

# บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### (RESEARCH METHODOLOGY)

#### สถานที่ดำเนินการวิจัย

##### (Locale of the Study)

คณะผู้วิจัยได้พิจารณาและตัดสินใจในการเลือกสถานที่ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่องสอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1) เพื่อเป็นการสนองกระแสพระราชประสงค์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ที่มีพระประสงค์ให้พื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่องสอนเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ในเชิงอนุรักษ์ และวัฒนธรรมควบคู่ไปกับเส้นทางธรรมชาติ โดยเฉพาะพิพิธภัณฑ์โครงการหลวงที่ 1 (ฝาง) โรงงานไฟฟ้าพลังน้ำ น้ำตกบ้านยาง แหล่งเกษตรผสมผสานของชาวบ้าน สวนลีนจี สวนสตรอเบอร์รี่ของโรงงานหลวงที่ 1 (ฝาง) และชุมชนใกล้เคียง ซึ่งมีวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งอิวเมียน ไทใหญ่ ปกาเกอญอ ลahu และคนไทยพื้นราบ เป็นต้น

2) พื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่องสอน เป็นเขตติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่และของประเทศไทย ก็คือ โครงการหลวงอ่างขาง ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างมาก จึงมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมจำนวนมาก ดังนั้นควรมีการเตรียมความพร้อมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งถ้าไม่มีการเตรียมความพร้อมดังกล่าว อาจจะทำให้วัฒนธรรมเหล่านั้นถูกกลืนและสูญสลายไปกับวัฒนธรรมต่างถิ่นที่ล้นไหลเข้ามาที่นักท่องเที่ยว

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### (Population and Sampling Procedures)

##### ประชากรในการวิจัย

พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยประชากรในการวิจัย คือ

- ลุ่มน้ำย่อยต้นสำน มีหมู่บ้านต้นสำน ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 286 ครัวเรือน รวม 1,118 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวปกาเกอญอ
- ลุ่มน้ำย่อยแม่ฮ่องสอนน้อย มีหมู่บ้านปางควาย ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 524 ครัวเรือน รวม 2,416 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวอิวเมียน ไทใหญ่และจีนยูนาน บ้านหนองขวาง ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 239 ครัวเรือน รวม 791 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านห้วยห้อม ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 244 ครัวเรือน รวม 786 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ

- กลุ่มน้ำย่อยแม่ฮ่องสอน มีหมู่บ้านทุ่งหลุก ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 578 ครัวเรือน รวม 2,051 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านใหม่โป่งผา ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 138 ครัวเรือน รวม 478 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านแม่สุนน้อย ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 584 ครัวเรือน รวม 1,587 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านยาง ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 200 ครัวเรือน รวม 1,031 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวจีนยูนานและชาวอิวเมี่ยน บ้านหนอง ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 7 ครัวเรือน รวม 35 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวอิวเมี่ยน และจีนยูนาน บ้านห้วยขาน ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 33 ครัวเรือน รวม 165 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวอิวเมี่ยนและจีนยูนาน

- กลุ่มน้ำย่อยแม่ฮ่องสอนตอนล่าง มีหมู่บ้านแม่ฮ่องสอนกลาง ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 417 ครัวเรือน รวม 1,015 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านแม่ฮ่องสอนชี้เหล็ก ประชากรอาศัยอยู่ จำนวน 289 ครัวเรือน รวม 877 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านสันป่าแดง ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 122 ครัวเรือน รวม 1,216 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านห้วยลึก ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 448 ครัวเรือน รวม 1,276 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ บ้านแม่ฮ่องสอน ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 247 ครัวเรือน รวม 799 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพื้นราบ

- กลุ่มน้ำย่อยห้วยแม่ข่าน้อย มีหมู่บ้านสันมะกอกหวาน ประชากรอาศัยอยู่จำนวน 294 ครัวเรือน รวม 1,439 คน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวล่าหู่แดง อิวเมี่ยน และจีนยูนาน

นอกจากนี้ยังอยู่ในความดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3 องค์กร ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ข่า องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ฮ่องสอน และองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุนโดยในพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่พร้อมจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมให้ยั่งยืนได้ในอนาคต

### กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เกี่ยวกับการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่องสอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ได้สัมภาษณ์และสอบถามจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ อบต.แม่ฮ่องสอน อบต. แม่ข่า และ อบต. แม่สุน จำนวน 30 ราย รวมทั้งผู้อาวุโส และผู้นำภายในชุมชน จำนวน 40 ราย รวมทั้งสิ้น 70 ราย

2. กลุ่มตัวอย่างในวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เกี่ยวกับการประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป้าหมาย จำนวน 4 ชุมชนที่ได้ผ่านการคัดเลือกด้วยการใช้เสียงส่วนใหญ่ของสมาชิก อบต. รวมทั้งการพิจารณาจากคณะที่ทำงานวิจัยโดยพิจารณาจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งได้แก่ 1) ชุมชนบ้านห้วยเตี๋ (ชนเผ่าล่าหู่แดง) ตำบลแม่ข่า 2) ชุมชนบ้านต้นสำน (ชนเผ่าปกากะญอ) ตำบลแม่สุน 3) ชุมชนบ้านแม่สุนน้อย (คนไทยพื้นราบ) ตำบลแม่สุน และ 4) ชุมชนบ้านปางควาย (ชนเผ่าอิวเมี่ยนและชนเผ่าไทใหญ่) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในแต่ละชุมชนนั้นได้ดำเนินการดังนี้

2.1 ชุมชนบ้านห้วยเตือ (ชนเผ่าลาหู่แดง) ตำบลแม่ข่าได้มีประชาชนที่อาสาสมัครและสนใจเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 27 ราย และมีนักศึกษาในระดับปริญญาโท - เอก จากคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 15 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 42 ราย

2.2 ชุมชนบ้านต้นสำน (ชนเผ่าปกากะญอ) ตำบลแม่สุ่นได้มีประชาชนที่อาสาสมัครและสนใจเข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน 33 ราย และมีนักศึกษาในระดับปริญญาโท-เอก จากคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 19 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 52 ราย

2.3 ชุมชนบ้านแม่สุ่นน้อย (คนไทยพื้นราบ) ตำบลแม่สุ่นได้มีประชาชนที่อาสาสมัครและสนใจเข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน 35 ราย โดยมีนักศึกษาในระดับปริญญาโท-เอก จากคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 16 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 ราย

2.4 ชุมชนบ้านปางควาย ตำบลแม่ฮ่อง ได้มีประชาชนชนเผ่าอ้าวเมี่ยนที่อาสาสมัครและสนใจเข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน 27 ราย และประชาชนชนเผ่าไทใหญ่จำนวน 23 ราย มีนักศึกษาในระดับปริญญาโท-เอก จากคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 17 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 67 ราย

รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้นในการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวนทั้งสิ้น 212 ราย

3. กลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของชุมชนทั้ง 4 ชุมชนโดยประกอบด้วย 5 ชาติพันธุ์ แล้ว นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้หลักของ SPACE Matrix เพื่อทราบตำแหน่งกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism management positioning strategy ) นั้นได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง เช่นเดียวกับรายละเอียดในข้อ 2.1-2.4 โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 212 ราย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 3

4. สำหรับการบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4 นั้น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยซึ่งเป็นสมาชิกชมรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 4 ชุมชน (5 ชาติพันธุ์) นั้นได้ร่วมกันสร้างแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้วัฒนธรรมเป็นฐานของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีรายละเอียดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างคือ

4.1 สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าลาหู่บ้านห้วยเตือจำนวน 12 ราย

4.2 สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวปกากะญอบ้านต้นสำน จำนวน 14 ราย

4.3 สมาชิกกลุ่มอาชีพวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านแม่สุ่นน้อย จำนวน

17 ราย

4.4 สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเผ่าอ้าวเมี่ยนอ่างขาง จำนวน 28 ราย

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 71 ราย

5. กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในโครงการนำร่อง (pilot project) ของคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ด้วยการให้ผู้สนใจสมัครและชื่อโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนเป้าหมายทั้ง 4 ชุมชน และประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 5 ซึ่งมีรายละเอียด คือ

5.1 นักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วยเตี๋ จำนวน 27 ราย

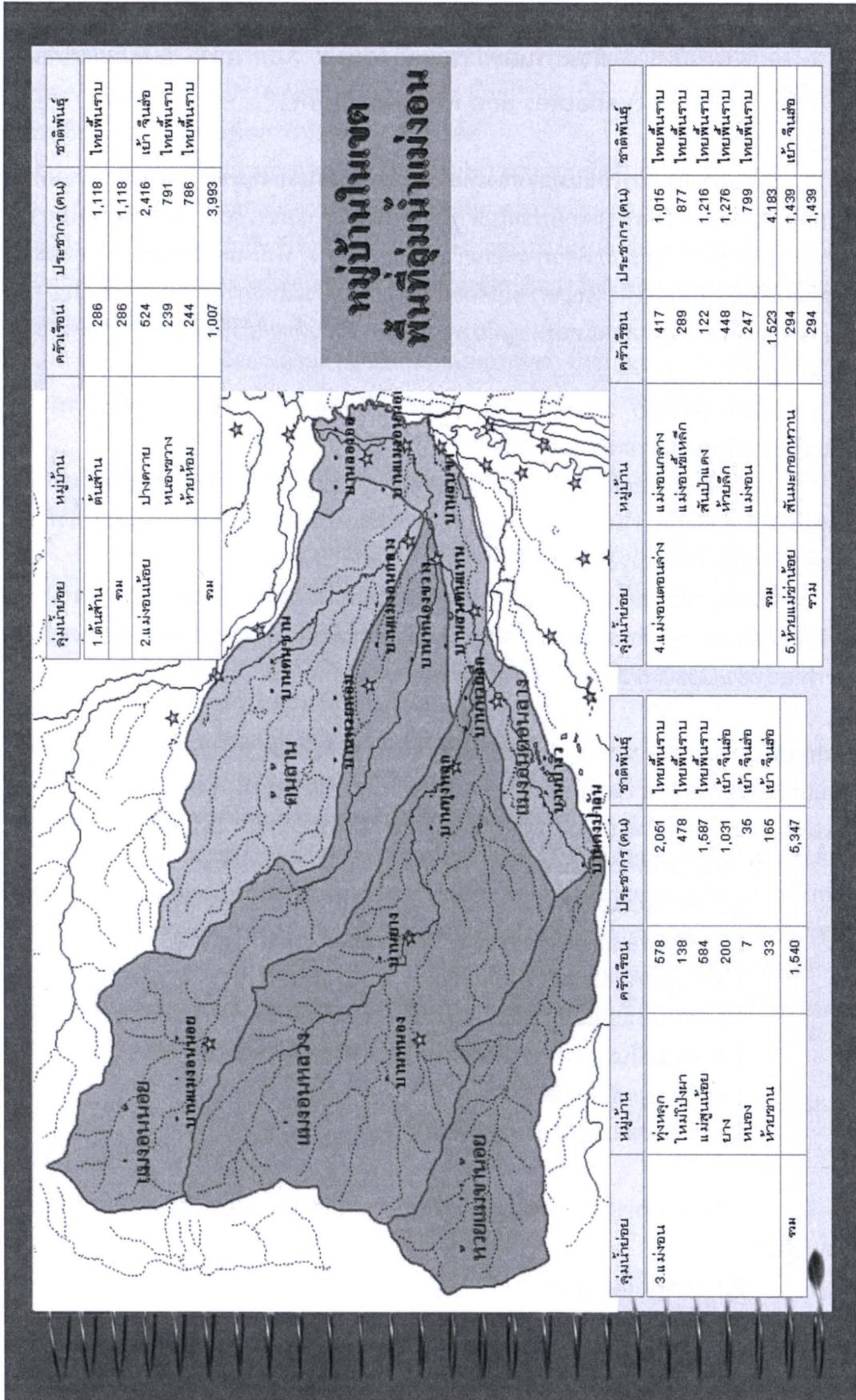
5.2 นักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านต้นสำน จำนวน 31 ราย

5.3 นักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านแม่สุนน้อย จำนวน 40 ราย

5.4 นักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปางควาย จำนวน 61 ราย

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 159 ราย

6. ผู้ให้ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 6 คือ การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน ได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกชมรมการท่องเที่ยวใน 4 ชุมชน ประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่องอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 45 ราย



ภาพ 21 สถานที่และขอบเขตประชากรในการวิจัย

## ตัวแปรและการวัดค่าตัวแปร (Variables and Measurement)

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน หมายถึงชุมชนที่มีองค์ประกอบ 3 ประการคือ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นด้วย (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550: 5-2)

**ดัชนี (index)** หมายถึงปัจจัยหรือตัวแปรที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กำหนดคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

**ตัวชี้วัด (indicator)** หมายถึงปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้น เพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนี ซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐาน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีทั้งที่อยู่ในรูปของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปของค่าเชิงปริมาณ

ดังนั้น เพื่อเป็นการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน คณะผู้วิจัยจึงได้ดัดแปลงคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2550: 5-3 ถึง 5-19) ดังรายละเอียดพอสรุปได้ดังนี้

**องค์ประกอบที่ 1** ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนคนผ่านนั้นมีจุดดึงดูดความสนใจ หรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน คือ

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
  - 1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้
  - 1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี
  - 1.3 ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม
  - 1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
  - 1.5 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้
  - 1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่น
  - 1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์
2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
  - 2.1 การเข้าถึงตัวชี้วัด
  - 2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
  - 2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ 2** ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีหลักเกณฑ์ในการพัฒนา 2 ด้าน คือ

1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

**องค์ประกอบที่ 3** การบริหารจัดการ หมายถึงความสามารถในการควบคุมดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนนั้น จำแนกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
  - 1.1 การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
  - 1.2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่
  - 1.3 การจัดการด้านการติดตามและประเมินผลการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการ

ท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด คือ
  - 2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว
  - 2.2 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
  - 2.3 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก
  - 2.4 ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
  - 2.5 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

### วิธีการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ โดยการให้คะแนนได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชม ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด รายละเอียดของค่าคะแนนเต็มในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบ	คะแนน
1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	50
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	10
3. การบริหารจัดการ	40
<b>รวม</b>	<b>100</b>

## วิธีการให้คะแนน

**วิธีที่ 1** การให้คะแนนโดยพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดข้อใดมากที่สุด และได้ให้ค่าคะแนนในข้อที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวควรได้ในข้อนั้นเพียงข้อเดียว ทั้งนี้ได้ระบุค่าการให้คะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ถึง 5 คะแนน หรือ 1 คะแนน ถึง 5 คะแนน โดยให้ผู้ประเมินทำเครื่องหมาย ○ รอบหมายเลขที่ต้องการในช่องคะแนน ตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 1

1.1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	คะแนน
● มีเอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป	1
● มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด	2
● มีเอกลักษณ์ระดับภูมิภาค	3
● มีเอกลักษณ์ระดับชาติ	4
● มีเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบเห็นได้เพียงแห่งเดียว	5
<b>คะแนนที่ได้</b>	<b>3</b>

ตัวอย่างการให้คะแนนในดัชนีชี้วัด หัวข้อ **ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้** ประเมินได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีคุณสมบัติตรงกับข้อ “มีเอกลักษณ์ระดับชาติ” ซึ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 3

**วิธีที่ 2** การให้คะแนนโดยพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดข้อใดบ้าง โดยดัชนีชี้วัด 1 ข้อ มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน หากไม่มีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดใดเลย ให้มีค่าเท่ากับ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรงแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน หากมีคุณสมบัติครบทุกข้อ ให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน โดยให้ผู้ประเมินทำเครื่องหมาย ○ รอบหมายเลขที่ต้องการในช่องคะแนน

ตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 2

### 2.2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว (5 คะแนน)

หากไม่มีคุณสมบัติตามที่ระบุให้ 0 คะแนน หากมีแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือ ไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน และหากมีคุณสมบัติตรงให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน
● มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	0 (0.5) 1
● มีระบบเตือนภัยและระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0 (0.5) 1
● มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0 0.5 (1)
● มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ	0 (0.5) 1
● มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่นมีการออกแบบ	0 (0.5) 1

และใช้วัสดุก่อสร้างที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐานเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบเห็นได้เพียงแห่งเดียว

### คะแนนที่ได้

3

ตัวอย่างการให้คะแนนในดัชนีชี้วัด หัวข้อ การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว ประเมินได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีคุณสมบัติตรง 1 ข้อ (ข้อ 3) โดยแต่ละข้อมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน และมีคุณสมบัติตรงแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ 4 ข้อ (ข้อ 1, 2, 4 และ 5) โดยแต่ละข้อมีค่าเท่ากับ 0.5 คะแนน ฉะนั้นการประเมินในเกณฑ์นี้ได้ 3 คะแนน

### การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

สำหรับการกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวนั้น คะแนนที่ได้ไปเทียบระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้แสดงไว้ดังตารางข้างล่าง

ค่าคะแนน	ระดับมาตรฐาน	สัญลักษณ์
81 ขึ้นไป	ดีเยี่ยม	★★★★★
71 - 80	ดีมาก	★★★★
61 - 70	ดี	★★★
51 - 60	ปานกลาง	★★
50 หรือน้อยกว่า	ต่ำ	★

**แผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน** หมายถึง วิธีการหรือแผนงานที่ชุมชนกำหนดขึ้น โดยอยู่บนพื้นฐานของจุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายใน (internal environment) และ โอกาสหรืออุปสรรค ด้วยการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอก (external environment) ของชุมชน ในการที่จะพัฒนาทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวโดยครอบคลุมในประเด็นต่อไปนี้

1. สภาพแวดล้อมภายใน (internal environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) ของวัฒนธรรมภายในชุมชนชนเผ่า ในองค์ประกอบของวัฒนธรรม 4 ประเภทคือ 1) วัฒนธรรมทางความคิด (ความเชื่อและค่านิยม) 2) วัฒนธรรมบรรทัดฐาน (อาชีพและวิถีชีวิตประจำวัน) 3) วัฒนธรรมบรรทัดฐาน (อาหารและพืชสมุนไพร) และ 4) วัฒนธรรมทางวัตถุ (ศิลปะและหัตถกรรม ซึ่งปัจจัยทางวัฒนธรรมทั้ง 4 ประเภทนี้ ในมุมมองของประชาชนในพื้นที่ (insiders) มีความเห็นว่ามีจุดแข็งหรือจุดเด่นและมีจุดอ่อนหรือจุดด้อยเช่นไร โดยที่สิ่งหรือปัจจัยค่านึงถึงนั้น ต้องสามารถควบคุมได้โดยคนหรือองค์กรภายในชุมชนเอง และปัจจัยเหล่านั้นล้วนมีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงต่อไป

2. สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยจากภายนอก ซึ่งคนหรือองค์กรภายในชุมชนไม่สามารถควบคุมได้เพื่อระบุถึงโอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ในการที่จะพัฒนาชุมชนชนเผ่าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมภายนอกมหภาค (macro) และสภาพแวดล้อมภายนอกจุลภาค (micro)

2.1 สภาพแวดล้อมมหภาคคือ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่เกิดขึ้นภายนอกชุมชนที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคที่ส่งผลกระทบในระดับกว้าง เช่น สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม กฎหมาย และเทคโนโลยี เป็นต้น

2.2 สภาพแวดล้อมจุลภาค หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายนอกชุมชน แต่ใกล้ชิดกับชุมชนที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคที่ส่งผลกระทบในวงแคบเฉพาะธุรกิจนั้น ๆ เช่น ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว พ่อค้าคนกลาง ผู้ประกอบการอื่น ๆ นักท่องเที่ยว และคู่แข่งคือชุมชนชนเผ่าอื่น ๆ เป็นต้น

โดยในแต่ละปัจจัย คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้ให้ข้อมูลระบุจุดแข็ง (strengths) จุดด้อย (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนว่ามีอะไรบ้าง โดยให้ผู้ให้ข้อมูลระบุเป็นข้อ ๆ จากนั้นนำคำตอบที่ได้ในแต่ละข้อความมาให้ค่าคะแนนเฉลี่ยแต่ละชุดปัจจัย ใช้วิธีการให้คะแนนโดยปัจจัยที่มีค่าคะแนนสูงสุดเป็นปัจจัยหลักในแต่ละชุด การให้คะแนนปัจจัยพิจารณาจากเกณฑ์ดังนี้

- ใช้เกณฑ์ “ปัจจัยที่มีศักยภาพส่งผลกระทบต่อกลุ่ม (potential impact)” และ “ปัจจัยที่มีความสำคัญเชิงเปรียบเทียบ (relative important)” สำหรับปัจจัยจุดจุดแข็งและจุดอ่อน

- ใช้เกณฑ์ “ปัจจัยโอกาสที่มีความเป็นไปได้สู่ความสำเร็จ (probability of success)” สำหรับปัจจัยจุดโอกาส

- ใช้เกณฑ์ “ปัจจัยอุปสรรคที่มีความเป็นไปได้ของการเกิดขึ้น (probability of occurrence)” สำหรับปัจจัยอุปสรรค

สำหรับการกำหนดคะแนนนั้น มีอยู่ 3 ระดับคือ มาก = 3คะแนน, ปานกลาง = 2คะแนน และ น้อย = 1 คะแนน โดยนำมาคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ย ซึ่งมีความหมายดังนี้

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
2.34 – 3.00	มีความเป็นไปได้ในระดับมาก
1.67 – 2.33	มีความเป็นไปได้ในระดับปานกลาง
1.00 – 1.66	มีความเป็นไปได้ในระดับน้อย

แล้วจึงหาค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัย โดยที่ให้ค่าคะแนนจุดแข็ง (strengths) และโอกาส (opportunities) เป็นเครื่องหมายบวก (+) และให้ค่าคะแนนจุดด้อย (weaknesses) และอุปสรรค (threats) เป็นเครื่องหมายลบ (-)

สำหรับการกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น แนวทางการปฏิบัติที่ระบุหรือกำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยอยู่ในของเขตจุดแข็ง (strengths) จุดด้อย (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) โดยใช้วิธีการ SWOT Matrix

หรือ Tows Matrix, ตลอดจนการใช้ The Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ให้ผู้ให้ข้อมูลแยกจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ตามวิเคราะห์ตามสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (internal and external environment) โดยเลือกเฉพาะจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่มีระดับคะแนนมาก (ค่าคะแนนระหว่าง 2.34 – 3.00) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในส่วนจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคที่มีคะแนนระดับปานกลางถึงระดับน้อย (1.00 – 2.33) จะไม่นำมาพิจารณาแต่สามารถย้อนกลับไปเพื่อพิจารณาปัจจัยที่มีคะแนนระดับปานกลางถึงระดับน้อยได้

2. ผู้วิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลเรียงจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ตามลำดับคะแนนโดยจำแนกตามสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (internal and external environment) จากนั้นนำมาคูณกับค่าถ่วงน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย โดยที่ค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยนั้น ผู้ให้ข้อมูลร่วมกันออกเสียงว่า แต่ละข้อประเด็นภายในปัจจัยนั้น ๆ มีความสำคัญอย่างไร โดยจะต้องมีค่าน้ำหนักคะแนนรวมในแต่ละปัจจัยเท่ากับ 1.00 คะแนน

3. สร้างตาราง Matrix ของแต่ละประเภทโดยจุดแข็งและจุดอ่อน (ปัจจัยภายใน) ที่เรียงคะแนนไว้แล้วให้อยู่ในแนวนอน ส่วนโอกาสและอุปสรรค (ปัจจัยภายนอก) ที่เรียงคะแนนไว้เช่นเดียวกันให้อยู่ในแนวตั้งตาม SPACE Matrix โดยการจับคู่ (SWOT Matching) ซึ่งเป็นเทคนิคที่ใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางเลือก โดยการจับคู่ที่ละคู่ดังนี้

- สร้างกลยุทธ์ทางเลือกโดยใช้จุดแข็งของกลุ่มไปช่วงชิงโอกาสที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (strengths) และโอกาส (opportunities) หากคู่ใดเกิดความสอดคล้องกัน ก็ทำการบันทึกกลยุทธ์นั้นไว้ในการจับคู่นั้นอาจใช้จุดแข็ง (strengths) หรือโอกาส (opportunities) มากกว่าหนึ่งข้อได้ หรือบางข้ออาจไม่ทำให้เกิดกลยุทธ์ได้ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็ง – โอกาส (SO)

- สร้างกลยุทธ์ทางเลือกโดยใช้จุดแข็งของกลุ่มเสี่ยงอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (strengths) และอุปสรรค (threats) หากคู่ใดเกิดความสอดคล้องกัน ก็ทำการบันทึกกลยุทธ์นั้นไว้ในการจับคู่นั้นอาจใช้จุดแข็ง (strengths) หรืออุปสรรค (threats) มากกว่าหนึ่งข้อได้ หรือบางข้ออาจไม่ทำให้เกิดกลยุทธ์ได้ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็ง – อุปสรรค (ST)

- สร้างกลยุทธ์ทางเลือกโดยใช้โอกาสที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของกลุ่มมาแก้ไขจุดอ่อน โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่างจุดอ่อน (weaknesses) และโอกาส (opportunities) หากคู่ใดเกิดความสอดคล้องกัน ก็ทำการบันทึกกลยุทธ์นั้นไว้ในการจับคู่นั้นอาจใช้จุดอ่อน (weaknesses) หรือโอกาส (opportunities) มากกว่าหนึ่งข้อได้ หรือบางข้ออาจไม่ทำให้เกิดกลยุทธ์ได้ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อน – โอกาส (WO)

- สร้างกลยุทธ์ทางเลือกโดยการลดจุดอ่อนของกลุ่มและเสี่ยงอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่าง จุดอ่อน (weaknesses) และอุปสรรค (threats) หากคู่ใดเกิดความสอดคล้องกันก็ทำการบันทึกกลยุทธ์นั้นไว้ในการจับคู่นั้นอาจใช้จุดอ่อน (weaknesses)

หรืออุปสรรค (threats) มากกว่าหนึ่งข้อได้ หรือบางข้ออาจไม่ทำให้เกิดกลยุทธ์ได้ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อน – อุปสรรค (WT)

#### 4. กลยุทธ์ทางเลือกใน SPACE Matrix สามารถอธิบายได้ดังนี้

กลยุทธ์จุดแข็ง – โอกาส (SO) เป็นการนำจุดแข็งและโอกาสภายนอกที่องค์กรพึงมีหรือพึงจะหาได้มาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ซึ่งเรียกกลยุทธ์แบบนี้ว่า กลยุทธ์แบบก้าวหน้า (aggressive profile)

กลยุทธ์จุดแข็ง – อุปสรรค (ST) เป็นการหาวิธีแก้ไขจุดอ่อนหรือจุดด้อยภายในองค์กร โดยพิจารณานำโอกาสภายนอกที่จะเอื้ออำนวยผลดี หรือผลประโยชน์ต่อองค์กรมาใช้ให้มากที่สุด เราสามารถใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่ากลยุทธ์แบบอนุรักษ์ (conservative profile)

กลยุทธ์จุดอ่อน – โอกาส (WO) เป็นการนำจุดแข็งภายในขององค์กรมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และแก้ไขหรือทำให้อุปสรรคภายนอกลดน้อยลงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ แม้ว่าในบางครั้งจุดแข็งขององค์กรอาจไม่สามารถลบล้างอุปสรรคให้หมดไปได้ แต่ก็เป็นการลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด ซึ่งกลยุทธ์นี้ ก็คือกลยุทธ์แบบแข่งขัน (competitive profile)

กลยุทธ์จุดอ่อน – อุปสรรค (WT) เป็นการพยายามแก้ไขหรือลดความเสียหายของธุรกิจอันเกิดจากจุดอ่อนภายในขององค์กรและอุปสรรคจากผลกระทบภายนอก ซึ่งอาจมีผลรุนแรงต่อการดำเนินการขององค์กร องค์กรจำเป็นต้องหาทางหลีกเลี่ยงจากความเสียหายเหล่านั้น และประคองตัวเพื่อความอยู่รอด อาจต้องมีการคิดกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งเป็นกลยุทธ์แบบป้องกัน (defensive profile) นั่นเอง

**ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน** หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจ และไม่ชอบหรือไม่พอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป้าหมาย โดยเน้นกิจกรรมหลักหรือกิจกรรมเด่น ๆ ของแต่ละชุมชน รวมทั้งการบริหารจัดการกลุ่มหรือชมรมตามสภาพความเป็นจริงที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส

คณะผู้วิจัยได้กำหนดการจัดตัวแปรในลักษณะของการประเมินค่าจำนวน 4 ระดับ โดยประยุกต์มาจากมาตราการวัดทัศนคติของ Likert ซึ่งเป็นการกำหนดช่วงความรู้สึกของบุคคล (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 107) ดังต่อไปนี้

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
4	พึงพอใจมาก
3	พึงพอใจน้อย
2	ไม่พึงพอใจน้อย
1	ไม่พึงพอใจมาก

จากนั้น นำคะแนนที่นักท่องเที่ยวดูตอบแต่ละข้อความมารวมกันแล้วคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (weight mean score) เพื่อแปลผลข้อมูลโดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
3.26 – 4.00	พึงพอใจในระดับมาก
2.51 – 3.253	พึงพอใจในระดับน้อย
1.76 – 2.50	ไม่พึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.75	ไม่พึงพอใจในระดับมาก

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (The Research Instrument)

การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างเครื่องมือเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดได้ จำนวน 6 ชุดเครื่องมือ ดังนี้ (รายละเอียดในภาคผนวก ค)

**เครื่องมือชุดที่ 1** แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนภายในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการที่จะพัฒนาชุมชนภายในตำบลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

**เครื่องมือชุดที่ 2** แบบประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 แบบประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศักยภาพของชุมชน

**เครื่องมือชุดที่ 3** แบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 รายละเอียดหรือจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรมที่ชุมชนหรือชนเฝ้าของท่านคิดว่าสามารถพัฒนาให้เป็นจุดขายและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

**เครื่องมือชุดที่ 4** การสร้างแผนกลยุทธ์ของชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

**ส่วนที่ 2** การสร้างแผนกลยุทธ์ของชุมชนหรือชมรม

**เครื่องมือชุดที่ 5** ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน ซึ่งจำแนกเป็น 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

**ส่วนที่ 2** ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน

**เครื่องมือชุดที่ 6** การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ลักษณะทั่วไปของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

**ส่วนที่ 2** แนวทางในการสร้างและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่อง อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่

### การทดสอบเครื่องมือ

#### (Pre-testing of the Instrument)

**การทดสอบความตรงในเนื้อหา** (content validity) ผู้วิจัยได้สร้างและกำหนดขอบเขตของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ต่อจากนั้นนำไปปรึกษาพร้อมทั้งขอคำแนะนำและข้อคิดเห็นจากผู้อาวุโส ผู้บริหาร อบต. และผู้นำชุมชน จากนั้นเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบทางวิชาการด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) พิจารณาเครื่องมือและให้ข้อเสนอแนะ จากนั้นได้ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือทั้ง 6 ชุด ดังกล่าว

**การทดสอบวัตถุวิสัย** (objectivity) โดยการใช้เครื่องมือที่เป็นแบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 ชุดที่ 3 ชุดที่ 4 และชุดที่ 6 ไปสัมภาษณ์ประชาชนที่มีความรู้ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนของชุมชนบ้านยาง จำนวน 15 คน แล้ววิเคราะห์ว่ามีความเข้าใจคำถามเหมือนหรือมีความสอดคล้องกับผู้วิจัยต้องการถามหรือไม่ อย่างไร และมีการปรับเปลี่ยนบางข้อความให้เข้าใจง่ายขึ้น

**การทดสอบความเชื่อมั่น** (reliability) ของเครื่องมือ โดยนำเครื่องมือชุดที่ 2 และเครื่องมือชุดที่ 5 ที่ผ่านการทดสอบความตรงในเนื้อหา (content validity) แล้วไปทดสอบ (pretest) กับกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัยครั้งนี้ โดยเครื่องมือชุดที่ 2 นำไปรวบรวมข้อมูลกับประชาชนในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายทั้ง 5 ชนเผ่า จำนวนชนเผ่าละ 5 ราย รวมจำนวน 25 ราย ส่วนเครื่องมือชุดที่ 5 นำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เข้าไปพักในโฮมสเตย์ของชุมชนทั้ง 5 ชนเผ่า จำนวนชนเผ่าละ 5 ราย รวมทั้งสิ้น 25 ราย จากนั้นนำมา

วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  coefficient) ของ Cronbach ตามวิธีการที่ระบุไว้ในพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 125-126) ดังนี้คือ

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( \frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ	$\alpha$	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	n	หมายถึง	จำนวนข้อ
	$s_i^2$	หมายถึง	คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ
	$s_t^2$	หมายถึง	คะแนนความแปรปรวนทั้งหมด

สำหรับผลการทำทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ พบว่าเครื่องมือชุดที่ 2 มีค่า  $\alpha = 0.89$  และเครื่องมือชุดที่ 5 พบว่ามีค่า  $\alpha = 0.80$  ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 จึงถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีข้อคำถามซึ่งสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลที่แท้จริงในการวิจัยได้ (รายละเอียดในภาคผนวก ง)

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)

1. รวบรวมข้อมูลด้วยการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากเอกสารและสิ่งพิมพ์ของหน่วยงานในพื้นที่และข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ด้วยการรวบรวมจากการสอบถามและสัมภาษณ์ตามแบบฟอร์มของเครื่องมือชุดที่ 1 โดยผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของ อบต. รวมทั้งผู้อาวุโสและผู้นำชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย คือ 1) อบต. แม่ข่า จำนวน 20 ราย 2) อบต.แม่สุ่น จำนวน 30 ราย และ 3) อบต.แม่่งอน จำนวน 20 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 70 ราย และได้ดำเนินการในช่วงเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2553

2. คัดเลือกชุมชนเป้าหมายที่เป็นตัวแทนในพื้นที่ทั้ง 3 อบต. โดยเปิดโอกาสให้ที่ประชุมประจำเดือนของสมาชิก อบต. ทั้ง 3 อบต. ร่วมกันพิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานที่ทางคณะผู้วิจัยได้รวบรวม ซึ่งปรากฏว่าสมาชิกของ อบต. แม่ข่าได้เสนอชุมชนชุมชนบ้านห้วยเตือซึ่งเป็นชนเผ่าลาหู่แดง ส่วนสมาชิก อบต. แม่สุ่นได้เสนอ 2 ชุมชนที่มีอัตลักษณ์แตกต่างกันคือ ชุมชนบ้านแม่สุ่นน้อย ซึ่งเป็นคนไทยพื้นราบแต่มีอัตลักษณ์ของชาวล้านนา และชุมชนบ้านตัน ส้านซึ่งเป็นชนเผ่าปกากะญอ สำหรับ อบต. แม่่งอนได้เสนอชุมชนบ้านปางควายซึ่งมีชนเผ่าหลายชนเผ่าอาศัยอยู่ด้วยกัน แต่ชนเผ่าที่มีจำนวนประชากรมาก 2 ชนเผ่าคือ ชนเผ่าอัวเมียนและชนเผ่าไทใหญ่

3. ประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน (5 ชาติพันธุ์) ด้วยแบบประเมินศักยภาพประชากรภายในพื้นที่ (insiders) และบุคคลภายนอกที่เข้าไปสัมผัสวัฒนธรรมของชุมชน (outsiders) โดยมีผู้ให้ข้อมูลดังรายละเอียดคือ

3.1 ชุมชนบ้านห้วยเตือ (ชนเผ่าลาหู่แดง) ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลที่เป็นประชากรภายในชุมชนจำนวน 27 ราย และเป็นนักท่องเที่ยวจากภายนอกจำนวน 15 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 42 ราย

3.2 ชุมชนบ้านต้นสำน (ชนเผ่าปกากะญอ) ซึ่งมีผู้ให้รายละเอียดที่เป็นประชากรภายในชุมชนจำนวน 33 ราย และเป็นนักท่องเที่ยวจากภายนอกจำนวน 19 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 52 ราย

3.3 ชุมชนบ้านแม่สุนน้อย (คนไทยพื้นราบ) ซึ่งมีผู้ให้รายละเอียดที่เป็นประชากรภายในชุมชนจำนวน 35 ราย และเป็นนักท่องเที่ยวจากภายนอกจำนวน 16 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 51 ราย

3.4 ชุมชนบ้านปางควาย ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ชชาติพันธุ์ คือ ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นชนเผ่าอ้าวเมียนจำนวน 27 ราย และชนเผ่าไทใหญ่จำนวน 23 ราย รวมทั้งนักท่องเที่ยวจากภายนอกจำนวน 17 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 67 ราย

รวมผู้ให้ข้อมูลในการประเมินศักยภาพทั้งสิ้นจำนวน 212 ราย โดยได้ดำเนินการในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน 2553

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน (5 ชชาติพันธุ์) โดยในแต่ละชนเผ่าจำแนกการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) ด้านวัฒนธรรมทางความคิด (ความเชื่อและค่านิยม) 2) ด้านวัฒนธรรมบรรทัดฐาน (อาชีพและวิถีชีวิตประจำวัน) 3) ด้านวัฒนธรรมบรรทัดฐาน (อาหารและพืชสมุนไพร) และ 4) ด้านวัฒนธรรมทางวัตถุ (ศิลปะและหัตถกรรม) โดยการวิเคราะห์นั้นได้เปิดโอกาสให้ประชาชนแต่ละชนเผ่าซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรม (hosts) กับบุคคลภายนอกซึ่งไปสัมผัสวัฒนธรรมชนเผ่าเหล่านั้น (guests) โดยเป็นผู้ให้ข้อมูลกลุ่มเดียวกับการประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ข้อที่ 3) จำนวนทั้งสิ้น 212 ราย ซึ่งได้ดำเนินการในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกันยายน 2553

5. การสร้างแผนกลยุทธ์ของชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้น คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับสมาชิกกลุ่มหรือชมรมในแต่ละชุมชนที่ร่วมกันจัดตั้งเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการประชุมเวทีชาวบ้าน การแบ่งกลุ่มเพื่อระดมความคิด และให้นำเสนอแผนกลยุทธ์ของแต่ละชุมชนหรือชมรมโดยมีสมาชิกผู้บริหาร อบต. และผู้นำชุมชนเข้าร่วมประชุมเวทีชาวบ้านดังนี้

1) ชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าลาหู่ บ้านห้วยเตือ มีผู้เข้าร่วมกำหนดแผนกลยุทธ์จำนวน 12 ราย

2) กลุ่มอาชีพวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านแม่สุนน้อย มีผู้เข้าร่วมกำหนดแผนกลยุทธ์จำนวน 17 ราย

3) ชมรมการท่องเที่ยวปกากะญอ บ้านต้นสำน มีผู้เข้าร่วมกำหนดแผนกลยุทธ์จำนวน 14 ราย



4) ชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าอ้าวเมี่ยนอ่างขาง มีผู้เข้าร่วมกำหนดแผนกลยุทธ์จำนวน 28 ราย

รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 71 ราย โดยได้ดำเนินการในเดือนตุลาคม 2553

6. การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน (4 ชุมชน) นั้นได้รวบรวมจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนแต่ละชนเผ่า โดยมีรายละเอียดคือ

1) ชุมชนบ้านต้นसान ซึ่งดำเนินการโดยชมรมการท่องเที่ยวปกากะญอบ้านต้นसान ระหว่างวันที่ 1-2 ธันวาคม 2553 โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 31 ราย

2) ชุมชนบ้านห้วยเตือ ซึ่งดำเนินการโดยชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าลาหู่บ้านห้วยเตือ ระหว่างวันที่ 3-4 ธันวาคม 2553 โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 27 ราย

3) ชุมชนบ้านแม่สุ่น้อย ซึ่งดำเนินการโดยกลุ่มอาชีพวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านแม่สุ่น้อย ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2553 – 1 มกราคม 2554 โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 40 ราย

4) ชุมชนบ้านปางควาย ซึ่งดำเนินการโดยชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าอ้าวเมี่ยนอ่างขาง ระหว่างวันที่ 2-3 มกราคม 2554 โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 61 ราย

รวมผู้ให้ข้อมูลจำนวน 159 ราย

7. รวบรวมข้อมูลในการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน ด้วยการประชุมคณะกรรมการและสมาชิกชมรมการท่องเที่ยวใน 4 ชุมชน ร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการสร้างและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนทั้งสิ้น 45 ราย ในวันที่ 24 มกราคม 2554

## การวิเคราะห์ข้อมูล

### (Analysis of Data)

1. สถิติบรรยาย (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน เพื่อใช้บรรยายลักษณะของผู้ให้ข้อมูล ประเมินศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนเป้าหมาย

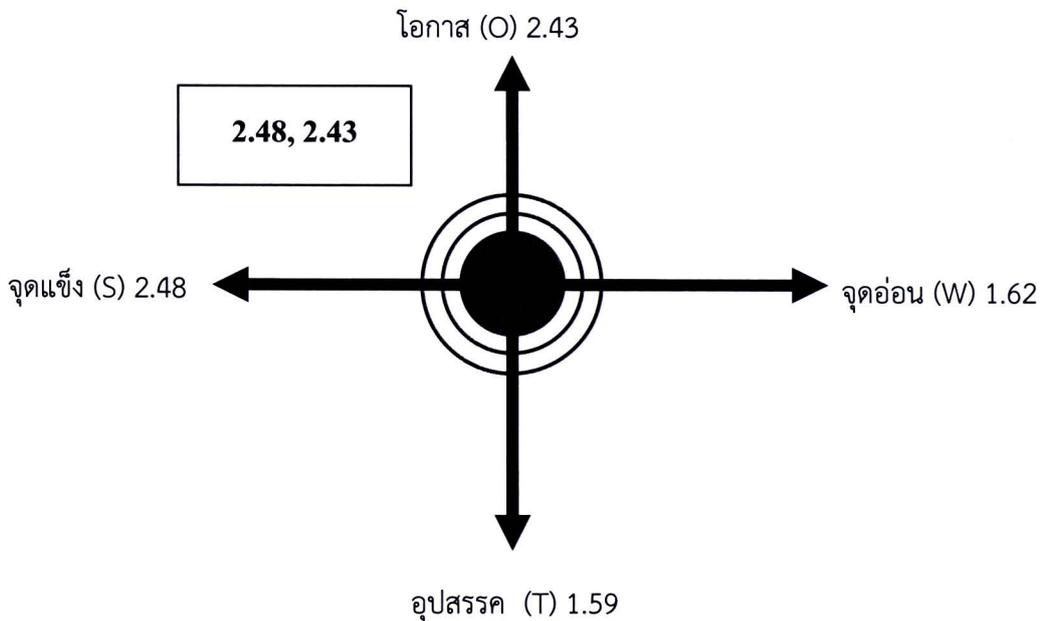
2. เทคนิคและวิธีการทางสถิติที่ใช้เพื่อความสมบูรณ์และถูกต้องของข้อมูล ได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และประยุกต์หลักการของ The Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix เพื่อกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (tourism management positioning strategy) ของชุมชนต่อไป ซึ่งเทคนิคและวิธีการได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

2.1 ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ด้วยสถิติบรรยายเช่น ความถี่และค่าร้อยละ ตลอดจนค่าคะแนนเฉลี่ย

2.2 **ขั้นตอนที่ 2** การระบุตำแหน่งกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน โดยให้สมาชิกชมรมซึ่งเป็นบุคคลภายใน (insiders) และบุคคลภายนอก (นักวิจัยและนักศึกษาปริญญาโทและปริญญาเอก สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก (outsiders) ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบ 4 ด้าน ของวัฒนธรรมชุมชนคือ 1) ด้านความเชื่อและค่านิยม 2) ด้านอาหารและพืชสมุนไพร 3) ด้านอาชีพและวิถีชีวิตประจำวัน และ 4) ด้านศิลปะและหัตถกรรม โดยกำหนดค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักในแต่ละประเด็น (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) เท่ากับ 1.00 จากนั้นนำค่าเฉลี่ยในแต่ละประเด็นเพื่อนำไปจัดทำ SPACE Matrix ในการระบุตำแหน่งกลยุทธ์ต่อไป

2.3 **ขั้นตอนที่ 3** การวิเคราะห์ SPACE Matrix ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 4 ชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดได้ร่วมกันกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์ตามขั้นตอนดังนี้

1) นำค่าคะแนนเฉลี่ยของจุดแข็งและจุดอ่อนมาใส่แกน x (แนวนอน) ส่วนโอกาสและอุปสรรคให้ใส่ในแกน y (แนวตั้ง) ของกราฟ ดังภาพ 21



ภาพ 22 กราฟแสดงการกำหนดจุดของ SPACE Matrix

2) เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยรวมในแต่ละด้าน โดยใช้ปัจจัยภายใน (S,W) ควบคู่กับปัจจัยภายนอก (O,T) ซึ่งถ้าคูใดมีคะแนนรวมมากที่สุดแสดงว่าตำแหน่งกลยุทธ์จะตกอยู่ในช่วงดังกล่าว เช่น ถ้า  $S = 2.48$  และ  $W = 1.62$  ส่วน  $O = 2.43$  และ  $T = 1.59$  ก็แสดงว่าค่ารวมระหว่าง S กับ O สูงที่สุด (2.48, 2.43) จึงตกอยู่ในช่องของ S O คือมีจุดแข็งและโอกาส จึงต้องใช้กลยุทธ์แบบก้าวหน้า (aggressive strategies) เป็นต้น (รายละเอียดได้กล่าวมาแล้วในตัวแปรและการวัดตัวแปร)

**ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย**  
**(Research Duration)**

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนเมษายน 2553  
- กันยายน 2554 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี 6 เดือน