

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่

Guidelines for Developing Agrotourism at Doi Pu Muen, Mae Sao Subdistrict, Mae Ai District, Chiang Mai Province

ชัตติยา กลัญทกะปรกรณ์^{1*}, เพ็ญอัปสร ยาปาน², วินิตรา ลีละพัฒนา³, จิระชัย ยมเกิด⁴ และสุธีรา สิทธิกุล⁵
Khattiya Kruntakapakorn^{1*}, Pieng-upsorn Yapan², Winitra Leelapattana³,
Jirachai Yomkerd⁴ and Suthira Sitthikun⁵

¹ อาจารย์ประจำ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² อาจารย์พิเศษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

⁴ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

⁵ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Lecturer of Faculty of humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

² Part time Faculty of humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

³ Lecturer of International College, Maejo University

⁴ Lecturer of International College, Maejo University

⁵ Lecturer of International College, Maejo University

* E-mail: Katie160372@yahoo.com

Received June 22, 2023 Revised June 4, 2024 Accepted June 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ จำนวน 10 คน 2) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น จำนวน 10 คน 3) กลุ่มเกษตรกร 10 คน ที่แสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซ้ำกัน รวมทั้งสิ้น 30 คน เครื่องมือในการทำงานวิจัย ได้แก่ แบบฟอร์มสำรวจ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการเข้าร่วมสังเกตการณ์ คณะผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ

ผลของการวิจัยพบว่า ศักยภาพชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 74.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศักยภาพการดึงดูด

ใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดีเยี่ยม (ร้อยละ 81.25) รองลงมาคือ ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 80.77) ด้านศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 72.22) ด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 68.75) และด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ส่วนแนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยผู้หมื่นควรมีการพัฒนาด้านการตลาดเป็นลำดับแรก โดยต้องให้ความสำคัญในการสำรวจหรือวิจัย หรือหาข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในเชิงกิจกรรมการตลาดกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ อันจะนำไปสู่การประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือประเด็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ซึ่งมีเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ที่น่าดึงดูดใจ จากนั้นจัดทำกิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาดูแลนักท่องเที่ยว ทั้งการบริการข้อมูล ความรู้ด้านการเกษตร การบริการสินค้าและห้องพัก รวมถึงการรับส่งนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

คำสำคัญ: การพัฒนา, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Abstract

Research on guidelines for developing agrotourism at Doi Pu Muen, Mae Sao Subdistrict, Mae Ai District, Chiang Mai Province the objectives are to 1) study the potential of Doi Pu Muen agrotourism. 2) to find ways to develop the potential of Doi Pu Muen agrotourism. sample group Used in the research are: 1) a group of 10 homestay members; 2) a group of 10 people from the Doi Pu Muen agrotourism group; and 3) a group of 10 farmers who expressed their desire to join the project. Selecting a specific sample by purposive sampling technique and a unique sample, totaling 30 people. Research tools include a survey form, in-depth interview and participation in observation, the research team used content analysis methods. Present information using descriptive methods. The data obtained from the interviews used an inductive analysis method. By taking the data, compiling it, and classifying it systematically.

The results of the research found that the potential of the Doi Pu Muen agrotourism community in Mae Sao Subdistrict, Mae Ai District, Chiang Mai Province was at a very good level (74.42 %). When considering each aspect, it was found that the potential for attracting agrotourism attractions is at an excellent level (81.25 %), followed by the supporting potential of agrotourism destinations. It is at a very good level (80.77 %) in terms of the management potential of agrotourism destinations. It is at a very good level (72.22 %) in terms of the market management potential of agrotourism destinations. is at a good level (68.75 %), and the service

potential of agrotourism destinations is at a moderate level (60.00 %). As for the guidelines for developing the potential of the Doi Pu Muen agrotourism group, marketing development should be a first priority. They must give importance to surveys, research or find more information on agrotourism marketing. Including creating a tourism network in the form of marketing activities with partners related to tourism in Chiang Mai Province. This will lead to publicizing activities or issues related to community agrotourism attractions. That are unique or have an attractive identity. Then organize activities to increase the potential of tourist attraction management, especially the management of human resources that will take care of tourists. both information services agricultural knowledge product and room service Including sending and receiving tourists to make tourists impressed and come back to travel again.

Keyword: Development, Agrotourism

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวของไทยตั้งแต่ปี 2560 ถึงปัจจุบันมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกที่ได้รับปัจจัยบวกจากการขยายตัวของเศรษฐกิจราคาบัตรโดยสารเครื่องบินที่อยู่ในระดับต่ำ และการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายการท่องเที่ยวจากเกาหลีสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน โดยคาดว่าจะมีชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำนวน 34.65 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 6.33 จากปีที่ผ่านมา และจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 1.82 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 11.10 จากปีที่ผ่านมา โดยในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำนวน 9,075,942 คน ขยายตัวร้อยละ 0.41 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย เกาหลี ลาว ญี่ปุ่น อินเดีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร

ตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การพัฒนาเศรษฐกิจของไทยมีการเกษตรเป็นรากฐานสำคัญเกษตรกรรมมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการผลิตพืชผักผลไม้และการเลี้ยงสัตว์ได้อย่างมีคุณภาพ สามารถผลักดันให้เป็นสินค้าส่งออกและเป็นครัวระดับโลกได้ การเกษตรยังสามารถนำมาจัดเป็นกิจกรรมหรือรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้ผลิตได้พบปะกันโดยตรงสามารถสัมผัสการเพาะปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ได้อย่างใกล้ชิด (นาฏสุตา เซมณะสิริ, 2555) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำกิจกรรมการเกษตรมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และชื่นชมทัศนียภาพที่โดดเด่นถือเป็นกระบวนการพัฒนาชนบทที่มีการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรและการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและ

จัดสรรผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาชนบทมีลักษณะเด่นคือการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ วิธีการดำรงชีวิตของเกษตรกรที่มีการผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนทำให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนเกษตรเพื่อการเรียนรู้ และศึกษาหาประสบการณ์ความรู้ในเรื่องของเกษตรกรรมได้ (ราณี อธิชัยกุล, 2556)

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community Based Research) โดยมีแนวทางการศึกษาเป็นการบูรณาการในระดับชุมชนหรือพื้นที่ (Community/Area-Based Approach) เป็นการวิจัยจากฐานรากขึ้นสู่ข้างบน โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศของรัฐบาลที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวเศรษฐกิจ พอเพียงซึ่งนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมคนชุมชนให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ชุมชนเกิดการพัฒนอย่างยั่งยืน จากฐานปัญหาของชุมชนชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่นยังขาดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวหลายด้าน และยังประสบปัญหาด้านการจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากสภาพของชุมชนยังขาดระบบการจัดการและพัฒนาชุมชนให้มีความพร้อมต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขาดการวางแผนการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนั้นแล้ว ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่นยังเดินทางเข้าถึงได้ยาก อยู่ห่างจากตัวเมืองถึง 174 กิโลเมตร อย่างไรก็ตามการแสวงหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมจะมีบทบาทสำคัญต่อ

การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามวิถีเกษตร อาทิ การเตรียมความพร้อมภายในชุมชน การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยวของชุมชนที่เอื้อต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้เพราะในการดำเนินการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community Based Research) มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาชุมชนสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนกับนักวิจัย ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การศึกษาวิจัยศักยภาพของชุมชนดอยปู่หมื่นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่นให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการอาศัยปัญหาของชุมชนเป็นฐานหลักในการวิจัย เพื่อส่งเสริมศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่นให้สูงขึ้นในระดับอาเซียนและชุมชนเกิดการพัฒนอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2553)

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มี 4 ด้าน คือ

(1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือ ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

(2) ด้านองค์กรชุมชน คือ ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

(3) ด้านการจัดการ คือ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และมีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

(4) ด้านการเรียนรู้ คือ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น และ 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

2. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นิออน ศรีสมยง (2552) ได้อธิบายความหมาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่า เป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

3. องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นิออน ศรีสมยง (2552) ได้อธิบายองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนที่สำคัญ 3 ส่วนคือทรัพยากร การท่องเที่ยว การเกษตร ตลาดการท่องเที่ยว และบริการการท่องเที่ยว กล่าวคือ

(1) ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร คือทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผลิตผลทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเช่น แสงแดด ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เป็นต้น หรือการจัดการโดยมนุษย์เช่น เครื่องมือทางการเกษตรต่าง ๆ เทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น

(2) ตลาดการท่องเที่ยวเนื่องจาก ตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) จึงทำให้การจัดการด้านการตลาดมีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มโดยต้องเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ กิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

(3) บริการการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก ร้านอาหารการบริการนำเที่ยว จะต้องเกี่ยวกับการเกษตรชนบท ตัวอย่างบริการที่ชัดเจน คือ ที่พักตามบ้าน (Homestay) และที่พักตามสวนเกษตร (Farm stay)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ได้จำแนกองค์ประกอบ การท่องเที่ยว ที่สนับสนุน ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 4 ปัจจัย ดังนี้

(1) ด้านทรัพยากร ได้แก่ พื้นที่ ประกอบอาชีพของเกษตรกร เช่น ไร่ สวน และ โครงการหลวง วิถีชีวิตชุมชนเกษตรกร เช่น ชุมชน ประมง ชุมชนสวนยางและวัฒนธรรมการเกษตร เช่น พิธีขวัญข้าว

(2) ด้านการบริหาร ได้แก่ ข้อบังคับที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมรวมถึง หน่วยงานบริหารจัดการ เช่น กรมส่งเสริม การเกษตร กรมวิชาการเกษตร องค์การบริหาร

ส่วนตำบลและประชาชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของ แหล่งท่องเที่ยว

(3) ด้านการบริการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การบริการที่พักส่วนใหญ่จะเป็นการพักค้าง ในบ้านของประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงระบบสื่อ ความหมายที่ให้ความรู้เรื่องการประกอบอาชีพ การเกษตร จุดเริ่มต้นของการบริการที่พักแบบพัก ในบ้านของประชาชนท้องถิ่น คือ ผู้ที่ต้องการ เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่สวยงาม สงบเงียบ และไปขอพักค้างกับประชาชนในท้องถิ่นนั้น แนวคิดขณะนั้นเป็นลักษณะ “ผู้มาพักเป็นแขกของ บ้านมิใช่นักท่องเที่ยว” และมีการเปลี่ยนแปลงมา เป็น “Bed and Breakfast” หรือการบริการที่พัก และอาหารเช้าเท่านั้น จนปัจจุบันเป็นการบริการที่ พักและอาหารควบคู่กับการให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ วิถีชีวิตชุมชน

(4) ด้านการตลาด ได้แก่ นักท่องเที่ยว กิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดทำเอกสารหรือคู่มือแนะนำการท่องเที่ยว ซึ่งอาจขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ หรือ ประชาชนในท้องถิ่นจัดทำเอง นอกจากนี้เกษตรกร ของชุมชนหนึ่งอาจเป็นนักท่องเที่ยวของอีกชุมชน หนึ่งจากกิจกรรมการดูงานและแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งกันและกัน

4. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากผลการประเมินด้านสภาพการ ท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยวสามารถกำหนด รูปแบบโดยพิจารณาที่ตั้งแหล่งเกษตรและโอกาส การตลาด เป็นรูปแบบการพัฒนาแบ่งออกได้เป็น

4 ประเภดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

(1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก เป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวประกอบหรือแหล่งท่องเที่ยวเสริม ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ใช้สำหรับการท่องเที่ยวช่วงสั้นๆ โดยวางแผนเป้าหมายการตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวหลัก

(2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในพื้นที่เกษตรและแหล่งเกษตรเป็นแบบการพัฒนาที่ต้องการชื่อเสียงและเป็นจุดหมายการเดินทาง เนื่องจากหมู่บ้าน หรือย่านการเกษตรมีขนาดใหญ่ และเป็นการเกษตรที่มีความดึงดูดใจ

(3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ มีศักยภาพ และมีความเป็นไปได้ที่จะจัดให้เป็นโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นจนเป็นสินค้าท่องเที่ยวเดียวกัน

(4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉพาะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดเป็นจุด หรือพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะและมีความดึงดูดใจสูง เช่น การเกษตรที่เป็นปรากฏการณ์ทางการเกษตรหรือแหล่งผลิตเกษตรที่หายาก

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ การท่องเที่ยวเพื่อไปเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร วัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เช่น การทำนา ปลูกผัก แปรรูปผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถแบ่งการจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตาม การกำหนดขนาดพื้นที่ ได้แก่ขนาด

ใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่าง

5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ

ความหมายของคำว่า “ศักยภาพ” ตรงกับภาษาอังกฤษคือ Potentiality โดย วิวัฒน์ชัย บุญภักดี (2536) ได้กล่าวว่า ศักยภาพ คือ ความสามารถหรือความพร้อมในตัวของผู้ใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุงการจัดการหรือการเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ นั้นสำหรับการพัฒนาศักยภาพ ดังงานวิจัยของ ดร.กรรณ ไกรศรี (2554) ระบุว่าคือการนำความรู้ความสามารถที่อยู่ภายใต้ตัวบุคคลใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อบุคคลและองค์กร นำศักยภาพเหล่านั้นมาใช้อย่างมีกระบวนการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่ทุกสิ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นไปอย่างง่ายดายและรวดเร็วทำให้การพัฒนาศักยภาพของบุคคลในองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเมื่อมีศักยภาพที่อยู่ในบุคคลแต่ละคนได้รับการพัฒนาและผลลัพธ์ที่ตามมาคือความสำเร็จขององค์กรวิธีการนำแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพไปใช้โดยส่วนใหญ่จะใช้ในการอธิบายศักยภาพของชุมชนในประเด็นต่าง ๆ เช่น ศักยภาพในการรวมกลุ่ม ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ศักยภาพของการบริหารจัดการ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพของบุคคลในชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังเช่นงานวิจัยของ เกษราพร ทิราวงศ์และอานวยพร ใหญ่ยิ่ง (2554) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านแม่แรม ตำบลเตาปูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ ด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและ

กำหนดทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนแม่แรม เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา ซึ่งผลการศึกษาพบว่าได้มีการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านบุคลากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้จัดตั้งกลุ่มทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

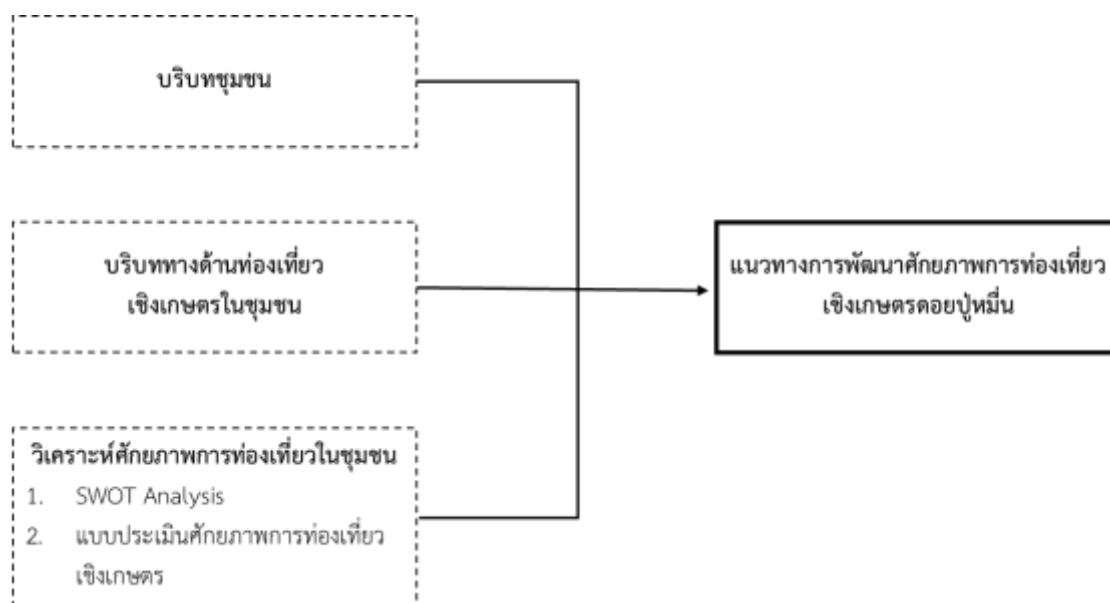
6. การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats โดย Strength คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี ในขณะที่ Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ ภายในองค์กรที่เป็นผลและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี Opportunities คือ โอกาสหมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร และ Threats คือ อุปสรรคหมายถึง ปัจจัย และสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้ง การจำแนกโอกาส และอุปสรรคเป็นสิ่งที่

ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนกลับซึ่งกันและกันเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม (นันทิยา หุตานุวัตร, 2546)

7. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การกำหนด แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5) ศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยว, 2557)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคอยู้หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประกอบด้วย 1) สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ จำนวน 10 คน 2) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรคอยู้หมื่น จำนวน 20 คน 3) กลุ่มเกษตรกร 30 คน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ จำนวน 10 คน 2) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรคอยู้หมื่น จำนวน 10 คน 3) กลุ่มเกษตรกร 10 คน ที่แสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซ้ำกัน กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 30 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แบบฟอร์มแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ 2) แบบฟอร์มเพื่อประเมินคัดกรองผู้เข้าร่วมโครงการ 3) แบบฟอร์มวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มท่องเที่ยวเกษตร ด้วย SWOT Analysis 4) แบบฟอร์มเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5 มิติ ดังนี้ 1) มิติที่ 1 ด้านศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 9 ตัวชี้วัด 2) มิติที่ 2 ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 13 ตัวชี้วัด 3) มิติที่ 3 ด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 5 ตัวชี้วัด 4) มิติที่ 4 ด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 8 ตัวชี้วัด และ 5) มิติที่ 5 ด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 8 ตัวชี้วัด รวมทั้งสิ้น 43 ตัวชี้วัด (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ทำการสร้างแบบฟอร์มตามวัตถุประสงค์และเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องเชื่อถือได้นั้น ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบไปพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลพิจารณาว่า ถ้าต่างเวลา ต่างสถานที่ แล้วข้อมูลยังเหมือนเดิมหรือไม่และถ้าบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

4. แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

(1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสำรวจข้อมูลจาก

- 1) สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์
- 2) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 3) กลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ม

บทบาทสำคัญในการหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีขั้นตอนในการรวบรวมตั้งแต่การพัฒนาแบบฟอร์มเพื่อสำรวจข้อมูล การลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย สรุปผลการสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลการสัมภาษณ์ก่อนที่จะมีการสรุปข้อมูลและคืนข้อมูลให้กลุ่มเป้าหมายทำการตรวจสอบความถูกต้อง

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาศักยภาพชุมชนเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยและพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ในประเด็นการพัฒนาชุมชนเกษตรบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และยุทธศาสตร์ในการ

พัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่

5. การวิเคราะห์และอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ นักวิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและการอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทชุมชนและบริบททางการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดอยปู่หมื่น (จุดแข็งและโอกาส) กับปัจจัยที่ไม่ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดอยปู่หมื่น (จุดอ่อนและอุปสรรค)

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้เกณฑ์การประเมิน 5 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 ด้านศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 9 ตัวชี้วัด มิติที่ 2 ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 13 ตัวชี้วัด มิติที่ 3 ด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 5 ตัวชี้วัด มิติที่ 4 ด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 8 ตัวชี้วัด และมิติที่ 5 ด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบไปด้วย 8 ตัวชี้วัด โดยให้ทั้ง 5 มิติ มีความสำคัญเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20 เท่ากัน

ตารางที่ 1 เกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มิติ	คะแนน	ร้อยละ
1. ด้านศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 9 ตัวชี้วัด	18	100
2. ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 13 ตัวชี้วัด	26	100
3. ด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5 ตัวชี้วัด	10	100
4. ด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 8 ตัวชี้วัด	16	100
5. ด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 8 ตัวชี้วัด	16	100
รวม / เฉลี่ย 43 ตัวชี้วัด	86	500 (100%)

เกณฑ์การประเมินในแต่ละตัวชี้วัดใช้ระดับ 3 เกณฑ์ตามแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (กรมส่งเสริมการเกษตร ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย, 2557) ดังนี้

มีเพียงพอ	=	2 คะแนน
มีแต่ไม่เพียงพอ	=	1 คะแนน
ไม่มี	=	0 คะแนน

ตารางที่ 2 ระดับศักยภาพของการท่องเที่ยว

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

ผลการศึกษา

1. ด้านบริบทชุมชน

ดอยปู่หมื่น มาจากชื่อของผู้นำชนเผ่าที่ชื่อแดงเต้า เป็นชาวชนเผ่ามูเซอแดงที่อพยพมาจากทิเบตตอนใต้ มาตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณนี้ และปกครองชุมชนมายาวนานจนได้มีการแต่งตั้งยศให้เป็น หมื่นแดงเต้า เมื่ออยู่จนแก่เฒ่าจึงเรียกชื่อดอยนี้ว่า ดอยปู่หมื่น ในปัจจุบันเชื้อสายของปู่หมื่นก็

ยังคงเป็นผู้นำชุมชนต่อกันมาเรื่อย ๆ จนปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 3 โดยรุ่นที่สองคือนายจะพะ ซึ่งเป็นลูกเขยของปู่หมื่น เขาเคยรับเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 และพระราชินีในปี พ.ศ. 2513 โดยตอนนั้น นายจะพะได้เข้าเฝ้า และรับต้นชาอัสสัม เป็นชาป่าพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทำให้นายจะพะและชาวบ้านประกอบอาชีพปลูกชามาจนถึงปัจจุบัน และในรุ่นที่สามก็คือรุ่นของนาย

เจริญ ที่สืบสานอาชีพปลูกชา แปรรูปชา และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน นำความยั่งยืนมาให้คนในชุมชนอีกด้วย เนื่องจากดอยปู่หมื่นตั้งอยู่ที่ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ มีระยะทางห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ ประมาณ 174 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง ซึ่งเป็นเส้นทางผ่านในการขึ้นดอยผ้าห่มปก และจะได้เห็นกับทัศนียภาพอันสวยงาม รวมถึงวิถีชีวิตของชาวเขาเผ่าลาหู่ มีประชากรทั้งหมดประมาณ 250 คน อาชีพส่วนใหญ่ปลูกชาอัสสัม ซึ่งเป็นชาที่มีคุณภาพสูง กลิ่นหอม รสชาติดี อีกทั้งในชุมชนยังมีการปลูกลูกท้อ ผสมผสานกับเกษตรทฤษฎีใหม่ และที่โดดเด่นเป็นอย่างมาก

2. บริบททางด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดอยปู่หมื่น

เป็นชุมชนที่มีพื้นที่ปลูกชาอัสสัมมากที่สุดแห่งหนึ่ง โดยปลูกบริเวณรอบ ๆ ชุมชน ภายในชุมชนมีที่พักแบบโฮมสเตย์ และกิจกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมโรงงานผลิตชา กิจกรรมร่วมเก็บใบชา ท่องเที่ยวน้ำตกปู่หมื่น ชมวิถีชีวิตและการละเล่นของชาวไทยภูเขาเผ่าลาหู่ ปัจจุบันดอยปู่หมื่นมีการจัดตั้งกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนปู่หมื่น ยังมีเส้นทางเดินป่าเพื่อชมธรรมชาติและความงามของน้ำตกอีกด้วย นั่นคือ ‘น้ำตกปู่หมื่น’ หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า ‘น้ำตกงวงช้าง’ ซึ่งน้ำตกปู่หมื่นเป็นน้ำที่ไหลมาจากดอยผาหลวง (ดอยผ้าห่มปก) ความโดดเด่นของน้ำตกปู่หมื่น คือมีลักษณะเหมือนงวงช้าง ซึ่งเกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เมื่อกระแสน้ำได้ไหลไปกระทบกับหลุมบนหินที่อยู่ตรงกลางของระหว่างชั้นแล้ว จะพุ่งขึ้นไปพุ่งกระจายเป็นฝอยโค้งซึ่งมีลักษณะคล้ายงวงช้างที่สวยงามมาก ถือได้ว่าเป็น

สิ่งมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่หาชมได้ยาก และที่นี่มีความอุดมสมบูรณ์มีน้ำตลอดทั้งปี

3. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วย SWOT Analysis

(1) จุดแข็งและโอกาส ได้แก่

1) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรมี webpage ในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่หน่วยงานเข้ามาช่วยในการจัดทำ และมีหน่วยงานและสถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยสนับสนุนในการจัดการฟาร์ม ด้านการจัดการ การตลาด และการวางแผนการท่องเที่ยว

2) ผลិតภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตร (ชาปู่หมื่น) มีคุณภาพ รสชาติที่หลากหลาย และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม

3) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเข้มแข็ง สามัคคีกัน เนื่องจากมีผู้นำกลุ่มที่มีความแน่วแน่

4) พื้นที่เกษตรมีความโดดเด่นด้านธรรมชาติ เป็นแหล่งต้นน้ำที่อุดมสมบูรณ์มีการปลูกชาและประวัติความเป็นมา อัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความน่าสนใจ

5) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีโอกาสนในการเติบโตเนื่องการกระแساتท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6) มีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของชุมชนที่ชัดเจนและทุกคนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

7) การปลูกฝังให้ทุกคนในชุมชนรักธรรมชาติ ไม่ทำลายทรัพยากร

8) คนในพื้นที่จะไม่ขายที่ดินให้กับบุคคลอื่นภายนอก หรือไม่อนุญาตให้นักลงทุนต่างถิ่นเข้ามาลงทุนในพื้นที่ดอยปู่หมื่น

9) การเกษตรในพื้นที่ที่ไม่มีการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก

(2) จุดอ่อนและอุปสรรค ได้แก่

1) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดความสามารถในการจัดการระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำ ที่พัก

2) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดความรู้ในด้านการจัดการวางแผนกิจกรรม (โปรแกรมการท่องเที่ยว) อย่างเป็นระบบ

3) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการฟาร์ม

4) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ

5) เส้นทางการเดินทางค่อนข้าง

ลำบาก เนื่องจากถนนที่ขึ้นมายังดอยปู่หมื่นเป็นดินรกร้าง ต้องใช้รถกระบะไพวิลขึ้นไปเท่านั้น และหากฝนตกหนักจะไม่สามารถขึ้นไปได้

6) ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ หรือการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย

7) ประชาชนรุ่นใหม่ในชนเผ่าส่วนมากจะออกไปทำงานนอกพื้นที่ โดยไม่สืบทอดการปลูกชาจากครอบครัวของตน

8) การทำโฮมสเตย์ ไม่ได้รับความสนใจจากคนในชุมชนมากนัก เนื่องจากในพื้นที่ไม่ค่อยมีคนที่มีความรู้จนสามารถบริหารจัดการได้

9) สภาพอากาศส่งผลต่อฤดูกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะในหน้าฝน

4. ผลการประเมินศักยภาพของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น

ตารางที่ 3 ผลการประเมินศักยภาพของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น 5 มิติ (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

มิติ	ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ	ผลการประเมิน
1. ด้านศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	72.22	ดีมาก
2. ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	80.77	ดีมาก
3. ด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	60.00	ปานกลาง
4. ด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	81.25	ดีเยี่ยม
5. ด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	68.75	ดี
รวม	74.42	ดีมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า โดยภาพรวมศักยภาพชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น ตำบลแม่สาว อำเภอแม่เมาะ อยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านศักยภาพการ

ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดีเยี่ยม รองลงมาคือ ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ใน

ระดับดีมาก ด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดี และด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

ผลการศึกษา ศักยภาพของชุมชนดอยปู่หมื่นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า **ด้านจุดแข็งและโอกาส** ชุมชนดอยปู่หมื่นมีกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความเข้มแข็ง มีผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวที่มีองค์ความรู้ รวมถึงการกฎระเบียบข้อบังคับในชุมชนเพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเกี่ยวกับสมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปลูกฝังให้คนในชุมชนรักธรรมชาติ ซึ่งพื้นที่ในชุมชนดอยปู่หมื่นยังเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะโดดเด่น เป็นธรรมชาติ และเกษตรกรรมส่วนใหญ่ในชุมชนดอยปู่หมื่นนิยมปลูกชา ซึ่งชาในชุมชนมีคุณภาพและมีรสชาติที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนดอยปู่หมื่น รวมถึงการรณรงค์ในการงดใช้สารเคมีในการทำเกษตร มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน เข้ามาส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน **ด้านจุดอ่อนและวิกฤต** ถึงแม้ชุมชนดอยปู่หมื่นจะมีความโดดเด่นทางด้านการเกษตร ปลูกชา แต่ยังมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ชุมชนบางส่วนที่ยังมีความต้องการออกไปทำงานนอกพื้นที่ ขาดการสืบทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นหลัง ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ การจัดการเกษตรในพื้นที่ รวมถึงการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งชุมชนดอยปู่หมื่น คนในชุมชนขาด

ความรู้ในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ที่ดี รวมถึงสภาพอากาศในฤดูฝน ที่ไม่เอื้ออำนวยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนดอยปู่หมื่น

ผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดอยปู่หมื่น โดยใช้แบบประเมิน พบว่า ด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดีเยี่ยม ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนมีจุดเด่นในด้านการเกษตร (ปลูกชา) ซึ่งการปลูกชาสามารถปลูกได้เฉพาะพื้นที่สูงเท่านั้น จึงมีข้อจำกัดและมีคู่แข่งน้อย และสามารถเป็นอัตลักษณ์ในการเรียนรู้วิถีชีวิตการปลูกชา จึงสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพื่อให้เดินทางมาเที่ยวในชุมชนดอยปู่หมื่น รองลงมาคือ ด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เนื่องจากการรองรับนักท่องเที่ยว หรือการเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการทางด้านการท่องเที่ยวถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวและการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวพึงพอใจก็จะเกิดการบอกต่อและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ นั่นเอง และด้านศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้เนื่องจากการที่มีผู้นำกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีองค์ความรู้ ช่วยในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และด้านศักยภาพการจัดการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากการตลาดอาจจะมีการประชาสัมพันธ์บางส่วนแต่ยังไม่ประสบความสำเร็จไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ และด้านศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคนในชุมชนไม่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับงานด้านบริการ จึงต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมองค์ความรู้

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิเทพ ครุฑธามาต (2562) เรื่องศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทยพบว่า จุดแข็งคือ สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมีความโดดเด่น มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย คนในชุมชนมีความเข้มแข็งทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณวิมล ภู่นาค (2558) ที่พบว่า ชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนดอยปู้นั้น นั้นต้องเริ่มจากการพัฒนาด้านการตลาด เป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญในการสำรวจ หรือวิจัย หรือหาข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มากขึ้น รวมถึงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในเชิงกิจกรรมการตลาดกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น จึงนำไปสู่การประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือประเด็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนซึ่งมีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่น่าดึงดูดใจมากน้อยเพียงใด อาจจะประชาสัมพันธ์ โฆษณา และแผ่นพับในสถานที่สำคัญ เช่น สนามบิน โรงแรม นอกเหนือจากการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก การจัดตั้งกลุ่มไลน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น สอดคล้องกับ จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2555: 301) ได้กล่าวว่าการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถช่วยให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมได้ และสามารถวัดผล

ได้ด้วยจำนวนของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และสนใจติดตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยการตลาดเชิงกิจกรรมสามารถกระตุ้นการรับรู้และเพิ่มการจัดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการได้เป็นอย่างดีและที่น่าสังเกตพบว่าการสื่อสารทางการตลาดด้านการใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะประเภทของข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networks) และเว็บไซต์สำหรับการสืบค้น (Search Engine) เช่น เว็บไซต์กูเกิ้ลได้รับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ในสัดส่วนที่สูง จากนั้นจัดทำกิจกรรมเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาดูแล ลูกค้า ทั้งการบริการข้อมูล ความรู้ด้านเกษตร การบริการสินค้า และห้องพัก รวมถึงการรับส่งลูกค้า เป็นต้น การเพิ่มศักยภาพการให้บริการ ในระดับของการสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและการบริการ โดยเฉพาะไฮไลต์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นจุดเด่น อาหาร การบริการ ที่พัก เป็นต้น จนลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจและอยากหวนกลับมาอีกครั้ง พร้อมแนะนำให้คนอื่น ๆ รู้จักเพิ่มขึ้น สุดท้ายหากมีจำนวนลูกค้ามากขึ้น ทางกลุ่มควรเพิ่มศักยภาพด้านการรองรับลูกค้าให้มากขึ้น เช่น อาหารมีเพียงพอไหม ที่พักจะอย่างไร นอกเหนือจากเพียงพอต้องสะอาด และปลอดภัย การจอดรถ ห้องน้ำรวม หรือแม้แต่การซ่อมแซมบำรุงรักษาให้มีความต่อเนื่องไม่ขัดข้อง อาจจะต้องทำการวางแผนตลอดทั้งปี ให้เป็นไปตามฤดูของสินค้าเกษตรที่จะออกผลผลิตตามฤดูกาล เป็นต้น สอดคล้องแนวคิดของ Gronroos, (1990) และ Berry and Parasuraman, (1991) การบริการ

จากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะใน
การทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมี
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี การทำงานเป็นระบบ สามารถ
ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสร้างความมั่นใจว่า
ลูกค้าได้รับบริการที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. การทำวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษาส่วน
ประสมทางด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
เพื่อให้ผลการศึกษารอบคอบและเข้าใจถึงปัจจัยที่
มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการตัดสินใจเดินทางมา
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยผู้หมั่นได้ชัดเจน

2. การทำวิจัยครั้งต่อไป จึงควรให้
ความสำคัญกับข้อมูลเชิงลึก ความต้องการของ
ผู้รับบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อปรับปรุง
การให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์และ
สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของ
ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการตรวจประเมิน
มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง
เกษตร. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักงานกิจการ
โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกใน
พระบรมราชูปถัมภ์.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560).
รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว.
(ออนไลน์). จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404

เกษราพร ทิราวงศ์ และอำนวยการใหญ่ยิ่ง. (2554).
การศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านแม่
แรม ตำบลเตาปูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่
ด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อสร้างความ
เข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน. รายงาน
ผลการวิจัยมหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์.
(2555). การบริหารการโฆษณาและการ
สื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ. นนทบุรี:
ธรรมสาร

ดร. ไกรศรี. (2554). แนวคิดและทฤษฎีศักยภาพ
ของบุคคล. จุลสารการท่องเที่ยว:
กรุงเทพมหานคร.

นันทิยา หุตานุวัตร. (2546). SWOT การวางแผน
กลยุทธ์ธุรกิจชุมชน: คณะเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สถาบันชุมชน
ท้องถิ่นพัฒนา. (ออนไลน์). จาก
<http://www.jit-jai.blogspot.com/2007/08/swot.html>

นางสุดา เชนนะสิริ. (2555). การพัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่ 1).
กรุงเทพฯ: สาขาส่งเสริมและธุรกิจเกษตร
คณะเกษตรและชีวภาพ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏจันทรเกษม.

นิออน ศรีสมยง. (2552). แนวทางการพัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.
นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราณี อีสัยกุล. (2556). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. เอกสารการสอนชุดวิชาการ

วรรณวิมล ภู่นาค. (2558). ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 26(1), 63-74.

วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. (2536). สรุปปัญหาและการป้องกันแก้ไขผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร. จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2543). การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. กรุงเทพมหานคร.

อดิเทพ ครุฑธามาต. (2562). ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย. การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ครั้งที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2561.

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วันที่ 6 มิถุนายน. 306.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2553). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (COMMUNITY-BASED TOURISM). (ออนไลน์). จาก <http://www.dasta.or.th/th/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%9E%E0%B8%97/item/674-674>

Berry, L., & Parauraman, A., (1991). Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model. *Human Resource Management*, 30(3), 335-364.

Gronroos, C.. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth Service Competition*. Lexington, MA: Lexington Books.