

## บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์แบบมีส่วนร่วมในเขตภาคเหนือตอนบน และ 2) พัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในเขตภาคเหนือตอนบน มีโครงการย่อย 2 โครงการเพื่อต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ดังกล่าว โครงการวิจัยนี้ดำเนินการในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน มีกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมเครือข่าย 16 องค์กร/ชุมชน แบ่งเป็น 4มูลนิธิ 3 องค์กรสาธารณะประโยชน์ 2 สมาคม 2 โครงการ 4 ธุรกิจเพื่อสังคม และ 1 ชุมชนหมู่บ้าน

จากการสังเคราะห์ผลการศึกษาทั้ง 2 โครงการพบว่ากลไกในการขับเคลื่อนเครือข่ายมี 8 ตัวแปร ได้แก่ 1) การสื่อสารกับองค์กรสมาชิกเครือข่ายและการสื่อสารภายนอกเครือข่าย 2) การมีพันธะสัญญาร่วมกัน 3) แกนนำ 4) การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายตลอดเวลา 5) การเสริมพลัง 6) และความไว้วางใจ 7) การมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับภาคีเครือข่ายอื่น และ 8) สถานภาพของเครือข่ายที่ชัดเจนและน่าเชื่อถือ

เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ภาคเหนือตอนบน เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักเรียนนานาชาติ ชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย และบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ โดยรูปแบบการบริการ ได้แบ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์เป็น 2 ส่วน คือ โปรแกรมเฉพาะของสมาชิกเครือข่าย และโปรแกรมของเครือข่ายที่มาจากผลการวิจัย หักค่าดำเนินการร้อยละ 20 ของราคาขายเป็นเงินทุนการทำงานของเครือข่าย โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของเครือข่ายพัฒนาขึ้นจากความต้องการความช่วยเหลือขององค์กร/ชุมชน ดังนี้ ตัวองค์กรมีความต้องการ 4 ประเด็นคือ 1) ความต้องการความช่วยเหลือด้านการจัดทำสื่อ 2) ด้านการสอนภาษา 3) ด้านการก่อสร้างซ่อมแซมอาคาร 4) ด้านการบริจาคสิ่ง คนในชุมชนมีความต้องการ 8 ประเด็นคือ 1) ด้านการพัฒนาอาชีพในชุมชน 2) ด้านการก่อสร้างสาธารณูปโภค 3) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4) ด้านการสอนภาษาแก่โรงเรียนในชุมชน 5) ด้านงานสาธารณสุข 6) ด้านการบริจาคสิ่งของ 7) ด้านการฟื้นฟูวัฒนธรรม และ 8) ด้านการเป็นอาสาสมัครอ่านหนังสือให้แก่คนในชุมชน ด้านความพร้อมขององค์กร/ชุมชนสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มความพร้อมสูง 2) กลุ่มความพร้อมปานกลาง และ 3) กลุ่มความพร้อมระดับเริ่มต้น โดยภาพรวมพื้นที่/องค์กร/ชุมชน มีจุดแข็งด้านการมีสถานที่ท่องเที่ยวและการมีกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่น่าสนใจ ส่วนจุดที่ควรปรับปรุงจะเป็นเรื่องบริการข้อมูลเสริมสำหรับการท่องเที่ยวรวมถึงด้านการบริหารจัดการในพื้นที่ ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ได้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ทั้งสิ้น 16 แหล่ง และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวของเครือข่ายจำนวน 8 โปรแกรม และมีโปรแกรมระยะสั้น 3-7 วัน ถึงโปรแกรมระยะ 2 - 12 สัปดาห์ขององค์กรที่มีความพร้อมสูงด้วย

เครือข่ายฯ มีศูนย์ประสานงานกลางดำเนินการขับเคลื่อนการทำงานของเครือข่าย มีสมาชิกเครือข่ายเป็นคณะทำงานในแต่ละฝ่าย ได้แก่ งานข้อมูล สื่อสารภายในและภายนอก พัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การระดมทุน เทรนด์ธุรกิจ และเลขานุการ สมาชิกเครือข่ายแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความถนัด ซึ่งการสนับสนุนของเครือข่ายจะได้มาจาก 4 แหล่ง คือ 1) รายได้จากการขายโปรแกรมของเครือข่าย 2) การขายโปรแกรมเฉพาะของสมาชิกเครือข่าย 3) เงินหรือสิ่งของสนับสนุนกิจกรรมจากแหล่งต่างๆ และ 4) การระดมทุน รายได้จะนำไปใช้ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ค่าบริหารจัดการของเครือข่าย 2) การประชาสัมพันธ์ / การตลาด 3) งานพัฒนาองค์กรและบุคลากร โดยเบื้องต้นศูนย์ประสานงานจะตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นก่อน

การลงทะเบียนสมาชิกใหม่เริ่มจากให้กรอกแบบสำรวจผ่านทางเว็บไซต์ [www.untvnetwork.org](http://www.untvnetwork.org) ก่อน จากนั้นคณะกรรมการเครือข่ายฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะลงพื้นที่สำรวจความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ เมื่อมีความพร้อมจึงสามารถเข้าสู่เครือข่ายเพื่อทำการตลาดได้ แต่หากยังไม่มีความพร้อมสามารถมาศึกษาดูงานยังพื้นที่ของสมาชิกเครือข่ายเพื่อเรียนรู้และนำไปปรับปรุงความพร้อมต่อไป สมาชิกใหม่สามารถเข้าร่วมการประชุมประจำปีและเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการเครือข่ายได้ ส่วนบริษัทหรือเอเยนต์ที่สนใจทำการตลาดให้เครือข่าย UNTV สามารถติดต่อโดยตรงกับศูนย์ประสานงานหรือผ่านแบบสำรวจในเว็บไซต์

หลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ มีดังนี้ 1) จัดตั้งกองทุนกลางเพื่อบริหารจัดการ 2) มีการชี้แจงรายรับ-รายจ่ายประจำปี 3) จัดสรรงบประมาณให้เท่าเทียม 4) การเบิกจ่ายต้องผ่านการอนุมัติจากที่ประชุม 5) มีมาตรฐานการสมัครสมาชิกใหม่แบ่งตามประสบการณ์ และ 6) เพิ่มช่องทางการระดมทุน เครือข่ายดำเนินการโดย 1) การเน้นชุมชนเป็นหลัก 2) มีกฎระเบียบการเข้าประชุม 3) มีรายงานสรุปกิจกรรมทุกครั้ง และ 4) ยึดหลักประชาธิปไตย

เครือข่ายฯ มีแผนงาน 4 ด้านที่สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ โดยได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) และการกำหนดกลยุทธ์โดย TOWS Matrix เพื่อให้ได้แผนงานดังกล่าวซึ่งประกอบด้วย ภารกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด 5 ปี กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการตามแผนงานทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านข้อมูล การเชื่อมประสานหน่วยงานภาคภายใน/นอกเครือข่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการการตลาดและการสื่อสารการตลาด

ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงทิศทางการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่เปลี่ยนไปเช่น ลักษณะความต้องการความช่วยเหลือของชุมชนจะมุ่งความยั่งยืนมากขึ้น ระยะเวลาในการเข้ามาบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวจะสั้นลง เป็นต้น ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ทุกภาคส่วนควรติดตามทิศทางการท่องเที่ยวรูปแบบนี้และมีการเตรียมพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทุกเวลา และควรมีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ภาคเหนือตอนบนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เกิดความเข้มแข็ง เป็นที่รู้จักในสังคมวงกว้างและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศชาติอย่างสมดุลได้

## Abstract

This research project aims to 1) develop participatory voluntourism products in Upper Northern Thailand and 2) develop a voluntourism network in the Upper North. The project comprises two sub-projects responding to the set objectives. The operational areas are Chiang Mai, Chiang Rai and Mae Hong Son. The sample groups consists of 16 organizations/communities, which can be classified as four foundations, two charity organization, two projects, four social enterprises, and one village.

The synthesis of results from both subprojects revealed eight factors that mobilize the network. These factors include 1) Communication 2) Commitment 3) Leadership 4) Enhancing Capability 5) Reinforcement 6) Trust 7) Relationship with others 8) Network status.

Upper Northern Thailand Voluntourism Network targeted customers in international schools, universities, expat groups and companies listed in the Stock Exchange Market of Thailand. The network has two types of voluntourism programs: exclusive programs from members and programs from research. Members agree to pay 20 percent commission fee for the network administration and operation. The voluntourism programs were developed based on needs of the member organizations/communities. There are four major needs of the local NGO organizations: 1) the need for help in media production, 2) the need for language teaching to their staff, 3) the need for building or renovating their infrastructure, 4) the need for donation of necessary equipment. The local communities have eight major needs: 1) the need for career development, 2) the need for infrastructure building, 3) the need for helps in environmental conservation 4) the need for language teaching to students, 5) the need for help in medical care and public health, 6) the need for donation of basic needs, 7) the need for helps in local cultural revitalization and 8) the need for book reading staff for local people. The organizations/communities can be divided into three groups based on their readiness level: high, intermediate and starter. Attraction and activity are strengths of most organizations/communities. However, they still need to improve their ancillary service and administration. The voluntourism network developed eight voluntourism programs: 1) Career/Profession Development Program 2) Building / Repairing / Renovation Program 3) In-style Teaching Program 4) Creative Media Production

Program 5) Environmental Conservation Program 6) Wonderful Medical / Healthcare Program 7) The Worthy Donation Program and 8) Cultural Revitalization Program.

The network will be administered by a coordination and operation center staffed by the network's members. The administrative structure of the network consists of information division, communication division, product development division, marketing division, fundraising division, treasury division, and secretariat. Members took responsibilities in each division based on their expertise and willingness. Funding will be from four sources: 1) income from sale of the voluntourism program, 2) commission the member's programs, 3) grants from different sources e.g. Thailand Research Fund, National Research Council, Tourism Authority of Thailand and Provincial Office of Tourism and Sports, 4) crowd funding. The income will be spent on 1) administrative expenditure, 2) public relations and marketing activities, 3) organizational and human resource development. At starting point, the UNTV-Network Coordination Center will be located at The Far Eastern University.

Any organization wishing to join the network is required to complete a UNTV Survey Form on [www.untvnetwork.org](http://www.untvnetwork.org). In order to become a new member, the registered organization will be assessed for its voluntourism readiness by experts from UNTV-Network. The organizations that passed a voluntourism organizing practice will be eligible for joining the network annual meeting and being selected to be a board's member. Any tour operators or agents who would like to market the UNTV voluntour programs could contact the coordination center directly or fill out the form on UNTV's website.

It was agreed among the members that 1) members will pay 20 percent commission fee to the coordination center; 2) income and expenditure must be reported annually, 3) allocation of budget must be done in an equal right manner, 4) all expenditure must be approved by the board's members, 5) level of membership will be ranked according to the level of experience and expertise, 6) a new channel for fundraising should be added. Rules and regulations of the network include: 1) community benefit is the first priority, 2) regular meeting attendance is needed 3) any organized activity must be reported, 4) administration must be democratic.

The UNTV-Network drafted four action plans based on its vision, goals and objectives. SWOT Analysis was used for analyzing capacity of the network, and TOW's Matrix was used for specifying strategic actions. The drafted plans contain missions, goals, key performance indicators in five years and strategies. The action plans cover

four aspects: information, coordination, product development and marketing/  
marketing communication.

The study results revealed some changes in voluntourism. Local communities tend to need for more sustainable activities. The length of stay of the voluntourist tend to be shorter. Therefore, stakeholders in the industry should keep an eye on the trend closely and prepare for the changes which can happen at any time. The study suggested that empowerment or capacity building is needed for strengthening the Upper Northern Thailand's Voluntourism Network, so the network could bring and balance great benefits for the country.