

รูปแบบการมีส่วนร่วมเพื่อการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน

วันที่รับบทความ: 26 ตุลาคม 2563

วันแก้ไขบทความ: 7 ธันวาคม 2563

วันตอบรับบทความ: 23 ธันวาคม 2563

พรรณณี พิมาพันธุ์ศรี*

บทคัดย่อ

การพัฒนาชุมชนให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนด้วยคุณค่า เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศให้มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยมีบริบท และความเป็นเอกลักษณ์ จากธรรมชาติ ศิลปะ และวัฒนธรรม ของแต่ละชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของชุมชนจึงเป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแท้จริงตามแนวความคิดและหลักการของการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำมาใช้ในการเรียนรู้ สนับสนุนและส่งเสริมให้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความยั่งยืนของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางให้เกิดการมีส่วนร่วม และการประสานการทำงานร่วมกันของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการของชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลปหัตถกรรมที่หลากหลาย

วิธีการดำเนินการและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้การจัดระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) เพื่อหาวิถีดั้งเดิมชุมชนเพื่อเชื่อมโยงสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีรากมาจาก วิถีชีวิต ศิลปะ และธรรมชาติ ของชุมชน เพื่อการสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ และเพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชน

จากการทดลองวิจัยครั้งนี้พบว่า กระบวนการสืบค้นข้อมูลโดยการลงพื้นที่ และการทำค่ายร่วมกันช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่านักออกแบบรุ่นใหม่ นักออกแบบอาชีพในสายงานต่าง ๆ ให้สามารถนำเอาของดีของเด่นของ และเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียงมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่า งานหัตถกรรมได้อย่างลึกซึ้ง จากการเปิดรับกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outsider) มาร่วมกันทำงานในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ ไม่ต้องดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา เพราะแต่ละกลุ่มมีศักยภาพและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไปแต่สามารถสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม ชุมชน การสร้างคุณค่า

*Corresponding author e-mail: punnee@go.buu.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและสารสนเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา



Collaborative model for community wisdom value-creation innovative process

Received: 26 October 2020

Revised: 7 December 2020

Accepted: 23 December 2020

Punnee Pimapunsri*

Abstract

Community development in order to drive community economy is a part country's economic sustainability. Thailand has its context and uniqueness from nature, arts and culture from which each community can generate their own income. Participation of members in the community means actual collaboration among members to develop the community, according to the concept and principle of community development. This aims for community learning, support and encourage the process of efficient mutual learning within the community and economic sustainability of the community. This research proposes guidelines for participation and coordination among community members and stakeholders in order to add value to products and services representing Thai tourism, Thai identity and various artistic local wisdoms of each community.

Data from focus group and participation observation was collected. The objective was to discover traditional way of life of the community and use it to create products that are rooted from traditional way of life, arts and nature of the community. This is in order to detect special and unique products of each community and to acquire the optimal way of cooperation among the members of the community.

The study showed that designing added value products representing value of the community required not only special and unique products of each community, but also stories of the community. Field studies, interviews and focus group interviews allowed interactions and inspiration to create new products among members of the community, young designers, professional designers from various fields. The research outcome indicated that allowing outsiders to work together will create the shared value. In other words, it is not necessary to perform the same work or work together in every process. Each stakeholder has different capabilities and limitations that can complement each other in creating shared value.

Keywords: Participation, Community, Value creation

* Corresponding author e-mail: punnee@go.buu.ac.th

Associate Professor, Department of Business and Information Management, Faculty of Management and Tourism, Burapha University

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างความเข้มแข็งและลดความอ่อนไหวตามภาวะเศรษฐกิจโลกจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นและเร่งด่วน เนื่องจากหลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจจาก “เศรษฐกิจฐานการผลิต” (Production-based Economy) ไปสู่ “เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า” (Value-driven Economy) (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557) เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถเติบโตในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ประเทศไทยได้พยายามปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่แนวคิดดังกล่าว โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม รวมทั้ง เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ จะนำประเทศไทยไปสู่การเป็น “ไทยแลนด์ 4.0”

การพัฒนาชุมชนให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนด้วยคุณค่า เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศให้มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ด้วยประเทศไทยมีบริบท และความเป็นเอกลักษณ์ จากธรรมชาติ ศิลปะ และวัฒนธรรม ของแต่ละชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่แต่ละชุมชนได้ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของคนชุมชนจึงเป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแท้จริงตามแนวความคิดและหลักการของการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำมาใช้ในการเรียนรู้ สนับสนุนและส่งเสริมให้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความยั่งยืนของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

งานวิจัยนี้มีจะเป็นแนวทางให้เกิดการมีส่วนร่วม และการประสานการทำงานร่วมกันของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทย และภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบความร่วมมือเพื่อการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยชุดนี้ได้เปิดมิติความหมายของคำว่า “ชุมชน” ในมุมกว้าง เพื่อให้ครอบคลุมชุมชนทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีไทย โดยความหมายของชุมชนได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

(1) ชุมชนตามความหมายเชิงพื้นที่ (Area-based) ทั้งที่เป็นชุมชนในเมือง ชนบท หรือในบริบทต่าง ๆ ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่มีถิ่นพำนักอาศัยในบริเวณเดียวกันหรือมีลักษณะคล้ายกัน (Nuntaboot, 2009)

(2) ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์คล้ายคลึงกัน (Identity-based) เช่น เชื้อชาติ ภาษาที่ใช้ ชาติพันธุ์ เผ่าพันธุ์ ศาสนาและความเชื่อ เพศวิถี อายุ การใช้ชีวิต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Diversity Inclusion ของประชาคมโลก (วิไลวรรณ ทวีศรี, 2560)

(3) ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน (Self-interest) หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ในวิชาชีพ องค์กร หรือแวดวงเดียวกัน (ไพรัตน์ เตชะรินทร์, 2524)

(4) ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่ใช้วิธีการปฏิสัมพันธ์ (Mode of Interaction) (Nelson, Ramsey & Verner, 1960) เช่น ชุมชนออนไลน์

James & Zagefka (2017) ได้สรุปว่า “ชุมชน” สามารถใช้ได้กับรูปแบบของการรวมกลุ่มกันของมนุษย์ (Form of human grouping) ซึ่งมีความหลากหลายตามบริบทต่าง ๆ ของโลก ในเชิงลึกการระบุลักษณะความสัมพันธ์ของมนุษย์ในชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

(1) Grounded community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นสถานที่ (place) หรือบุคคล (people) อย่างเฉพาะเจาะจงในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างบุคคล ซึ่งจัดเป็นประเภทที่มีขอบเขตอย่างชัดเจน ทั้งในเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม

(2) Lifestyle community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นลักษณะเฉพาะเจาะจง (particularities) ของสถานที่หรือบุคคล เช่น ความเชื่อมโยงของความเชื่อและกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ใช้ในการปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มบุคคลตกลงกันในการใช้ชีวิต (Moral-framed) ความเชื่อมโยงของแนวโน้มความสนใจหรือสุนทรีย์ (Interest-based) เป็นต้น

(3) Projected community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการตระหนักรู้ในตัวตนซึ่งก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ถูกสร้างขึ้น (created entity) ซึ่งสามารถเกิดได้จากความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยไม่ผูกติดกับสถานที่และบุคคล ชุมชนที่มีลักษณะความสัมพันธ์นี้ครอบคลุมถึง กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มคนหัวรุนแรง กลุ่มคนยุคใหม่ เป็นต้น

การมีส่วนร่วม

นักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้หลากหลาย ดังนี้

United Nations (1981) การมีส่วนร่วมคือการเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้น เพื่อการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และปฏิบัติตามแผนการด้วยความเต็มใจ

สัญญา เคนาภูมิ (2551) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมว่าเป็นการที่สมาชิกมีโอกาสร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติการ ร่วมติดตามและประเมินผล ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้เป็นความสมัครใจ พึงพอใจ และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

รูปแบบการมีส่วนร่วม

ลักษณะของการมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท เฉลียว บุรีภักดี และคนอื่น ๆ (2545) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) การมีส่วนร่วมแบบชายขอบ (Marginal Participation) หมายถึงการมีส่วนร่วมที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันคือ ฝ่ายหนึ่งรู้สึกด้อยอำนาจกว่า ไม่ว่าจะ เป็นในมุมทรัพยากรหรือความรู้ 2) การมีส่วนร่วมแบบบางส่วน (Partial Participation) หมายถึงการมีส่วนร่วมจากการกำหนดของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โดยไม่ได้รับฟังความต้องการจากอีกฝ่าย ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นเพียงการที่ฝ่ายหนึ่งร่วมแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมในบางส่วนเท่านั้น 3) การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์ (Full Participation) หมายถึงการที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนอย่างเท่าเทียม เป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และสามารถนำมาใช้ในการเรียนรู้ สนับสนุน และส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต่อมาในปี 2553 เมตต์ เมตต์การุณจิต (2553) ได้สรุปการมีส่วนร่วมเป็น 2 ประเภทคือการมีส่วนร่วมโดยตรง และการมีส่วนร่วมโดยอ้อม

ชาติชาย ณ เชียงใหม่ (2533) ได้กล่าวถึงมิติของการมีส่วนร่วมไว้ 4 รูปแบบคือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือการร่วมกันคิด ค้นหา และกำหนดรายละเอียดในการดำเนินการ 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการในโครงการ หมายถึงการเข้ามีส่วนร่วมดำเนินโครงการ โดยอาจเป็นการสับทบทค่าใช้จ่าย การให้ข้อมูล หรือการเข้าเป็นกรรมการบริหารโครงการ 3) การมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา เช่น การพัฒนารายได้ การรับรู้ ตลอดจนการได้รับการช่วยเหลือ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินโครงการ

ซึ่งจากแนวคิดข้างต้นสามารถเห็นข้อสรุปที่สอดคล้องกับ Cohen & Uphoff (1981) ที่นำเสนอแนวคิดของลักษณะการมีส่วนร่วมที่แบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ 1) มีส่วนร่วมในกิจกรรมใด 2) ใครมีส่วนร่วม และ 3) มีส่วนร่วมอย่างไร การจัดการอย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชนและเพื่อชุมชน เป็นการค้นหารูปแบบและกระบวนการ การจัดการที่มุ่งเน้นการรับฟัง ร่วมคิด ร่วมวางแผนร่วมกำหนดทิศทาง และกำหนดอนาคตที่ชุมชนปรารถนาจะเห็นบนความเข้าใจที่มีในเรื่องนั้น ๆ การมีส่วนร่วมที่แท้จริง จึงมีแนวคิดเรื่องการออกเสียง (Voice heard) ซึ่งให้การวิเคราะห์โครงสร้างการมีส่วนร่วม เข้าใจบริบท และบทบาทที่แตกต่างเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เห็นผลสัมฤทธิ์มากขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการทดลองทำ (Experiment) ที่ใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลัก เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการค้นหากระบวนการ (Process) การมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากหลากหลายมิติ โดยมิได้ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือความเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Representatives of the Population) ที่จะศึกษาแต่อย่างไร โดยธรรมชาติของการศึกษาเชิงคุณภาพมุ่งหวังที่เนื้อหาเป็นสำคัญ ดังนั้นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นการกำหนดตามความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาและความเป็นผู้รู้ในเรื่องที่กำหนด วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเจตนาในการเลือกตัวอย่างไว้อย่างเฉพาะเจาะจง ในกรณีนี้คือ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรื่องอาหาร เรื่องการท่องเที่ยว เรื่องงานออกแบบและงานศิลปะท้องถิ่น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยมีมิติครอบคลุมเพื่อให้เป็นผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ดังต่อไปนี้

1) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่ที่สามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน

2) คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่รวมตัวกันอย่างมีโครงสร้างการทำงานชัดเจน ในกรณีนี้คือ Young Entrepreneur Club (YEC) สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่ ที่มีกระจายอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย

3) นักออกแบบรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design (Communication Art)

4) นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น ผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน

พื้นที่ที่จะใช้เพื่อการศึกษาพิจารณาเลือกจากพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา และเกณฑ์ที่จำเป็นที่สุดในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ จึงได้เลือกทำการวิจัยที่ชุมชน 2 แห่งในจังหวัดบุรีรัมย์ คือ ชุมชนบ้านเจริญสุข และ ชุมชนบ้านสนวนนอก

เครื่องมือวิจัย

โครงการวิจัยนี้ดำเนินการทดลองทำโดยออกแบบงานวิจัยด้วยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อความเข้าใจเชิงลึกในการค้นหารูปแบบหรือแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ในสาขางานศิลปะที่หลากหลาย ทั้งนี้ จะใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งจะเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เพื่อค้นหาคำตอบร่วมกัน มุ่งให้ได้รับข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิดและเข้าใจถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จากการเข้าไปสัมผัสกับข้อมูลหรือปรากฏการณ์โดยตรง โดยมีการใช้เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย การจัดระดมความคิดเห็น (Focus Group) สัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) เพื่อหาวิถีดั้งเดิมชุมชนเพื่อนำมาเชื่อมโยงสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีรากมาจาก วิถีชีวิต ศิลปะ และธรรมชาติ ของชุมชน เพื่อการสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ และเพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชน โดยใช้เทคนิคที่เป็นความเชี่ยวชาญจากตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งอยู่บนกรอบแนวคิดของภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อใช้ในจัดค่ายเชิงปฏิบัติการ

การสังเกตระหว่างการระดมความคิดเห็น คือ การสังเกตชนิดที่ผู้สังเกตเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ถูกศึกษา มีการร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การสังเกต การซักถาม และการจดบันทึก (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาข้อมูลที่ได้รับจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ใช้ร่วมสรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ในกรณีนี้เป็นการสังเกตพลวัตของการระดมความคิดเห็น พฤติกรรมและรูปแบบการระดมความคิดเห็นที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ร่วมคิด ร่วมวางแผนได้อย่างครบถ้วน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยการกำหนดโจทย์ให้ผู้ร่วมทดลอง เพื่อร่วมออกแบบผล การสร้างสรรค์ ที่พัฒนามาจากของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ ได้แก่ เสื้อผ้าไทยยี่ห้อ PUKA ซึ่งได้แรงบันดาลใจจาก ผ้าภูอัคนีของบุรีรัมย์ ซึ่งได้ถูกนำไปต่อยอดสู่ตลาดในยี่ห้อ POUKA โดยนักออกแบบของ Voraraj Bangkok หนึ่งในนักออกแบบผู้ร่วมในกระบวนการวิจัย ซึ่งต่อมาได้ออกแบบเสื้อผ้าตามแบบ Prototype ที่ได้สร้างในกระบวนการวิจัย และนำผ้าภูอัคนีของชุมชนบ้านสนวนนอกไปตัดเย็บ และขายได้จริงหลังจากการเข้าร่วมการทดลอง นอกจากนี้ยังได้มีการติดต่อกับกลุ่มทอผ้าชุมชนบ้านเจริญสุข เพื่อให้ชุมชนผลิตก็ทอผ้าที่สามารถทอผ้าหน้ากว้างขึ้นจากที่เคยทำมาเพื่อสามารถนำไปตัดเย็บเพื่อการพาณิชย์ได้ เป็นการต่อยอด Brand POUKA เพื่อทำ Collection Fall 2018-19 "From mountain to millennial" เพื่อส่งออกสู่ตลาด

จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการทดลองวิจัยครั้งนี้พบว่า นอกจากจะนำเอาของดีของเด่นของชุมชนมาใช้ ยังนำเอาเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียงมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่า งานหัตถกรรมได้อย่างลึกซึ้ง นักออกแบบสามารถทดลองลงมือออกแบบทำผลงานต้นแบบ (Prototype) ที่ครอบคลุมในทุก ๆ มิติ ได้แก่ เรื่องเล่า (Stories) อรรถรส (Sense) และลีลา (Sophistication) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชุมชนชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการสืบค้นโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม ยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่านักออกแบบรุ่นใหม่ นักออกแบบอาชีพในสายงานต่าง ๆ รวมถึงคนในชุมชนได้อีกด้วย ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่หรือคนภายนอก หากเข้ามามีส่วนในกระบวนการสืบค้นในพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) ล้วนทำให้การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะได้อีกด้วย

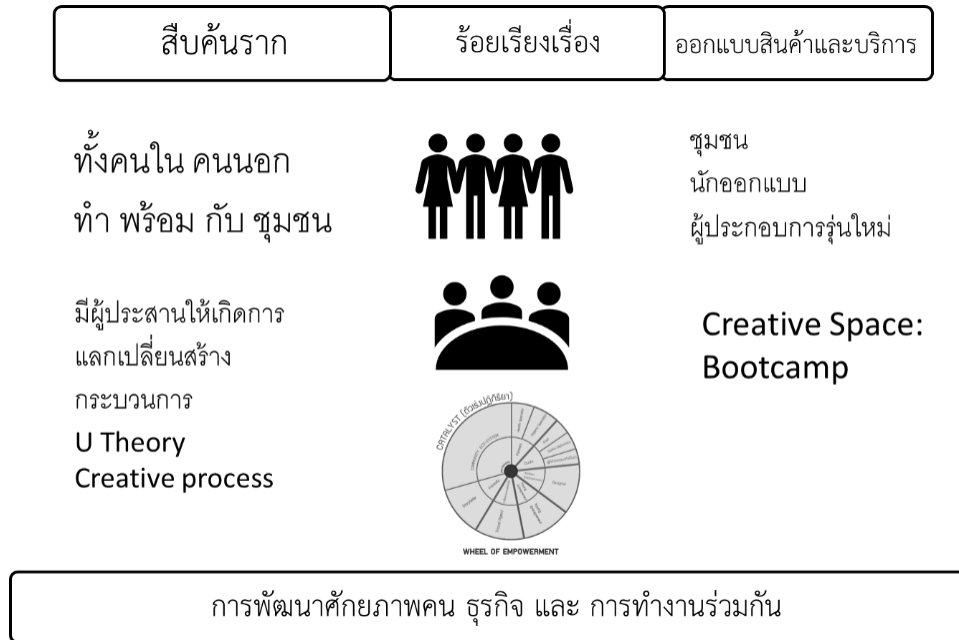
คนในชุมชนให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาเองในชุมชนเมื่อถึงจุดหนึ่งก็ไม่สามารถพัฒนาต่อได้ ด้วยสาเหตุที่ว่าความรู้ของคนในชุมชนไม่มีเพียงพอ ดังนั้นเมื่อมีการนำผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาเป็นพลังเสริมก่อให้เกิดการขยายผลต่อ ทำให้คนในชุมชนได้เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ และเข้าใจวิธีการต่อยอดงานที่ทำไว้ ก่อนหน้าตนก็ไม่ทราบถึงวิธีการร่วมมือทำงานกับคนนอก แต่ตอนนี้เข้าใจว่าสามารถทำงานร่วมกันได้ โดยที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้ข้อมูลว่า ที่ผ่านมามีความรู้ถึงผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ก็ได้แต่มองจากมุมผู้ใช้สินค้า หรือรับสินค้าไปจำหน่ายต่อ ไม่เคยนึกถึงแนวความคิดในการนำผลิตภัณฑ์นั้นออกจากชุมชนไปต่อยอดให้เป็นที่ยอมรับของตลาดในยุคปัจจุบัน ด้วยการเข้าถึงชุมชนและการได้รับความร่วมมือจากชุมชน และการประสานงาน ถือว่าเป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพิกเฉยต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนหลังจากเข้าร่วมโครงการทำให้ทราบถึงแนวทางและวิธีการในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนไปพัฒนาต่อยอด เพื่อการเพิ่มมูลค่าโดยที่ประโยชน์ตกอยู่กับทั้งชุมชนและผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการมืออาชีพให้ความเห็นว่า ชุมชนเต็มไปด้วยของดีของเด่นที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ หากแต่ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ และความเข้าถึงของดีของเด่นเหล่านั้นได้ลึกซึ้งพอ ดังนั้นการมีส่วนร่วมให้การออกแบบของคนในชุมชน จึงทำให้กระบวนการง่ายขึ้น

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในการค้นหากระบวนการ (Process) พบว่ากระบวนการที่จะทำให้เกิดการวางรากฐานในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าได้ต่อไป จากข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ สรุปเป็นภาพรวม ได้ดังนี้



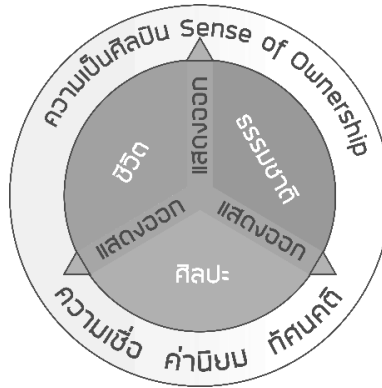
ภาพที่ 1 กระบวนการการพัฒนาสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่า

กระบวนการทฤษฎี ยู (Scharmer, 2007) ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลอย่างไม่ปิดกั้น ไม่ดาวน์สรุปหรือตัดสิน เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น เข้าใจระบบมากขึ้น มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สิ่งดี ๆ ร่วมกันเพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงแก้ไขปัญหาในระบบ จะต้องเริ่มต้นด้วยการเปิดกว้างทั้งกรอบข้อมูลอ้างอิงเดิม (Open Mind) มีความกล้าหาญทางจิตใจ เปิดหัวใจ (Open Heart) โดยมิได้ยึดติดกับเหตุผลและมุ่งมั่นด้วยเจตจำนงอันแน่วแน่ (Open Will) ที่จะสรรสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น และจาก 3 กระบวนการแห่งการเรียนรู้ Scharmer ได้สรุปนำเสนอขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดการร่วมสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ 7 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 1) ฟัง รับรู้ อย่างไม่ปิดกั้น ไม่ตัดสิน (Holding the Space & Downloading)
- 2) ฝ้าสังเกต สิ่งรอบข้างความเป็นไป (Observing)
- 3) รับรู้ความเชื่อมโยงของสิ่งต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง จากความรู้สึกละทิ้งอัตโนมัติ (Sensing)
- 4) รับรู้ ตัวตน อย่างตื่นรู้ (Presencing)
- 5) เลือกรสรความคิดใหม่ สิ่งใหม่ ๆ (Crystalizing)
- 6) ออกแบบ สร้างต้นแบบเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Prototyping)

โดยในการดำเนินการนี้ ออกแบบจัดทำเป็น ค่าสร้างสรรค์ (Creative Bootcamp) ในพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนได้อย่างดีที่สุด

ข้อค้นพบเชิงกระบวนการที่ได้ทดลองทำในทั้งสองโครงการย่อย สรุปได้จากแผนงานวิจัยเป็นแนวคิดสำคัญได้ดังนี้ จากแกน 3 เสา พบปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่า คือ การส่งเสริมให้เกิดศิลปินท้องถิ่นที่มีการแสดงออก (Expression) อย่างมีสุนทรียศิลป์



ภาพที่ 2 ข้อค้นพบแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

ในการศึกษาพบว่าสามารถนำแนวทางการสืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบนี้ไปประยุกต์ใช้กับ กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่และกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวทรัพยากรชุมชน วัตถุดิบ อาหาร และงานออกแบบแฟชั่นออกมาเป็นการออกแบบจากฐานรากได้เป็นรูปธรรมนำไปสู่โอกาสทางการสร้างสรรค์ธุรกิจได้ ข้อค้นพบในการวิจัยทำให้มีการต่อยอดแนวทางในการสืบค้นนี้ จากเดิมที่มีการมุ่งเน้นไปที่กรอบการสืบค้น 3 ด้าน คือ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ ในการดำเนินงานพบว่า หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าต้องสร้างบุคลากรที่มีความเป็นศิลปิน มีสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) สามารถเห็นคุณค่าจากสิ่งที่เห็นและเป็นอยู่ เพื่อให้เกิดความเป็นเจ้าของ (Sense of ownership) แล้วนำมาร้อยเรียงให้เป็นงานเชิงคุณค่าให้ได้ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้แนวทางเพิ่มเติมต่อยอดจากโครงการที่แล้ว โดยให้ความสำคัญกับการแสดงออกของศิลปะแขนงต่าง ๆ ซึ่ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้าง “ศิลปินท้องถิ่น” (Local artisans) โดยสามารถให้คำจำกัดความได้ว่า คือผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนผ่านการบอกเล่าหรือแสดงออกความเป็นชุมชนผ่านศิลปะรูปแบบต่าง ๆ (Art Expression) เช่น การแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การตกแต่งสำหรับอาหาร ซึ่งการนำเสนอเหล่านี้อาจแสดงออกมาโดยที่คน ๆ นั้นรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ และมีโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพนี้ต่อไป

การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าจำเป็นต้องมีแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ที่ผ่านมาชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมักประสบปัญหาในการขาดการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนาอย่างแท้จริง เนื่องจากมักทำตามแนวทางอันเป็นสูตรสำเร็จ โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมและความต้องการของพื้นที่และทำตามกระแส ทำให้ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สินค้ามีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ ไม่มีการควบคุมมาตรฐานต่อเนื่อง ขาดตลาดในการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน เป็นการทำให้ ชุมชนและเมื่อพยายามให้ชุมชนได้เป็นผู้ดำเนินการเอง ทำ โดย ชุมชน ก็พบข้อจำกัดในทักษะด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนไม่พร้อม โดยเฉพาะการออกแบบ การทำ กับ ชุมชน ได้เริ่มมีรูปแบบนี้เพิ่มมากขึ้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้ความช่วยเหลือ

ในการเพิ่มศักยภาพและทำร่วมกัน แต่ที่ปรากฏคือ เมื่อหมดช่วยเวลาที่ผู้เชี่ยวชาญให้การช่วยเหลือ ชุมชนไม่ได้ดำเนินการต่อเนื่อง

1. ทำ "เพื่อ" ชุมชน	• ภายนอกเป็นผู้ทำให้ชุมชน
2. ทำ "โดย" ชุมชน	• ชุมชนเป็นผู้ลงมือทำเอง
3. ทำ "กับ" ชุมชน	• ชุมชนและภายนอกร่วมกันทำงาน
4. ทำ "พร้อม" ชุมชน	• ชุมชนและภายนอกแยกกันทำงาน

ภาพที่ 3 วิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชน

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยได้นำเปิดแนวคิดทางเลือก คือ การสืบค้นรากร่วมกัน และนำคุณค่าจากฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่มาสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำเอาผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (เชฟ ศิลปินและนักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ) ประชาชนหรือศิลปินท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่มาประสานการทำงานเชิงบูรณาการ โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะคนในชุมชนเท่านั้น แต่สามารถเปิดรับกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outsider) มาร่วมกันทำงานในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ ไม่ต้องดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา เพราะแต่ละกลุ่มมีศักยภาพและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไปแต่สามารถสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน ตามทางเลือกในแบบ ทำ พร้อม ชุมชน ซึ่งหมายถึงการที่ชุมชนและคนภายนอกชุมชนสามารถช่วยกันทำงาน โดยวิธีการแบ่งงานกันทำในสิ่งที่ตนต่างมีความชำนาญ การที่ผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆจากภายนอกจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วผลงานดังกล่าวยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชนและสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ผ่านสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในแบบอื่น ๆ ที่ยังสามารถเชื่อมโยงกลับมาที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากความต้องการในการมาเยือนต้นทาง ที่มาของสินค้าเชิงคุณค่าเหล่านั้นได้นำผลสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ที่มาจากคุณค่ามากกว่าเพียงการท่องเที่ยวในแบบทั่วไป ในกรณีนี้พบ การท่องเที่ยวตามเส้นทางอาหาร เรียนรู้เส้นทางการผลิตไหม วัตถุดิบท้องถิ่น ผ้าท้องถิ่นจากเรื่องราวภูเขาไฟ เป็นต้น สินค้าเหล่านี้ จึงทำหน้าที่เป็นสื่อทางการตลาดได้เป็นอย่างดี หากสามารถพัฒนาอย่างมีที่มาของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน เป็นการเปิดมุมมองการท่องเที่ยวที่จะสามารถสร้างสรรค์จากเรื่องราวท้องถิ่นได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด



เอกสารอ้างอิง

- เฉลียว บุรีภักดี, เฉียบ ไทยยิ่ง, ภัทรามน จำปาเงิน, บุญเรือง ศรีเหรียญ, ลือชา ธรรมวินัยสถิต, มยุรี วัดแก้ว, วันทนา กลิ่นงาม, รวิวงศ์ ศรีทองรุ่ง, ทรงจิต พูนลาภ และประไพร์พร อักษรศรี. (2545). *ชุดวิชาการวิจัยชุมชน ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง*. หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการจัดการจัดการและประเมินโครงการ. นนทบุรี: เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่ (2545). *วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่นสถาบันพระปกเกล้า*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.
- ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2524). *การบริหารงานพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2553). *การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม: ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และราชการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บุ๊คพอยท์.
- วรพล โสคติยานุรักษ์. (9 ตุลาคม 2557). *CEO Talk ตอน ตลาดทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของประเทศ*. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=aJY8s2t6T3c>.
- วิไลวรรณ ทวีศรี (2560). อัตลักษณ์ชุมชน : แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยหลักพุทธ สันติวิธีของเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย. *Journal of Arts Management*, 1(2). 63-74.
- สัญญา เคนาภูมิ (2551). *ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนใน 4 จังหวัดชายแดนลุ่มน้ำโขง*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุภางค์ จันทวานิช (2554). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- James, T. & Zagefka, H. (2017). The effects of group memberships of victims and perpetrators in humanly caused disasters on charitable donations to victims. *Journal of Applied Social Psychology*, 47(8). 446-458.
- Scharmer, C. O. (2007). *Theory U: Leading form the future as it emerges*. Cambridge: SoL Press.
- Cohen, J.M. & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies. New York: Cornell University Press.
- Nelson, C., Ramsey, C. & Verner, C. (1960). *Community Structure and Change*. New York: The Macmillan Company.



Nuntaboot, K. (2009). Utilization of community research for developing nursing innovation in communities and transforming crisis to wellness society. *The 4th National Nursing Research Seminar “Nursing Research: A Challenge of Transforming Crisis to Wellness Society”*, Bangkok.

United Nations. (1981). *Yearbook of International Trade Statistics*. United Nations: UN Press.

Translated Thai References

BuriPhakdee, C., ThaiYing, C., Nampa-ngoen, P., Sriran, B., Thamavinaisathit, L., WatKaew, M., Klinngam, W., Srithongrung, R., Phunlarp, S. & AsksornSri, P. (2002). *Community Research Academic Series, Characteristic Learning Series. Management courses and graduate programs*. Nonthaburi: S. R. Printing Mass products. (In Thai)

Chanthawanich, S. (2011). *Data Analysis in Qualitative Research*. (10th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)

Kenaphum, S. (2008). *The success of community enterprises of four provinces in the Mekong basin*. Thesis of Doctor of Public Administration Program in Public Administration, Graduate School, Valaya Alongkorn Rajabhat University under The Royal Patronage. (In Thai)

Mettgarunmind, M. (2010). *Educational administration with participation: people, local government organizations and government agencies*. (2nd ed.). Bangkok: Book Point. (In Thai)

Na Chiangmai, C. (2002). *The College of Local Government Development*. (2nd ed.). Bangkok: King Prajadhipok's Institute. (In Thai)

Socatiyanurak, W. (October 9, 2014). *CEO Talk at the capital market to develop science, technology and innovation businesses of the country*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=aJY8s2t6T3c>. (In Thai)

Techarin, P. (1981). *Rural Development Administration*. Bangkok: Thai Wattana Panich. (In Thai)

Twichasri, V. (2017). Identity of Community: Concept and Management for Sustainable Tourism by Buddhist Peaceful Means of Chiangkhan Municipality, Lei Province. *Journal of Arts Management*, 1(2). 63-74. (In Thai)