

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่: สวนกุหลาบ

GUIDELINES FOR CREATIVE AGRICULTURE TOURISM ACTIVITIES DEVELOPMENT OF HIGHLAND COMMUNITY MAE RIM DISTRICT CHIANG MAI PROVINCE: ROSES FARMS

รฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร¹ และภาคภูมิ ภัควิภาส²

Ratthanant Pongwiritthorn¹ and Pakphum Pakvipas²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

^{1,2}Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาการสร้างคุณค่าหรือเพิ่มมูลค่าและปัญหาข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่: สวนกุหลาบ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ จำนวน 400 คน ได้แก่ ประชากรในหมู่บ้านบวกเตย และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัย พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.97$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.65$) และด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.55$) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรมุ่งเน้น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสร้างจิตสำนึกคุณธรรมจริยธรรม จรรยาบรรณและธรรมาภิบาล และให้ความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกๆ ฝ่าย และ 2) ส่งเสริมการสร้างประสบการณ์เชิงพื้นที่ด้วยตัวของชุมชน โดยผ่านการสื่อสารข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิตที่จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนด้วยกิจกรรมต่างๆ ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนบนพื้นที่สูง สวนกุหลาบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

This research intends to understand the guidelines for development of value creation or value added as well as to find the problem and solution for the development of Creative Agriculture Tourism of Highland community in Mae Rim District, Chiang Mai Province: rose farms. The tool to collect data of this research is questionnaire. The Yamane's formula or simplified formula is used to calculate the sample size (Yamane, 1970). Total 400 samples are the people who live in Ban Bauktoey area, Pong Yang Sub-district, Mae Rim District, Chiang Mai Province and tourists who travel to this community. From the accidental sampling or convenience sampling, the research results found out that the Creative Economy to develop Highland Agricultural Tourism: rose gardens, Mae Rim District, Chiang Mai Province in overall is in high level ($\bar{X} = 4.20$). When considering each aspect, the rank of the descending order of average are in terms of Creative Economy aspect ($\bar{X} = 3.97$), in terms of social and environmental responsibility aspect ($\bar{X} = 3.65$), and in terms of participation aspect ($\bar{X} = 3.55$). The guidelines for the development of Creative Agriculture Tourism should focus on two main aspects which are as follows. 1) In terms of social responsibility, they should form the consciousness, awareness and concentrate on recognizing the moral, ethical, code of conduct, corporate governance as well as social responsibility of all stakeholders who involved. 2) They should promote the creation of on-site experiences via the information communicate in terms of arts, cultures, traditions and lifestyle that would be beneficial to the development of Creative Economy of the community by creating local culture preserving activities.

Keywords: Agro-tourism, Highland Community, Rose Farms, Creative Economy

บทนำ

ในยุคปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน รวมทั้งสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศ กระจายสู่ผู้ประกอบการธุรกิจและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นไม่ใช่เพียงการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หากแต่มุ่งปลูกฝังการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

สามารถสร้างรายได้ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนร่วมในทุกๆ ฝ่าย และปกป้องรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่คู่สังคมไทยให้นานที่สุดในสองทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารโลกได้ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงคุณภาพสิ่งแวดล้อม อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเร่งขยายการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศโดยธนาคารโลกได้เผยแพร่รายงานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีดัชนีชี้วัดคุณภาพของสิ่งแวดล้อมบางอย่างได้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงในรายได้ และการสุขาภิบาลของเมืองมีคุณภาพต่ำลงเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ดัชนีชี้วัดในการแพร่กระจายของก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2)

และก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N_2O) แสดงถึงความสัมพันธ์ในลักษณะเส้นโค้งระฆังคว่ำกับรายได้ โดยคุณภาพสิ่งแวดล้อมของดัชนีชี้วัดดังกล่าว จะมีความเสื่อมโทรมมากขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น และลดต่ำลงในเวลาต่อมา เมื่อรายได้เพิ่มสูงเกินกว่าระดับหนึ่ง หรือเป็นระดับรายได้ที่เป็นจุดวกกลับของการเสื่อมโทรมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (วาทีณี คุ่มแสง, 2553) ประเทศไทยตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา องค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีความเข้าใจและตื่นตัวเรื่องแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมากขึ้น อีกทั้งการตื่นตัวของกระแสแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อาจเป็นผลมาจากการขับเคลื่อนในทุกภาคส่วน ทั้งจากภาครัฐ องค์กรธุรกิจ รวมไปถึงสถาบันการศึกษา โดยภาครัฐให้ความสำคัญและเป็นเสมือนแรงผลักดันช่วยขับเคลื่อนให้เกิดการตื่นตัวไปสู่ภาคเอกชน จนกระทั่งองค์กรทุกองค์กรมีแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นกลยุทธ์หลักขององค์กร และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการดำเนินการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้เป็นความร่วมมือระดับประเทศ โดยจะเป็นการพิสูจน์ยืนยันว่า จะมีความสามารถที่จะทำให้เกิดความถูกต้องในเรื่องสิ่งแวดล้อมหรือไม่ เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความอยู่รอดของตัวมนุษย์เอง (พรรณทิมา สรรพศิริพันธ์, 2552: 12) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมุ่งเน้นถึงการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจพร้อมกับการรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมแล้ว ผู้วิจัยมีความต้องการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันแบบเดิมๆ ด้วยการนำเสนอแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ประกอบเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยผู้ศึกษาต้องการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร บนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาให้เชื่อมโยงกับพื้นฐานแห่งความเป็นไทยทางด้านศิลป วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และประวัติศาสตร์ เพื่อสร้าง

มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยนำมาด้วยผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีในการกระจายรายได้สู่ชุมชนและการจ้างงานในท้องถิ่น ซึ่งบริบทบ้านบวกเตี้ย ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ บนเส้นทางสายแมริม-สะเมิง กิโลเมตรที่ 23 เป็นพื้นที่ภูเขาสูงชัน อากาศเย็นสบายตลอดปี ตั้งอยู่ไม่ไกลจากจุดชมวิวม่อนแจ่ม ประมาณ 7.5 กิโลเมตร เป็นที่อาศัยของชนเผ่าม้ง ประมาณ 130 ครัวเรือน ประกอบอาชีพการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกกุหลาบสายพันธุ์ต่างๆ คุณภาพดีที่สุดในประเทศไทย พื้นที่ปลูกกุหลาบมากที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ละวันจะมีพ่อค้า แม่ค้า มารับซื้อดอกกุหลาบ จากเกษตรกรบ้านบวกเตี้ย นับสิบราย วันละไม่น้อยกว่า 1,000 ดอกต่อราย แต่ละเดือนไม่น้อยกว่า 120,000 ดอก สร้างรายได้ให้เจ้าของแปลงปลูกกุหลาบ อย่างไรก็ตามจากศักยภาพของชุมชนที่มีวิถีชีวิตแบบชาวเขาเผ่าม้งและพื้นที่บริเวณหมู่บ้านที่ล้อมรอบไปด้วยป่าเขาใกล้สถานที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น ม่อนแจ่ม อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำเป็นต้องธำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านโดยไม่ให้การท่องเที่ยวกระทบต่อความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทั้งยังสามารถให้ชาวบ้านมีแหล่งรายได้เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งทางด้วยเช่นเดียวกัน (องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งแยง, 2556) โดยเมื่อต้นปี พ.ศ. 2552 เมื่อสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีนโยบายที่จะพัฒนาชุมชนบ้านบวกเตี้ยเพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยได้ดำเนินกิจกรรมฟื้นฟูชุมชน วิถีชีวิตการเกษตรโดยเฉพาะการปลูกดอกกุหลาบ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสืบสานเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชน และถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชน ภายใต้แนวความคิดวิถีชีวิตเชิงเกษตร วัฒนธรรมและความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพในด้านการปลูกดอกกุหลาบ พื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม สืบสานเรื่องราว ประวัติศาสตร์ของชุมชน และถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์.

สวนกุหลาบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์: สวนกุหลาบ” จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมีความเป็นไปได้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของชุมชน เพื่อเป็นแนวทางพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: สวนกุหลาบ ชุมชนบ้านบวักเตยให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาการสร้างคุณค่าหรือเพิ่มมูลค่าและปัญหาข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชน

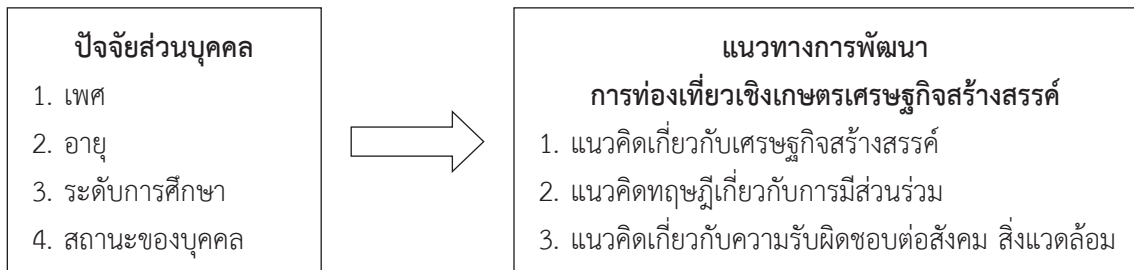
บนพื้นที่สูง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่: สวนกุหลาบ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยมุ่งศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม

สรุปจากขอบเขตการวิจัยนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยซึ่งได้ตัวแปรในการศึกษาโดยเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และสถานะของบุคคล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่: สวนกุหลาบ สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะของบุคคล และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำแนกตามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม แตกต่างกันมีผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยว

ที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบวักเตย ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 56,833 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งแยง, 2556) โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จากคํานวนหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1970) โดยคณะผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถแบ่งได้ 3 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบอำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่ และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-End) แสดงความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่ และการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมที่เคยจัดขึ้นในชุมชนบ้านบวกเตย ซึ่งการหาความเชื่อมั่นรายข้อ โดยการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-Total Correlation) และหาค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับ (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ระดับ 0.82

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยตอนที่ 1 และตอนที่ 2 กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1-5 แทนความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่ และน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย คือ ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-

5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด สถิติทดสอบความแตกต่างด้วยวิธี t-Test, One Way ANOVAs

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 และเป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 อายุ 31-40 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 และอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มิระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ระดับการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายถึงปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก 1 ด้านและอยู่ในระดับค่อนข้างมาก จำนวน 2 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.97$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.65$) และด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.55$) ซึ่งความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละด้านดังนี้

ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

อยู่ในระดับมากจำนวน 9 ข้อ และอยู่ในระดับค่อนข้างมากจำนวน 1 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการฟื้นฟูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ผ่านการค้าแบบดั้งเดิมในชุมชน ($\bar{X} = 4.25$) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเหมาะสำหรับบุคคลทุกเพศทุกวัยทุกชนชาติ ($\bar{X} = 4.20$) และสังคมไทยเป็นสังคมที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตการเกษตร ($\bar{X} = 3.81$) ข้อที่มีการปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด คือ ชุมชนผลิตสินค้าและบริการได้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ($\bar{X} = 3.35$)

ด้านการมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ และอยู่ในระดับค่อนข้างมากจำนวน 6 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ เป็นชุมชนที่คนต่างศาสนาอยู่ร่วมกันได้อย่างสมานฉันท์ ($\bar{X} = 4.02$) ชุมชนมีความเหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ($\bar{X} = 3.82$) และการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อผู้มาเยือนส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ($\bar{X} = 3.75$) ข้อที่มีการปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด คือ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานท้องถิ่นในการดำเนินกิจกรรม ($\bar{X} = 3.44$)

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 7 ข้อ และอยู่ในระดับค่อนข้างมากจำนวน 3 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ชุมชนตระหนักถึงความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในชุมชน ($\bar{X} = 3.68$) ชุมชนคำนึงถึงสุขอนามัยที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.57$) และชุมชนเน้นการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.53$) ข้อที่มีการปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด คือ ชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นมีส่วนในการระดมความคิดเห็นหาแนวทางในการปฏิบัติการใช้ทรัพยากรอย่างพอเพียง ($\bar{X} = 3.31$)

การทดสอบสมมติฐาน โดยปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานะของบุคคล และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำแนกตามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม แตกต่างกันมีผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

กิจกรรมสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับชุมชนเชิงเกษตรของชุมชนบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรียงตามลำดับ ได้แก่ กิจกรรมสืบสานประเพณีชนเผ่า รมรงค์ลดการใช้ปุ๋ยเคมี การรับรู้เข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และร่วมกันปลูกต้นไม้ดูแลทรัพยากรธรรมชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อิง จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Carroll (1991) ที่ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรควรดำเนินธุรกิจตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียหรือสมาชิกในสังคมคาดหวังให้องค์กรมีมาตรฐานการปฏิบัติงานสูงกว่าที่กฎหมายกำหนด เน้นดำเนินการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของธรรมเนียมทางสังคมและบรรทัดฐานทางจริยธรรม และสอดคล้องกับ Porter & Kramer (2006) ที่กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการสร้างคุณค่า (Creating Value) ไม่ถูกจำกัดไว้ด้วยงบประมาณ หากองค์ประกอบสำคัญ คือ การสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Value-CSV) ขึ้นในองค์กร เพื่อที่จะนำไปขับเคลื่อนสร้างสรรค์สังคม เพื่อความยั่งยืน CSR ชนิดนี้อยู่บนความเชื่ออย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้น

ความรักและศรัทธาในการรักษาสืบสานวัฒนธรรม การชื่นชมความดีงาม การสร้างสิ่งที่มีประโยชน์แก่สังคม การประหยัด การใช้ทรัพยากร ธุรกิจหรือองค์กรนั้นสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าแก่สังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือในประเทศไทยสามารถนำความรับผิดชอบต่อสังคมมาพิจารณาและประเมินผล ควบคุม ปรับปรุง และมีหลักเกณฑ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการบริหารจัดการธุรกิจ โดยจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าสินค้าและบริการของธุรกิจ พนักงาน และชุมชน หรือผู้ที่มีสิทธิส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจขององค์กรนั้นในอนาคต และยังสอดคล้องกับทฤษฎีของโพธิ์สิทธิพรหม (2556) ที่ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่สร้างเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการท่องเที่ยวประเภทนี้สร้างเรื่องการเข้าถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี และการรักษาสืบสานวัฒนธรรมให้สืบทอดต่อไป โดยการให้ผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษและมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และทำให้นักท่องเที่ยวและชาวชุมชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรม และสร้างจิตสำนึกการรักษาสืบสานวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ซึ่งพื้นที่บริบทแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจในวัฒนธรรมอันดีมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้นๆ ผ่านประสบการณ์ตรงเรียกว่า เป็นเวทีการเรียนรู้แบบมีชีวิต ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในกระบวนการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ต่อไป ส่วนด้านการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนที่อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับด้านอื่นๆ ซึ่งจะมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องดำเนินการรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละฝ่ายให้ประสบความสำเร็จตาม

วัตถุประสงค์นั้น การมีส่วนร่วมมีความสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Fredrick, Post & Davis (1992) ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการบริหารการท่องเที่ยวในรูปแบบของการมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Basic Modes of Implementation of Creative Tourism) มีสองลักษณะคือ 1) ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว (Using Creativity as a Tourist Activity) 2) ใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว (Using Creativity as Backdrop for Tourism) ในรูปแบบแรกจะเป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ แต่ปัจจุบันการนำเอาการสร้างสรรค์มาเป็นฉากหลังของการท่องเที่ยวหรือการสร้างบรรยากาศ ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น เพื่อให้การสืบทอดวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิต ประเพณี การรักษาสืบสานวัฒนธรรมได้รับความนิยมนิยมมากขึ้น เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวมีเสน่ห์เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเกิดความสมดุลและยั่งยืนในการมีกิจกรรมร่วมกันของชุมชนและผู้ให้บริการและรับบริการ ตรงกับความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรมของพื้นที่ของตนเองไปเที่ยวหรืออยู่อาศัยในอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะของบุคคล และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำแนกตามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม แตกต่างกันมีผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญแสดงให้เห็นถึงปัจจัยส่วนบุคคลนั้นไม่มีความแตกต่างกันกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Frederick, Post & Davis (1992) ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเลื่อนไปจากเดิมคือ จากวัฒนธรรมจับต้องได้ (Tangible Cultural Resources) ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Resources) จากความสนใจของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการที่เคยสนใจการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างทางมรดกวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถาน หาดทรายหรือภูเขา ก็หันไปให้ความสนใจกับภาพลักษณ์วิถีชีวิตบรรยากาศ เรื่องเล่า การสร้างสรรค์ และสื่อความสนใจเดิมไม่เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและสถานที่ แต่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตสามัญ (Everyday Culture) เพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านอาหารพื้นถิ่น ตลาด บ้านเรือนวิถีชีวิตชุมชนที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้พบและมีส่วนร่วมใน “ชีวิตจริง” ของผู้คนจากเดิมที่เคยเป็นแต่ผู้ชม นักท่องเที่ยวเรียกร้องที่จะมีกิจกรรมที่ตนเองท่องเที่ยวระยะเวลาขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555)

กิจกรรมสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับชุมชนเชิงเกษตรของชุมชนบนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ กิจกรรมสืบสานประเพณีชนเผ่าวัฒนธรรมการใช้ปุ๋ยเคมี การรับรู้เข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และร่วมกันปลูกต้นไม้ ดูแลทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการเพิ่มคุณค่าและสร้างความแตกต่างของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ดังนั้นการทำการกิจกรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบนพื้นที่สูงจึงมีความสำคัญต่อบริบทพื้นที่ของสวนกุหลาบ ซึ่งสอดคล้องกับพนารัตน์ ลาภเก็น (2553) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย ศึกษาข้อมูลและความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว ประชากร ภาคชุมชน บุคลากรภาคเอกชนและบุคลากรภาครัฐเห็นด้วยกับแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย

โดยเห็นว่าต้องพัฒนาทั้ง 4 ด้าน คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ประชากรภาคชุมชน บุคลากรภาคเอกชนและบุคลากรภาครัฐมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ควรมีการพัฒนากิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ตามลำดับ และสอดคล้องกับทฤษฎีดีโพธิ์สิทธิพรธ (2556) ที่ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ว่าต้องสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์และคำนึงถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อมที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีความคิดสร้างสรรค์ของท้องถิ่นและสถานที่ท่องเที่ยวในระยะยาว หากสามารถพัฒนากิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก็จะสร้างผลดีกับแหล่งท่องเที่ยวหรือทำให้ผู้คนในชุมชนมีความรักในท้องถิ่นของตนเองให้ความสำคัญเรื่องกิจกรรมที่จะให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ กิจกรรมนั้นต้องเป็นกิจกรรมที่ต้องแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนของตนเอง ส่งผลในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่ากับแหล่งท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเพิ่มเศรษฐกิจชุมชนให้มีมูลค่ามากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรพงษ์ เกริกสกุล และคณะ (2557) ที่พบว่า เพื่อให้มีจุดหมายเพื่อสนทนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของบริบทชุมชนที่จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน ซึ่งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต้องมีเครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ การทำความเข้าใจ การให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของความหลากหลายในวัฒนธรรมในการสื่อความหมายให้ตรงกัน ซึ่งนอกจากจะเป็นการเสริมแรงให้กับการตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนของตนเองแล้ว ต้องเป็นการเสริมแรงให้กับการตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนของตนเองและเป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์กิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวเองเพื่อที่จะ

นำประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิตของตนเองต่อไป

สรุปผลการวิจัย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นที่สูง: สวนกุหลาบ อำเภอแม่อิง จังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลต่อชุมชนสังคมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมพื้นที่ นำไปสู่ความตื่นตัวในการดำรงไว้ซึ่งความคุ้มค่าและความสมดุลของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการนำเสนอรูปแบบทางเลือกในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสร้างความแตกต่างที่สามารถตอบสนองทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์ โดยเท่าเทียมกัน และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีผลทางลบในอนาคตภายใต้บริบทของข้อจำกัดทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วม รวมถึงกิจกรรมสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างด้านอัตลักษณ์และบริบทพื้นที่สร้างสรรค์เศรษฐกิจในการกระจายรายได้สู่ชุมชน และเพิ่มศักยภาพพื้นที่เกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการรักษาสีป-วัฒนธรรม ประเพณี ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องมุ่งเน้นการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ที่ตอบสนองผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อที่จะสร้างความสมดุลของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นควรมุ่งเน้นดังนี้

1. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

1.1 การควรสร้างจิตสำนึกและให้ความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกๆ ฝ่ายทั้งภายนอกและภายในองค์กร

1.2 การมุ่งตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรม จรรยาบรรณ และธรรมาภิบาล ที่สามารถเกื้อหนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

1.3 การมุ่งสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่

กับการดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อความยั่งยืนร่วมกันกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม

1.4 การประเมินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และการปรับปรุงกิจกรรมให้เข้ากับบริบทการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้เกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ

2. ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 ส่งเสริมการสร้างประสบการณ์เชิงพื้นที่ (On-site experiences) การพัฒนาศักยภาพที่มีอยู่ในพื้นที่โดยสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ที่แสดงความเป็นบริบทพื้นที่ด้วยตัวของตัวเอง (Self-expressive creativity) ผ่านการสื่อสารข้อมูลด้านศิลป-วัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิตที่จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนด้วยกิจกรรมต่างๆ ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

2.2 ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4 ด้านตามบริบทพื้นที่ ได้แก่ 1) การค้นหาอัตลักษณ์และการรับรู้เข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์การท่องเที่ยว 2) การสร้างความแตกต่างในบริบทพื้นที่ที่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดพร้อมกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3) การเสริมสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 4) การพัฒนาตลาดและสื่อการตลาดเพื่อให้เกิดการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาและทีมงาน ที่ช่วยสนับสนุนบทความนี้ผ่านการแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์ภายใต้ “โครงการยกระดับปริญญาณิพนธ์เป็นงานวิจัยตีพิมพ์ งานสร้างสรรค์ และงานบริการวิชาการสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ประจำปี 2557” และบ้านบวกเตย

ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริหาร
ธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ล้านนา ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

กับงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัวที่มี
ส่วนช่วยให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *การท่องเที่ยวประเทศไทยภาคเหนือ*. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2556, จาก <http://www.thai.tourismthailand.org/home>
- ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรหม. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพ*, 6(2).
- พนารัตน์ ลาภเก็น. (2553). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย*. สารนิพนธ์ (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรรณทิมา สรรพศิริพันธ์. (2552). *การจัดการการสื่อสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของศูนย์การค้าครบวงจรในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรพงษ์ เกริกสกุล, อารีย์ นัยพินิจ, ฐิธญา มณีเนตร และธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2557). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 5(1), 31-39.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2556). *รูปแบบทางการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวถนนคนเดินเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- วาทีณี คุ่มแสง. (2553). *ประเพณีของชาวม้ง: กรณีศึกษาชุมชนในศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ต.แม่แรม อ.แมริม จ.เชียงใหม่*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สถาบันไทยพัฒน์มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2555). *บริษัทบริหาร*. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2556, จาก <http://sufficiencyeconomy.blogspot.com>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2555). *โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2556, จาก www.dasta.or.th
- องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งแยง. (2556). *ข้อมูลทั่วไปของตำบลโป่งแยง*. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2556, จาก http://www.tambol.com/tambol/search_show.asp?itemno=500708
- อภิสิทธิ์ ไส้สัตรูไธ. (2552). *ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Frederick, W., Post, J. & Davis K. (1992). *Business and Society Corporate Strategy: Public Policy, Ethics*. (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gregory, U. & Richard, E. (2010). Growing Green: Three smart paths to developing sustainable products. *Harvard Business Review*, 94-100.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

- The Best Business of a Better World. (2003). *Overview of Corporate Social Responsibility*. Retrieved January 16, 2014, from <http://www.bsr.org/BSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48809>
- The Stock Exchange of Thailand. (2012). *Corporate Social Responsibility Institute*. Retrieved January 16, 2014, from http://www.set.or.th/setlearningcenter/files/CSRI_195.pdf
- Yamane, T. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

Translated Thai References

- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2012). *Creative Tourism Thailand*. Retrieved September 30, 2013, from www.dasta.or.th [in Thai]
- Koomsang, V. (2010). *The Traditions of The Hmong: A Case Study of the Hmong Community at The NongHoi Royal Project Development Center, Mae Ram Sub -District, Mae Rim District, Chiang Mai Province*. National Research Council of Thailand. Chiang Mai Rajabhat University. [in Thai]
- Kroeksakul, P., Naipinit, A., Maneenetr, T. & Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2014). The Study Potentiality Approaches in Religion Tourism of “Roi Kaen Sarn Sin” Cluster Provinces. *Panyapiwat Journal*, 5(1), 31-39. [in Thai]
- Laisattaruklai, A. (2009). *Why Creative Economy*. Bangkok: Thailand Creative & Design Center. [in Thai]
- Lapkern, P. (2010). *Guidelines for Eco-Tourism Development of Sukhothai Province*. Thesis (Library and information science). Bangkok: Srinakharinwirot. [in Thai]
- Phosittipan, T. (2013). “Creative Tourism for Sustainable Tourism”. *FEU Academic Review*, 6(2). [in Thai]
- Pongwirithon, R. (2013). *The Suitable Marketing Mix Strategy for Walking Streets in Chiang Mai*. Rajamangala University of Technology Lanna. [in Thai]
- Pongyeang Subdistrict Administrative Organization. (2013). *General Information of Pongyeang Subdistrict*. Retrieved January 20, 2013, from http://www.tambol.com/tambol/search_show.asp?itemno=500708 [in Thai]
- Sappasirinun, P. (2009). *Communication Management on Corporate Social Responsibility in Environmental Aspect of Shopping Complex in Thailand*. Bangkok: Thammasat University. [in Thai]
- Thaipat Institute, Thai Rural Reconstruction Movement. (2012). *Corporate Governance*. Retrieved September 30, 2012, from <http://sufficiencyeconomy.blogspot.com> [in Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2013). *Northern of Thailand Tourism*. Retrieved June 20, 2013, from <http://www.thai.tourismthailand.org/home> [in Thai]



Name and Surname: Ratthanan Pongwiritton

Highest Education: Ph.D. (Accounting and Finance), University of Hertfordshire, United Kingdom

University or Agency: Rajamangala University of Technology Lanna

Field of Expertise: Information Accounting System, Project Management, Investment, Accounting for Management, Small Medium Enterprise, Community, Management, Marketing

Address: 128 Huay Kaew Rd., Muang, Chiang Mai 50300



Name and Surname: Pakphum Pakvipas

Highest Education: M.B.A. (International Business), Payap University

University or Agency: Rajamangala University of Technology Lanna

Field of Expertise: International Business Management

Address: 128 Huay Kaew Rd., Muang, Chiang Mai 50300