

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย Hmong Ethnic Tourism Development Strategies to Support Tourism in Chiang Rai Province

บัณฑิต แสงเสรีธรรม¹, นาวิณ พรหมใจสา², เบญจมาศ เมืองเกษม³ และ โกมินทร์ วังอ่อน⁴
Bundit Saengseritham¹, Nawin Promjaisa², Bemjamas Muangkasem³ and
Gomin Wang-on⁴

Received: 17 July 2024; Revised: 09 September 2024; Accepted: 20 November 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ 2) สร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 3) ประเมินความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี งานวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับงานวิจัยคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยตัวแทนจากผู้นำชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 18 คน โดยเป็นการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ตามประเด็นการวิจัย และนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุ 31-40 ปี จากภาคเหนือ มีรายได้ปานกลาง และนิยมท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวเพื่อพักผ่อนกับครอบครัว โดยสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า และประเพณีปีไหมม้ง ด้านการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่พักเป็นอันดับแรก จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโดยใช้แนวคิด 4Ms และ PESTEL พบว่าการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งมีศักยภาพสูงแต่ยังต้องพัฒนาในด้านบุคลากร งบประมาณ และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังต้องเผชิญกับความท้าทาย

¹ สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนามัณฑลภาค มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย; Regional Development Strategies, Chiang Rai Rajabhat University

^{2 3 4} คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย; Faculty of Social-sciences, Chiang Rai Rajabhat University
Corresponding author, e-mail: crurds@gmail.com

ทั้งด้านนโยบาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม และผู้วิจัยได้นำเสนอ 5 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเพิ่มแหล่งทุนและโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนในจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยว; กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง; ยุทธศาสตร์การพัฒนา

Abstract

This research article aims to 1) analyze the current status of ethnic tourism, 2) develop strategies for promoting Hmong ethnic tourism, and 3) assess the feasibility of these strategies for enhancing tourism in Chiang Rai Province. The study employs a mixed-methods approach. Quantitative research involved a sample of 400 tourists, with data collected through questionnaires and analyzed using percentages, frequencies, means, and standard deviations. Qualitative research targeted 18 key informants, including community leaders, local politicians, tourism-related agencies, entrepreneurs, and tourism experts in Chiang Rai Province. Data were gathered through interviews and focus group discussions, then analyzed and synthesized to formulate strategies according to the research objectives, and presented descriptively.

The results indicate that most tourists are male, aged 31–40 years, from the northern region, with moderate income levels, and prefer to travel during the winter season for family relaxation. They show particular interest in natural and local cultural attractions, such as Phu Chi Fa National Park and the Hmong New Year festival. Regarding tourism services, tourists prioritize facilities and accommodation. An internal and external environmental analysis using the 4Ms framework and PESTEL model reveals that Hmong ethnic tourism holds significant potential but requires further development in human resources, budget allocation, and infrastructure to enhance competitiveness. Additionally, the tourism sector faces challenges related to policy, economy, technology, and the environment. The researcher proposes five main strategies: development of human resources; increasing funding and infrastructure; promoting local products; conserving the environment and culture; and establishing collaborative networks. These strategies aim to drive balanced and sustainable growth of Hmong ethnic tourism in Chiang Rai Province.

Keywords: Tourism Development; Hmong Ethnic; Development Strategies

บทนำ

การท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ ได้อย่างมหาศาลส่งผลให้ประเทศมีความมั่นคงยิ่งขึ้น ปัจจุบันหลายประเทศได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนการทำการตลาดเพื่อดึงจุดเด่นของทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศของตนเป็นที่รู้จัก (Kamali, 2011) ภายหลังจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยว โดยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติกล่าวถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนใกล้บ้าน (Staycation หรือ Vacation Close to Home) ที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ซึ่งการท่องเที่ยวใกล้บ้าน หรือตามสถานที่ใกล้ตัว เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ถูกผู้ใช้เปลี่ยนบรรยากาศให้กับตนเอง อาจเป็นสวนสาธารณะและแม่น้ำสายต่าง ๆ ในภูมิภาค และคำว่าสถานที่เที่ยวใกล้ฉัน และเส้นทางขับรถเที่ยวเองจึงกลายเป็นคำสำคัญที่มีการค้นหากันมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) จุดหมายปลายทางยอดนิยมในปี 2565 ที่ผ่านมานั้นนักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 30 ต้องการท่องเที่ยวเชิงชนบทที่ไม่ค่อยมีใครรู้จัก รวมถึงจังหวัดเชียงรายที่เป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม และธรรมชาติที่สวยงาม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ และมีเสน่ห์ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

กลุ่มชาติพันธุ์ถือเป็นกลุ่มที่มีความสืบเนื่องทางประวัติศาสตร์กับสังคมไทยมาตั้งแต่อดีตมากกว่าร้อยปี มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น และมีวัฒนธรรมประเพณีของตนเอง โดยอาศัยตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยมีความหลากหลายคล้ายคลึงและแตกต่างกันออกไป โดยสภาพเศรษฐกิจสังคมตามจารีต ประเพณีเป็นการปรับตัวเข้ากับฐานทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพภูมิสังคมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่โดยกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงหรือชาวเขาจะตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยตามแนวเทือกเขาบนพื้นที่สูงทางภาคเหนือเป็นสังคมเกษตรกรรมที่พึ่งอาศัยป่าเป็นหลัก (กรมอนามัย, 2562) จากข้อมูลสำรวจกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง 20 จังหวัดในประเทศไทยมี 3,704 หมู่บ้าน 342,854 ครอบครัว และมีประชากร 1,441,135 คน กลุ่มชาติพันธุ์แบ่งออกเป็น 12 กลุ่มหลัก ส่วนมากเป็นกลุ่มกะเหรี่ยง คิดเป็นร้อยละ 38.04 รองลงมาคือคนไทยพื้นราบที่ย้ายไปตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่สูง คิดเป็นร้อยละ 15.09 และกลุ่มม้ง หรือแม้ว คิดเป็นร้อยละ 14.37 ของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งหมด โดยต่างกระจายตัวอยู่หลายจังหวัด ส่วนใหญ่อาศัยอยู่จังหวัดเชียงใหม่ 349,118 คน คิดเป็นร้อยละ 24.23 รองลงมาจังหวัดเชียงราย 237,766 คน คิดเป็นร้อยละ 16.49 ของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งหมด

กลุ่มชาติพันธุ์ม้งจังหวัดเชียงรายมี 5,665 หลังคาเรือน มีประชากร 31,963 คน อำเภอที่พบประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ม้งมากที่สุด คือ อำเภอเวียงแก่น 11,731 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 รองลงมาอำเภอเทิง 7,700 คน คิดเป็นร้อยละ 24.09 และอำเภอเชียงของ 4,326 คน คิดเป็นร้อยละ 13.53 ของประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ม้งทั้งหมด (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2559) ซึ่งใน 3 อำเภอ

เหล่านี้ล้วนมีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะที่ผ่านมามีคนกลุ่มนี้ยังคงยึดมั่นและรักษาในอัตลักษณ์ของตนอย่างแน่นแฟ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกิน ภาษา ดนตรี และการแต่งกาย เป็นต้น ทรัพยากรเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญและเอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงวิถีชีวิตและความแตกต่าง ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและกลุ่มคนในพื้นที่อย่างแท้จริง (หัตสนัย ผดุงศ์, 2562) อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับการจัดการวางแผนใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องจัดทำเป็นยุทธศาสตร์ที่มีแนวทางในการบรรลุจุดหมายของหน่วยงาน ดังนั้นจุดหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ในการจัดทำยุทธศาสตร์โดยผู้จัดทำจำเป็นต้องกำหนดจุดหมายของหน่วยงานให้ชัดเจน เพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่ได้ออกมานั้นตรงตามความต้องการและดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้อง (สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2561) โดยกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ได้รับการอนุรักษ์และสืบสานความเป็นมาของตน เกิดอาชีพและมีรายได้จากแหล่งทรัพยากรของตนเอง เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ขณะที่นักท่องเที่ยวเองก็ได้รับผลประโยชน์ในการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่งในจังหวัดเชียงราย (เสริมศิริ นิลดำ และคณะ, 2562)

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง ด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว และเพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจที่เกิดการชะลอตัวอันเนื่องมาจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่ผ่านมามีผลถึงเป็นประโยชน์ในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ก่อให้เกิดความเข้มแข็งภายในชุมชนให้การท่องเที่ยวนั้นสามารถกลับมาเติบโตขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืนอีกครั้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่งในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed-Method Research) ซึ่งผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษา และการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาและประเมินยุทธศาสตร์

เชิงนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Method Research) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ ระยะที่ 1: การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย ระยะที่ 2: การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง ระยะที่ 3: การประเมินยุทธศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ที่ 1 ประชากร: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่าง: จำนวน 400 คน คำนวณจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยอ้างอิงตามแนวทางของบุญชม ศรีสะอาด (2560) การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเชียงราย อำเภอแม่ฟ้าหลวง และอำเภอแม่จัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 กลุ่มเป้าหมาย: จำนวน 18 คน ประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มผู้นำชุมชน นักการเมืองท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้ให้ข้อมูล: ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ตรงในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในประเทศไทย ใช้การเลือกแบบเจาะจงเช่นเดียวกัน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ลักษณะประกอบด้วย

3.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ (วัตถุประสงค์ที่ 1): ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งพัฒนาโดยอ้างอิงจากรอบแนวคิดด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้ การตรวจสอบความเที่ยง (Validity): โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability): ทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียง จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสถิติ Cronbach's Alpha ซึ่งค่าที่ได้มากกว่า 0.70 ถือว่ามีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

3.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ (วัตถุประสงค์ที่ 2): ใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) และเทคนิคการระดมความคิดเห็นผ่านการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ประกอบกับการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือ SWOT เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง

3.3 การประเมินยุทธศาสตร์ (วัตถุประสงค์ที่ 3): ใช้แบบฟอร์มประเมินความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ (Feasibility Assessment Form) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสม (Appropriateness) ความเป็นไปได้ (Feasibility) ผลกระทบ (Impact) และความยั่งยืน (Sustainability) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเชิงนโยบาย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลดำเนินการใน 3 ลักษณะ ดังนี้ 1. เชิงปริมาณ: แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย โดยเน้นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมากในช่วงฤดูการท่องเที่ยว 2. เชิงคุณภาพ: จัดประชุมกลุ่มย่อยในรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory Process) 3. การประเมินยุทธศาสตร์: ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญพร้อมการใช้แบบฟอร์มประเมินยุทธศาสตร์ เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์อย่างเหมาะสม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมี 3 ลักษณะประกอบด้วย 1. ข้อมูลเชิงปริมาณ: วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เช่น SPSS 2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ: วิเคราะห์เนื้อหาเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการประชุมกลุ่มย่อย และสังเคราะห์ข้อเสนอจาก SWOT Analysis เพื่อนำไปสู่การออกแบบยุทธศาสตร์ 3. ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ: วิเคราะห์โดยใช้วิธีการสังเคราะห์เชิงเนื้อหาและประเมินความสอดคล้องของข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์และนำไปจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาดังวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี มีถิ่นพำนักในภาคเหนือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–20,000 บาท และมีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม และเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เดินทางกับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนตัว ได้รับข้อมูลท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต นิยมเที่ยวช่วงฤดูหนาว พักค้างคืนเฉลี่ย 2 คืน โดยเลือกใช้บริการโรงแรม/รีสอร์ท/โฮมสเตย์ และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 1,001–2,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต

ในด้านความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจสูงต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า จุดชมวิวกู่ช้าง และดอยผาตั้ง

สำหรับทรัพยากรทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวให้ความสนใจลักษณะที่อยู่อาศัย การแต่งกาย และเทศกาลท้องถิ่น โดยเฉพาะเทศกาลเที่ยวผาดูผาดั่งและประเพณีฉลองปีใหม่เมือง ซึ่งทั้งหมดมีระดับความสนใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากในทุกด้าน โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก รองลงมาคือ โปรแกรมท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ บริการจากแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางที่เข้าถึงง่าย ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้ดี

ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรท้องถิ่น เช่น การฝึกอบรมไกด์ การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ และการบริการระดับสากล การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมชุมชน รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ป้ายสื่อสารหลายภาษา และการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ควรส่งเสริมสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และสร้างความร่วมมือทุกภาคส่วนเพื่อการท่องเที่ยวที่สมดุลและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน: Strengths and Weaknesses) โดยใช้แนวคิด 4Ms สามารถนำเสนอตั้งตารางที่ 1 ได้ดังนี้

ปัจจัยภายในด้าน	น้ำหนัก	ค่าคะแนน		คะแนนจริง		รวม
	คะแนนเต็ม =1	จุดแข็ง	จุดอ่อน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	
Management (การบริหารจัดการ)	0.20	4.50	-3.50	0.9	-0.70	0.20
Man (บุคลากร)	0.35	5.00	-3.50	1.75	-1.23	0.53
Money (งบประมาณ)	0.30	3.50	-4.50	1.05	-1.35	-0.30
Material (สิ่งอำนวยความสะดวก)	0.15	5.00	-3.50	0.75	-0.53	0.23
สรุปสภาพแวดล้อม				4.45	-3.80	0.65

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าคะแนนของปัจจัยภายในเพื่อกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

จากตารางการประเมินปัจจัยภายในของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งผ่าน 4 ด้านหลัก ได้แก่ การบริหารจัดการ บุคลากร งบประมาณ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าคะแนนรวมด้านจุดแข็งสูงกว่าจุดอ่อนเล็กน้อย (0.65 คะแนน) แสดงถึงศักยภาพที่มีอยู่ แต่ยังคงต้องพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถวิเคราะห์ในแต่ละด้านดังนี้ 1. ด้านการบริหารจัดการ มีจุดแข็งคือการรวมพลังของชุมชนและการวางแผนอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แต่จุดอ่อนคือยังขาดระบบจัดเก็บข้อมูลและนวัตกรรมใหม่ในการบริหารจัดการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการปรับตัว 2. ด้านบุคลากร มีความรู้และเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นดี สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว แต่ขาดทักษะด้านธุรกิจ การตลาด และการจัดการ อีกทั้งยังขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพผ่านการอบรม 3. ด้านงบประมาณ ชุมชนมีระบบการเงินที่ดีและได้รับการสนับสนุนจากภายนอก แต่บางแห่งยังประสบปัญหาทุนไม่เพียงพอขาดทักษะในการบริหารงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถลงทุนพัฒนาได้อย่างเต็มที่ 4. ด้านสิ่งแวดล้อม แม้จะมีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น รวมถึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่น่าสนใจ แต่ยังคงขาดความสะอาดพื้นฐาน เช่น ที่พัก ห้องน้ำ และการคมนาคม ทำให้การเข้าถึงและความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ

สำหรับผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค (Opportunities and Threads) ด้วยแนวคิด PESTEL มีรายละเอียดดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

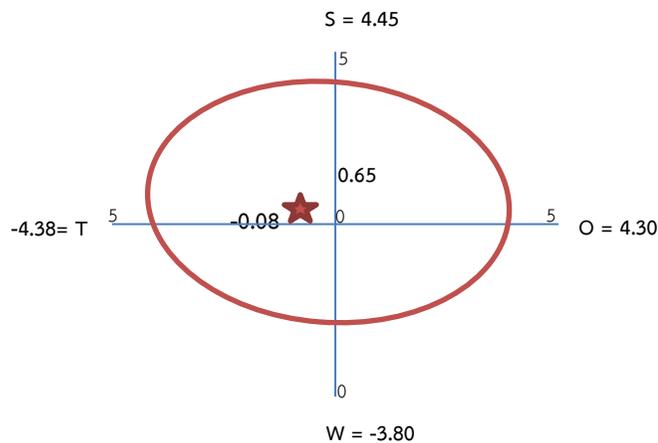
ปัจจัยภายนอกด้าน	น้ำหนัก	ค่าคะแนน		คะแนนจริง		รวม
	คะแนนเต็ม = 1	จุดแข็ง	จุดอ่อน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	
Policy (นโยบาย)	0.10	3.5	-3	0.35	-0.30	0.05
Economy (เศรษฐกิจ)	0.20	4.5	-5	1.13	-1.25	-0.13
Social (สังคม/วัฒนธรรม)	0.15	4.5	-4.5	0.68	-0.68	0.00
Technology (เทคโนโลยี)	0.25	5	-4	1.25	-1.00	0.25
Environment (สิ่งแวดล้อม)	0.10	3	-4	0.30	-0.40	-0.10
Legal/Laws (กฎหมาย/ระเบียบ)	0.10	4	-5	0.60	-0.75	-0.15
สรุปสภาพแวดล้อม				4.30	-4.38	-0.08

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าคะแนนของปัจจัยภายนอกเพื่อกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

จากตารางสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้วยแนวคิด PESTEL พบว่า 1) ด้านนโยบาย (Policy) มีโอกาสจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรัฐบาลและความร่วมมือระหว่างประเทศ แต่มีอุปสรรคจากความไม่เสถียรทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยวและการดำเนินงานในพื้นที่เชิงชาติพันธุ์ 2) ด้านเศรษฐกิจ (Economy) มีโอกาสจากการเติบโตของเศรษฐกิจและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว แต่เผชิญอุปสรรคจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ค่าครองชีพที่สูง และความไม่แน่นอนทางการเงินที่อาจลดกำลังซื้อและการเดินทางของนักท่องเที่ยว 3) ด้านสังคม/วัฒนธรรม (Social) มีโอกาสจากความนิยมในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม อุปสรรคคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความไม่เข้าใจในวัฒนธรรมอาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง 4) ด้านเทคโนโลยี (Technology) มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการจองบริการท่องเที่ยว แต่ต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของ

เทคโนโลยีที่รวดเร็วและความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ 5. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และกฎหมาย (Legal) มีโอกาสจากกระแสนวัตกรรมและกฎหมายสนับสนุนการท่องเที่ยว แต่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศ ภาวะภัยที่ซับซ้อน และการบังคับใช้กฎหมายที่ยังไม่ทั่วถึง ทำให้คะแนนรวมสะท้อนถึงสภาพแวดล้อมที่มีทั้งโอกาสและความท้าทายที่ต้องจัดการอย่างรอบคอบ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่งในจังหวัดเชียงราย พบว่า ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ในปัจจุบันของการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายผลรวมค่าคะแนน ตกอยู่ที่ แกน จุดแข็ง และโอกาส ดังภาพประกอบที่ 1 ซึ่งควรเน้นการจัดวางกลยุทธ์ในการ รักษาเสถียรภาพ โดยได้ประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งสิ้น 5 ประเด็น ได้แก่ 1) การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อยกระดับทักษะการบริหารจัดการ การตลาด และการบริการลูกค้า รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน 2) การเพิ่มแหล่งเงินทุนและการบริหารการเงินโดยรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนในการอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน 3) การส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมถึงยกระดับ สร้างมูลค่าเพิ่ม ประชาสัมพันธ์ และขยายตลาด 4) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน



ภาพ 1 ตำแหน่งปัจจุบันทางยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

จากการวิเคราะห์การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สามารถระบุประเด็นยุทธศาสตร์ได้ทั้งหมด 5 ด้าน ดังตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์	ภารกิจ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ระยะเวลา
1. การพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อยกระดับทักษะการบริหารจัดการ การตลาด และการบริการลูกค้า รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน	อบรมทักษะการบริหารจัดการ การตลาด และการบริการลูกค้า รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน	สมาชิกชุมชนท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย	ร้อยละ 80 ของสมาชิก/คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงรายเข้าร่วมการอบรม	อบรมทักษะการบริหารจัดการ การตลาด และการบริการลูกค้า รวมถึงการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน
2. การเพิ่มแหล่งเงินทุนและการบริหารการเงินโดยรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนในการอำนวยความสะดวกและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	จัดหาแหล่งเงินทุนและการบริหารการเงินโดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนในการอำนวยความสะดวกและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนชาติพันธุ์	ตัวแทนจากชุมชนท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย	จัดหาแหล่งเงินทุนและการบริหารการเงิน โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนในการอำนวยความสะดวกและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
3. การส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมถึงการยกระดับสร้างมูลค่าเพิ่ม ประชาสัมพันธ์ และขยายตลาด	พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่ม ประชาสัมพันธ์ และขยายตลาด	สมาชิกชุมชนท่องเที่ยวชาติพันธุ์ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผลิตภัณฑ์ชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงรายได้รับการพัฒนา ชุมชนละ 3-5 ผลิตภัณฑ์	พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่ม ประชาสัมพันธ์ และขยายตลาด
4. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	อบรมความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	สมาชิกชุมชนท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย	ร้อยละ 80 ของสมาชิก/คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงรายเข้าร่วมการอบรม	1 ปี

ยุทธศาสตร์	ภารกิจ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ระยะเวลา
5. พัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน	สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน	ชุมชนท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย	จังหวัดเชียงรายมีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ จำนวน 1 เครือข่าย	1-2 ปี

ตารางที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า จากการประเมินความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านยุทธศาสตร์การพัฒนา จำนวน 3 ท่าน และนำผลการประเมินที่ได้มาวิเคราะห์ และปรับปรุงแก้ไขร่างยุทธศาสตร์ พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลให้มีความเป็นไปได้และมีความเหมาะสม ในการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นการอภิปรายผลการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) จากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย พบว่าการท่องเที่ยวของชาวม้งมีได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างพลวัตทางสังคมและขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มีบทบาทในการยกระดับรายได้ของคนในชุมชน โดยเฉพาะผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น การจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน การเปิดโฮมสเตย์ และการจัดแสดงวิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งล้วนเป็นการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นฐานในการสร้างเศรษฐกิจระดับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ พระคำไพ สัญญโม (จันทรังษี) (2567) ซึ่งชี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ โดยการส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นเจ้าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและมีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนเอง นอกจากนี้ยังช่วยลดการไหลออกของรายได้จากชุมชน และเพิ่มความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และส่วนด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การวิจัยพบว่า ชุมชนยังต้องเผชิญกับความท้าทายในด้านการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะด้านการสื่อสาร การจัดการแบรนด์ท้องถิ่น หรือการสร้างภาพลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌนพวัฒน์ ฉิมสุวรรณ และธีรดิษฐ์ บรรเทิง (2566) ที่เน้นย้ำถึงความจำเป็นของการสื่อสารการตลาดและการใช้เรื่องเล่า (storytelling) เป็นเครื่องมือในการสร้าง

คุณค่าทางวัฒนธรรมและอารมณ์ร่วมให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว อีกประเด็นสำคัญคือการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพสูงจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิประเทศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ยังคงพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐานและการมีส่วนร่วมของภาครัฐและภาคเอกชน การพัฒนาในลักษณะนี้จึงต้องอาศัยแนวทางแบบบูรณาการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นมิติทางเศรษฐกิจ แต่ต้องให้ความสำคัญกับมิติทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียมเพื่อให้เกิดการเติบโตทางการท่องเที่ยวที่มีความสมดุลและยั่งยืน โดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชาวม้งในจังหวัดเชียงราย มีไม่เพียงโอกาสทางเศรษฐกิจ แต่เป็นเครื่องมือที่เปิดพื้นที่ให้กับชุมชนในการสื่อสารอัตลักษณ์ รักษาวัฒนธรรม และกำหนดอนาคตของตนเอง การส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิตินี้จึงควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน ตลอดจนการพัฒนาองค์ความรู้และระบบสนับสนุนอย่างเหมาะสม เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

2. ผลการศึกษาเสนอ 5 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเพิ่มแหล่งทุนและโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้งให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน การอภิปรายเชิงเหตุผลในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การลงทุนในทรัพยากรบุคคลท้องถิ่นเป็นรากฐานสำคัญต่อคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งผลที่พบว่าบุคลากรชุมชนม้งยังขาดทักษะด้านการตลาดและบริการมาตรฐาน ดังนั้นการฝึกอบรมทั้งด้านภาษา การสื่อสารเชิงวัฒนธรรม และการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ จะช่วยให้ชุมชนสามารถนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตได้อย่างน่าสนใจ (storytelling) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัญชัย สิงห์มาตย์ และพิมพ์พรรณ คัยนันท์ (2566) ได้อธิบายว่าเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และการพึ่งพาตนเองของชุมชนที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งทั้งภายในและภายนอก

2) การเพิ่มแหล่งทุนและโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษาชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพทั้งทางกายภาพ (ถนน ระบบสื่อสาร สาธารณูปโภค) และโครงสร้างทางการเงิน (ทุนหมุนเวียน การสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชน) มีผลต่อความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวระยะยาว ซึ่งผลวิจัยพบข้อจำกัดด้านงบประมาณและการเข้าถึงแหล่งทุนของชุมชนม้ง การวางระบบสนับสนุนทางการเงิน เช่น กองทุนชุมชนหรือโครงการอุดหนุน สามารถช่วยลดข้อจำกัดนี้ และเมื่อโครงสร้างพื้นฐานเอื้อต่อการเดินทางและข้อมูล จะยิ่งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวกและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรา จันทนา และจิราภรณ์ บุญยั้ง (2563) ที่ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเป็นตัวแปรสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น ขณะเดียวกันพระมหาสุกุล มหาวิโร และคณะ (2567) ยังเสนอว่า การเข้าถึงแหล่งทุนผ่านกลไกของรัฐ เช่น กองทุนชุมชนหรือโครงการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดเล็ก ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้ยืนยันว่า

หากชุมชนได้รับการสนับสนุนในสองมิตินี้อย่างเป็นทางการจะเป็นระบบ จะสามารถพัฒนาและขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนและทั่วถึง

3) การส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างคุณค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้และสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่าง ด้วยชุมชนมุ่งเน้นว่าการตลาดเชิงสร้างสรรค์และการยกระดับคุณภาพหัตถกรรมสามารถเพิ่มมูลค่าได้ ดังนั้น ควรสนับสนุนกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาช่องทางจำหน่าย (ออนไลน์-ออฟไลน์) และจัดกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญเลขา มากบุญ (2567) อธิบายในงานวิจัยว่า การพัฒนาแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการใช้ storytelling ในการนำเสนอประวัติและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าชุมชนและกระจายรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ พรฟ้า สุทธิคุณ และประกอบ ใจมั่น (2567) ยืนยันว่า การออกแบบกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมลงมือสร้างสรรค์งานหัตถกรรม (creative tourism) ไม่เพียงกระตุ้นการเรียนรู้เชิงลึก แต่ยังเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์ตรง จนนำไปสู่ความพึงพอใจและส่งเสริมการบอกต่อ ดังนั้น การสนับสนุนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สื่อเรื่องเล่าท้องถิ่น ควบคู่กับการจัดเวิร์กช็อปให้ผู้เที่ยวได้ลองสร้างหัตถกรรมด้วยตนเอง จะช่วยยกระดับสินค้าและบริการท้องถิ่นให้มีความโดดเด่นและยั่งยืนยิ่งขึ้น

4) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ต้องสมดุลระหว่างวัฒนธรรมและการรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยชุมชนมั่งมีจุดเด่นทั้งมรดกวัฒนธรรมและความหลากหลายทางธรรมชาติ แต่เผชิญความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากรเกินพอดีและการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม การจัดทริปหรือกิจกรรมที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์เชิงปฏิบัติ จะช่วยรักษาความเป็นเอกลักษณ์ระยะยาวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guri, E. A. I., Osumanu, I. K., & Bonye, S. Z. (2021) ได้อธิบาย Eco-Cultural Tourism ได้เน้นย้ำว่า แนวทางการท่องเที่ยวที่รวมเอาทั้งมิติทางธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ด้วยกัน (eco-culture) สามารถสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้สำเร็จโดยไม่ทำลายอัตลักษณ์ท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังส่งเสริมความเข้าใจเชิงปฏิบัติของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเรียนรู้ภูมิปัญญาและมีส่วนร่วมในการดูแลธรรมชาติ ทั้งหมดนี้สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน และช่วยรักษาเสน่ห์เฉพาะตัวในระยะยาวของการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

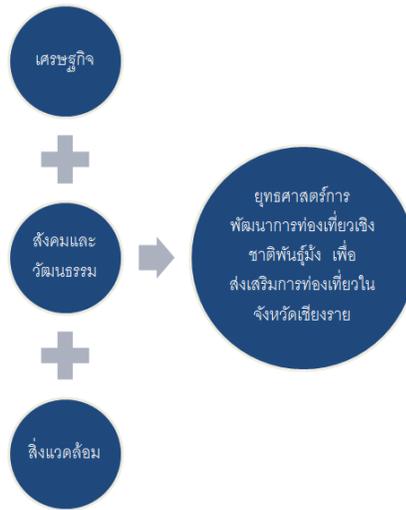
5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ บริบทการท่องเที่ยวชุมชนชี้ว่าการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน (public-private-community partnerships) เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุจินันท์ ไตรระเป็ยบ และคณะ (2567) พบว่าเครือข่ายลักษณะเครือข่ายร่วมมือ (network pattern) ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนช่วยให้ชุมชนสามารถจัดทำโครงการที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล การวางแผนร่วม การฝึกอบรม และการระดมทุน ซึ่งลดผลกระทบเชิงลบและเสริมสร้างทรัพยากรชุมชนช่วยเหลือตนเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักธรณ์ เอี่ยมอำ

ภา (2567) แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ($r=0.874$, $p < 0.01$) โดยเฉพาะในด้านการวางนโยบาย และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ผลการศึกษานี้เน้นย้ำว่า แม้การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์จะตั้งอยู่บนรากฐานของชุมชน แต่การมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเสริมศักยภาพชุมชน เปิดโอกาสสู่การนำนวัตกรรมมาปรับใช้ และช่วยให้การพัฒนาท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีระบบและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

จากข้อมูลที่สรุปผลการวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สามารถวิเคราะห์องค์ความรู้ได้ ดังนี้ 1. ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของชาวม้งมีผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจของชุมชน โดยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน เช่น การจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม การเปิดบ้านพัก และการจัดแสดงวัฒนธรรมช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน คือมีการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและระบบสาธารณูปโภค รวมถึงกระจายรายได้ไปยังกลุ่มคนในชุมชนหลากหลาย ทำให้คนในชุมชนหลายกลุ่มได้รับประโยชน์ 2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มีผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม คือ ทำให้เกิดการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณี ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและทำให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า หากแต่อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้มีความท้าทายในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เนื่องจากต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 3. ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มีความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น การอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติ โดยทำให้ชุมชนมีแรงจูงใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม หากแต่อาจก่อให้เกิดปัญหาขยะและมลภาวะ โดยการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอาจนำไปสู่ปัญหาขยะและมลภาวะ หากไม่มีการจัดการที่ดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ม้ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีดังนี้ 1) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล ส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความรู้ของคนในชุมชน 2) การเพิ่มแหล่งเงินทุน สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว 3) การส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทำการตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 4) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 5) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ



ภาพ 2 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์มั่งในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่เดินทางเพื่อพักผ่อนกับครอบครัว โดยมีความสนใจทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น ภูชี้ฟ้า ดอยผาตั้ง และเทศกาลปีใหม่มั่ง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรมกิจกรรม และการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว สะท้อนถึงความสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ชี้ให้เห็นว่า จุดแข็งของชุมชนคือการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่และศักยภาพของบุคลากรท้องถิ่น ขณะที่ข้อจำกัดหลักอยู่ที่งบประมาณและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยภายนอกมีทั้งโอกาส เช่น นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและเทคโนโลยีดิจิทัล และอุปสรรคจากภาวะเศรษฐกิจและข้อจำกัดทางกฎหมาย ดังนั้นจึงควรวางยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับคุณภาพบริการ ส่งเสริมความเข้าใจ วัฒนธรรม และพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาคส่วน โดยเน้น 5 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ การบริหารจัดการ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการตลาด และการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 พัฒนานโยบายและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ระบบสื่อสาร และสาธารณูปโภค รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2 เสริมสร้างบทบาทชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ควรจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำกับดูแลการท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมการฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการ การบริการ และการพัฒนาธุรกิจท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน

1.3 ส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เน้นเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวม้ง โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเพื่อเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เช่น กิจกรรม วัฒนธรรม สินค้าท้องถิ่น เป็นต้น รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น รายได้ของชุมชน การสร้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

2.2 ควรมีการศึกษาผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ในชุมชน การประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น ปริมาณขยะ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ

2.3 การศึกษาวิธีการที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว รวมถึง วิเคราะห์ผลลัพธ์จากการมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมการมีส่วนร่วม

เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัย. (2562). ฐานข้อมูลศูนย์อนามัยกลุ่มชาติพันธุ์ ชายขอบ และแรงงานข้ามชาติ (ศอช.). สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://hhdc.anamai.moph.go.th/th/>
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงราย. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567, จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/เชียงราย>
- ณพวัฒน์ ฉิมสุวรรณ และธีรดิษฐ์ บรรเทือง. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารและแนวทางในการส่งเสริมการตลาดจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(12), 179–189.
- ธันณชัย สิงห์มาตย์ และพิมพ์พรรณ คัยนันท์. (2566). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(6), 368–377.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- บุญญเลขา มากบุญ. (2567). สร้างแบรนด์จากเรื่องเล่า: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารตราสินค้าสู่ชุมชนไพร่น้อยหน้า ของกลุ่มสตรีบ้านนั้งเย็น ตำบลทะเลชุบศร จังหวัดลพบุรี. วารสารร่วมยุคทอง, 2(1), 45-63.
- พรฟ้า สุทธิคุณ และประกอบ ใจมัน. (2567). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนโดยชุมชน. วารสารวิชาการสังคมมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 14(1), 61-86.
- พระคำไพ สัญญโม (จันทร์ชี่). (2567). การพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนในตำบลแสนพัน อำเภอหาดพยอม จังหวัดนครพนม. มจร การพัฒนาสังคม, 9(1), 298-321.
- พระมหาสกุล มหาวีโร, พระครูปลัดณัฐกร ปฏิภาณเมธี และวราภรณ์ ชนะจันทร์ตา. (2567). การจัดการทุนทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 7(1), 104-120.
- ภัครธรณ์ เอี่ยมอำภา. (2567). ความร่วมมือภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 7(1), 33-47.
- ศุจินันท์ ไตรระเบียบ, ชันญชิตา ทิพย์ญาณ และอมร หวังอัครางกู. (2567). เครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาผู้ประกอบการทำสวนทุ้งควัด อำเภอละแม จังหวัดชุมพร ภายใต้แนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจ. วารสารสังคมศาสตร์และศาสตร์รวมสมัย, 5(2), 93-107.
- ศุญย์มานุชวิทยาสิรินคร. (2559). กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2568, จาก <https://ethnicity.sac.or.th/database-ethnic/193/>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ภายหลังการแพร่ระบาดของโรค COVID-19. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2561) แผนปฏิบัติการสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายเดือน พ.ศ. 2564. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
- สุจิตรา จันทนา และจิราภรณ์ บุญยั้ง. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนในอำเภอโขงเจียม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอเมืองในจังหวัดอุบลราชธานีแบบมีส่วนร่วม. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 22(1), 183-192.
- เสริมศิริ นิลดำ, กษิติศ ใจผาวัง, จิราพร ขุนศรี, เบญจวรรณ เบญจภรณ์, ศิริพรรณ จินะบุญเรือง, นิเวศ จินะบุญเรือง และพีรญา ชื่นวงศ์. (2560). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามรอยชาติพันธุ์ในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(1), 26-37.

หัตสนัย ผัดวงศ์ และไพฑูรย์มนต์ พานทอง. (2562). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอัตลักษณ์ทางกลุ่มชาติพันธุ์ม้งผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาหมู่บ้านม้งก๊วกกาญจน์ ตำบลริมโขง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย. วารสารมนุษยศาสตร์สาร, 20(2). 40-68.

Guri, E. A. I., Osumanu, I. K., & Bonye, S. Z. (2021). Eco-cultural tourism development in Ghana: potentials and expected benefits in the Lawra Municipality. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 458-476.

M. A. Kamali. (2011). A framework for process management in service oriented virtual organizations. In 7th International Conference on Next Generation Web Services Practices. (pp. 12-17). United States of America: Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE).