

ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย

FACTORS INFLUENCING ON COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE LPG GAS STATION OPERATORS IN THAILAND

มาริสสา เจริญเศรษฐกิจ^{1*} และอนันต์ ธรรมชาลัย²

Marisa Charoensetthakij^{1*} & Anan Thamchalai²

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*, 2}

Doctor of Philosophy Program in Management, Faculty of Political Science,

North Bangkok University Bangkok, Thailand^{1*, 2}

marisakik17@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณโดยการส่งแบบสอบถาม มีผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการ 320 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$ และ $S.D. = 0.625$) จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างกัน จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจ ด้านการควบคุม ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG มากที่สุด จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG โดยภาพรวมสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG โดยรวม เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ด้านการดำเนินงานส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านโดยรวมมากที่สุด และพบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG โดยรวมสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในภาพรวมเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ด้านการควบคุม ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมมากที่สุด

คำสำคัญ: สถานีบริการแก๊ส LPG ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจ การจัดการธุรกิจ

ABSTRACT

This research aims to analyze factors influencing on competitive advantage of the LPG gas station operators in Thailand. In order to examine the objective on factors influencing on competitive advantage of the LPG gas station operators, a questionnaire survey of 320 representatives of LPG gas station business has been used. After that, statistics (consisting of Percentage, Mean, and Standard Deviation), One Way ANOVA, and Multiple Regression were used in a data analysis process. The result can be concluded as follows: 1. Form the statistics analysis (consisting of Percentage, Mean, and Standard Deviation), competitive advantage of gas station business. LPG is a very high level ($\bar{X} = 3.80$ and S.D. = 0.625). 2. From the One Way ANOVA analysis, it is found that the different distributors of LPG gas station have an impact on level of competitive advantage with can be seen from the significant difference at 0.01 level. According to the impact of independent variables, it is come across that the business management factor on controlling has highest effect on the competitive advantage gas station business LPG. 3. Based on the multiple regression analysis, it is found that the overall competitive environment in the operation of the LPG station business has influenced the change in overall competitive advantage. To some extent, when considering on the impact of independent variables, it was come across that the competitive environment in the operation of LPG business station has the highest effects on the overall competitive advantage. Moreover, it is found that the overall business management factors of the LPG station operators have impact on the changes in the overall competitive advantage of LPG stations. To some extent, refer to the impact of independent variables, it can be summarized that the business management factors on controlling of LPG operator had highest impact on the overall competitive advantage.

Keywords: LPG Gas Station Business, Business Environment, Business Management

บทนำ

สถานการณ์ราคาแก๊ส LPG ในตลาดโลก มีราคาลดลงอย่างต่อเนื่องตามราคาน้ำมันดิบตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2558 โดยที่ผ่านมาราคาแก๊ส LPG อยู่ที่ 412.33 เหรียญ/ตัน จากที่เคยมีราคาปรับขึ้นไปสูงสุดในช่วงปี พ.ศ. 2555 ที่ราคา 915 เหรียญ/ตัน และราคา LPG ล่าสุดในเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2559 อยู่ที่ 280 เหรียญ/ตัน ถือว่าลดลงในรอบ 10 ปี ส่งผลกระทบต่อราคาแก๊ส LPG ในประเทศที่ประกาศราคาใหม่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ปี พ.ศ. 2559 ปรับลดลง อยู่ที่ 22.29

บาท/กิโลกรัม นอกจากนี้กระทรวงพลังงานมีนโยบายที่จะปล่อยลอยตัวราคาแก๊ส LPG ดังนั้นราคาแก๊ส LPG จะไม่มีราคาถูกเหมือนในอดีตที่ภาครัฐสนับสนุนด้านราคา ผู้บริโภคจะหันไปเติมน้ำมันเพิ่มขึ้น ซึ่งจากตัวเลขกรมธุรกิจพลังงานเรื่องการต่อและขอใบอนุญาตเพื่อติดตั้งแก๊ส LPG ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (Department of Energy Business, 2017) จากสาเหตุที่น้ำมันมีการปรับราคาต่ำลง ธุรกิจแก๊ส LPG นั้นได้รับผลกระทบอย่างสูง ยอดขายลดลงถึง 50% จึงมีอัตราการปิดตัว

และประกาศขายกิจการเพิ่มมากขึ้น กรมธุรกิจพลังงาน แสดงยอดขายของสถานีบริการไม่ขยับเพิ่มขึ้น ไม่มีผู้ประกอบการยื่นขออนุญาตเพื่อเปิดสถานีบริการ แก๊ส LPG ใหม่เพิ่มเติมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ได้ใบอนุญาตไป ก่อนหน้านั้น และอยู่ในระหว่างก่อสร้างสถานีบริการ ภาวะ ดังกล่าวเกิดขึ้นภายหลังจากที่ราคาน้ำมันในตลาดโลก ปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับเฉลี่ยไม่เกิน 45-50 เหรียญ สหรัฐ/บาร์เรล ส่งผลให้ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศ ลดลงตามไปด้วย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงหันมาเติมน้ำมัน มากขึ้น โดยตัวเลขการใช้แก๊ส LPG ในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2560 ได้ปรับลดลงถึงร้อยละ 11 และเมื่อภาครัฐ ได้ดำเนินการเตรียมเปิดเสรีตลาดแก๊ส LPG ด้วยการ ยกเลิกการชดเชยอัตราค่าขนส่งแก๊ส LPG ส่งผลให้ ค่าการตลาดของแก๊ส LPG ลดลงมาก โดยผู้ค้าแก๊ส ที่เพิ่งเริ่มจำหน่ายและเช่าที่ดิน เพื่อเปิดสถานีบริการ เริ่มไม่คุ้มค่างานทุน ทั้งนี้ คาดว่าราคาน้ำมันจะยังคงยืนราคา ในระดับต่ำไปอีกนานนั้น ทำให้ยอดขายแก๊ส LPG ผ่านสถานีบริการลดลงมาก ฉะนั้นในช่วงปลายปี พ.ศ. 2560 อาจจะได้เห็นธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ที่จะเริ่มทยอยปิดตัวลง แต่ในขณะเดียวกันในกรณี ที่ราคาน้ำมันเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ผู้ประกอบการก็ยังสามารถ กลับมาเปิดสถานีบริการได้ เพราะธุรกิจนี้ไม่จำเป็นต้อง ใช้เงินลงทุนสูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเปิดสถานี บริการน้ำมัน โดยในปัจจุบันมีสถานีบริการแก๊ส LPG ทั่วประเทศ 1,869 แห่ง โดยมีผู้ค้ารายใหญ่ครองตลาด คือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามแก๊ส แอนด์ ปีโตรเคมีคัลส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เวิลด์แก๊ส (ประเทศไทย) จำกัด (Prachachat Dhurakij Online, 2017)

งานวิจัยนี้ ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ที่จะเกิดผลกระทบ การแข่งขันและเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาความสามารถ ในการแข่งขันในระยะยาว ส่งผลให้เกิดการทำกำไร

อย่างต่อเนื่องในธุรกิจ และเป็นสิ่งที่อธิบายว่าองค์กร กำลังเผชิญหน้ากับการแข่งขัน องค์กรจะต้องทำอะไร เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าองค์กรอื่น ๆ ในกลุ่ม อุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ส่งผลให้เกิดการติดตาม ความเคลื่อนไหวขององค์กรคู่แข่งในปัจจุบัน ซึ่งคู่แข่ง ทางธุรกิจนั้นเปรียบเสมือนคู่แข่งทางตรง สิ่งสำคัญ คือ องค์กรควรวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันและอธิบายความสามารถในการทำกำไรของอุตสาหกรรมได้อีกด้วย แรงผลักดันในการ แข่งขัน 5 ประการเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งประกอบ ไปด้วย การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรม ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองของ ซัพพลายเออร์ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และภัยคุกคามจาก สินค้าหรือบริการทดแทน (Porter, 1998) ความสามารถ ในการทำอะไรและการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร มีความ สัมพันธ์กับพลังผลักดัน 5 ประการ โดยกฎพื้นฐาน คือ ยิ่งพลังผลักดันมีระดับความรุนแรงมากเท่าใด ก็จะมี แรงกดดันต่อราคาหรือต้นทุนมากขึ้นเท่านั้น หลักการ สำคัญของการดำเนินธุรกิจหรือองค์กร คือการดิ้นรน เพื่อสร้างผลกำไร เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ มีการแข่งขันสูงไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ สถานะการแข่งขันที่มีแนวโน้มดุเดือด ขึ้นนี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส ควรเร่ง ปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม ทำให้ธุรกิจต้องการการปรับตัว ให้สอดคล้องกับสภาพของปัจจัยแวดล้อมการแข่งขัน ในการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ จึงได้หันมาให้ความสำคัญกับแนวคิดและกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือสร้างรายได้เปรียบภายใต้สภาวะ การแข่งขันที่ทวีความรุนแรง ดังนั้นจึงมีความจำเป็น อย่างยิ่งที่ผู้บริหารธุรกิจจะต้องกำหนดกลยุทธ์ในการ บริหารธุรกิจ ปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้น ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การพิจารณาและเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม จึงเป็น

แนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันทั้งภายในภายนอก ทั้งด้านการพัฒนา การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้ดียิ่งขึ้น

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย เพื่อทราบถึงปัจจัยที่อธิบายปรากฏการณ์นั้นได้ ตลอดจนคาดคะเนทิศทางการปรับตัวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อวางแผนพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ให้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้เกี่ยวข้องมีโอกาสเรียนรู้ถึงกลยุทธ์การพัฒนาความได้เปรียบ และสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะนำมาถึงผลดีอย่างมากมาย ก่อให้เกิดการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างกันเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ ขณะเดียวกันองค์กรสมาคม และหน่วยงานต่าง ๆ ก็จะมีโอกาสเรียนรู้ความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG และนำไปปรับปรุงการให้บริการของธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG รวมถึงทำให้เกิดธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใหม่ ๆ ที่มาสนับสนุนและขยายให้อุตสาหกรรมมีขนาดใหญ่ขึ้น และสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นเพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน จะต้องมีการศึกษากลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG และนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อให้ทราบสถานการณ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. กระทรวงพลังงาน และกรมธุรกิจพลังงาน ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และการสนับสนุนส่งเสริม ให้ความช่วยเหลือที่สอดคล้องกับความต้องการในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส
2. ทำให้ภาพรวมของเศรษฐกิจในธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG มีรายได้และโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่พัฒนาขึ้น
3. การนำเอาความได้เปรียบในการแข่งขันมาวิเคราะห์ปัจจัยในการสร้างความแข็งแกร่งในธุรกิจ จะทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งเป็นการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจที่ดี
4. ในด้านวิชาการทำให้ได้วิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG และเป็นการสร้างแนวความคิดประกอบการวิจัยในรูปแบบของการนำเสนอรูปแบบการสร้างควมได้เปรียบทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อเปรียบเทียบกับแนวความคิดอื่น ๆ ในอนาคตต่อไป
5. ผู้ประกอบการทราบถึงจุดเด่นและจุดด้อยของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพ
6. ผู้ประกอบการมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG เพื่อให้มีการวางแผนบริหารจัดการให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
7. ผู้ประกอบการมีกรอบทิศทางการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างเป็นระบบ มีเอกภาพ

และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG มีความมั่นคงในอาชีพรายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG และเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ได้แก่

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการ สถานีบริการแก๊สทั่วประเทศทั้งหมด 77 จังหวัด สถานีบริการแก๊สทั่วประเทศทั้งหมด จำนวน 1,864 แห่ง (Department of Energy Business, 2017) จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ทั่วประเทศไทย

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 320 ชุด (Krejcie & Morgan, 1970)

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ แบ่งได้ดังนี้

2.1.1 ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ พุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และบริษัทตัวแทนจำหน่าย

2.1.2 ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจ สถานีบริการแก๊ส LPG โดยใช้หลักการและแนวคิด Dimond model ของพอร์เตอร์ (Porter, 1980) ได้แก่ ด้านการดำเนินงาน ด้านความต้องการของตลาด ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และด้านกลยุทธ์องค์กรและการแข่งขัน

2.1.3 ปัจจัยการจัดการธุรกิจ สถานีบริการแก๊ส LPG โดยใช้หลักการ POCCC ของเฮนรี ฟาโยล (Johm & Michael, 2002) ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการสื่อสาร ด้านการประสานงานและด้านการควบคุม

2.2 ตัวแปรตาม คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ปัจจัยการสร้างความได้เปรียบ ได้แก่ ผู้แข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองผู้ซื้อ อำนาจต่อรองผู้ขาย ผลิตรายใหม่ที่ทดแทน การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิม ผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า และการสร้างความแตกต่าง

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG

3. ปัจจัยการจัดการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ สถานีบริการแก๊ส LPG

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ

สถานีบริการแก๊สทั่วประเทศทั้งหมด 77 จังหวัด จำนวน 1,864 แห่ง (Department of Energy Business, 2017) ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการสถานีบริการแก๊ส โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่น

ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 320 ตัวอย่าง (Krejcie & Morgan, 1970) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ 320 ชุด นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์แต่ละฉบับและดำเนินการรวบรวมเพื่อบันทึกหาคำตอบในแบบสอบถามและประเมินผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG แยกตามคุณลักษณะของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบ ตามวิธีการของ Least Square Difference (LSD) เป็นรายคู่ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($\alpha = 0.05$) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวนร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากผลการวิเคราะห์จะแสดงระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) (Hinkle, William & Stephen, 1998) ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
0.70 - 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.50 - 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.30 - 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 - 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้และประสบการณ์มากกว่า 10 ปี และเล็งเห็นความสำคัญของการกลยุทธ์การแข่งขันและการดำเนินงานเป็นอันดับต้นๆ โดยมองว่า การดำเนินกิจการนั้นจะต้องมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อสู้กับคู่แข่ง และมีประสิทธิภาพการดำเนินงานที่รัดกุม พร้อมรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นและพร้อมที่จะพัฒนาให้สอดคล้องกับธุรกิจ โดยทางกลับกันผู้ประกอบการส่วนน้อยได้ตระหนักถึงกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการใช้แก๊ส LPG ในอุตสาหกรรมรถยนต์นั้น เป็นการใช้งานที่ชัดเจนและตรงกลุ่มเป้าหมายสำหรับข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างกัน จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่มีทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่าไม่มีแตกต่างกัน

เมื่อนำปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงาน ธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG โดยรวม มาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่าปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ด้านการดำเนินงาน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และด้านกลยุทธ์องค์กรและการแข่งขัน ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ด้านการดำเนินงานมีน้ำหนักมากที่สุด ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวม และปัจจัย

การจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณโดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ในด้านการวางแผน การประสานงาน และการควบคุม ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ในด้านการควบคุม จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมมากที่สุด

จากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$ และ $S.D. = 0.625$) ซึ่งการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างกัน จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจ ด้านการควบคุม จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในภาพรวมได้ เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยแวดล้อมการแข่งขันในการดำเนินงานธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในด้านการดำเนินงาน ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านในภาพรวมมากที่สุด และพบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG โดยรวม สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส

LPG ในภาพรวม เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ด้านการควบคุม ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ความสำคัญในการพัฒนาปัจจัยที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ด้านการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และด้านกลยุทธ์การแข่งขัน เนื่องจากจะส่งผลต่อการดำเนินกิจการในระยะยาว การดำเนินงานนั้นจะต้องเป็นไปอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน มีการประสานงานที่ดี มีการพัฒนาศักยภาพธุรกิจและพนักงานเพื่อให้กิจการสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ในส่วนของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีความตระหนักถึงสินค้าทดแทน ที่จะเป็นอุปสรรคต่อการประกอบกิจการ และอาจส่งผลให้กิจการไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้นจึงควรพัฒนาศักยภาพธุรกิจอยู่เสมอ โดยหาช่องทางใหม่ ๆ ในด้านการขาย เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดี ในส่วนของกลยุทธ์การแข่งขันนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาตนอยู่เสมอ มองเห็นข้อดีข้อเสีย โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง มีการติดตามและประเมินผลของกิจการ ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการและแนวคิด Diamond Model (Porter, 1980) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ควรต้องมีการวางแผนการทำงานที่เป็นระบบ มีการตรวจสอบความปลอดภัยในทุกด้าน และมีระบบการจัดการที่รัดกุม โดยมีนโยบายด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย และสร้างมาตรฐานเดียวกันให้กับสถานีบริการแก๊ส LPG ทุกแห่ง มีระบบการประเมินการทำงานด้านคุณภาพ เพื่อทำให้การบริการและคุณภาพของแก๊สเป็นไปตามนโยบายของภาครัฐ และการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบันนี้ ที่มีการแข่งขันสูง การปรับเปลี่ยน

หรือยื่นหยัดในคุณภาพมาตรฐานการดำเนินการของ
 สถานีบริการแก๊ส จะต้องเป็นไปในมาตรฐานเดียวกันเสมอ
 มีระบบการจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ
 โดยบุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติงานในสถานบริการนั้น
 จะต้องปฏิบัติงานภายใต้กฎข้อบังคับที่ชัดเจน และ
 มีกฎเกณฑ์การทำงานที่เหมาะสม จัดทำกลยุทธ์การ
 สรรหาและจัดเตรียมบุคลากร โดยมีขั้นตอนการสรรหา
 บุคลากร กำหนดคุณสมบัติ และการศึกษาขั้นต่ำในระดับ
 ของพนักงาน พร้อมทั้งให้การฝึกอบรม และศึกษาคู่มือ
 การให้บริการที่เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติ พร้อมกับ
 จัดส่งพนักงานเข้าฝึกอบรมเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงาน
 ร่วมกับโครงการฝึกอบรม เปรียบเสมือนการเน้นย้ำว่า
 บุคลากรนั้นมีประสิทธิภาพในการทำงาน มีการทำงาน
 ภายใต้กรอบและระบบที่ถูกต้อง ประกอบกับสามารถ
 คิดริเริ่ม พัฒนาระบบงานใหม่ ๆ ให้เหมาะสมกับ
 การทำงาน และให้กระบวนการทั้งหมดนั้นมีประสิทธิภาพ
 มากยิ่งขึ้น ซึ่งการอบรมดังกล่าว จะรวมไปถึงการอบรม
 เพื่อพัฒนาศักยภาพทั้งในด้านการประกอบการ ด้าน
 การตลาด การขาย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีการ
 ตั้งเป้าหมายและนโยบายของสถานีบริการชัดเจน
 เนื่องจากการทำงานในระบบของสถานีบริการแก๊ส LPG
 จะต้องเน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นสำคัญ จึงต้องมี
 ระบบการทำงานที่รัดกุม และบุคลากร จะต้องเป็น
 บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เหมาะแก่การทำงานในด้าน
 ความปลอดภัยในสถานประกอบการ โดยผู้ประกอบการ
 สถานีบริการแก๊ส LPG ในแต่ละแห่ง จะมีความ
 ชัดเจนในด้านการงานและทิศทางในการดำเนินธุรกิจ
 ชัดเจน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าที่เข้ามาใช้
 บริการ เป็นกลุ่มที่สามารถวิเคราะห์ได้ชัดเจน สามารถ
 นำไปต่อยอดถึงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดให้มี
 ผู้เข้าใช้บริการมากขึ้น และใช้เป็นแนวทางกลยุทธ์
 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
 ธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ในประเทศไทย
 ต่อไป โดยอ้างอิงจากคุณลักษณะ 8 ประการของ
 เชิงการบริหารของบริษัทอเมริกันที่ประสบความสำเร็จ

ได้แก่ 1) มุ่งเน้นการปฏิบัติ (a bias for action) 2) มีความ
 ใกล้ชิดกับลูกค้า (close to the customer) 3) มีความ
 อิสระในการทำงานและความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ
 (autonomy and entrepreneur-ship) 4) เพิ่มผลผลิต
 โดยอาศัยพนักงาน (productivity through people)
 5) สัมผัสกับงานอย่างใกล้ชิดและความเชื่อมั่นในคุณค่า
 เป็นแรงผลักดัน (hands-on and value driven)
 6) ทำแต่ธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวเนื่อง (stick
 to the knitting) 7) รูปแบบเรียบง่ายธรรมดา พนักงาน
 อำนวยความสะดวกหรือส่วนกลางมีจำกัด (simple form and
 lean staff) 8) เข้มงวดและผ่อนปรนในเวลาเดียวกัน
 (simultaneous loose-tight properties) McKinsey
 7-S Framework

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1.1 ด้านวิสัยทัศน์ จากการที่ภาครัฐไม่
 การเข้ามากระตุ้นกลุ่มธุรกิจสถานีให้บริการแก๊ส LPG นั้น
 ส่งผลกระทบให้ธุรกิจมีการขยายตัวลดลง และราคา
 น้ำมันนั้นก็ปรับตัวลดลงเช่นกัน ทำให้เป็นอุปสรรค
 ต่อธุรกิจอย่างมาก ภาครัฐควรเข้ามาให้ความสำคัญ
 และตระหนักถึงผู้ประกอบการที่ให้บริการสถานีบริการ
 แก๊ส LPG ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างคล่องตัว
 ประกอบกับส่งเสริมให้มีการใช้แก๊ส LPG ทดแทน
 การใช้น้ำมัน โดยการออกนโยบายแรงจูงใจการใช้งาน
 และกระตุ้นเศรษฐกิจให้มากยิ่งขึ้น

1.2 จากแผนการไม่สนับสนุนการใช้แก๊ส
 LPG ในภาคขนส่ง ภายใน 2 ปี ซึ่งแนวคิดนี้ส่งผล
 กระทบให้การขยายตัวของการใช้แก๊ส LPG นั้นถดถอย
 และอาจส่งผลให้มีการปิดกิจการและไม่มีการให้บริการ
 แก๊ส LPG หรืออยู่ในปริมาณที่น้อย โดยรัฐบาลไม่ควร
 ดำเนินการตามกรอบนโยบายเพียงบางส่วน แต่ควร
 กระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมเพื่อให้เกิดการใช้งาน LPG
 อย่างทั่วถึง

1.3 ด้านยุทธศาสตร์ ในด้านการพัฒนาทางด้านการขนส่งมีอุปสรรคในการดำเนินการอยู่มาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมการดำเนินงานในส่วนของการขนส่งได้ จึงเกิดความล้มเหลวในระบบการทำงาน รัฐบาลจึงควรหันมาใส่ใจในระบบการขนส่งนี้ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.4 ด้านการกำกับดูแลธุรกิจสถาบันบริการแก๊ส หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายในการเสริมสร้างความมั่นคงในด้านพลังงาน โดยให้มีการใช้พลังงานทางเลือกมากขึ้น ดังนั้น หากจะต้องมีการสนองนโยบายดังกล่าว จึงควรเข้ามาปรับปรุงแก้ไข และดูแลธุรกิจให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น กำหนดแนวทางในการใช้งานพลังงานทางเลือก มีการสนับสนุนการทำงานด้านนโยบายทางพลังงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการใช้พลังงานทางเลือกมากขึ้น

1.5 ด้านการส่งเสริมธุรกิจสถาบันบริการแก๊ส ปัจจุบันการใช้แก๊ส LPG มีความต้องการอยู่ในระดับสูง แต่หาว่าปัญหาที่เล็งเห็นได้อย่างชัดเจนนั้นคือ ปัญหาของต้นทุนแก๊ส LPG ในประเทศที่ไม่มีความชัดเจน และไม่รัดกุม ทำให้มีการนำออกไปขายให้กับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากสามารถทำราคาได้ดีกว่า จึงส่งผลทำให้ขาดแคลนและต้องนำเข้าจากต่างประเทศ รัฐบาลควรหันมาใส่ใจและดำเนินการให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

2.1 ด้านการวางแผน ควรมีการวางแผนการดำเนินการฉุกเฉินหรือแผนการสำรองหากเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ และแจ้งให้พนักงานทราบถึงนโยบายในการดำเนินงานเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินเหล่านั้น พร้อมกับนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ

2.2 ด้านการจัดองค์กร ควรมีการแบ่งหน้าที่ในความรับผิดชอบชัดเจนกับพนักงานในทุกตำแหน่ง โดยมีการจัดระบบความสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ สร้างการเชื่อมโยงให้กับแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน

และจัดทำโครงสร้างการบริหารให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานเข้าใจและชัดเจนในหน้าที่การทำงานมากขึ้น

2.3 ด้านการสื่อสาร มีการสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ถ่ายทอดผ่านช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจน มีระบบ internal announcement เพื่อให้พนักงานรับทราบข้อมูลตรงกันและสามารถแบ่งปันข้อมูลให้กันได้ พร้อมกับพัฒนาระบบอย่างสม่ำเสมอ

2.4 ด้านการประสานงาน มีการชี้แจงให้ทราบเกี่ยวกับการทำงานอย่างชัดเจนในแต่ละหน้าที่ และประสานงานผ่านช่องทางที่เหมาะสม มีความรู้ความเข้าใจตรงกันและสร้างช่องทางให้เพียงพอในการติดต่อสื่อสาร

2.5 ด้านการควบคุม ควรมีการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ มีแบบแผนในการตรวจสอบชัดเจน และมีผลลัพธ์ในการพัฒนาอย่างรอบคอบและรัดกุม เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับระบบการทำงานและทำให้พนักงานมีความสบายใจในการทำงาน

3. ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการวิจัยข้อจำกัดในการบริหารจัดการสถาบันบริการสถาบันบริการแก๊ส LPG และผลกระทบต่อการดำเนินการ พร้อมกับศึกษากรอบการทำงานภายใต้นโยบายของรัฐบาลให้ชัดเจน จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาดำเนินการ และเป็นการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการดำเนินการ และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการได้อย่างครบถ้วนเหมาะสม

3.2 ควรมีการศึกษาวិเคราะห์ปัจจัยทางยุทธศาสตร์ สถานที่ตั้ง และการดำเนินการที่แตกต่างกัน เพราะถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินการ หากสถานที่ตั้งไม่เหมาะสม การวิเคราะห์ภาพรวมของการจราจร หรือพื้นที่ใช้งานนั้นไม่นิยมการใช้แก๊ส LPG นั้นเลย ก็จะเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการประกอบกิจการในสถานที่นั้น ๆ ได้

REFERENCES

- Department of Energy Business. (2017). **Annual Report 2016**. Bangkok: Ministry of Energy. (in Thai)
- Hinkle, D.E, William, W. & Stephen G.J. (1998). **Applied Statistics for the Behavior Sciences**. 4thed. New York: Houghton Mifflin.
- Johm, C.W. & Michael, C.W. (2002). **Henri Fayol: Critical Evaluations in Business and Management**. London: Routledge.
- Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3), 607-610.
- Porter, M.E. (1980). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press.
- Porter, M.E. (1998). **On Competition**. Massachusetts: Harvard Business School Publishing.
- Prachachat Dhurakij Online. (2017). **LPG Gas Station Operators**. Retrieved January 13, 2017, from <https://www.prachachat.net/home>. (in Thai)

การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนต้นแบบแม่ละนา
อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน

**Democratic Way Tourism Management in Mae La Na Best Practice Community,
Pang Ma Pha District, Mae Hong Son Province**

กิตฺติเชต ไกรวาส^{1*} อาภาภรณ์ สุขหอม² และ นนทวัฒน์ สุขผล³
Kittachet Krivart^{1*}, Arpaporn Sookhom² & Nonthavat Sukphon³

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี ประเทศไทย^{1*, 2, 3}
Graduate School of Public Administration, Chonburi, Thailand^{1*, 2, 3}

Dr.phukit@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนต้นแบบแม่ละนา และ (2) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา โดยใช้การศึกษาวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ผู้อาวุโส และบุคคลอื่น ๆ ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชน และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกประเภทข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนต้นแบบแม่ละนา มีวิธีการจัดการทั้งการที่สมาชิกในชุมชนทุกคนรอบรู้ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจเรื่องการจัดการการท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานจากการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่สมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งรายบุคคลและส่วนรวม และการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินโครงการ/กิจกรรมการท่องเที่ยวในหลากหลายช่องทาง สำหรับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนต้นแบบแม่ละนา มีทั้งการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยทางตรงและแบบวิถีประชาธิปไตยตัวแทน ส่วนปัจจัยความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนประกอบด้วย (1) ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการรวมใจสมาชิกในชุมชน (2) ผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตย (3) การส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในเรื่องการท่องเที่ยวของชุมชน และ (4) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อนำไปยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว การจัดการแบบวิถีประชาธิปไตย ชุมชน

ABSTRACT

The objectives of this study were (1) To investigate Democratic Way Tourism Management in Mae La Na Best Practice Community, Pang Ma Pha District, Mae Hong Son Province and (2) To study success factors of democratic way tourism management in Mae La Na Community. The study was conducted using qualitative research methodology by focus group and in-depth interview from key informants: community leaders, senior in a community, and others that democratically played a vital role tourism management. The qualitative data analysis was done by using with typological analysis methods. From the study of democratic way tourism management, There is a way in which all members of the community are involved in determining and decision on tourism management. Contribute to the sharing of responsibilities among members of the community. Participating in sharing the benefits of tourism both individually and public Participation in monitoring and evaluation of various tourism project/activities. For the model of Mae La Na democratic way tourism management is direct democratic way tourism management and representative democratic way tourism management.

The results of the study on success factors that cause democratic way tourism management in Mae La Na Community to be effective are as follows: (1) Traditions, culture, and the wisdom of the community is an essential mechanism for uniting people in the community democratic way moreover, (2) Community leaders played an important role in supporting the community's democratic way tourism management process. (3) Encourage villagers to participate in the direction and decision making of community tourism and (4) Distribution of benefits from tourism to improve the quality of life of community members.

Keywords: tourism management, democratic way management, community

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากในแต่ละปีการท่องเที่ยวได้ดึงดูดเงินตราต่างประเทศจำนวนมหาศาลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าสู่ประเทศ อีกทั้งการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศยังก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ โดยล่าสุดในปี 2559 ภาคการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศรวมทั้งสิ้น 2,510,778 ล้านบาท แยกเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1,641,268 ล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือการท่องเที่ยวภายในประเทศ 869,510 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2017) ซึ่งนอกจากการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศแล้ว การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในด้านการสร้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการกระจายความเจริญไปทั่วทุกภาคของประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการคมนาคมขนส่ง รวมทั้งในช่วงที่ประเทศต้องประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจอย่างเช่นในปี 2540 การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่

ประเทศจนทำให้สภาพเศรษฐกิจสามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว

ด้วยความสำคัญของการท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้กลยุทธ์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องดำเนินการทั้งในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านการตลาด และในด้านการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังคงสภาพความสมบูรณ์และความสวยงาม สามารถเป็นแหล่งรายได้และช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ตลอดไป ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวในวิถีดังกล่าวนี้นอกจากจะต้องมีการปลูกจิตสำนึกและให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์แก่ประชาชนในท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้ว การสร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชนเจ้าของท้องถิ่น (Cohen & Uphoff, 1981) ทั้งในส่วนของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าควรดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรในท้องถิ่นและกิจกรรมดังกล่าวควรดำเนินการอย่างไร รวมทั้งการมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบควรเร่งดำเนินการ

ชุมชนแม่ละนา ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอบางมะฝ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยในปี พ.ศ. 2529 จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้เปิดตัวด้านการท่องเที่ยวด้วยการจัดเป็นปีท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน ทำให้เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเที่ยวชมถ้ำที่บ้านแม่ละนา รวมทั้งเริ่มมีนักลงทุนเข้ามาซื้อที่ดินเพื่อสร้างเป็นที่พักสำหรับเปิดให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งการเติบโตการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนแม่ละนาเริ่มสร้างผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามภายในถ้ำ พื้นที่ป่าไม้ รวมถึงวิถีชีวิตของชุมชน จากปัญหา

ดังกล่าวนี้เองชาวบ้านในชุมชนจึงได้เริ่มมีการพูดคุยถึงปัญหาดังกล่าวนี้อย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยเวทีปวงน้ำใหม่ (วงดื่มน้ำชา) ในการพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ ตลอดจนได้ร่วมกันทบทวนถึงปัญหาและสาเหตุของปัญหาจากการท่องเที่ยว ซึ่งจากการหารือร่วมกันของชาวบ้านได้นำไปสู่ความร่วมมือระหว่างชุมชน องค์กรพัฒนาเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ในการจัดให้มีเวทีประชุมใหญ่เพื่อระดมความคิดเห็นจากประชาชนในชุมชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผลจากการประชุมในครั้งนี้ทำให้ได้แนวทางในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนทางด้านการท่องเที่ยว (Pintobtang, et al., 2013) จากนั้นได้มีการขับเคลื่อนความร่วมมือระหว่างชาวบ้าน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยบริเวณชุมชนแม่ละนาสามารถแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งได้มีการต่อยอดไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชน การจัดสวัสดิการชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณชุมชน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาตามที่ได้นำเสนอมาทั้งหมดข้างต้น ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา ที่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาว่าการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนามีรูปแบบและวิธีการอย่างไร มีปัจจัยความสำเร็จได้บ้างจากการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายผลในชุมชนอื่น ที่มีความต้องการด้านการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

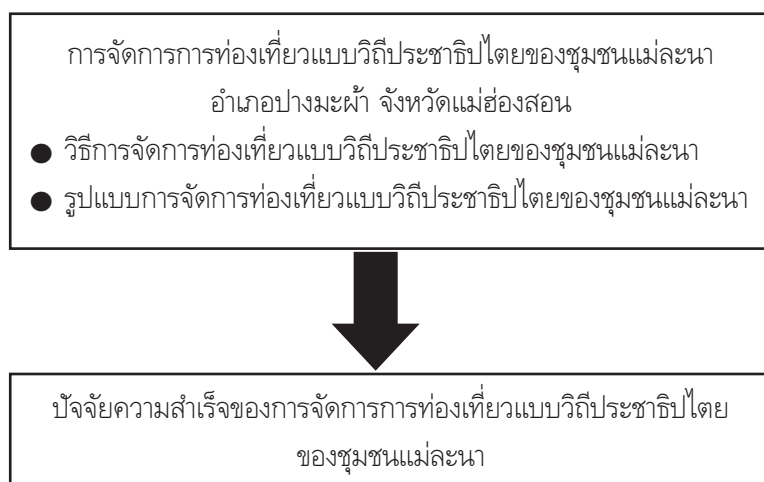
ของปัจจัยความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา โดยทำการศึกษาในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนต้นแบบแม่ละนา อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาคำนี้ มีขอบเขตครอบคลุมการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา ทั้งในประเด็นวิธีการจัดการการท่องเที่ยว และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งเนื้อหาในส่วน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คณะวิจัยได้นำเอาแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ (World Tourism Organization, 1998) มาปรับใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน
- 2) ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน
- 3) ผู้อาวุโสในชุมชน
- 4) ปราชญ์ชุมชน
- 5) ตัวแทนชาวบ้านเจ้าของโฮมสเตย์
- 6) ตัวแทนชาวบ้านที่เป็นผู้นำทางนักท่องเที่ยว

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการประชุมกลุ่มย่อย มีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

- 1) เป็นผู้ที่พักอาศัยหรือประกอบอาชีพในพื้นที่ชุมชนแม่ละนา ไม่น้อยกว่า 5 ปี
- 2) เป็นผู้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนแม่ละนา
- 3) เป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนแม่ละนา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งในส่วนของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการประชุมกลุ่มย่อย คือ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังต่อไปนี้

- 1) ทบทวนวรรณกรรมทั้งในส่วนที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) กำหนดประเด็นสำคัญจากการทบทวนวรรณกรรมและนำมาจัดทำเป็นร่างแนวคำถามสำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3) นำร่างแนวคำถามที่ได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะในการปรับแก้ไข

4) นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับร่างแนวคำถามให้มีความตรงเชิงเนื้อหาและมีความครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์

5) นำแนวคำถามที่ได้ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสานดังต่อไปนี้

1) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แนวคำถามแบบไม่มีโครงสร้างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา อาทิ ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ปราชญ์ชุมชน เป็นต้น

2) การประชุมกลุ่มย่อย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนและตัวแทนผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา โดยใช้วิธีการระดมความเห็นและการอภิปรายในประเด็นหรือคำถามที่คณะวิจัยได้บอกรู้ให้แก่ที่ประชุมเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อคณะวิจัยได้ดำเนินการศึกษาเชิงปฏิบัติการเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญของชุมชนแม่ละนา จากนั้นจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์ตามกรอบของวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกประเภท ข้อมูลรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวและข้อมูลวิธีการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนาเกิดประสิทธิผล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจำแนกประเภทข้อมูลปัจจัยความสำเร็จในแต่ละด้านของกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยในชุมชนแม่ละนา

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ข้อค้นพบที่เป็นผลการศึกษาค้นคว้าจะนำเสนอโดยลำดับดังนี้

1. บริบทของชุมชนบ้านแม่ละนา

ชุมชนบ้านแม่ละนา ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลปางมะผ้า อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน

พื้นที่บริเวณชุมชนบ้านแม่ละนา เป็นที่ราบกลางหุบเขา ตั้งอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย มีเนื้อที่ประมาณ 11,950 ไร่ มีแม่น้ำสายสำคัญคือ ลำน้ำแม่ละนาที่ไหลผ่านกลางชุมชน บริเวณโดยรอบหมู่บ้านรายล้อมไปด้วยเทือกเขาหินปูนและมีถ้ำใหญ่น้อยมากมาย

ทรัพยากรธรรมชาติ บริเวณชุมชนบ้านแม่ละนาอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายที่สำคัญประกอบด้วย ภูเขาหินปูน ป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ลำห้วย และถ้ำหินปูน ได้แก่ (1) ถ้ำแม่ละนา (2) ถ้ำปะการัง (3) ถ้ำเพชร และ (4) ถ้ำหินขมิ้น

ประชากร บ้านแม่ละนาเป็นหมู่บ้านชุมชนไต (ไทใหญ่) ที่ตั้งถิ่นฐานมานานกว่า 200 ปี โดยคนกลุ่มแรกที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณนี้คือ กลุ่มนายฮ้อยฮาน ซึ่งอพยพมาจากรัฐฉาน ประเทศพม่า เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2342 ตระกูลเก่าแก่ที่มีบทบาทในการพัฒนาชุมชน

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมี 2 ตระกูลคือ ตระกูลนายหม่อง และตระกูลนางนวล ปัจจุบันบ้านแม่ละนามีครัวเรือนอยู่ประมาณ 165 ครัวเรือน จำนวนประชากรทั้งหมด 704 คน (Pang Mapha Sub-district Administrative Organization, 2012)

2. การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

ผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนแม่ละนาได้เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2529 ซึ่งเป็นปีที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้เปิดตัวด้วยการจัดเป็นปีท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน ทำให้เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเที่ยวชมถ้ำที่บ้านแม่ละนา รวมทั้งเริ่มมีนักลงทุนเข้ามาซื้อที่ดินเพื่อสร้างเป็นที่พักสำหรับเปิดให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนแม่ละนาได้เริ่มสร้างผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามภายในถ้ำ พื้นที่ป่าไม้ รวมถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน

ชาวบ้านได้เริ่มมีการพูดคุยถึงปัญหาดังกล่าวอย่างต่อเนื่องโดยอาศัยเวทีปวงน้ำใหม่ (วงดื่มน้ำชา) ในการพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ ตลอดจนได้ร่วมกันทบทวนถึงปัญหาและสาเหตุของปัญหาจากการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อสรุปว่า ชาวบ้านในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการจัดการท่องเที่ยว ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในถ้ำได้ถูกทำลาย วิถีชีวิตที่เรียบง่ายและวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชุมชนเริ่มถูกทำให้เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นชุมชนจึงได้ร่วมกันองค์กรพัฒนาเอกชนในท้องถิ่นจัดให้มีเวทีประชุมใหญ่เพื่อระดมความคิดเห็นจากประชาชนในชุมชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผลจากการประชุมในครั้งนี้ทำให้ได้แนวทางในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งที่ประชุมมีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวจะยั่งยืน ซึ่งที่ประชุมมีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้นั้นชุมชนต้องยั่งยืนก่อนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

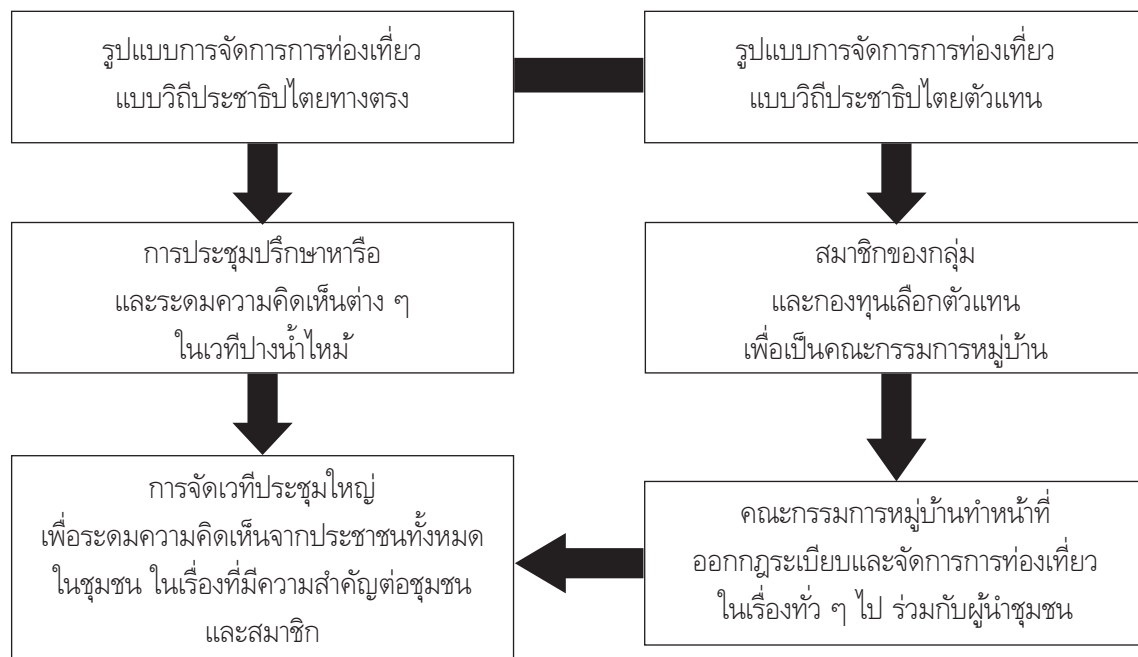
2.1 วิธีการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถี ประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

การศึกษาครั้งนี้มีข้อค้นพบสำคัญในเรื่องวิธีการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนบ้านแม่ละนา ที่พบว่า สมาชิกในชุมชนทุกคนรอบครัวได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจเรื่องการจัดการการท่องเที่ยว โดยทุกคนรอบครัวได้มาร่วมประชุมปรึกษาหารือ และมีมติเห็นชอบร่วมกันที่จะรวมกลุ่มเพื่อจัดการการท่องเที่ยวร่วมกัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา และได้มีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่สมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน รวมทั้งได้มีการประสานขอความร่วมมือจากภาคเอกชน และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้เข้ามาช่วยเพิ่มพูนศักยภาพในด้านต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่อง อาทิ ด้านมัคคุเทศก์ ด้านการตลาด ด้านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ทางชุมชนยังได้ส่งตัวแทนไปร่วมประชุม สัมมนา ศึกษาดูงาน และออกบูธร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในด้านการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ ทางชุมชนได้มีการแบ่งปันปันส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกทุกคนที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานการท่องเที่ยวของชุมชน

ตามมติของที่ประชุมใหญ่สมาชิกในชุมชน และยังมี การปันส่วนร้อยละ 10 ของรายได้จากการท่องเที่ยวเข้ากองกลาง เพื่อนำเงินส่วนนี้ไปเป็นค่าพาหนะ และค่าอาหารในการส่งสมาชิกไปอบรม รวมทั้งนำไปสมทบเพื่อการพัฒนาชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานประเพณีต่าง ๆ และในด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการ/กิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ได้สนับสนุนให้สมาชิกทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินโครงการ/กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนโดยการสะท้อนข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ผู้ที่ดูแลรับผิดชอบโครงการ/กิจกรรมผ่านได้ในหลายช่องทางทั้งเวทีปวงน้ำใหม่ การประชุมสมาชิกของกลุ่มและกองทุน คณะกรรมการหมู่บ้าน และเวทีประชุมใหญ่ของชุมชน

2.2 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบ วิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

จากวิธีการจัดการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยชุมชนแม่ละนาตามที่ได้นำเสนอมาข้างต้นสามารถวิเคราะห์ให้เห็นถึงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนาได้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

จากภาพที่ 2 พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนาแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยทางตรง เป็นรูปแบบที่สมาชิกของกลุ่มและกองทุนต่าง ๆ ในหมู่บ้าน จะมาร่วมกันประชุมปรึกษาหารือและระดมความคิดเห็นต่าง ๆ ในเวทีปวงน้ำใหม่ (วงดื่มน้ำชา) อาทิ การระดมความเห็นของกลุ่มโฮมสเตย์เกี่ยวกับปัญหาในการดูแลนักท่องเที่ยว การระดมความเห็นของกลุ่มจำตโต (ลิเกไทใหญ่) และกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน เกี่ยวกับปัญหาในการเชื่อมโยงกิจกรรมของกลุ่มกับการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยผลจากการประชุมปรึกษาหารือและการระดมความคิดเห็นในเวทีปวงน้ำใหม่ได้นำไปสู่การประสานขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเข้ามาให้ความรู้ด้านการดูแลนักท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ อาทิ การจัดตารางการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการแสดงสำหรับนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมที่พักและ

อาหารสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบประชาธิปไตยทางตรงยังใช้สำหรับการตัดสินใจในเรื่องที่มีความสำคัญของชุมชน เช่น ในเรื่องการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ การจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกและกองทุนของชุมชน เป็นต้น โดยจะใช้วิธีการจัดประชุมชาวบ้านในชุมชนทั้งหมดที่บริเวณวัดซึ่งตั้งอยู่กลางชุมชนเพื่อระดมความคิดเห็นและลงมติในเรื่องสำคัญต่าง ๆ

2) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยตัวแทน เป็นรูปแบบที่ชาวบ้านในชุมชนที่เป็นสมาชิกของกลุ่มและกองทุนต่าง ๆ ในชุมชน จะเลือกตัวแทนของทุกกลุ่มและทุกกองทุนเข้าไปเป็นคณะกรรมการหมู่บ้าน เพื่อทำหน้าที่ในส่วนของการจัดการการท่องเที่ยวคือ การออกกฎระเบียบเพื่อใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และร่วมกับผู้นำชุมชน (พ่อหลวง) ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในส่วนที่เป็นเรื่องทั่ว ๆ ไป

3. ปัจจัยความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา

การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา มีปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในแต่ละด้านดังนี้

- 1) มีประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการรวมใจชาวบ้านในชุมชน
- 2) มีผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ที่มีส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศสนับสนุนให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตย
- 3) มีการส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

4) มีการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อนำไปยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน

รายละเอียดของปัจจัยความสำเร็จในแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จในด้านปัจจัยประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนที่เป็นกลไกสำคัญในการรวมใจชาวบ้านในชุมชนนั้น ชาวชุมชนแม่ละนาได้ให้ความสำคัญกับในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก โดยประเพณีและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่ รวมทั้งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมและการร่วมแรงร่วมใจให้เกิดขึ้นกับสมาชิกของชุมชน ซึ่งตัวอย่างของประเพณีและวัฒนธรรมดังกล่าว เช่น งานปีใหม่ (สงกรานต์) งานปอยจ่าตี (ก่อเจดีย์ทรายเพื่อขอฝน) งานปอยต่างซอมต่อหลวง (ถวายข้าวมธุปายาสในเทศกาลเข้าพรรษา) และงานจองพารา (สร้างปราสาทเพื่อรับเสด็จพระพุทธเจ้าในวันออกพรรษา)

ปัจจัยด้านการสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยโดยผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ เกิดขึ้นจากการที่ชาวชุมชนแม่ละนาส่วนใหญ่ให้การเคารพและยกย่องผู้อาวุโส แต่ผู้อาวุโสซึ่งเป็นผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ไม่ได้

ตัดสินใจหรือลงมือดำเนินการในเรื่องของส่วนรวมเพียงลำพัง แต่ได้เปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นทั้งในกลุ่มย่อย และในการประชุมใหญ่ ประชาชนทั้งหมู่บ้านในเรื่องที่มีความสำคัญ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและร่วมกันตัดสินใจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เกิดขึ้นจากการที่ผู้นำชุมชนทั้งผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ และผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน จะใช้หลักการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมในโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน โดยผู้นำชุมชนในทุกระดับจะพยายามสร้างการสร้างความมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนการดำเนินงานจากสมาชิกในชุมชน/สมาชิกของกลุ่ม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจในเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้การดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ และเกิดปัญหาอุปสรรคน้อย เนื่องจากมีสมาชิกมาช่วยกันคิด ช่วยกันทำ ช่วยกันดำเนินการและช่วยกันตรวจสอบอย่างรอบคอบ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน ผลจากการที่ชุมชนแม่ละนามีการจัดสรรปันส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกและยังมีการปันส่วนร้อยละ 10 ของรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสมทบในการพัฒนาชุมชน แหล่งท่องเที่ยวและการจัดงานประเพณีต่าง ๆ รวมไปถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน ทำให้สมาชิกในชุมชนได้รับประโยชน์จากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความร่วมมือจากชาวบ้านส่วนใหญ่และทำให้การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนประสบความสำเร็จ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา “การจัดการการท่องเที่ยววิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน” ตามที่ได้นำเสนอผลการศึกษา

มาทั้งหมดข้างต้น สามารถนำเอาประเด็นสำคัญของ ผลการศึกษา มาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา ที่พบว่า ทางชุมชนได้ใช้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตย(Democratic Way Tourism Management) โดยสมาชิกของกลุ่มและกองทุนต่าง ๆ ในหมู่บ้าน จะเลือกตัวแทนของกลุ่มและกองทุนต่าง ๆ เข้าไปเป็นคณะกรรมการหมู่บ้านเพื่อทำหน้าที่ออกกฎระเบียบในการบริหารการจัดการชุมชน ซึ่งรวมถึงกฎระเบียบในด้านการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และยังทำหน้าที่ร่วมกับผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน แต่ในส่วนของการตัดสินใจในเรื่องที่มีความสำคัญ เช่น การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยว การจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก เป็นต้น ยังคงใช้วิธีการจัดการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นและใช้มติจากที่ประชุมชาวบ้านทั้งหมดในชุมชน ซึ่งรูปแบบและวิธีการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชน ได้ทำให้ชุมชนสามารถแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติและวิถีของชุมชน รวมทั้งได้มีการต่อยอดไปสู่การสร้างเสริมเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชน การจัดสวัสดิการชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณชุมชน ผลการศึกษาดังกล่าวนี้น สอดคล้องกับการศึกษา พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (Pongsakronrungrsin, 2014) เรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา ที่พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร เกิดขึ้นจากกระบวนการคิดแบบยั่งยืนในด้านการมีจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่า การมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ด้านรายได้ มุ่งที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งตัวผู้นำชุมชนได้มีการ

เปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนเกิดความยั่งยืน และได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชน ที่ทำให้สมาชิกในชุมชนทั้งชุมชนแม่ละนาและชุมชนบ้านโคกไคร ได้มีส่วนร่วมทั้งในการกำหนดทิศทาง และตัดสินใจในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และได้มีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานน้อย เนื่องจากสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ ได้เข้ามาช่วยกันคิด ช่วยกันทำ ช่วยกันดำเนินงาน และช่วยกันตรวจสอบอย่างรอบคอบ ทำให้การท่องเที่ยวของทั้งชุมชนแม่ละนาและชุมชนบ้านโคกไครประสบความสำเร็จ

2. ผลการศึกษาระดับความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนแม่ละนา ที่พบว่า ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมใจชาวบ้าน และนำไปสู่ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งของชุมชน ผลการศึกษาดังกล่าวนี้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธิพิทย์ เข็มน้อย (Khamnoi, 2011) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ที่พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม และปัจจัยความผูกพันต่อชุมชนในด้านความเชื่อมั่น และยอมรับเป้าหมาย รวมถึงค่านิยมของชุมชน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนตลาดบางหลวง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประเพณี และวัฒนธรรม รวมทั้งเป้าหมาย และค่านิยมของชุมชนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการหลอมรวม และการรวมใจของชาวบ้านในชุมชน ดังนั้นจึงทำให้กระบวนการขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมการท่องเที่ยวในทั้งสองชุมชนเป็นไปอย่างมีพลัง และทำให้การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถี

ประชาธิปไตยจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน
แม่ละนาและชุมชนตลาดบางหลวงเกิดประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในประเด็นสำคัญของทุก
วัตถุประสงค์ที่ได้นำเสนอไปทั้งหมดข้างต้น สามารถ
นำมากำหนดเป็นข้อเสนอแนะ เพื่อไปใช้ขยายผล
ในการนำการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตย
ของชุมชนในชุมชนอื่น ๆ ได้ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวของชุมชน อาทิ องค์การบริหารการพัฒนา
พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การ
มหาชน) เป็นต้น ควรเร่งดำเนินการเตรียมความพร้อม
ให้แก่ชุมชนเป้าหมายในการนำกระบวนการจัดการ
ท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่
การอบรมผู้นำชุมชนในเรื่องการสร้างภาวะผู้นำ การจัดทำ
และขับเคลื่อนแผนการท่องเที่ยวชุมชน และการอบรม
เชิงปฏิบัติการในเรื่องการจัดทำเวทีประชาคม
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการสร้างและ
พัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตย

ของชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การ
บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน (องค์การมหาชน) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น
ในแต่ละพื้นที่ เป็นต้น ควรประสานความร่วมมือกัน
ในการต่อยอดและสร้างความเข้มแข็งให้กับกระบวนการ
การจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยของ
ชุมชนต่าง ๆ ที่อยู่ในช่วงต้นของการเริ่มต้น รวมถึง
การสร้างชุมชนต้นแบบที่ดี (Best Practice) เพื่อเป็น
ต้นแบบในการนำกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว
แบบวิถีประชาธิปไตยของชุมชนไปสู่การปฏิบัติให้แก่
ชุมชนอื่น ๆ

3. เพื่อให้การดำเนินการขยายผลกระบวนการ
จัดการการท่องเที่ยวแบบวิถีประชาธิปไตยจากชุมชน
ต้นแบบที่ดีไปสู่ชุมชนอื่น ๆ สามารถประสบผลสำเร็จ
ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นในการคัดเลือกชุมชน
เป้าหมายเพื่อการขยายผล ควรนำเอาข้อมูลเกี่ยวกับ
ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวแบบวิถี
ประชาธิปไตยของชุมชนต้นแบบจากการศึกษาในครั้งนี้
ไปใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกชุมชนเป้าหมาย

REFERENCE

- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1981). **Rural development participation : concepts and measures for project design, implementation and evaluation**. Rural Development Committee, Center for International Studies, Cornell University.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). **Summary of travel situation in 2016**. Bangkok : Ministry of Tourism and Sports. (in Thai)
- Pang Mapha Sub-district Administrative Organization. (2012). **Pang Mapha Sub-district administrative organization: general data**. Retrieved March 18, 2016, from [http:// www.Pangmapha.org](http://www.Pangmapha.org).
- Pintobtang, P. & et al. (2013). **A study of community democracy Model**. Bangkok : Political Development Council, King Prajadhipok's Institute. (in Thai)
- Pongsakronrungrsin, P. (2014). Sustainable community tourism management : a case study Ban Khok Khiri Phang Nga Province. **Academic Journal Veridian E-Journal Silpakorn University: Thai Issue Humanitys, Social Sciences and Arts**, 7(3), 650-665. (in Thai)
- Khamnoi, S. (2011). **Factors affecting participation in the management of sustainable tourism: a case study of Bangluang Market, Amphoe BangLen, Nakhon Pathom Province**. Master Degree of Arts, Program in Public and Private Management, Nakhon Pathom: Graduate School of Silpakorn University. (in Thai)
- World Tourism Organization. (1998). **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable tourism**. 2nd edition. Madrid, Spain: UNWTO.

การพัฒนาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ
แบบมีส่วนร่วมของชุมชน

THE COMMUNICATION SYSTEM DEVELOPMENT
OF BIO AGRICULTURE LEARNING CENTER
BY COMMUNITY PARTICIPATION

สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์^{1*} และ ปาจารย์ ปุรินทรวรกุล²

Suchada Pongkittiwiboon^{1*} & Pajaree Pulintawaragoon²

ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย^{1*,2}

Division of Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Burapha University, Chonburi, Thailand^{1*,2}

suchadap@buu.ac.th^{1*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) การเสริมสร้างและพัฒนาเกษตรกรในชุมชนให้เป็นนักสื่อสาร (2) การพัฒนาสื่อและกิจกรรม รวมทั้งการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ให้เป็นพื้นที่สื่อสาร (3) การประกอบสร้างและสื่อสารความหมายที่หลากหลายให้แก่เกษตรชีวภาพและศูนย์เรียนรู้ผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า (ก) กลยุทธ์ในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของเกษตรกร ได้แก่ การศึกษาดูงาน ภาพสะท้อนการกระจายอำนาจและการสื่อสารแบบหลายระดับ (ข) การพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้โดยเพิ่มการสื่อสารในรูปแบบลายลักษณ์ การให้ความสำคัญกับสื่อสาริต และการใช้แนวคิดสัมพันธบทในกระบวนการออกแบบและผลิตสื่อ (ค) การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่โดยสร้างจากเยาวชนในชุมชนและการมองเยาวชนในฐานะสื่อบุคคล (ง) แนวทางการประกอบสร้างและการสื่อสารความหมายที่หลากหลายของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพโดยการรวมความหมายที่หลากหลายไว้ที่ศูนย์เรียนรู้และมีการเลือกสรรความหมายที่จะสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ศูนย์เรียนรู้ยังได้ถูกประกอบสร้างและสื่อสารความหมายในฐานะพื้นที่สาธารณะในชุมชนหรือพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคม เพราะศูนย์เรียนรู้มีบทบาทตามความหมายโดยตรง คือ การส่งมอบความรู้และบทบาทตามความหมายโดยอ้อม คือ การส่งมอบประสบการณ์ อารมณ์ และความรู้สึกรวมถึงการเป็นพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ ตัวตนและจุดยืนในการทำเกษตรชีวภาพ แสดงอัตลักษณ์และอำนาจของชุมชน

คำสำคัญ: การสื่อสาร ศูนย์เรียนรู้ เกษตรชีวภาพ

ABSTRACT

The research aimed to; (1) encourage and develop agriculturists in the community to become local communicators; (2) develop media and activities as well as develop the learning center as a communication space; (3) construct and communicate different messages to Bio agriculture and the learning center through participatory action research with research activities and lesson learned to visualize. The study revealed that (a) the strategies used to develop the agriculturists' communication skills included study tours, reflection strategy, decentralization strategy, and multi-level competency strategy. (b) The development of media and activities was conducted by increasing written communication, focusing on demonstration, and designing and producing media in line with intertextuality concept. (c) The creation of new agriculturists was conducted by selecting ones from the community. The juveniles or the new generation of these agriculturists were viewed as personal media. (d) The construction and communication of different messages to the learning center was conducted by unifying all these different messages at the learning center and selecting the messages that fit the target groups. Also, the Bio agriculture learning center was constructed and interpreted as a public space or social-spatial space because the center's direct role was to pass on knowledge, while the indirect role was to transfer experiences, emotions, and feelings. Moreover, it acted as a space to express identity and perspective of Bio agriculture. At the same time, it declared the community's identity and power.

Keywords: Communication, Learning Center, Bio Agriculture

บทนำ

การทำเกษตรชีวภาพเป็นการทำการเกษตรทางเลือกที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศการเกษตร ดังนั้น การทำเกษตรชีวภาพจึงปฏิเสธการใช้สารเคมี นอกจากนี้ เกษตรชีวภาพยังให้ความสำคัญกับเกษตรกรผู้ผลิตและชุมชนท้องถิ่นเป็นการทำการเกษตรที่ทวนกลับไปหาองค์ความรู้เดิมของชุมชน

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตรชีวภาพพบว่าแม้การทำการเกษตรชีวภาพจะเป็นสิ่งที่ดีแต่การขยายผลไปสู่เกษตรกรรายอื่นยังมีข้อจำกัด เนื่องจากเกษตรกรยังขาดความมั่นใจ ดังนั้น การมีศูนย์เรียนรู้ที่ถ่ายทอดข้อมูลและนำเสนอตัวอย่างเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการทำเกษตรชีวภาพ

จะเป็นการเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรรายอื่น ๆ

ศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ตำบลตะพง อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง เป็นศูนย์เรียนรู้ที่ต่อยอดมาจากงานวิจัย “การศึกษารวบรวมภูมิปัญญาการทำสวนผลไม้แบบชีวภาพอย่างยั่งยืน ตำบลตะพง อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง” ของนายมานัด โพธิ์แก้วและคณะ โดยเกษตรกรกลุ่มนี้ได้ศึกษาวิจัยเพื่อรวบรวมภูมิปัญญาการทำเกษตรชีวภาพและนำมาพัฒนาในการทำเกษตรโดยเฉพาะการทำสวนผลไม้จนประสบความสำเร็จสามารถลดต้นทุนการผลิตและมีผลดีทั้งต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจากการลดการใช้สารเคมี (Phokaew et al., 2006) จากจุดเริ่มต้นดังกล่าวทำให้กลุ่มเกษตรกรมีความมั่นใจ

และต้องการที่จะขยายแนวคิดและขยายเครือข่าย
เกษตรกรที่ทำเกษตรแบบชีวภาพจึงร่วมกันก่อตั้ง
ศูนย์เรียนรู้ขึ้น

ปัจจุบันศูนย์เรียนรู้ดังกล่าวมีโครงสร้าง
ประกอบด้วย เจ้าของสวนที่เป็นที่ตั้งของศูนย์ คือ
นางบุญขึ้น โพธิ์แก้ว ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในฐานะผู้นำ
หรือเจ้าของ ภายใต้การสนับสนุนของครอบครัว และ
มีเกษตรกรอีก 4 ท่านที่เป็นแกนนำหลักซึ่งมีบทบาท
เป็นวิทยากรร่วมประจำศูนย์ด้วย ส่วนเกษตรกร
ท่านอื่นมีบทบาทสนับสนุนการดำเนินของศูนย์เรียนรู้
เช่น ทำโฮมสเตย์ ทำขนมหรือการเกษตร ฯลฯ โดยเข้ามา
มีส่วนร่วมในกิจกรรมของศูนย์ในบางครั้งส่วนใหญ่
การบริหารจัดการและอำนาจการตัดสินใจเกี่ยวกับการ
ดำเนินงานของศูนย์จะขึ้นอยู่กับนางบุญขึ้นเป็นหลัก
ซึ่งเป็นการบริหารจัดการและเป็นการผูกขาดอำนาจ
เป็นการทำงานแบบรวมศูนย์ (centralization) ทำให้
ระดับการมีส่วนร่วมจากสมาชิกในชุมชนค่อนข้างน้อย
จึงส่งผลกระทบต่อรับรู้ในฐานะที่เป็นพื้นที่สาธารณะ
ของชุมชนซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ถึงบทบาทของ
ศูนย์เรียนรู้ที่มีต่อชุมชน

ถึงแม้ศูนย์เรียนรู้จะมีผู้สนใจมาเยี่ยมชมบ้าง
แต่หากมองศูนย์เรียนรู้เป็นพื้นที่สื่อสารพื้นที่หนึ่ง
ที่จะส่งมอบความรู้ด้านการเกษตรชีวภาพ การดำเนินงาน
ของศูนย์จะประสบความสำเร็จย่อมต้องมีระบบการ
สื่อสารที่ดี ทั้งด้านผู้ส่งสารที่เป็นวิทยากร ข้อมูลที่
ต้องการนำเสนอ รวมทั้งสื่อต่าง ๆ แต่จากการลงสนาม
วิจัย ผู้วิจัยพบว่าในแง่ของผู้ส่งสารที่เป็นเกษตรกร
แม้ว่าจะมีความรู้และทำเกษตรแบบชีวภาพประสบ
ความสำเร็จแต่ยังขาดทักษะการสื่อสารโดยเฉพาะ
ทักษะการนำเสนอที่จะดึงดูดใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่
เกษตรกรรายอื่น ๆ ที่มาศึกษาดูงาน นั้นหมายความว่า
คนในชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรชีวภาพ
แต่ยังเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัว (tacit knowledge)
การจะทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ในชุมชน เพื่อให้เกิด
explicit knowledge จะต้องมีการสื่อสาร

(communication skill) หลายประการ ในขณะที่ยังสื่อต่าง ๆ
ที่อยู่ในศูนย์ที่จะให้ข้อมูลประกอบการบรรยายนั้น
ล้าสมัย เก่า และไม่ดึงดูดใจเกษตรกรที่จะมาเรียนรู้การทำ
การเกษตรแบบชีวภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงออกแบบโครงการวิจัยเป็นการ
วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อมุ่งพัฒนาระบบ
การสื่อสารของศูนย์เรียนรู้ฯ ให้เป็นพื้นที่สื่อสารด้าน
เกษตรชีวภาพที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้าง
เครือข่ายเกษตรกรชีวภาพได้อย่างเข้มแข็งโดยให้ความสำคัญ
กับการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ
วิจัยเพื่อต้องการให้ศูนย์เรียนรู้เป็นพื้นที่สื่อสารของ
ชุมชนอย่างแท้จริงและด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม
ดังกล่าวจะเป็นการช่วยเสริมพลังความเข้มแข็งมิติ
ต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรในชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาเกษตรกร
ในชุมชนให้เป็นนักสื่อสารท้องถิ่นที่สามารถนำเสนอ
เรื่องการทำสวนผลไม้แบบชีวภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อพัฒนาสื่อและกิจกรรมรวมทั้งพัฒนา
ศูนย์เรียนรู้เกษตรแบบชีวภาพให้เป็นพื้นที่สื่อสารที่มี
ประสิทธิภาพและ
3. เพื่อประกอบสร้างและสื่อสารความหมาย
ที่หลากหลายให้กับการทำเกษตรแบบชีวภาพและศูนย์
เรียนรู้ชุมชน

ผู้วิจัยใช้แนวคิดต่อไปนี้เป็นแนวทางหลัก
ในการดำเนินการวิจัย

1. แหล่งเรียนรู้และศูนย์เรียนรู้ ซึ่งหมายถึง
สถานที่หรือแหล่งที่สมาชิกในชุมชนใช้เพื่อการเรียนรู้
ประเด็นต่าง ๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน
โดยศูนย์เรียนรู้ที่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่
ชุมชนได้ ต้องมีลักษณะ เช่น สอดคล้องกับแนวทางการ
พัฒนาของชุมชน ส่งเสริมความสามารถด้านการบริหาร
และการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน มีการดำเนินการ
ที่ไม่ยุ่งยาก ฯลฯ (Intaratat et al, 2004)

2. เกษตรชีวภาพ มาจากแนวคิดพื้นฐาน คือ การทำเกษตรแบบองค์รวมที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศการเกษตร เกษตรชีวภาพจึงปฏิเสธการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมี นอกจากนี้เกษตรชีวภาพยังให้ความสำคัญกับเกษตรกรผู้ผลิตและชุมชนท้องถิ่น มุ่งหวังในการสร้างความมั่นคงในการทำการเกษตร ตลอดจนอนุรักษ์และฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชน (Namuang, 2010)

3. การสื่อสาร ที่พิจารณาจากองค์ประกอบ การสื่อสารที่ประกอบด้วยผู้ส่งสาร/ สาร/ สื่อ พื้นที่ กิจกรรม เวลา และผู้รับสารรวมถึงแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มุ่งการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ในหลากหลายรูปแบบ

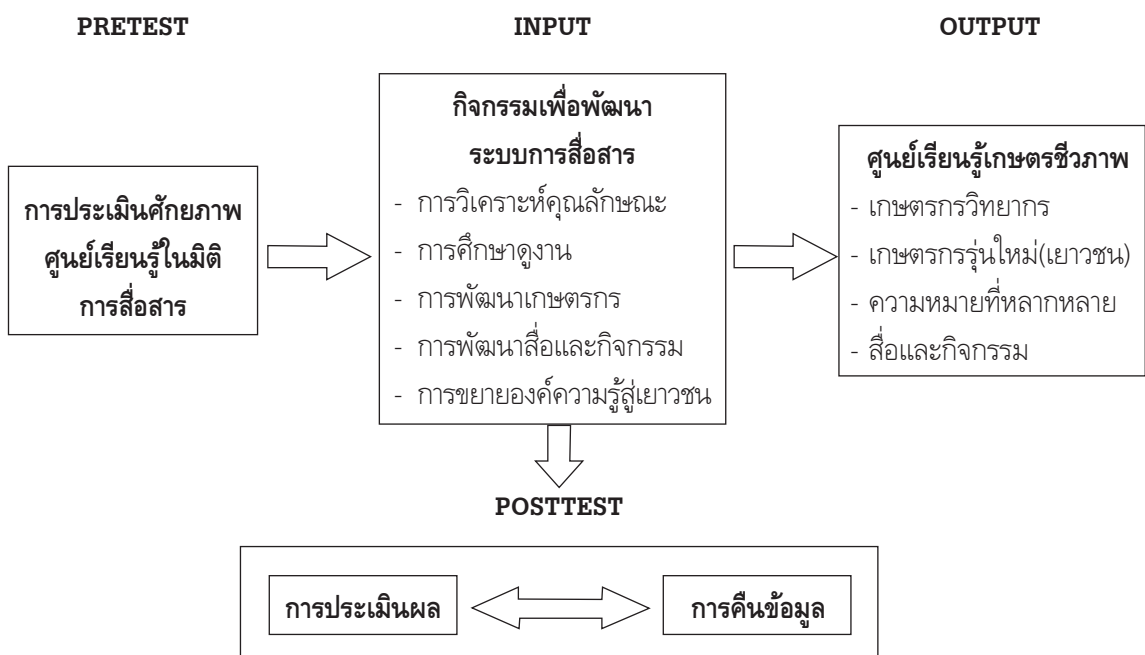
4. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หัวใจของกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมคือการจัดการชุมชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะฉะนั้น การจัดการชุมชนและการมีส่วนร่วมจะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่ต้องทำควบคู่กันไป โดยมีเป้าหมาย

อยู่ที่การส่งเสริมให้นาบุคลากรและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนามากที่สุด โดยนักวิจัยภายนอกชุมชนทำหน้าที่ช่วยอบรมความรู้ และทักษะของการทำวิจัยให้แก่ชุมชน ระวางในการครอบงำความคิดและการตัดสินใจของชุมชน และส่งเสริมให้ชาวบ้านเป็นผู้มีบทบาทในทุกขั้นตอนของกระบวนการ โดยการช่วยประสานงาน การให้ความรู้ทางวิชาการและเทคนิคต่าง ๆ เป็นต้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนด (ก) ขอบเขตการศึกษา ด้านพื้นที่ คือ ศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพที่ตั้งอยู่ที่บ้านนายมนาด โพธิ์แก้ว ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง (ข) ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การพัฒนาศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพในมิติของการสื่อสารและ (ค) ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมในโครงการวิจัย คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2559 – มีนาคม 2560

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยให้ชุมชนเกษตรกรตำบลตะพง อ.เมือง จ.ระยอง เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการวิจัย (Participatory Action Research หรือ PAR) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล คือ การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบทางการและไม่เป็นทางการ การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีประชุมเพื่อระดมสมอง การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้ และการจัดเวทีเพื่อคืนข้อมูล มีระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2559 – 31 มีนาคม 2560

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยขอสรุปกิจกรรมในการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เนื่องจากการออกแบบกิจกรรมการวิจัยเป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้ ดังนี้

1. การเสริมสร้างและพัฒนาเกษตรกรในชุมชนให้เป็นนักสื่อสารท้องถิ่น

กระบวนการเสริมสร้างและพัฒนาจะเริ่มจากการประเมินทักษะด้านการสื่อสารของเกษตรกรในศูนย์เรียนรู้ก่อนจะพัฒนาทักษะการสื่อสาร (pretest) โดยเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกวิดีโอการทำหน้าที่เป็นวิทยากรในศูนย์เรียนรู้ทั้งหมด 3 ครั้ง จากการประเมินทักษะดังกล่าว นำไปสู่การออกแบบกิจกรรมหลัก ๆ 2 กิจกรรมได้แก่ (1.1) การศึกษาดูงาน และ (1.2) การอบรมรายละเอียดดังนี้

1.1 การเติมความรู้ด้านการสื่อสารให้แก่ทีมเกษตรกรในชุมชน: การศึกษาดูงาน

ถึงแม้ว่ากลุ่มเกษตรกรที่นำทีมโดยนางบุญชื่นจะมีความรู้และประสบการณ์เรื่องการทำเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ แต่จากการที่กลุ่มเกษตรกร

ร่วมกันวิเคราะห์ต้นทุนที่กลุ่มตนเองมีและวิเคราะห์ในสิ่งที่ตนเองยังต้องการการเติมเต็มในการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์เรียนรู้ สิ่งทีเกษตรกรขาด คือ ทักษะการสื่อสารจึงนำไปสู่การจัดกิจกรรมการศึกษาดูงาน ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ ณ. อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดี (best practice) ของการดำเนินงานศูนย์เรียนรู้ที่ประสบความสำเร็จ

จากการมาศึกษาดูงานที่ศูนย์เรียนรู้กิจกรรมธรรมชาติมาบเอื้อง เป็นการขยายมุมมอง ขยายองค์ความรู้ด้านการสื่อสารทำให้ทีมเกษตรกรที่เป็นแกนนำเข้าใจเรื่องการพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ฯ และมีความเข้าใจเรื่องการนำทุนความรู้ที่ตนมีอยู่มาพัฒนาต่อยอดกลายเป็นทุนสังคมและทุนเศรษฐกิจต่อไปภายในระยะเวลาอันสั้น

1.2 การพัฒนาเกษตรกรในชุมชนให้เป็นนักสื่อสารท้องถิ่น: การฝึกอบรม

การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาเกษตรกรให้เป็นนักสื่อสารเน้นที่เกษตรกรที่มีบทบาทเป็นแกนนำและวิทยากรประจำศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ จำนวน 7 ท่าน โดยเริ่มจากให้เกษตรกรที่เข้าอบรมร่วมรับชมคลิปวิดีโอ ซึ่งเป็นการถ่ายทำระหว่างที่วิทยากรบรรยายให้ความรู้ในฐานย่อยแต่ละฐานหลังจากนั้นผู้วิจัยจะบรรยายสรุปเกี่ยวกับความรู้ด้านการสื่อสารก่อนที่จะให้ผู้เข้าร่วมอบรมร่วมกันวิเคราะห์คลิปวิดีโอในมิติของการสื่อสาร รวมทั้งร่วมกันวิเคราะห์ความรู้และทักษะการสื่อสารที่จำเป็น

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความรู้และทักษะที่เกษตรกรควรมีในการเป็นวิทยากรในศูนย์เรียนรู้ ได้แก่ องค์ประกอบด้านการสื่อสาร (ผู้ส่งสาร-สาร-สื่อ และกิจกรรม-ผู้รับสาร) การคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาในการนำเสนอ (message selection and design) การคัดเลือกความหมายให้เหมาะสมกับผู้รับสาร (meaning matching) ทักษะการใช้สื่อผสม (mix media) และการวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) เป็นต้น

2. การพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ เพื่อให้เป็นพื้นที่สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของศูนย์เรียนรู้ พบว่า เกษตรกรแกนนำมีความรู้ด้านการเกษตรเป็นอย่างดี แต่สิ่งที่ยังขาดและรอการเติมเต็ม คือ ความรู้ด้านการสื่อสารที่จะพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ กิจกรรมการวิจัยขั้นตอนนี้จึงออกแบบให้นิสิตที่มีความรู้ด้านการสื่อสารเข้ามาช่วยออกแบบและพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์ นอกจากนี้ นิสิตยังสามารถเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของศูนย์เรียนรู้ ดังนั้น นิสิตจึงสามารถช่วยเกษตรกรในการออกแบบสื่อและกิจกรรมทั้งในฐานะคนรุ่นใหม่และในฐานะผู้ที่มีความรู้ด้านการสื่อสารกิจกรรมหลัก ๆ เพื่อพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์ประกอบด้วย

2.1 กิจกรรมการประเมินสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ (pretest)

ก่อนการพัฒนาสื่อและกิจกรรม นิสิตต้องร่วมกันประเมินสภาพสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ก่อน โดยสวมบทบาทเป็นกลุ่มคนที่มาศึกษาดูงาน โดยมีเกษตรกรเป็นผู้ส่งสารในฐานะวิทยากรบรรยายในฐานะเรียนรู้ต่าง ๆ หลังจากนั้นจึงร่วมกันประเมินสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้โดยมีเกษตรกรแกนนำให้ข้อคิดเห็น

2.2 กิจกรรมการออกแบบและพัฒนาสื่อและกิจกรรมของนิสิต

ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการทำงานอย่างมีส่วนร่วมของสามฝ่าย โดย (1) เกษตรกรจะมีบทบาทหลักในการให้ข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสื่อที่มีความจำเป็นและต้องการใช้ (2) นิสิตมีบทบาทหน้าที่หลัก คือ การรับฟังข้อมูลพร้อมวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่สื่อสารได้ง่ายและเหมาะสมกับสื่อ (3) นักวิจัยเป็นผู้จัดทำกระบวนการให้ทั้งสองฝ่ายได้มีการพูดคุย ปรึกษาหารือร่วมกันสร้างกิจกรรมให้ทั้งสองฝ่ายมีส่วนร่วมในการออกแบบ

สื่อและกิจกรรม เมื่อนิสิตได้นำเสนอรูปแบบสื่อและกิจกรรมรวมทั้งเนื้อหาที่จะบรรจุในสื่อในศูนย์เรียนรู้ให้แก่กลุ่มเกษตรกร รวมทั้งรับฟังข้อเสนอแนะจากกลุ่มเกษตรกร นิสิตนำโจทย์นั้นกลับมาพัฒนาเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้วิจัยและนำไปติดตั้งในศูนย์เรียนรู้

2.3 การประเมินผลสื่อและกิจกรรม (Post - test)

ผู้วิจัยดำเนินการประเมินผลสื่อและกิจกรรมในวันจัดเวทีคืนข้อมูลและเปิดศูนย์เรียนรู้ โดยประเมินภาพรวมด้านการสื่อสารของศูนย์ทั้งทักษะการสื่อสารของเกษตรกรรวมถึงสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ด้วย

3. การขยายองค์ความรู้เรื่องเกษตรชีวภาพไปสู่เยาวชนในท้องถิ่นผ่านการผลิตสื่อ

ผู้วิจัยได้จัดให้มีกิจกรรม “ค่ายเยาวชนอบรมเรื่องการผลิตสื่อและการเกษตรชีวภาพ” ให้แก่เยาวชนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-5 จำนวน 41 คนจากโรงเรียนวัดยายดาซึ่งเป็นโรงเรียนประถมศึกษาในชุมชน นักเรียนส่วนใหญ่เป็นบุตรหลานของเกษตรกรในพื้นที่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ศูนย์การเรียนรู้เกษตรชีวภาพจะอบรมให้มีความรู้ มีทัศนคติที่ดีต่อการทำเกษตรชีวภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมกับเยาวชนในการเข้ามาทดลองผลิตสื่อภายในศูนย์การเรียนรู้เกษตรชีวภาพแห่งนี้

จากการดำเนินกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่า การขยายองค์ความรู้เรื่องเกษตรชีวภาพไปสู่เยาวชนในท้องถิ่นเพื่อสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ในชุมชน นอกจากการสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ เรายังสร้างสื่อบุคคลที่เป็นนักสื่อสารการเกษตรรุ่นใหม่ เพราะการให้ความรู้เรื่องการเกษตรชีวภาพผ่านการผลิตสื่อ เป็นการเพิ่มสมรรถนะด้านการสื่อสาร (communication competency) โดยเพิ่มทักษะกระบวนการจัดการข่าวสารข้อมูลให้แก่กลุ่มเยาวชนที่ต้องมีทั้งการสื่อสารเข้าและการสื่อสารออก

การสื่อสารเข้าสำหรับกลุ่มเยาวชนได้มาจากการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ทั้งเรื่องการเกษตรชีวภาพและการทำ infographic จากวิทยากรที่เป็นเกษตรกรและวิทยากรที่มีความรู้เรื่อง infographic โดยการสื่อสารเข้าข้ามทั้งเชิงตั้งรับและเชิงรุก ถึงแม้ว่าในการจัดอบรมเป็นการสื่อสารเข้าในลักษณะตั้งรับ แต่ก็ยังเป็นขั้นตอนแรกของการติดตั้งทักษะการจัดการข่าวสารข้อมูลให้แก่กลุ่มเยาวชน (information management) เพราะวิธีการสื่อสารเข้า นอกจากกลยุทธ์การตั้งรับในลักษณะที่เป็นการจัดค่ายอบรมให้แก่เด็ก แต่ก็สามารถพัฒนาไปเป็นกลยุทธ์เชิงรุกได้แก่ การออกไปแสวงหาแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรชีวภาพ หรือ การมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่เกิดจากประสบการณ์โดยตรงที่เกิดจากการทบทวนขบคิด หรือการลงมือทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง เช่น การทดลองปฏิบัติเรียนรู้ด้วยตนเอง การรวมกลุ่มทำกิจกรรมแล้วสรุปบทเรียน เป็นต้น ในขณะที่การสื่อสารขาออกก็สามารถทำได้ในหลากหลายรูปแบบ อาจจะเป็นการนำข้อมูลไปถ่ายทอดแก่สมาชิกในครอบครัวในลักษณะที่เป็นการพูด (oral form) นอกเหนือจากการสื่อสารขาออกในลักษณะของการถ่ายทอดในรูปแบบ infographic ที่ได้รับการอบรมไปทั้งนี้ สื่อบุคคลที่จะมีประสิทธิภาพนั้น ควรจะต้องมีการสื่อสารเข้าที่มากกว่าหรืออย่างน้อยก็พอ ๆ กับการสื่อสารขาออก ทั้งนี้เพราะการสื่อสารเข้าเป็นหลักประกันเบื้องต้นของความสำเร็จของการสื่อสารขาออก (Kaewthep, 2008)

4. การจัดเวทีคืนข้อมูลและการเปิดศูนย์เรียนรู้

กิจกรรมสุดท้าย คือ การเปิดศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ซึ่งในวันดังกล่าว ผู้วิจัยดำเนินกิจกรรมพร้อมกัน 3 กิจกรรม ได้แก่ (4.1) การเปิดศูนย์เรียนรู้เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้เสียได้รับรู้ รับทราบและเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของศูนย์เรียนรู้ฯ (4.2) การจัดเวทีคืนข้อมูลเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้เสียได้รับรู้ รับทราบถึง

การดำเนินกิจกรรมในโครงการวิจัยและผลที่เกิดขึ้น และ (4.3) การประเมินผลสื่อและกิจกรรมภายหลังจากผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมพัฒนาทักษะการสื่อสารของเกษตรกรและพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้แล้ว (post-test)

ผู้วิจัยคืนข้อมูลโดยการนำเสนอกระบวนการพัฒนาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ที่เป็นการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจาก สกว. และการคืนข้อมูลโดยการให้กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้ชมผลงานที่เป็นสื่อต่าง ๆ อันเป็นผลผลิตจากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

อภิปรายผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ต.ตะพง อ.เมือง จ.ระยอง ผู้วิจัยร่วมกันวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัยซึ่งสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารให้แก่กลุ่มเกษตรกรให้เป็นนักสื่อสารท้องถิ่นที่สามารถนำเสนอเรื่องการทำเกษตรชีวภาพ

การพัฒนาทักษะการสื่อสารให้แก่เกษตรกรแกนนำที่เป็นวิทยากรในศูนย์ จะให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกเกษตรกรที่จะมาเป็นวิทยากรที่จะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ให้การรับรอง (endoser) ให้แก่การทำเกษตรแบบชีวภาพ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงและมีความมั่นใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการทำเกษตรชีวภาพ จนมาถึงขั้นที่จะเป็นผู้ส่งสารในระดับใช้ดีแล้วบอกต่อ (advocacy) ซึ่งคุณสมบัตินี้เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นที่จำเป็น (necessary factor) ของการคัดเลือกเกษตรกร เมื่อผ่านคุณสมบัติเบื้องต้นจึงจะนำมาพัฒนาเป็น “เกษตรกรวิทยากร” ที่จะต้องเพิ่มเติมทักษะการสื่อสารโดยใช้กลยุทธ์ ต่อไปนี้

1.1 กลยุทธ์ “การศึกษาดูงาน” เป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารภายในระยะเวลาอันสั้น หากแต่ต้องเป็นการศึกษาดูงานที่ผ่าน

กระบวนการวางแผน (by plan) และภายหลังจากการไปศึกษาดูงานต้องมีการมาประชุมร่วมกันสรุปผลในสิ่งที่ได้เรียนรู้และแนวทางการนำไปปรับประยุกต์ใช้

1.2 กลยุทธ์ “ภาพสะท้อน” (reflection) ซึ่งมี 2 รูปแบบ คือ เกษตรกรให้ภาพสะท้อนในกลุ่มกันเอง ซึ่งอาจจะทำภายหลังจากที่มีการศึกษาดูงานแล้ว ก็จัดให้มีการประชุมแล้วช่วยกันประเมินจุดเด่น จุดด้อยด้านการสื่อสาร เป็นการจัดการความรู้ (KM-Knowledge management) ที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จนสามารถนำไปสู่การพัฒนาทักษะการสื่อสารได้ ส่วนอีกแบบ คือ ให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนภายนอกที่มาศึกษาดูงานช่วยสะท้อนทักษะการสื่อสารในการทำหน้าที่เป็นวิทยากร และอาจจะนำเอาเสียงสะท้อนนั้นเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินทักษะการสื่อสารในกลุ่มเกษตรกรด้วยกันเองก็ได้

1.3 กลยุทธ์ กระจายอำนาจ (decentralization) โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม การสื่อสารที่เคยเป็นแนวดิ่ง (vertical) แบบจากบนลงล่างก็เป็นการสื่อสารในแนวราบ (horizontal) มากขึ้น จากการสื่อสารที่เน้นการรวมศูนย์ที่ผู้ใดผู้หนึ่งปรับเป็นการสื่อสารที่กระจายอำนาจให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร/ศูนย์รูปแบบการสื่อสารที่กระจายอำนาจเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของศูนย์ว่าเกี่ยวข้องกับใครบ้าง และต้องเชิญกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งนี้จะมองแต่ภาพรวมไม่ได้ ต้องพิจารณาไปถึงการดำเนินกิจกรรมในแต่ละครั้ง ที่จะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียว่าในแต่ละกิจกรรมจะเชิญใครเข้ามาร่วม ทำไม่ต้องเชิญมาเข้าร่วม เมื่อมาเข้าร่วมในกิจกรรมจะเข้าร่วมกิจกรรมในบทบาทอะไร

1.4 กลยุทธ์สมรรถนะการสื่อสารแบบหลายระดับ (multi-level of communication competency) เป็นการขยายการสื่อสารจากระดับปัจเจกเป็นการสื่อสารระดับกลุ่มเพราะการสื่อสาร

ในศูนย์เรียนรู้ไม่สามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารในระดับปัจเจกได้ หากแต่ต้องเป็นการสื่อสารในระดับกลุ่มหรือทีม ที่ผู้ส่งสารมีหลายคน เป็นทีมและสมาชิกในทีมทุกคนต้องทำงานร่วมกัน เรียงร้อยกันในแต่ละฐานเรียนรู้ เพื่อให้สามารถส่งมอบความรู้ (knowledge delivery) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องสื่อสารแบบ “พูดไปในทิศทางเดียวกัน” (single voice message)

2. แนวทางการพัฒนาสื่อและกิจกรรมรวมทั้งการพัฒนาศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพให้เป็นพื้นที่สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

เนื่องด้วยเนื้อหาด้านเกษตรมีทั้งแนวคิดและแนวทางปฏิบัติ ดังนั้น การใช้สื่อและกิจกรรมที่มีอยู่เดิม คือ การใช้สื่อที่เน้นสื่อบุคคล การสื่อสารจึงเป็นรูปแบบวาจา (oral form) ดังนั้น แนวทางการพัฒนาสื่อและกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารจึงควรมีกลยุทธ์ ดังนี้

2.1 การเพิ่มการสื่อสารในรูปแบบลายลักษณ์อักษร (written form) จากเดิมที่จะเน้นการใช้สื่อบุคคลที่สื่อสารด้วยวาจา ซึ่งมีข้อดี คือ ยืดหยุ่น และหากวิทยากรที่เป็นสื่อบุคคลมีความสามารถในการสื่อสารก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ แต่หากเกษตรกรที่เป็นสื่อบุคคลยังมีทักษะ ความสามารถในการสื่อสารน้อย ประสิทธิภาพในการสื่อสารก็จะน้อยตามไปด้วย นอกจากนี้ การที่เน้นให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล ก็จะไม่เอื้อต่อผู้ที่มาเยี่ยมชมที่จะเรียนรู้ข้อมูลด้วยตนเอง เพราะข้อมูลต่างๆ อยู่ในตัวบุคคล ดังนั้น การเพิ่มการสื่อสารด้วยรูปแบบลายลักษณ์อักษร เช่น การทำป้ายไวนิลให้ข้อมูล การทำโปสเตอร์ หรือแผ่นพับ ก็จะเป็นสื่อที่ช่วยเกษตรกรในการสื่อสารได้น่าสนใจและดึงดูดใจมากขึ้น รวมทั้งเอื้อสำหรับผู้มาศึกษาเยี่ยมชมที่จะสามารถศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองได้

2.2 การเน้นให้ความสำคัญกับสื่อสถิติเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาด้านการเกษตรมีทั้งด้านแนวคิดและด้านแนวทางการปฏิบัติ ดังนั้น การที่จะทำ

ผู้ที่มาศึกษาเรียนรู้เข้าใจเนื้อหาในส่วนปฏิบัติจึงต้องมีการสื่อสารแบบสาธิต เช่น การทำน้ำหมัก การขยายพันธุ์พืช การแปรรูปอาหาร การผลิตของใช้ในครัวเรือน เป็นต้น การสื่อสารแบบสาธิตเหมาะสมกับศูนย์เรียนรู้เพราะสื่อสารเป็นสื่อที่สามารถให้ข้อมูลแบบ “การลงมือทำ” (instruction) ได้ดีเป็นสื่อที่ผนวกกับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจได้ ทำให้ผู้มาเยี่ยมชมเห็นกระบวนการเป็นการสื่อสารสองทางที่เน้นการพูดคุย สนทนา ทำให้สามารถซักถามในข้อสงสัยเพิ่มเติม และจะทำให้ผู้มาเยี่ยมชมมองเห็นจุดร่วมและจุดต่าง เพื่อประโยชน์ในการนำเอาสิ่งที่สาธิตไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้ (Kaewthep, 2006)

2.3 กระบวนการออกแบบและผลิตสื่อในลักษณะสัมพันธบท (intertextuality) ในกระบวนการจะเริ่มจากการให้เกษตรกรให้ข้อมูลต่างๆ ในศูนย์เรียนรู้เพื่อนำมาออกแบบและผลิตสื่อโดย นพพร ประชากุล (Kaewthep, 2010) เป็นผู้เรียกตัวบทแรกว่า “ตัวบทต้นทาง” และเรียกตัวบทที่ถูกสร้างมาจากตัวบทแรกว่า “ตัวบทปลายทาง” ซึ่งตัวบทต้นทางจะอยู่ในรูปของวจนภาษาผ่านทางรูปแบบการพูดที่จะมีรายละเอียดเนื้อหาหมัก มีความยืดหยุ่น ขึ้นอยู่กับบริบท แต่เมื่อนำข้อมูลจากรูปแบบการพูดให้มาอยู่ในรูปแบบของลายลักษณ์อักษรไม่ว่าจะเป็นป้ายไว้นิลหรือภาพอินโฟกราฟฟิก สิ่งที่เกิดขึ้นจะมีหลายแบบ ดังนี้ (1) การขยายความหรือ extension เช่น การทำป้ายแนะนำพืชผักและผลไม้ และประโยชน์ของพืชผักผลไม้แต่ละชนิด (2) การตัดทอนหรือ reduction เช่น รายละเอียด คุณลักษณะหรือขั้นตอนการทำน้ำหมักชีวภาพ (3) การดัดแปลง (modification) โดยใช้สัญลักษณ์เป็นตัวสื่อความหมาย เช่น ป้ายแนะนำฐานเกษตรทฤษฎีใหม่ ที่นำเสนอภาพจำลองว่าฐานดังกล่าวมีทั้งโคก หนอง นา เป็นต้น ทั้งนี้ ในกระบวนการว่าควรขยายสิ่งใด ตัดทอนสิ่งใดหรือดัดแปลงสิ่งใดต้องเกิดจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยต้องให้เกษตรกรมีส่วนร่วมตามหลักการสิทธิ

ของชุมชน เพราะเกษตรกรในชุมชนคือผู้ที่มีส่วนได้เสียโดยตรงจากการแปลงสาร/แปลงสื่อในครั้งนี้

3. แนวทางในการสร้าง “เกษตรกร” รุ่นใหม่ (new sender)

เนื่องจากเกษตรกรที่ทำเกษตรแบบชีวภาพมีจำนวนน้อย และยังคงกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มเล็ก ๆ จึงทำให้ผู้ส่งสารด้านการเกษตรชีวภาพมีจำนวนน้อยไปด้วย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องขยายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเกษตรกรรายอื่น ๆ ในชุมชน กลยุทธ์ในการสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อที่จะเป็นการขยายผลการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ ได้แก่

3.1 การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่จากเยาวชนในท้องถิ่น

การขยายผลเรื่องเกษตรชีวภาพอีกกลยุทธ์หนึ่ง คือ การสื่อสารผ่านระบบโรงเรียนและผ่านเยาวชน ซึ่งเป็นลูกหลานของเกษตรกรในชุมชน หากจะมองตามแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่คำนึงว่าทุกคนในชุมชนควรจะต้องมีโอกาสในการมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อ (accessibility) หากมองว่าศูนย์เรียนรู้เป็นพื้นที่สื่อสารพื้นที่หนึ่ง กลุ่มเป้าหมายที่คนส่วนใหญ่มักจะมองข้าม คือ กลุ่มเยาวชน โดยเฉพาะหากเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกษตรด้วยแล้ว เยาวชนยิ่งเป็นกลุ่มที่จะถูกละเลยได้ง่าย ๆ ทั้ง ๆ ที่เรื่องการเกษตรเป็นเรื่องเกี่ยวกับปากท้องของคนทุกเพศ ทุกวัย และหากการทำการเกษตรทางเลือกมีลักษณะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มคนจำนวนน้อย ก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของการทำการเกษตรแบบชีวภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อศูนย์เรียนรู้ที่ต้องการที่จะเผยแพร่และขยายแนวคิดและแนวปฏิบัติเพื่อให้เพื่อนเกษตรกรในชุมชนเดียวกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ในกระบวนการสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นเยาวชนต้องเริ่มจากการสร้างความตระหนัก (awareness) ถึงทางเลือกในการทำการเกษตรที่มีใช้การทำการเกษตรแบบใช้สารเคมีเพียงอย่างเดียว ก่อนที่จะไปสู่ขั้นที่สองคือการให้ความรู้ (knowledge) ซึ่งความรู้ที่จำเป็น

ต้องมี คือความรู้ด้านเนื้อหาและความรู้ที่เป็นการปฏิบัติ
ขั้นที่สาม คือ ขั้นการสร้างทัศนคติ (attitude) เชิงบวก
ต่อการทำเกษตรกรรมโดยเฉพาะการทำการเกษตร
แบบชีวภาพที่เน้นการพึ่งตนเอง ขั้นที่สี่ คือ ขั้นทดลองทำ
(try) และขั้นที่ห้าคือ การทำเป็นประจำ (habit) ซึ่งในการ
จัดค่ายเยาวชนอบรมเรื่องการผลิตสื่อและการทำเกษตร
แบบชีวภาพ ทีมเกษตรกรแกนนำและนักวิจัยออกแบบ
กิจกรรมเพื่อที่จะให้เยาวชนในห้องถิ่นที่เป็นลูกหลาน
เกษตรกรในชุมชนได้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสี่ระดับ คือ
ขั้นความตระหนัก ความรู้ ทัศนคติและการทดลองทำ
ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกทำการเกษตรสืบต่อกันจากรุ่นสู่
รุ่นที่จะทำการเกษตรแบบชีวภาพมากขึ้น

3.2 การมองเยาวชนในฐานะ “สื่อบุคคล”

เยาวชนยังนับเป็น “สื่อบุคคล” ที่สำคัญที่จะ
นำข้อมูลเกี่ยวกับการทำการเกษตรแบบชีวภาพที่เน้น
การพึ่งพาตนเองไปบอกต่อบุคคลในครอบครัว อย่างน้อย
บุคคลในครอบครัวย่อมเกิดความตระหนัก รับรู้
รับทราบถึงการมีอยู่ของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ
ศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพก็จะเป็นแหล่งข้อมูลด้าน
การเกษตรชีวภาพที่สำคัญในชุมชนที่เปิดโอกาสให้คน
ในชุมชนที่สนใจในเรื่องการเกษตรชีวภาพก็สามารถ
เข้ามาศึกษาเรียนรู้ได้ หากพิจารณาเยาวชนในฐานะ
ที่เป็นสื่อบุคคลแล้ว คุณลักษณะหนึ่งที่เป็นข้อดีที่สำคัญ
ของการพัฒนาสื่อบุคคลที่เป็นเยาวชน คือ เยาวชน
จะเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารในการสื่อสารเกษตร
ชีวภาพ การไหลของข่าวสารมีแบบรอบทิศทาง คือ
ไหลจากเกษตรกรแกนนำไปสู่เยาวชน (จากบนลงล่าง) และ
การไหลในกลุ่มเยาวชนด้วยกันเอง (การไหลแนวนอน)
และการไหลข่าวสารการเกษตรจากเยาวชนไปสู่พ่อแม่
(จากล่างขึ้นบน) นอกจากนี้ เยาวชนยังเป็นสื่อบุคคล
ที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ และศักยภาพในฐานะมนุษย์
ก็ทำให้สามารถพัฒนาได้อย่างแทบไม่รู้จบ (Kaewthep,
2006)

4. แนวทางการประกอบสร้างและสื่อสาร
ความหมายที่หลากหลายของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ

เกษตรกรจะสามารถประกอบสร้างและ
สื่อสารความหมายที่หลากหลายได้จะต้องมีทุนที่ดี
มีกระบวนการบริหารจัดการข้อมูล (information
management) มีสมรรถนะทางการสื่อสารสูง
(communication competency) ด้วยมีการสื่อสาร
ซ้ำเข้ามา จึงทำให้การสื่อสารซ้ำออกมามีมากจึงจะ
สามารถประกอบสร้างความหมายและจับคู่ความหมาย
(matching meaning) ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้
ในกระบวนการเสริมสร้างและพัฒนาสมรรถนะทางการ
สื่อสารให้แก่กลุ่มเกษตรกรเป็นการเพิ่มการสื่อสารซ้ำเข้า
จึงทำให้ส่งผลต่อการสื่อสารซ้ำออกที่เกษตรกรแกนนำ
สามารถยกระดับความสามารถในการประกอบสร้างและ
สื่อสารความหมายที่หลากหลายของเกษตรชีวภาพได้
การดำรงอยู่ของศูนย์เรียนรู้ กลุ่มเกษตรกรต้องมีการ
ประกอบสร้างและสื่อสารความหมายที่หลากหลาย
เพื่อประโยชน์ในหลากหลายมิติ ความหมายของเกษตร
ชีวภาพและศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพจึงเป็นความหมาย
ที่ยืดหยุ่น (flexible) มีลักษณะเป็นบทเปิด (open text)
ที่ความหมายไม่ได้นิ่งตายตัว สามารถลื่นไหลไปได้
ตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ในขณะเดียวกัน ความหมายของการทำเกษตร
ชีวภาพที่หลากหลายยังได้ผนวกรวม (inclusion)
เอาความหมายอื่น ๆ รวมไว้ที่ศูนย์นี้ด้วย เช่นการทำ
การเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวทางของพระบาทสมเด็จพระ
เจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อาหารพื้นบ้าน การแปรรูป
อาหารและการพัฒนาอาชีพ

กลยุทธ์ในการประกอบสร้างความหมาย
ดังกล่าว คือ การพยายามรวมความหมายที่หลากหลาย
ไว้ที่ศูนย์เรียนรู้ ซึ่งกลยุทธ์นี้มีความสำคัญต่อการ
ดำรงอยู่ของศูนย์เรียนรู้โดยเฉพาะศูนย์เรียนรู้ที่ชุมชน

เป็นเจ้าของ ต้องมีลักษณะแบบบูรณาการ เป็นบทเปิด สามารถเปิดรับ หรือ เชื่อมต่อกับองค์กรหรือปัจจัยภายนอกที่มาสนับสนุนโดยอาศัยทุนความรู้ ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคมและทุนวัฒนธรรม ไปแปลง/ต่อยอดไปได้ อย่างยั่งยืน

ในขณะเดียวกัน ศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ก็ได้ถูกประกอบสร้างและสื่อสารความหมายในฐานะพื้นที่สาธารณะในชุมชนหรือพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคม ที่ครบทั้งมิติการเมือง มิติเศรษฐกิจ มิติสังคมและมิติทางวัฒนธรรม เพราะศูนย์เรียนรู้ไม่ได้มีบทบาทตามความหมายโดยตรง คือ การส่งมอบความรู้ (knowledge delivery) หากแต่ยังส่งมอบประสบการณ์ อารมณ์ ความรู้สึก หัตถ์คิด ฯลฯ นอกจากนี้ ศูนย์เรียนรู้ยังเป็นพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ ตัวตนและจุดยืนในการทำเกษตรชีวภาพ แสดงอัตลักษณ์และอำนาจของชุมชน

หากมองศูนย์เรียนรู้เป็นพื้นที่สื่อสารของชุมชนแล้ว การจะทำให้เป็นพื้นที่สื่อสารของชุมชนก็ต้องคำนึงถึงเรื่องการมีส่วนร่วม (participation) การเข้าถึง (accessibility) และการบริหารจัดการด้วยตนเอง (self - management) ตามแนวคิดของ Rennie (Kaewthep, 2008) บทบาทหน้าที่สำคัญของศูนย์เรียนรู้ในฐานะพื้นที่สื่อสารของชุมชน นั่นคือการเป็นเวที/ พื้นที่สาธารณะ (platform) สำหรับไม่ใช่เพียงแค่จะส่งมอบความรู้ (knowledge delivery) หากแต่ยังเป็นพื้นที่ในการแสดงทัศนะ แสดงตัวตน แสดงอารมณ์ความรู้สึก แสดงการกระทำของคนในชุมชน ศูนย์เรียนรู้ต้องขยายบทบาทมากกว่าแค่การทำหน้าที่ส่งต่อความรู้ถึงแม้ว่าจะเป็นความรู้ที่เกิดจากภายใน (indigenous knowledge) กลุ่มเป้าหมายอื่น หากแต่การดำเนินกิจกรรมของศูนย์ต้องคำนึงถึงปัจจัยสามประการดังที่กล่าวมา มิฉะนั้น แม้ว่าศูนย์เรียนรู้จะตั้งอยู่ในชุมชนแต่ก็คงไม่อาจเรียกว่าเป็นพื้นที่สื่อสารของชุมชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ศูนย์เรียนรู้ชุมชนมีความสำคัญต่อการเรียนรู้ของชุมชน และเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งการเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-learning) และการเรียนรู้ตลอดชีวิต (life - long learning) แต่ถึงแม้ว่าความรู้ต่าง ๆ ที่เผยแพร่เป็นความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน (indigenous knowledge) แต่การที่จะถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางขึ้น จนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้อันจะทำให้เกิดการพัฒนาค่อยอดองค์ความรู้ต่อไปไม่รู้จบ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในกระบวนการดังกล่าว ดังนั้น หน่วยงานของรัฐควรต้องมีบทบาทในฐานะผู้สนับสนุน (facilitator) ในการที่จะพัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสารให้แก่ชุมชน ซึ่งในการพัฒนาสมรรถนะนั้น จะต้องคำนึงถึงกลยุทธ์การสื่อสารเข้า เช่น การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การจัดอบรม การศึกษาดูงาน เพราะหากมีกลยุทธ์การสื่อสารเข้า ที่มีปริมาณและคุณภาพมากพอ กลยุทธ์การสื่อสารออกก็จะมีคุณภาพด้วยเช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนั้นก็จะส่งผลให้ศูนย์เรียนรู้สามารถมีบทบาททั้งในการถ่ายทอดความรู้และการมีบทบาทในฐานะที่เป็นพื้นที่สื่อสารที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน

2. ศูนย์เรียนรู้ชุมชนที่ก่อตั้งและดำเนินการโดยคนในชุมชน ดังนั้น การบริหารจัดการของศูนย์จะต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการที่หลากหลายรูปแบบและหลากหลายขั้นตอน เช่น ชีวภาพ แผน ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ ขั้นตอนประเมินผล หรืออาจจะมีส่วนร่วมในการรับรู้ รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้ ทำให้ศูนย์เรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของชุมชนและชุมชนก็เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์เรียนรู้ หากเป็นเช่นนั้น ชุมชนก็จะเกิดความรักและความหวงแหน ศูนย์เรียนรู้ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของศูนย์เรียนรู้

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยพัฒนาระบบการสื่อสารของศูนย์เรียนรู้เกษตรชีวภาพ ต.ตะพง อ.เมือง จ.ระยอง ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ปี 2559

REFERENCES

- Intaratat, K. et al. (2004). **Communication model and strategy for participatory development between community and The Service and Technology Transfer Center.** Bangkok: The Thailand Research Fund. (in Thai)
- Kaewthep, K. (2006). **Personal media and communication network.** Bangkok: The Thailand Research Fund. (in Thai)
- Kaewthep, K. et al. (2008). **Knowledge management about community communication.** Bangkok: Phabpim.(in Thai)
- Kaewthep, K. (2010). **The new paradigm of communication studies.** Bangkok: Phabpim. (in Thai)
- Namuang, P. (2010). **The success of the bio-agriculturists group of Don Ping Dad T. BangKhunSaiA.** Master Program in Public Administration, The College of Local Government, KhonKaen University. (in Thai)
- Phokaew, M. et al. (2006). **The wisdom collecting project of bio-agriculture in T. Tapong A. Muang Rayong province.** Bangkok: The Thailand Research Fund. (in Thai)