดำ แขนยาว ข้างหลังมีปีกเสื้อแบบปกทหารเรือเอาด้านที่ปักลวดลายไว้ ด้านใน ตัวเสื้อยาว ปีกลายริมแขน ชายเสื้อและสาบน้า มีผ้าปิดแหวกหน้ากระโปรง มีผ้าพันแข้ง ส่วนม้งขาว ผู้ชายใส่กางเกงสีน้ำเงินหรือสีดำเป๋ายาว ตัวโคร่งปลายขาเป็นทรงกระบอก เหมือน กางเกงขาก๊วย ใส่เสื้อตัวสั้นรัดลำตัวเปิดหน้าท้อง แขนยาว ปีกหรือก้นผ้ารับขึ้นที่ปลายแขน ชายเสื้อ ริมคอ และสาบน้า มีลักษณะคล้ายของม้งดำ สวมหมวกไม่มีปีกสีดำมีพู่ปลายหมวก ผู้หญิงมีชุดอยู่บ้าน เป็นกางเกงสีดำหรือสีน้ำเงิน ขาวเหมือนของผู้ชาย และชุดใส่งานเทศกาลและงานพิธีต่างๆ เป็น กระโปรงจีบรอบตัวสีขาวแหวกหน้ายาวแค่หัวเข่า ไม่ปักลวดลาย เสื้อสีน้ำเงินดำหรือสีดำยาวถึง เอว แขนยาวมีผ้าปักประดับที่ขอบแขน ริมคอ ขอบชายเสื้อ และหน้าอก มีผ้าปิดแผ่นหน้า และแผ่น หลัง ตัวเสื้อมีปกเหมือนของม้งดำแต่ที่แตกต่างกันที่ม้งขาวเอาปกด้านลายปักไว้ด้านนอก เครื่องประดับของม้งดำและม้งขาว เป็นเงิน ได้แก่ กำไลข้อมือ ห่วงคอ ต่างหู และ

ลายผ้าของชาวม้ง มีลายปักด้วยมือ ตัดปะทับสอย และลายเขียนเทียน การประดิษฐ์ลาย เป็นไปตามจินตนาการของแต่ละคน โดยเลียนแบบจากธรรมชาติ วิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรม ลายปักด้วยมือจะปักผ้าด้วยเส้นด้าย แบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มลายไก่อเหี้ยบ กลุ่มลายกากบาท และกลุ่มลายสายน้ำ ลายผ้าตัดปะทับสอย ประกอบด้วย 2 กลุ่มลาย คือ กลุ่มลายเข้ามูมเหลียม และ กลุ่มลายเข้ามูมโถ้ง และลายเขียนเทียน มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลายดอก และกลุ่มลายแถว แต่ก่อน ชาวม้งใช้ผ้าใยกล้วย แต่ปัจจุบันปลูกกล้วยแล้วผิตกกฎหมาย จึงหันมาใช้ผ้าฝ้ายแทน

ม้งจะตั้งถิ่นฐานอยู่บนเขาสูงป่าสมบูรณ์ อยู่ละแวกเดียวกันเป็นกลุ่มเครือญาติ ลักษณะแบบ บ้านม้งโบราณจะสร้างด้วยวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ตัดต้นไม้มาทำเป็นเสาบ้าน โครง หลังคาบ้านทำด้วยไม้ไผ่ ฝาบ้านและประตูใช้ไม้ไผ่สับเป็นฟาก และสานขัดแตะ ส่วนหลังคาบ้านก็จะ ใช้หญ้าคาถักเป็นตับ หรือใช้ใบก้อใบเหี่ยว เย็บเป็นตับๆ รูปแบบของบ้านจะมีลักษณะเป็น สี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดประมาณ 8 x 10 เมตรไม่มีหน้าต่าง บ้านม้งชาวม้งมีประตู 2 ประตู ประตูหน้าเป็น ประตูหลัก การทำพิธีกรรมต่างๆ จะเข้าประตูนี้ พื้นบ้านเป็นดินได้หลังคา ด้านซ้ายของประตูหลักจะ เป็นห้องนอนของพ่อ – แม่ ถัดไปก็จะเป็นห้องนอนของลูกๆ โดยยกแคร่ไม้ไผ่เป็นเตียงนอน พื้นที่ ด้านขวาเป็นห้องพักแขก เก็บเมล็ดพันธุ์พืช และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ พื้นที่ส่วนตรงกลางบ้านจะมีเตา ไฟเล็ก ใช้หุงหาอาหารหรือจิบน้ำชาๆ พื้นที่ด้านหลังใกล้ประตูหน้า จะเป็นที่ตั้งเตาไฟใหญ่ พร้อม เครื่องครัว มีขี้ข้าวและที่เก็บฟืนต่อชายคาออกมาด้านขวา บริเวณพื้นที่รอบบ้านจะปลูกผักสวนครัวและ สมุนไพร ส่วนเล้าไก่ และเล้าหมูจะอยู่บริเวณพื้นที่ส่วนหลังของบ้าน

ชาวม้งบริโภคพืชผักและข้าวเจ้าเป็นอาหารหลัก มีเทศกาลกินข้าวใหม่ม้ง เนื้อสัตว์ไม่ได้ เป็นอาหารหลักจะนำมาทำพิธีกรรม เช่น หมูและไก่ บริโภคเนื้อสัตว์ทุกชนิดแต่ไม่กินเครื่องใน ชาวม้งรับประทานอาหารรสจืด การถนอมอาหารมี 2 วิธี การตากแดด และการหมักดอง ในวัน เทศกาลปีใหม่จะนิยมทำขนม หยี้ว ม้งใช้สมุนไพรประกอบอาหารที่ขึ้นชื่อคือต้มไก่สมุนไพร

สายสัมพันธ์ชาวม้ง มีดังนี้ 1) พันธุ์แป๊ะจาว มีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ เม็ดยาวเหลือง และเม็ด สั้นดำ 2) พันธุ์ข้าวแดง มี 3 สายพันธุ์ คือ แป๊ะลำใหญ่ แป๊ะลำเมล็ด และแป๊ะลำเมล็ดสั้น และ 3) พันธุ์ ข้าวขาว มี 2 สายพันธุ์ คือ แป๊ะเดือตูด และแป๊ะเดือตูดดำ 4) พันธุ์แป๊ะกาวซื่อ มีอยู่ 2 สายพันธุ์ ได้แก่ แป๊ะกาวซื่อเหลือง และแป๊ะกาวซื่อดำ 5) พันธุ์แป๊ะหอมมะลิ 6) พันธุ์แป๊ะข้างจ้าว และ 7) พันธุ์ แป๊ะข้าง

สำหรับผลการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ พบว่า แนวทางการพัฒนา ได้แก่

1 จัดหาสถานที่เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้ มีอยู่ 3 แห่ง คือ ศูนย์อาสาสมัครผ่านศึกตั้งอยู่ในบ้าน เล่าเน้ง อยู่ในความดูแลของศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ หน่วยพัฒนาบ้านเพชรคำ ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเพชรคำ ซึ่งได้อนุญาตให้กลุ่มอาชีพวัฒนธรรมและวิถี 4 ชนเผ่าใช้พื้นที่ได้

แล้ว และ ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็น ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเก่าแก่ง ที่ชุมชนเลือกเป็นโฮมสเตย์ของชุมชน ชื่อบ้านรักษันชนเผ่า

2. การจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมชนเผ่า ช่วงที่ขอใช้พื้นที่จากศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ไม่ได้รับอนุมัตินั้น ชุมชนได้ของบประมาณ SML ชื่อโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน และโครงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและป่าต้นน้ำบ้านเก่าแก่ง ได้สร้างอาคารศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าขึ้น

3. การสร้างเครือข่ายการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อการท่องเที่ยว ชุมชน ยื่นหนังสือขออนุญาตใช้พื้นที่ของหน่วยพัฒนาสังคมบ้านเพชรคำกับศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 ครั้งที่ 2 ได้รับการอนุมัติให้ใช้พื้นที่ศูนย์พัฒนาสังคมบ้านเพชรคำดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนได้ และจังหวัดให้การสนับสนุนพัฒนาต่อยอดจากงานวิจัยในปิงบประมาณหน้า

2.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่าบนพื้นที่สูง จังหวัดเพชรบูรณ์

จากการวิจัยพบว่าเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวเขาทั้ง 3 เผ่าที่ศึกษา ได้แก่ ชนเผ่าม้ง ชนเผ่าลีซอ และชนเผ่าเย้า มีความคล้ายคลึงกัน คือ การใช้ผ้าสีดำเป็นสีหลักในการตัดเย็บชุดแต่งกาย ส่วนสีรองชาวเขาแต่ละเผ่าจะใช้แตกต่างกันโดยที่ เผ่าม้งจะใช้สีชมพูและสีฟ้าเป็นส่วนใหญ่ เผ่าเย้าใช้สีแดง สีขาว และสีเหลืองส้มเป็นส่วนใหญ่ และเผ่าลีซอจะใช้สีม่วง สีเขียว และสีน้ำเงินเป็นส่วนใหญ่ ผลการออกแบบและประเมินแบบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้แบบโคมไฟตั้งพื้น โคมไฟตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวนผนัง รวม 9 แบบ แจกันขนาดเล็กและแจกันขนาดกลาง รวม 6 แบบ ผลการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ได้จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟตั้งพื้น โคมไฟตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวนผนัง จำนวน 9 ชิ้น จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์แจกันขนาดเล็กและแจกันขนาดกลาง จำนวน 6 ชิ้น ผลการจัดอบรมให้กับกลุ่มวิถึวัฒนธรรมสี่ชนเผ่า ผู้เข้าอบรมมีทักษะงานฝีมือสามารถทำชิ้นงานตามต้นแบบได้และมีการสร้างสรรค์ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์นอกจากแบบการทำวิจัยเรื่องรูปแบบที่ผู้วิจัยออกแบบได้

2.5 การจัดการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดยชุมชน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยบนเส้นทางจักรยานเสือภูเขาที่ชุมชนมีส่วนร่วม มี 2 รูปแบบ คือ เส้นทางในรูปแบบของการปั่นเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งมีกิจกรรมระหว่างเส้นทางคือ 1) ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนของชนเผ่า 3 กลุ่ม คือ ม้ง ลีซอ และเย้า 2) ศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นจากร้านค้าผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน 3) ศึกษาป่าธรรมชาติ 4) ชมธรรมชาติที่จุดชมวิว ชมถ้ำหลบภัยผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ และโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมเขา

คือ สำหรับรูปแบบที่ 2 คือ เส้นทางในรูปแบบของการปันเพื่อการผจญภัยและความท้าทาย ซึ่งมีกิจกรรมระหว่างเส้นทาง คือ 1) จีผ่านภูเขาสูงชัน มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม 2) การขี่จักรยานขึ้นภูเขาแบบวิบากและลงภูเขาแบบวิบาก

2.6 การจัดการโฮมสเตย์โดยชุมชน

จากกระบวนการวิจัยทำให้ชุมชนสามารถดำเนินการเกี่ยวกับโฮมสเตย์ได้ดังนี้ 1) กำหนดสถานที่พักนักท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) โดยเลือกใช้สถานที่ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขา คือ เป็นโฮมสเตย์ของชุมชน ตั้งชื่อว่า บ้านรักษันเผ่า มีเนื้อที่ 6 ไร่ มีอาคารที่พักผู้บำบัด 1 หลัง พร้อมห้องน้ำ 4 ห้อง อาคารโรงครัว 1 หลัง บ้านพักมุงหญ้าแฝก 2 หลัง โรงตีเหล็ก 1 หลัง ห้องน้ำ 2 หลัง แปลงสมุนไพร สวนดอกไม้ ลานกิจกรรม และทำนบกั้นน้ำ 2) การรวมกลุ่มสมาชิก มีผู้สนใจเริ่มแรก 40 คน ผู้เป็นสมาชิกสามารถรวมตระกูลเข้ามาลงทุนสร้างบ้านในพื้นที่ศูนย์บ้านร่มเย็นเขา คือได้ รายได้เป็นของผู้สร้างเอง แต่หักส่วนไว้ให้ส่วนกลาง อาหารนักท่องเที่ยวให้บ้านแต่ละหลังจัดหาให้แขก 3) โปรแกรมการให้บริการ คือ พัก 1 คืน พร้อมอาหาร 500 บาท ถ้าไม่นอนมาทำเพียงกิจกรรมคิดค่าอาหาร 200-350 บาทต่อคนต่อวัน รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย การศึกษาธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน 4) โครงสร้างการบริหารอยู่ในฝ่ายการตลาดขององค์กรกลุ่มอาชีพวิถีวิถีวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า โครงสร้างการบริหารองค์กรเป็นแบบหน้าที่ มีประธาน รองประธาน หัวหน้าฝ่ายที่พัก หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม หัวหน้าฝ่ายอาหาร และหัวหน้าฝ่ายบริการ (เลขานุการ เภรณัญญิก การตลาดและประชาสัมพันธ์ ความปลอดภัย) และกำหนดบทบาทหน้าที่คณะกรรมการ

สำหรับการพัฒนากิจกรรมโฮมสเตย์ กลุ่มบ้านรักษันเผ่าได้เสนอโครงการของงบประมาณสนับสนุนจากจังหวัด ซึ่งมีกิจกรรมบริการนักท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) 50 คำภาษาม้ง ทานข้าวฟรี และแนะนำโปรแกรม 10 นาที 100 บาท/คน
- 2) ชมวิถีและวัฒนธรรมชนเผ่า เช่น ดำข้าวเกี่ยวหนุ่มไม่ข้าวเกี่ยวสาว โยนลูกช่วง เลือกลูกหูก, เป่าจิ้งหรีด (จ้าง Ncas) สี่อรั้ง, เป่าขลุ่ยสี่อรั้ง 30 นาที 100 บาท/คน
- 3) ยิงหน้าไม้, ตีลูกข่าง, เพื่อเลือกผลไม้ 10 นาที 100 บาท/คน
- 4) ชมวิถีและวัฒนธรรม ในบ้าน 12 หลัง ๆ ละ 10 นาที

หลังที่ 1. บ้านพิธีกรรมทางความเชื่อ เช่น การพยากรณ์กระดูกไก่, การเรียกขวัญเด็ก, การดูแลแม่และเด็ก, และรายการอื่นอีกมากมาย 10 นาที

หลังที่ 2. บ้านวิถี จะมีเครื่องมือเครื่องมือ เกี่ยวกับวิถีชีวิตประจำวันให้ชม

หลังที่ 3 บ้านสมุนไพร มีข้อมูลเอกสารสมุนไพรมีแปลงปลูกสมุนไพรเป็นแหล่งเรียนรู้, มีการนวดจับเส้น, มีการรักษาโรค 45 นาที 1500-2000 บาท

หลังที่ 4. บ้านเครื่องประดับ และชุดประจำเผ่า

หลังที่ 5. บ้านคนตรีมีเครื่องดนตรีชนเผ่า ทุกประเภทพร้อมเป่าให้ฟัง

5) หลังที่ 6. บ้านประกอบพิธีแต่งงาน จัดมีการประกอบพิธีแต่งงานแบบจำลองเพื่อการศึกษาเรียนรู้ หรือ จัดพิธีการแต่งงาน ให้นักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนของนักท่องเที่ยว

6) หลังที่ 7 บ้านภูมิปัญญา จัดมีการโชว์ภูมิปัญญาของชนเผ่า เช่น แปะดำข้าวอุปกรณ์เครื่องมือตัดสัตว์ทุกประเภท เสี่ยงนกทุกประเภท และอื่นอีกมากมาย ชั่วโมง

2.7 การพัฒนาการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า การตอบแบบสอบถามและการทบทวนวรรณกรรมที่ได้นำเสนอในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สรุปการอภิปรายผล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษได้เปิดรับข่าวต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดย ผ่านสื่อมวลชน โทรทัศน์ วิทยุ และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์นิยมมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก การใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆที่ได้รับชมการนำเสนอด้วยแบบวัดระดับความสำคัญในปัจจัยทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับ 3 ส่วน ในชุดงานวิจัยได้แก่ โฮมสเตย์ เส้นทางจักรยานภูเขา ผลิตภัณฑ์และกระบวนการสำหรับการจัดการการตลาดโดยใช้การประชาสัมพันธ์โดยใช้รูปแบบตัวอย่างลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านสื่อต่างๆได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับที่จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์

อภิปรายผล

จากการวิจัยแบบมีส่วนร่วมครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ชุมชนได้มีความรู้ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง โดยพัฒนาปัจจัยหนุนเสริมด้านต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวในชุมชนยั่งยืน สิ่งแรกที่สำคัญคือการทำให้ชุมชนรู้จักบริบทและศักยภาพของตนเอง ในบริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น พบว่า หมู่บ้านเล้าลือ หมู่บ้านเล้าเน้ง และหมู่บ้านเพชรดำ อยู่ในพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นที่อยู่อาศัยของชาวเขาเผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ ได้รับประกาศให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ (หมู่บ้านชาวดอย) เมื่อ พ.ศ. 2547 จังหวัดได้ให้งบประมาณแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและองค์การบริหารส่วนตำบลเขาแก้ว พัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองบประมาณหมุดการท่องเที่ยวในชุมชนก็ได้ปิดตัวลง ทั้งนี้เพราะไม่มีองค์กรบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขาดการสร้างเครือข่าย ประชาชนในชุมชนไม่มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และรายได้กระจุกตัวอยู่กับคนบางกลุ่มเท่านั้น

จากกระบวนการวิจัยชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบและจัดตั้งองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวได้ โดยตั้งชื่อว่า กลุ่มอาชีพการท่องเที่ยวเชิงวิถีและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ประกอบด้วยชนเผ่าม้ง ชนเผ่าลีซอ ชนเผ่าเย้า และชนเผ่ามูเซอ นอกจากนี้ยังสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการเมือง ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผู้รู้ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) ว่าหมายถึงทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของ การท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจาก การท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ บทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น คำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ และเครือข่ายนั้น (Network) เป็นรูปแบบทางสังคมที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเพื่อการแลกเปลี่ยน การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการร่วมกันทำงานโดยมีฐานะเท่าเทียมกัน ซึ่งลักษณะของเครือข่ายเป็นโครงสร้างทางความคิด (Cognitive structures) ไม่ว่าจะพัฒนาไปถึงระดับใด บุคคลที่เกี่ยวข้องในองค์กรเครือข่ายจะมีกรอบความคิดเกี่ยวกับองค์กรเครือข่ายใกล้เคียงกัน ในด้านความรู้ความสามารถและความต้องการ คือ 1) องค์กรเครือข่ายไม่มีลำดับชั้น (Hierarchy) การเชื่อมโยงระหว่างองค์กรเครือข่ายเป็นไปในลักษณะแนวนราบ แต่ละองค์กรเป็นอิสระต่อกัน แต่ระดับความเป็นอิสระของแต่ละองค์กรอาจไม่เท่ากัน 2) องค์กรเครือข่ายมีการแบ่งงานกันทำ (Division of labour) 3) การที่องค์กรเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกัน เพราะส่วนหนึ่งคาดหวังการพึ่งพิงแลกเปลี่ยนความสามารถระหว่างกัน ดังนั้น หากองค์กรใดไม่สามารถแสดงความสามารถให้เป็นที่ประจักษ์ ก็อาจหลุดออกจากเครือข่ายได้ ในทางตรงกันข้าม หากได้แสดงความสามารถ ก็จะนำไปสู่การพึ่งพิงและขึ้นต่อกัน การแบ่งงานกันทำ ทั้งยังเป็นการลดโอกาสที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งจะแสดงอำนาจเหนือเครือข่ายด้วย 4) ความเข้มแข็งขององค์กรที่ร่วมกันเป็นเครือข่าย จะนำไปสู่ความเข้มแข็งโดยรวมของเครือข่าย ดังนั้น การพัฒนาของแต่ละองค์กรเครือข่าย จึงเป็นสิ่งสำคัญ 5) องค์กรเครือข่ายกำหนดการบริหารจัดการกันเอง (Self-regulating) 5) ในการทำงานร่วมกันในลักษณะแนวนราบ จำเป็นต้องมีความสมานฉันท์ โดยผ่านกระบวนการทางประชาธิปไตย ซึ่งหมายถึงการต่อรอง ตกลงระหว่างองค์กรเครือข่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการภายใน เพื่อให้เครือข่ายสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ และ 6) ความสำเร็จขององค์กรเครือข่ายมิใช่จะได้มาเพียงชั่วข้ามคืน แต่ต้องอาศัยระยะเวลา ในการบ่มเพาะความสัมพันธ์ ความศรัทธา และความไว้วางใจ

เนื้อเชื้อใจ ตลอดจนการสร้างกรอบทางความคิด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร การแก้ไขปัญหาร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการดำเนินการร่วมกันระหว่างองค์กร

สำหรับการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวเขาเผ่าลีซอ นั้น พบว่าในชุมชนมีผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมที่สามารถนำมาเป็นสินค้าการท่องเที่ยวมีมากมาย เช่น ประเพณีปีใหม่ วันสารทจีนหรือประเพณีเช่นไหว้ผลไม้ให้แก่บรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้ว พิธีสู่ขวัญหรือประเพณีการตั้งชื่อ ประเพณี สู่ขอหญิงสาวมาเป็นคู่ครอง วันกินข้าวใหม่ รวมทั้งวิถีชุมชนแบบชนเผ่า เช่น การทำเกษตรบนที่สูง และทำเครื่องมือจักสานจากไม้ไผ่ เป็นต้น นอกจากนี้หมู่บ้านเพชรคำอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเขาค้อหลายแห่ง เช่น จุดชมทะเลหมอกอ่างรัตน์ เจดีย์กาญจนาภิเษก กังหันผลิตไฟฟ้ากำลังลมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและทางธรรมชาติ ได้แก่ ป่าสนเมืองหนาว เส้นทางไปกังหันพลังลม ป่าสนศาลเจ้า และเขาหลังถ้ำที่มีถ้ำน้ำตก ถ้ำน้ำเข็กและ ป่าดิบ ในส่วนของสภาพตลาดการท่องเที่ยวปัจจุบัน ชาวบ้านทำห้างขายผัก (ร้านขายผักที่ทำจากไม้ไผ่หลังเล็ก ๆ) ที่ริมถนนในหมู่บ้าน ที่เป็นบริเวณทางแยกเชื่อมกับถนนไปกังหันลม และถนนดินไปตลาดทุ่งสมอ ตำบลทุ่งสมอ และนำสินค้าประเภทผัก ข้าว และผ้า ผากให้ชาวบ้านเล้าลือและบ้านเล้าแข้งไปขายตามแหล่งท่องเที่ยว จึงนับได้ว่าบ้านเพชรคำมีปัจจัยทรัพยากรที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนได้ครบถ้วน ดังที่บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2548) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง จะต้องคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์ ยึดหลักให้ธุรกิจเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่สอง เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น การวิจัยได้พัฒนาชาวบ้านให้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนได้ ดังต่อไปนี้ 1) จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน 2) ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งในและนอกจังหวัด เพื่อให้ชุมชนสามารถนำความรู้มาดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวได้ ชุมชนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวของตนเอง ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจจะประสบผลสำเร็จได้นั้น คนเป็นทรัพยากรที่มีค่าและสำคัญยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย (2546) กำหนดให้คนเป็นปัจจัยหนึ่งในสี่ของการจัดการมาตรฐานท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัตถุประสงค์ข้อที่สามเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน บ้านเพชรดำ ชุมชนสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวได้ ดังต่อไปนี้ 1) กำหนดรูปแบบการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน เป็นรูปแบบวิสาหกิจเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน ดำเนินการธุรกิจได้ใน 3 ลักษณะคือ ลักษณะธุรกิจแบบที่ 1 ภาครัฐ:ชุมชน ร่วมกันดำเนินการธุรกิจ ลักษณะธุรกิจแบบที่ 2 เครือข่าย : ชุมชน ร่วมกันดำเนินการธุรกิจ และ ลักษณะธุรกิจแบบที่ 3 ภาครัฐ:เครือข่าย : ชุมชน ร่วมกันดำเนินการธุรกิจ จะเลือกลักษณะใดนั้นจะประชาคมก่อน อย่างไรก็ตามรูปแบบเป็นในรูปของวิสาหกิจเครือข่าย ที่ให้ภาครัฐและชุมชนใกล้ชิดเข้ามาร่วมดำเนินการธุรกิจ เป็นแนวทางให้การประกอบธุรกิจยั่งยืนได้ พื้นที่ลานค้าและถนนคนเดินมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม และยังได้เข้าร่วมอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่า มีการพัฒนาภูมิทัศน์และกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจักรยานเลื้อภูเขา

ในส่วนของการพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า นั้น ชุมชนสามารถรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย การสร้างบ้านเรือน และการบริโภค วิถีชีวิต ของชาวเขาเผ่าม้งและชนเผ่าลีซอใน 3 หมู่บ้าน และสามารถเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนทั้งทางด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ใช้ประโยชน์จะมี 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่ 1 คนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง และ กลุ่มที่ 2 คือนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ทศพิธ เป็นดวงเนตร ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการศูนย์เรียนรู้เครือข่ายชุมชนชาวจีนยูนนาน จ.แม่ฮ่องสอน พบว่าจากกระบวนการวิจัยก่อให้เกิดศูนย์การเรียนรู้ที่ช่วยสร้างเสริมความรู้อย่างต่อเนื่องให้กับสมาชิกชุมชน และยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ อีกทั้งเป็นแหล่งบริการข้อมูลข่าวสาร ถือว่าเป็นคลังปัญญาที่จะสร้างคนรุ่นใหม่เชื่อมกับคนรุ่นเก่าได้อย่างสอดคล้องและไม่จำกัดเวลา เห็นได้จากการที่ทีมวิจัยและชุมชนได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการนำเสนอเรื่องราวทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านมัลติเมสกันน้อยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมา ช่วงปลายปี พ.ศ.2553 ถึงต้นปี พ.ศ.2554 และสำหรับนักท่องเที่ยวเองก็จะได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่า ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักและรับรู้ถึงความสำคัญของวัฒนธรรมชาวจีนยูนนานอีกด้วย (สุภาวิณี ทรงพรพาณิชย์, 2554: online) ชุมชนได้กำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมในชุมชน ดังนี้ จัดหาพื้นที่เพื่อจัดตั้งพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมชุมชน และกำหนดสถานที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชน ได้แก่ บริเวณศาลเจ้าบ้านเพชรดำ ที่นี้มีพิธีกรรมไหว้ศาลเจ้าที่ ศาลปู่ศาลย่า ในงานและเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ ชาวลีซอก็จะมาทำพิธีกรรม เต้นจ๊ะกึ้นอย่างสนุกสนาน ชาย-หญิง ทั้งคนเผ่าคนแก่ คนวัยกลางคน คนหนุ่มคนสาว และเด็ก ๆ จะแต่งตัวด้วยชุดใหม่ที่สวยงามและมาร่วมงานกันอย่างเนืองแน่น อีกสถานที่หนึ่งคืออาคารโครงการศูนย์เศรษฐกิจ

พอเพียงเพื่อยกระดับชุมชนและโครงการอนุรักษ์ศิลปะ - วัฒนธรรมและป่าต้นน้ำ บ้านเล่านั่ง ที่นี้จะเป็นที่รวบรวม เครื่องมือเครื่องใช้ในวิถีชีวิตสมัยโบราณ และอีกแห่งหนึ่ง คือ ศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็น ที่นี้จะมีเครื่องมือเครื่องใช้สมัยโบราณ โรงตีมีดแบบโบราณ และมีสวนสมุนไพรกับไม้หายาก นอกจากนี้ชุมชนยังได้ทำหนังสือขอใช้พื้นที่และเสนอโครงการบ้านรักษชนเผ่าและของบประมาณสนับสนุนจากจังหวัดเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ผลคือได้รับอนุมัติให้ใช้พื้นที่ซึ่งอยู่ในความดูแลของหน่วยพัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 และจังหวัดจะจัดสรรงบประมาณให้ในปีต่อไป จากโครงการที่ชุมชนเสนอแก่ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์นั้น จะมีรูปแบบแหล่งเรียนรู้เช่นเดียวกับหมู่บ้านรักไทยของจีนยูนานและของพิพิธภัณฑชาวนาชุมชนจะแล จังหวัดเชียงราย ซึ่งที่นี่ประกอบไปด้วยสิ่งของ เครื่องใช้ที่แสดงถึงวิถีชนเผ่า ได้ถูกเรียกรวบรวมภายในชุมชนเพื่อนำมาจัดแสดง ชุมชน 4 หลัง เรือนไม้ไผ่ 2 เรือน สร้างจากเรียวแรงชาวบ้านชุมชนจะแล นานนับกว่า 6 เดือน เพื่อเป็นชุมชมแสดงประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ห้องฉายภาพวิดีโอสารคดีชนเผ่า ร้านค้าชุมชน การรวมกลุ่มของคนในชุมชน และคน ภายในชุมชนศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ชนเผ่าบ้านจะแล ประกอบด้วยอาคารต่างๆ ดังนี้ ห้องแสดงศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ห้องฉายภาพวิดีโอสารคดีชนเผ่า และห้องแสดงภาพ ห้องศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เป็นอาคารดินตรงกึ่งกลางของอาคารอีก 3 หลัง ประกอบด้วย เครื่องมือเครื่องใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน, เครื่องแต่งกายทั้งของชายและหญิง, เครื่องประดับ, เครื่องดนตรีของชนเผ่าต่างๆ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรม อาทิ เครื่องบูชาพระเจ้าอี้อา และจำลองต้นวอ ในประเพณีปีใหม่มกีนวอของชาวล่าหู่ เป็นต้น รวมถึงแผนที่การอพยพของชนเผ่าต่างๆ เข้ามาตั้งรกรากถิ่นฐานในประเทศไทย ทั้งชนเผ่าอาข่า ล่าหู่ เมี่ยน ม้ง ลีซู และกะเหรี่ยง สิ่งของภายในห้องที่จัดแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชนเผ่าเหล่านี้ เป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่ชาวชุมชนร่วมใจกันมอบให้พิพิธภัณฑ เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ ภายในชุมชนเอง และเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจจากภายนอก จากทางเข้า อาคารแรกที่ปรากฏ แก่สายตา เป็นห้องฉายภาพวิดีโอสารคดีชนเผ่า ที่เผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสข้อเท็จจริง ที่ถูกต้องเกี่ยวกับ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ขนบประเพณี ของ 3 ชนเผ่า ในเขตบ้านห้วยแม่ซ้าย อันประกอบด้วย ชนเผ่าล่าหู่ อาข่า และเมี่ยน ซึ่งเป็นวิดีโอสารคดี ทั้งภาคภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และญี่ปุ่น ส่วนอาคารดินหลังเล็กๆ รูปทรงกลมติดกับประตูทางเข้าพิพิธภัณฑอีกด้านหนึ่ง เป็นห้องแสดงภาพถ่าย ซึ่งเป็นภาพซีเปีย อันแสดงถึงความเป็นธรรมชาติ และเอกลักษณ์ของชนเผ่า ทั้งความสดใสของเด็กๆชนเผ่า การแต่งกาย เป็นต้น (www.hilltribe.org/thai/museum) ในการวิจัยก่อให้เกิดศูนย์การเรียนรู้ที่ช่วยสร้างเสริมความรู้อย่างต่อเนื่องให้กับสมาชิกชุมชน และยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ อีกทั้งเป็นแหล่งบริการข้อมูลข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นคลังปัญญาที่จะสร้างคนรุ่นใหม่เชื่อมกับคนรุ่นเก่าได้อย่างสอดคล้องและไม่จำกัดเวลา เห็นได้จากการที่ทีมวิจัยและชุมชนได้ใช้ประโยชน์

จากข้อมูลในการนำเสนอเรื่องราวทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านมัลติเทคก้าน้อยในช่วง
ฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมา ช่วงปลายปี พ.ศ.2553 ถึงต้นปี พ.ศ.2554 และสำหรับนักท่องเที่ยวเองก็จะ
ได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่า ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักและรับรู้ถึงความสำคัญ
ของวัฒนธรรมชาวจีนยูนนานอีกด้วย(สุภาวิณี ทรงพรพาณิชย์, 2554:online) ดังนั้น แนวทางพัฒนา
แหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเล้าลือ บ้านเล้าแง และบ้านเพชดำ นั้น สอดคล้องกับ
เนาวรัตน์ ถิขิตวัฒนเศรษฐ (2544) ที่กล่าวว่าแหล่งการเรียนรู้ คือ ถิ่น ที่อยู่ บริเวณ บ่อเกิด แหล่ง ที่
หรือศูนย์รวมความรู้ที่ให้เข้าไปศึกษาหาความรู้ ความเข้าใจ และความชำนาญ ซึ่งตามความหมายนี้
แหล่งการเรียนรู้จึงอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่เป็นธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นได้ทั้งบุคคล สิ่งมีชีวิต
และไม่มีชีวิต

ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า
เป็นการนำเอาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวเขามาเป็นแนวคิดในการออกแบบของ
ตกแต่งบ้าน เป็นวิธีการหนึ่งในหลายวิธีการที่จะเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมด้านอื่นๆมาถ่ายทอดผ่าน
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตกแต่งบ้านประเภทโคมไฟและแจกัน การนำผลวิจัยไปใช้สามารถ นำแนวคิดนี้
ไปใช้ในการออกแบบเป็นของตกแต่งประเภทอื่นได้อีกหลายชนิด เช่น ของใช้ในชีวิตประจำวัน
ของใช้ในสำนักงาน หรือรวมไปถึงสิ่งของสาธารณะประโยชน์ หรือเป็นสินค้าควบคู่ไปกับการ
ท่องเที่ยวได้อีกแนวทางหนึ่ง

ในด้านการจัดการเส้นทางจักรยานเสือภูเขานั้น ชุมชน สามารถกำหนดได้ 2 รูปแบบ
คือรูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ และรูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อ
ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ ซึ่งเส้นทางทั้งสองรูปแบบนั้นมีความเหมาะสมในการจั
จักรยานเสือภูเขาที่ต้องใช้พลังกำลังและความท้าทาย เนื่องจากมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาชัน
เส้นทางต้องขยับผ่านเส้นทางขรุขระและลาดชัน ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะของการท่องเที่ยว
แบบผจญภัยตามแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ที่กล่าวว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่
ชอบแสวงหาความตื่นเต้นและแปลกใหม่ ในสภาพธรรมชาติที่ห่างไกลความเจริญและมีความ
ลำบากในการ นอกจากนั้นการที่ผลวิจัยพบว่า เส้นทางจักรยานเสือภูเขาทั้งสองรูปแบบ ทำให้
ผู้จักรยานเสือภูเขา เกิดความรู้สึกลึกซึ้งด้านการผจญภัย ว่ามีโอกาสได้สำรวจเส้นทางใหม่อย่างเต็มที่ ได้
ท้าทายประสิทธิภาพร่างกายของตนเอง ได้ท้าทายและฝึกฝนทักษะในการขยับจักรยานเสือภูเขา
นอกจากนั้นในระหว่างจักรยานเสือภูเขานั้นบางช่วงเส้นทางต้องขึ้นด้วยอัตราความเร็วสูง และการขึ้น
ผ่านเส้นทางที่สูงชัน ผ่านเส้นทางดินที่ขรุขระ ทำให้เกิดความตื่นเต้นเป็นอย่างยิ่ง และทำให้รู้สึกทำ
หาย นอกจากนั้นยังสามารถทำการทดสอบสมรรถนะของรถจักรยานของตนเองได้ด้วย เนื่องจาก
เส้นทางมีสภาพสนามที่แตกต่างหลากหลาย จึงทำให้สามารถปรับแต่งจักรยานได้หลายลักษณะ ยิ่ง

ไปกว่านั้น ความภาคภูมิใจที่ได้พิชิตเส้นทางที่มีความยากลำบากอย่างยิ่งและการได้ใช้ชีวิตกลางแจ้งแบบผจญภัยด้วยการขี่จักรยานเสือภูเขา ผู้ขี่จักรยานรู้สึกชื่นชอบและการขี่จักรยานตามเส้นทางทั้งสองนี้ ได้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับ สุรเชษฐ์ เชมฐมาส (2535 อ้างใน นฤชิต ดีพร้อม, 2549) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวแบบผจญภัยนั้น เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเข้าร่วมกิจกรรมที่อาศัยความทรหดอดทน เสี่ยงภัย ตามสถานที่ห่างไกล ที่มีชื่อเสียงด้านความงาม และองค์ประกอบของธรรมชาติ อีกทั้งการทำกิจกรรมผจญภัยที่เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสถานการณ์ที่ตนเองไม่รู้ ไม่คาดคิด ได้สัมผัสกับความตื่นเต้นท้าทาย ความเสี่ยง ทำให้รู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากประสบการณ์ที่ได้พบ เช่น ได้พัฒนาทักษะในการประกอบกิจกรรม การได้ประยุกต์ใช้ทักษะที่ตนเองมีกับกิจกรรมที่ทำ (Swabrooke et al., 2003) สำหรับการกำหนดกิจกรรมในรูปแบบเส้นทางจักรยานเสือภูเขา ที่ประกอบด้วย การศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนของชนเผ่า 3 กลุ่ม คือ ม้ง ลีซอ และเย้า การศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นจากร้านค้าผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน การศึกษาป่าธรรมชาติ และการได้ชมวิว ณ จุดชมวิวกมถ้ำหลวยกับผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ และโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมเขาค้อนอกจากนั้นในด้านการผจญภัยที่ต้องขี่ผ่านเส้นทางผ่านภูเขาสูงชัน มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม รวมทั้งการขี่จักรยานขึ้นภูเขาแบบวิบาก และการขี่จักรยานลงภูเขาแบบวิบาก ซึ่งผลการกำหนดกิจกรรมนี้ สอดคล้องกับแนวคิดขององค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ของราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545) ที่กล่าวว่าควรจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้คือ 1) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษให้ความตื่นตาตื่นใจ ท้าทายความสามารถของมนุษย์และชวนให้ทดลองทำเมื่อเข้าไปเที่ยว 2) มีบริการอำนวยความสะดวกพร้อม 3) มีครูฝึกรับผิดชอบการแนะนำและดูแลความปลอดภัย 4) เป็นการจัดการที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน 5) เป็นการจัดการที่มีการกำหนดนโยบายแผนงานและแผนปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งระยะสั้นและระยะยาว 6) นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย ปลอดภัย มีความทรงจำและประสบการณ์ใหม่จากการดำเนินการจัดกิจกรรม ตั้งแต่การสำรวจเส้นทางจักรยาน จนกระทั่งการกำหนดกิจกรรมที่ผู้วิจัยได้จัดให้ชุมชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วย ทำให้การกำหนดรูปแบบเส้นทางจักรยานทั้งสองรูปแบบไม่มีผลกระทบต่อชุมชน เนื่องจากเป็นเส้นทางสัญจรไปมาของชาวบ้านอยู่เป็นปกติ แม้กระทั่งในเขตป่าชุมชนก็ไม่มีผลกระทบใด ๆ เนื่องจากการขี่จักรยานไม่ได้ก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็น ผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในประเด็นสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (สินธุ์ สโรบล, 2546) ซึ่งมีฐานคิดว่าชาวบ้านทุกคนเป็น เจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว นำเอา ทรัพยากร

การท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น นอกจากนั้นพจนานา สวานศรี (2546 อ้างในมณฑา วดี พูลเกิด, 2552) ยังกล่าวว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีจุดประสงค์คือ การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนที่ชุมชนกำลังเผชิญอยู่ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชน และมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง นอกจากนั้นการที่ผู้วิจัยได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการจัดการยานเสือภูเขา และมอบจักรยานเสือภูเขาให้ชาวบ้านไว้จำนวนหนึ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชาวบ้านเข้าใจในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถดำเนินการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยจักรยานเสือภูเขาอย่างเหมาะสมได้ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดของ Fennell (1999 อ้างในมณฑา วดี พูลเกิด, 2552) ที่กล่าวว่าคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนคือการท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จาก สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น ให้มากที่สุด ด้วยการใช้เทคโนโลยีในชุมชนเท่าที่จำเป็น ที่สำคัญยังต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันกับคนในชุมชน โดยที่การดำเนินการดังกล่าวต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้คือ 1) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังครอบครัวของสมาชิกในชุมชน ทำให้เกิดการสร้างรายได้ทางตรงแก่คนในชุมชน 2) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสาธารณูปโภค และการยกระดับความเป็นอยู่ที่ยั่งยืนเพื่อสมาชิกในชุมชน ไม่ใช่เพื่อนักท่องเที่ยว 3) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรม ในชุมชนอันเนื่องมาจากความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตกเข้ามาสู่ชุมชน 4) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม สังคมตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชน ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว และ 5) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีงามระหว่างประเทศ ทั้งในระดับนานาชาติ และภูมิภาค ที่ล้วนอยู่ภายใต้ความหลากหลายวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม และไม่มองว่าใคร "เจริญกว่า" และใคร "ด้อยกว่า"

รวมทั้งในด้านการจัดการโฮมสเตย์นั้น ได้มีการศึกษาบริบทและศักยภาพการท่องเที่ยวพบว่าสามารถเป็นเครือข่ายการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับตำบลทุ่งสมอและหมู่บ้านใกล้เคียงในตำบลเขาค้อ เช่น หมู่บ้านวังขี้พญานและหมู่บ้านกนกงาม กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของตำบลทุ่งสมอที่อยู่ใกล้กับหมู่บ้านเล้าลือและหมู่บ้านเล้าเน้ง และเพชรดำ ได้แก่ ลานบินและผาวัวหลง ลานหินปุมหรือชาวบ้านเรียกกันว่าชนาหินร่อง ถ้ำค้างคาว ถ้ำปากนาบและน้ำตก

ป่าขนานบน ลานไหแตก จุดชมวิวแปลงปลูกป่า ปดท และกังหันพลังลมผลิตไฟฟ้า ส่วนหมู่บ้าน ไกล่เคียงตำบลเขาค้อ ได้แก่ พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก และจุดชมทะเลหมอก ข้างที่ว่าการ อำเภอเขาค้อ ซึ่งคนนิยมไปเที่ยวกันมาก สำหรับพื้นที่ธรรมชาติในชุมชน มี ชมดงพญาผาหมอก ภูชี้ ค้อ เต่า 1000 ปี วิวทะเล ภูป่าศาลเจ้า ป่าสนอ่างเก็บน้ำบ้านเล่านั่ง และศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อ และชุมชนได้ร่วมกันจัดตั้งโฮมสเตย์ของหมู่บ้าน โดยเลือกศูนย์บำบัดบ้านร่มเย็นเขาค้อเป็นโฮมสเตย์ ของชุมชน ทั้งนี้เพราะบ้านอยู่อาศัยของชาวบ้านยังไม่พร้อมที่จะรับนักท่องเที่ยว เหตุผลคือสภาพ บ้านและคิดที่ธรรมเนียมปฏิบัติในการให้ผู้อื่นเข้าค้างแรมที่บ้านตนด้วย และเห็นว่าศูนย์บำบัดบ้าน ร่มเย็นเขาค้อรับผู้บำบัดรักษายู่เป็นประจำอยู่แล้ว หากพัฒนาให้เป็นโฮมสเตย์ ย่อมจะ เหมาะสม กว่าบ้านของชาวบ้าน พร้อมกับจัดโปรแกรมการให้บริการ คือ พักค้างคืนพร้อมอาหาร คิดค่าบริการ 500 บาท ถ้ามาทำกิจกรรมไม่พักค้างคืน คิดค่าอาหาร 200-350 บาทต่อหัวต่อวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิด และประเภทของอาหาร สำหรับรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย การศึกษาธรรมชาติและ การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใน ระยะทาง 8 กิโลเมตรไป-กลับ ได้แก่ ชมดง พญาผาหมอก ชมมาวิวทะเล ภู ศึกษาธรรมชาติชมพืชมหัศจรรย์ที่สุดของทิวเขาเขาค้อ ชมเต่า 1000 ปี เป็นต้น ภาคกลางคืนเที่ยวถนนคนเดิน 4 ชม.เผ่า เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาวเขา และ เลือกซื้อพืชผัก ทางการเกษตรของชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมชนเผ่า ได้แก่ 50 คำภาษาม้ง ทานข้าวฟรี และแนะนำโปรแกรม 10 นาที 100 บาท/คน ชมวิถีและวัฒนธรรมชนเผ่า เช่น ตำข้าวเหนียวนุ่มไม่ข้าวเหนียวสาว โยนลูกช่วงเลือกหาคู่, เป่าจิ้งหรีด (จ้าง Ncas) สี่รัก, เป่า ขลุ่ยสี่รัก 30 นาที 100 บาท/คน ยิงหน้าไม้, ตีลูกข่าง, เพื่อเหลือขุนพล 10 นาที 100 บาท/คน และชม วิถีและวัฒนธรรม ในบ้าน 12 หลัง ๆ ละ 10 หลังจากนักท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยราชภัฏได้เข้าพักโฮมส เตย์แล้ว ได้มีการพัฒนาโฮมสเตย์ต่อโดยเสนอโครงการของบสนับสนุนจากจังหวัด การดำเนินการ ของชุมชนในการวิจัยครั้งนี้ นับว่าคนในชุมชนสามารถพัฒนาทักษะในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และโฮมสเตย์ได้ สอดคล้องกับญานิศา วัฒนคานวน (2545) ในงานวิจัยเรื่องทักษะแรงงานในการ จัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา : หมู่บ้านทรงไทย ปลายโพรงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะและแนวทางการพัฒนาทักษะ แรงงานในการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนทั้งในระดับชุมชน และครัวเรือนตำบลปลายโพรงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า วิธีการ เกิดขึ้นของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านทรงไทย ปลายโพรงพางเริ่มต้นด้วยผู้มีบทบาท เด่นในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานในรูปแบบของ ชมรมอนุรักษ์หมู่บ้านท่องเที่ยวก็คือผู้นำ ตามธรรมชาติซึ่งเป็นบุคคลที่ชุมชนให้การ ยอมรับนับถือ และศรัทธา สำหรับทักษะแรงงานที่พบ เป็นทักษะที่เกิดจากการประสานทักษะ ที่มีอยู่แต่ดั้งเดิม เช่น ทักษะการจัดการอาหาร ทักษะการ จัดการบ้านพัก ฯลฯ เข้ากับ การเปิดรับทักษะใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ เช่น ทักษะการ

ประชาสัมพันธ์ และสร้าง เครือข่าย ทักษะการต่อรอง ทักษะการจัดสรรผลประโยชน์ ฯลฯ แล้วนำทักษะที่เป็นทุนดั้งเดิม และทักษะในการบริหารจัดการมาพัฒนาปรับปรุงให้เอื้อประโยชน์ และเหมาะสม รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่เชื่อว่าสามารถทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งทรัพยากรธรรมชาติและชุมชน มีองค์ประกอบ 4 อย่างและต่างสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การจัดการโฮมสเตย์ที่อยู่ภายใต้พื้นฐานการคิดที่เข้าใจระบบนิเวศ ความเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของพื้นที่ (Nature – Based Tourism) การไม่คิดทำลายสมดุลของธรรมชาติด้วยการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และชุมชนเอง ใช้ทรัพยากรอย่างระมัดระวัง และรอบคอบ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างอาชีพและการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ในขณะที่เดียวกันการพักอาศัยอยู่ในชุมชนได้เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ทั้งความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ การเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ทำให้ชุมชนสามารถหาทางออกในการจัดการ ทั้งเชิงรับและเชิงรุกเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อปกป้องทรัพยากรและผลประโยชน์ของชุมชนโดยรวม จะเห็นได้ว่าการพัฒนาการจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนทั้งสามหมู่บ้านนั้น มีมาตรฐานเทียบได้กับ กระทรวงท่องเที่ยวฯ นำเสนอ 10 มาตรฐานจัดเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยใหม่ นายปัญญา ไกรทัศน์ ประธานสัมพันธ์สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า ในปี 2551 ได้จัดเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเพิ่มเติมจากเดิม ขอให้ผู้ที่ประสงค์จะดำเนินการจดทะเบียนเพื่อขอรับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ดำเนินการดังต่อไปนี้ 1) มาตรฐานด้านที่พัก ต้องเป็นลักษณะบ้านที่เป็นสัดส่วน ที่พักที่นอนสะอาดและสบาย มีห้องอาบน้ำ และห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือชุมชน 2) มาตรฐานด้านอาหารและโภชนาการ ต้องคำนึงถึงชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร มีน้ำดื่มสะอาด ภาชนะที่บรรจุอาหารสะอาด มีห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวถูกสุขลักษณะ 3) มาตรฐานด้านความปลอดภัย มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย 4) มาตรฐานด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก ต้องมีการต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย มีการสร้างกิจกรรมและเปลี่ยนความรู้ในวิถีชุมชน 5) มาตรฐานด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องมีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจน ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน มีข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว และเจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว 6) มาตรฐานด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง มีการดูแลแหล่งท่องเที่ยว มีแผนงาน หรือมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสถานะโลกร้อน 7) มาตรฐานด้านวัฒนธรรม มีการดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น รักษาวิถีชุมชนให้คงไว้เป็นกิจวัตรปกติ 8) มาตรฐานด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการสร้าง

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึกหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ต้องมีผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน 9) มาตรฐานด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ต้องมีเอกสารสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนและ 10) ต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

สำหรับการพัฒนาการจัดการการตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ได้ทำการสำรวจตลาด สรุปการอภิปรายผลได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้เปิดรับข่าวต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดย **ผ่านสื่อมวลชน** โทรทัศน์ วิทยุ และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์นิยมมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก การใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆที่ได้รับชมการนำเสนอตัวแบบวัดระดับความสำคัญใน**ปัจจัยทางการตลาด** พบว่า **ด้านผลิตภัณฑ์**ให้ความสำคัญกับ 3 ส่วน ในชุดงานวิจัยได้แก่ โฮมสเตย์ เส้นทางจักรยานภูเขา และผลิตภัณฑ์และกระบวนการทัศนสำหรับการจัดการการตลาดโดยใช้การประชาสัมพันธ์ โดยใช้รูปแบบตัวอย่างลักษณะของสื่อในการประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ผ่านสื่อต่างๆได้แก่ **สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุกระจายเสียง** ตามลำดับที่จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์ จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งชาติชาย เทพแบ่ง 2547 กล่าวไว้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Promotions) หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Promotion) และไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal Selling) เข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือจำหน่ายไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ และวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ 1) เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 2) เพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว 3) เพื่อรักษาหรือเพิ่มส่วนครองตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market Share) 4) เพื่อเพิ่มพูนการระลึกถึง จดจำ การยอมรับ และความเชื่อถือด้านการท่องเที่ยว 5) เพื่อเพิ่มพูนปริมาณนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นในอนาคต 6) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการท่องเที่ยวให้เหนือคู่แข่ง จากวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น กิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้นั้น จึงต้องใช้ส่วนประสมทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) มาช่วยในการจัดทำสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวให้สัมฤทธิ์ผล ดังนั้นส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดมาช่วยในการจัดทำสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อ ส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวให้สัมฤทธิ์ผล (www.oknation.net/blog/boonyou)

จากการวิจัยและพัฒนาครั้งนี้จะเห็นได้ว่าชุมชนสามารถจัดการท่องเที่ยวได้โดยชุมชนและเพื่อชุมชนเองอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ พจนา สวนศรี (2546: 11-12) ที่กล่าวไว้ว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism- CBT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป หากแต่ CBT เป็นการพัฒนาชุมชนที่ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดยการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น การกำหนดหลักการเพื่อให้เห็นจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้ การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น และ 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน และหากชุมชนดำเนินการต่ออย่างเข้มแข็งการท่องเที่ยวของทั้งสามหมู่บ้านก็จะยั่งยืนได้ ทั้งนี้ เพราะการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมัลติเมเดียสื่อโครง (ชากรุงเทพฯ) มาให้กลุ่มอาชีพวัฒนธรรมและวิถี 4 ชนเผ่าเพาะ ได้หลายร้อยต้น และนำไปปลูกตามถนนสายต่าง ๆ ในชุมชน ชาวบ้านได้ร่วมกิจกรรมนี้เป็นอย่างดี และจากการประชุมเพื่อพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยววัฒนธรรมชนเผ่า ของศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 และการเสนอแผนและโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มเพื่อของบประมาณสนับสนุนจากจังหวัด ส่งผลให้วันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2555 ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 จังหวัดเพชรบูรณ์ ซื้อต้นนางพญาเสือโคร่ง จากบ้านทับเบิกและนำทีมโดยนายสุชาติ ราษฎร์ชัย ร่องผู้ว่าราชการจังหวัด นางนวลทอง สาธิผล พร้อมด้วยข้าราชการและชาวบ้านร่วมกันปลูกนางพญาเสือโคร่งตามถนนและพื้นที่ศูนย์พัฒนาสังคมบ้านเพชรดำ นับพันต้น และบริษัทเขาค้อวินพาวด์เวอร์ก็ได้นำต้นนางพญาเสือโคร่งปลูกริมถนนเส้นทางขึ้นไปแหล่งกังหันลม ทำให้ชุมชนเกิดพลังในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ เรณูภา ราชโน (<http://www.google.com>) ที่ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า หมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาตลอดจน การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย นอกจากนี้เมื่อเทศกาลอุ้มพระดำน้ำ พ.ศ. 2554 กลุ่มอาชีพท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า ได้ไปรวมขบวนแห่เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาพื้นที่ใกล้เคียงโดยผู้วิจัยได้มอบต้นกล้านางพญาเสือโคร่งให้แก่สำนักงานที่ดินอำเภอเขาค้อไว้ปลูกรอบบริเวณสำนักงาน และหมู่บ้านนาหว้า หมู่บ้านวงศ์ปัญญา เพื่อ

ไปปลูกริมถนนจากหมู่บ้านไปเขาหลังถ้ำและกังหันลม และปลูกที่บริเวณวัดและโรงเรียน ให้ชาวบ้านที่ปลูกหน้าบ้าน รวมจำนวน 300 ต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยสามารถเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

- 1) องค์การส่วนตำบล องค์การส่วนท้องถิ่น วัฒนธรรมตำบล หน่วยงานพัฒนาสังคม หน่วยที่ 38 สำนักงานจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานเกษตร สำนักงานป่าไม้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด ควรเป็นเครือข่ายกับกลุ่มอาชีพการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรม 4 ชนเผ่า เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวในชุมชน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เพื่อพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอำเภอเขาค้อ
- 2) หน่วยงานภาครัฐและชุมชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนได้
- 3) ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 38 และองค์กรที่เกี่ยวข้อง สามารถดำเนินการในการพัฒนาต่อยอดเพื่อเป็นประโยชน์ต่อจังหวัด และประเทศชาติต่อไปได้
- 4) ชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่อไปได้
- 5) สร้างศูนย์การเรียนรู้ ที่สร้างเสริมความรู้อย่างต่อเนื่องให้กับสมาชิกชุมชน ให้เป็นคลังปัญญาที่จะสร้างคนรุ่นใหม่เชื่อมกับคนรุ่นเก่าได้อย่างสอดคล้องและไม่จำกัดเวลา
- 6) ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เพื่อศึกษาและสำรวจเส้นทาง ควรตรวจสอบลักษณะภูมิอากาศก่อนที่จะดำเนินการ เนื่องจากในบางเวลาอาจพบสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสม เป็นอุปสรรคต่อการศึกษพื้นที่
- 7) ในการกำหนดเส้นทางจักรยานเสือภูเขา ที่จะต้องมีการทำกิจกรรมระหว่างเส้นทางนั้น ควรกำหนดระยะทางไม่ให้ไกลเกินไป เนื่องจากจะต้องเสียเวลาในการจักรยานมาก ทำให้มีเวลาในการทำกิจกรรมน้อยลง
- 8) ชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปดำเนินการจัดตั้งโฮมสเตย์ ในรูปแบบของสหกรณ์หรือวิสาหกิจชุมชน ได้
- 9) นำไปเป็นข้อมูลในการทำตลาดออนไลน์ได้

2. การเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป

1) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มอาชีพท่องเที่ยวชุมชนสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้
 2) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชนเผ่าอย่างยั่งยืน
 3) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตการเกษตรเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว

4) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร
 5) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 6) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
 7) การทำวิจัยในครั้งต่อไปควรทำวิจัยเกี่ยวประเพณีหรือการเล่นของชนเผ่ามาถ่ายทอดผ่านการออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์สินค้ารวมถึงการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวเขาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในโอกาสต่อไป

8) ควรมีการศึกษารูปแบบการจี้จกรยานเสือภูเขาที่แตกต่างกันตามลักษณะประเภทของการท่องเที่ยว เช่นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการจี้จกรยานเสือภูเขา การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว

9) ควรมีการศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนของพื้นที่ท่องเที่ยว

10) ควรมีการศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวผจญภัยบนเส้นทางจักรยานเสือภูเขา

11) ควรทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบโฮมสเตย์ได้อย่างยั่งยืน
 12) การจัดการโฮมสเตย์โดยชนเผ่าแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
 13) การพัฒนาเครือข่ายธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 14) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเพชรบูรณ์กับจังหวัดใกล้เคียงและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างของรูปแบบในการประชาสัมพันธ์การตลาดในประเภทต่างๆทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวของการจัดการการตลาดละในแง่มุมต่างๆได้ต่อไป

15) ควรดำเนินการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในแต่ละกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวของการจัดการการตลาดเนื่องจากผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ยังให้ความสำคัญกับการประเมินผลน้อยมาก ทั้งที่การประเมินผลของตัวแปรสำคัญที่จะช่วยวัดความสำเร็จของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่าเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ หากไม่ ก็จะทราบว่าปัญหาตรงจุดไหน และสามารถแก้ไขได้อย่างไรซึ่งคำตอบเหล่านี้ล้วนได้จากกระบวนการในการประเมินผลทั้งสิ้น หากมีการประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์มากขึ้นแล้ว การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคตก็สามารถจัดทิศทางให้ตรงกับความเป็นและสนองวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น จึงควรมีขั้นตอนการประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เช่นการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกิจกรรมนั้นๆ เป็นต้น