



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์
การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี
Management of cultural capital and utilization of local wisdom to
enhance creative tourism activities and develop the local economy,
Uthai Thani province

โดย

ญาณารุณ เขียรถาวร

ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ

ปภาดา สืบพลาย

นเรศ กันธะวงศ์

สราทตรา เล่งไพบูลย์

ปริญญ์วิทย์ ธนนารถชาวารินทร์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

กันยายน พ.ศ.2567

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี
Management of cultural capital and utilization of local wisdom to
enhance creative tourism activities and develop the local economy,
Uthai Thani province

โดย

ญาณารธร เขียรถาวร

ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ

ปภาดา สืบพลาย

นเรศ กันธะวงศ์

สราทตรา เล่งไพบูลย์

ปริญญญวิทย์ ธนนารถเขาวรินทร์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

กันยายน พ.ศ.2567

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

บทคัดย่อ

กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยวชุมชนช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทีมวิจัยตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงพัฒนาแผนงานวิจัยภายใต้วัตถุประสงค์สามประการได้แก่ 1) เพื่อประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี 2) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี และ 3) เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี วิธีการวิจัย ใช้กระบวนการเชิงคุณภาพเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยรวมกับการใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน (PAR) เพื่อสร้างผลผลิตวิจัยตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับ 3 พื้นที่ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง ชุมชนบ้านท่าโพ และชุมชนบ้านสน่า ใช้การวิเคราะห์ผลแบบแก่นสาระ และแปลผลวิจัย

ผลการวิจัยด้านประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาพรวมทั้งหมด 3 แห่ง สามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก คือ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง และแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง ตามลำดับ

ผลวิจัยด้านส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ชุมชนต้องการความต่อเนื่องในการพัฒนาและการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ทั้งด้านนโยบายและงบประมาณ รวมทั้งการพัฒนาต้นองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของคนในชุมชน การสร้างความตระหนักให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ อีกทั้งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถทำได้โดยการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างชาวบ้านและผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลวิจัยด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี ทีมวิจัยสรุปแนวทางการส่งเสริมตลาดโดยประยุกต์จากทฤษฎีการสื่อสารการตลาด (IMC Model) มีประเด็นสำคัญได้แก่ การมุ่งเป้าสร้างภาพลักษณ์ให้ชุมชนในจังหวัดอุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พร้อมการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายภาคีท่องเที่ยว การทำการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม การควมรวมผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อการโฆษณา รวมถึงการขายตรงจากชุมชนสู่นักท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์และตัว

ชุมชนเป็นจุดขายสำคัญ สำหรับการสร้างผลผลิตวิจัย จำนวน 2 ระบบ ที่ใช้ทำการตลาดการท่องเที่ยว ชุมชน ได้แก่ การพัฒนาคลิปสื่อวีดิทัศน์ที่เน้นการนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน และ แพลตฟอร์มเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดอุทัยธานี ผลวิจัยส่งมอบแด่หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนเพื่อประโยชน์ทางการตลาดท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ต้นทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี



Abstract

Creative community tourism activities support the local economy and sustainably preserve traditional wisdom. Recognizing this importance, the research team developed a research plan with three objectives: (1) to assess the potential of communities in the province of Uthai Thani to develop creative tourism; (2) to encourage community participation in the use of cultural capital and local wisdom for creative tourism management in Uthai Thani province; and (3) to encourage the use of technology in creative tourism marketing to boost local economies in Uthai Thani province. The research methodology involved both participatory research (PAR) and qualitative research procedures. Three communities participated in focus groups and interviews to provide data: Ban Rong Nam Khaeng, Ban Tha Pho, and Ban Sanam.

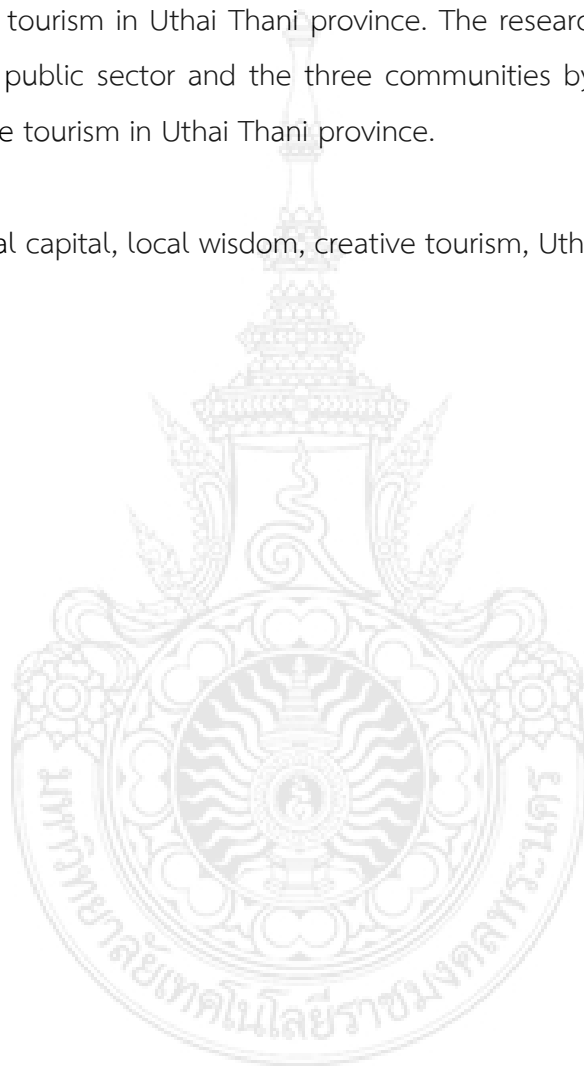
Research results indicate these communities can be divided into two groups based on their potential for developing creative tourism: one very high-potential tourist destination, namely Ban Tha Pho; and two high-potential tourist attractions, Ban Sanam and Ban Rong Nam Khaeng. With regard to the encouragement of community participation in the use of cultural capital and local wisdom for creative tourism management, it was found that communities require government assistance in the form of funding and policy stability as well as consistency in development when it comes to managing creative tourism in the community. They also require education about creative tourism management and awareness-raising among the new generation about the need to participate in tourism management. Furthermore, establishing networks and working together with locals and tourism businesses, as well as collaborating with relevant organizations and government agencies, can help to promote community participation.

Research results suggest a suitable marketing model for creative tourism in Uthai Thani province that involves adapting the Integrated Marketing Communication model. This model involves: (1) branding Uthai Thani province as a creative tourism destination in the community; (2) engaging in public relations through the tourism partner network; (3) suitable use of social media marketing; (4) combining tourism products and interesting

advertisements; and (5) direct sales from the community to tourists using the community's identity and character as important selling points.

With regard to the development of technology for marketing, the research created two systems: a video clip about creative activities in communities and a website to promote creative tourism in Uthai Thani province. The research results are expected to benefit both the public sector and the three communities by providing a resource for promoting creative tourism in Uthai Thani province.

Keywords: cultural capital, local wisdom, creative tourism, Uthai Thani province



กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้จากความกรุณาจากบุคคล และหน่วยงานต่างๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการอนุเคราะห์และการจัดเก็บข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าวิจัยจนทำให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจังหวัดอุทัยธานีที่มีส่วนช่วยให้งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณสำหรับการจัดทำงานวิจัยเล่มนี้

คณะผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญภาพ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	5
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	5
1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ของผลการวิจัย	7
1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะของงานวิจัย	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง	9
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุนทางวัฒนธรรม	9
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	18
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพ	26
2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน	33
2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว	42
2.1.6 เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	44
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	66
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 1	66
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 2	72
3.3 วิธีดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 3	80

บทที่ 4 ผลการวิจัย	86
4.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	86
4.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	113
4.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	159
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	181
5.1 สรุปผลการวิจัย	181
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	198
5.3 ข้อเสนอแนะ	217
บรรณานุกรม	219
ภาคผนวก	232
ประวัติย่อผู้วิจัย	259



สารบัญญภาพ		หน้า
ภาพที่		
ภาพที่ 1-1	กรอบแนวคิดการวิจัย	6
ภาพที่ 2-1	คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	21
ภาพที่ 2-2	หลักเกณฑ์ 10 ประการในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	24
ภาพที่ 2-3	ประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	25
ภาพที่ 2-4	ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี	26
ภาพที่ 3-1	ชุมชนพื้นที่ศึกษาวิจัย	67
ภาพที่ 4-1	เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุทัยธานี	161
ภาพที่ 4-2	ตัวอย่างการจัดโปรแกรมทัวร์เรียนอุทัย ความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่าย ท่องเที่ยว	162
ภาพที่ 4-3	ตัวอย่างเพจแนะนำแหล่งท่องเที่ยว“อุทัยบ้านฉัน”	163
ภาพที่ 4-4	แสดงแผนภาพสรุปโมเดลแนวทางการตลาดของการท่องเที่ยวจังหวัด อุทัยธานี	164
ภาพที่ 4-5	แสดงตัวอย่างเนื้อหาสไลด์ปรีดีทัศน์ ประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน สร้างสรรค์อุทัยธานี	172
ภาพที่ 4-6	ภาพเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (หน้าหลัก)	175
ภาพที่ 4-7	ภาพเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (เกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว สร้างสรรค์)	176
ภาพที่ 4-8	ภาพเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (12 แหล่งท่องเที่ยว อุทัยธานี)	177
ภาพที่ 4-9	ภาพเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (ตลาดท้องถิ่นอุทัยธานี)	178
ภาพที่ 4-10	ภาพเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (ของกิน ของฝาก)	179
ภาพที่ 4-11	ภาพเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (ข้อมูลติดต่อทีมวิจัย)	180

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 3-1	องค์ประกอบและตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพของชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	69
ตารางที่ 4-1	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง	86
ตารางที่ 4-2	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพ	87
ตารางที่ 4-3	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านสะพาน	88
ตารางที่ 4-4	ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	90
ตารางที่ 4-5	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง	91
ตารางที่ 4-6	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านท่าโพ	92
ตารางที่ 4-7	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านสะพาน	93
ตารางที่ 4-8	ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านการจัด กิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 4-9	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านโรงน้ำแข็ง	95

ตารางที่ 4-10	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านท่าโพ	95
ตารางที่ 4-11	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านสะพาน	96
ตารางที่ 4-12	ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	97
ตารางที่ 4-13	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง	97
ตารางที่ 4-14	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านท่าโพ	99
ตารางที่ 4-15	ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านสะพาน	100
ตารางที่ 4-16	ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว	101
ตารางที่ 4-17	สรุปผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	103
ตารางที่ 4-18	สรุปผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ภาครัฐและภาคประชาชน	149
ตารางที่ 4-19	การกำหนดรายละเอียดสื่อ เพื่อทำการตลาดประชาสัมพันธ์	168
ตารางที่ 4-20	สรุปรายละเอียด เว็บไซต์ “Creative Uthai”	174

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างครบครัน ประกอบไปด้วยอำเภอจำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอหนองขาหย่าง อำเภอหนองฉาง อำเภอสว่างอารมณ์ อำเภอทัพทัน อำเภอลานสัก อำเภอห้วยคต อำเภอบ้านไร่ โดยแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานีในช่วงปี 2561-2564 (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี 2561) สรุปประเด็นความพร้อมของทรัพยากรจังหวัดอุทัยธานี ดังนี้ (1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ มีบริเวณพื้นที่ป่าห้วยขาแข้ง มรดกโลก เป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติ แหล่งชุมชนวัฒนธรรม มีวิถีชาวแพ ลุ่มน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยาเก่าซึ่งเป็นชุมชนชาวจีนในอดีต ประเพณีตักบาตรเทโว และแหล่งทอผ้าที่มีชื่อเสียงของลาวครั่งลาวเวียง ที่อำเภอบ้านไร่ (2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทอาหารการกินท้องถิ่น โดยเฉพาะประเภทปลาแม่น้ำที่มีรสชาติอร่อย ขนมปังสังขยา และศูนย์ OTOP ตลาดท้องถิ่นที่รวบรวมของดีเมืองอุทัย รวมถึงผ้าทอมือโบราณ (3) การท่องเที่ยวชุมชน มีการสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน ผสมผสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2561)

ปัญหาที่ผ่านมาในประเด็นการท่องเที่ยวเกิดจากสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมจากสถานการณ์โควิดระบอบ ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวในหลายจังหวัดที่มีตัวเลขลดลง อุทัยธานีก็เช่นกัน ประสบปัญหารายได้จากการท่องเที่ยวลดลงในปี พ.ศ. 2563 รายได้จากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ที่ 427.73 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2564 ตัวเลขรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ที่ 307.14 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ -28.19 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) โครงการวิจัยนี้ตระหนักถึงปัญหาและความสำคัญของการพลิกฟื้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมุ่งประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการนำการตลาดและเทคโนโลยีทางการท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้

จากประเด็นปัญหา ศักยภาพ และทุนวัฒนธรรมของชุมชนที่น่าสนใจ ความสำคัญในการทำวิจัยสามารถสรุปเป็นปัจจัยหลักได้ดังนี้ ประการแรก ได้แก่ เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนของอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและชุมชน ทั้งนี้หากพิจารณาจากซึ่งความพร้อมในทรัพยากรทางธรรมชาติและโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมชุมชนนี้ส่งผลและเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานทางวัฒนธรรม ซึ่งในแผนพัฒนาจังหวัดดังกล่าวยังไม่ได้มีการระบุประเภท “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ในจังหวัดอุทัยธานีได้อย่างโดดเด่นมากนัก

ชุดโครงการวิจัยดังกล่าวนี้ จึงประกอบไปด้วยสามโครงการย่อยที่มุ่งเน้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี ในด้านศักยภาพชุมชนมีความสำคัญคือ การพัฒนาชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้น จำเป็นมีการศึกษาศักยภาพของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงศักยภาพในพัฒนาและแนวทางในการจัดการที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการศึกษาเพื่อประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนของจังหวัดอุทัยธานี และเพื่อเสนอแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลของการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต และเพื่อการกระจายรายได้ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงประเด็นการส่งเสริมให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวยุคปัจจุบันที่มุ่งเป้าเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกขั้นตอนและให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความรักความหวงแหน ความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวทุนวัฒนธรรมและสืบสานให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในรายละเอียดความต้องการและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนพื้นที่ในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว และสิ่งสำคัญในด้านเทคโนโลยี การส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมนับเป็นสิ่งสำคัญให้การท่องเที่ยวขับเคลื่อนได้ และเป็นปัจจัยสำคัญให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพลิกฟื้นได้อย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) เผยข้อมูลอนาคตแห่งประเทศไทยทางการท่องเที่ยวหนึ่งว่า เทคโนโลยีการสร้างความกลมกลืนระหว่างโลกแห่งความจริงกับโลกดิจิทัล หรือ Immersive Technology ได้ถูกนำมาใช้งานมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในโลกดิจิทัลได้อย่างเสมือนจริงและมีความรู้สึกสมจริง โดยตัวอย่างเทคโนโลยีได้แก่ Virtual Reality (VR) Augmented Reality (AR) และ Mixed Reality (MR) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

โครงการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระดับประเทศในปัจจุบัน ได้แก่ BCG Economy หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy) คือ โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curves)

ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและวัสดุ อุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ BCG มีความสำคัญต่อประเทศสูงทั้งในมิติด้านสังคมเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการจ้างงานมากถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนการจ้างงานรวม มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจรวมกัน 3.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งครอบคลุม 4 สาขา คือ เกษตรและอาหาร สุขภาพและการแพทย์ พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ และการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าเป็น 4.4 ล้านล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 24 ของ GDP ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยทั้ง 4 สาขายุทธศาสตร์ดังกล่าวสามารถพัฒนาอย่างอิสระ แต่การเชื่อมโยงและพัฒนาไปพร้อมกันทั้ง People-Planet-Profit จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ซึ่งการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) นับเป็นส่วนหนึ่งของ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมายเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศด้วยมูลค่า GDP ประมาณ 1 ล้านล้านบาท และมีศักยภาพในสร้างมูลค่าเพิ่มเติมด้วยการกระจายแหล่งท่องเที่ยวสู่เมืองรอง โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม ระบบดิจิทัล สินค้าและบริการซึ่งดำเนินการด้วยชุมชนท้องถิ่น เน้นตลาดคุณภาพ สร้างมาตรฐาน ความสะอาด ปลอดภัย ร่วมกับการชูอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการและดูแลระบบนิเวศอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาสู่แบบแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการจัดทำระบบมาตรฐานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงการปรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งเสื่อมโทรมทางธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่บนพื้นฐานของการสร้าง การใช้อ็γκความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงกับทุนทางปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อรังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การพัฒนาสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวผ่านระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ อาทิ การให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาเพื่อส่งออกสินค้าและบริการเหล่านี้ ผ่านของขวัญ ของฝากที่สร้างสรรค์อย่างมีอัตลักษณ์ (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564)

นอกจากนี้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ.2561-2580) ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการใช้อ็γκความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรมความต้องการนักท่องเที่ยว

และสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้แก่ แหล่งอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลก โบราณสถาน เมืองเก่า ย่านการค้า วิถีชีวิต ลุ่มน้ำ สินค้าชุมชน อาหารไทย และแพทย์แผนไทย เพื่อนำมาสร้างสรรค์คุณค่า และมูลค่าผ่านองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยี และการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์เป็นสินค้า

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ส่วนของหมวดหมายที่ 2 อธิบายว่าไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์การพัฒนาการส่งเสริมการพัฒนา กิจกรรม สินค้า และบริการ การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง พัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดโมเดลอารมณดีมี ความสุข สนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ ชีวภาพ และ วัฒนธรรม รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ และนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าและ บริการสำหรับการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเพิ่มขีดความสามารถ ของผู้ประกอบการ และยังสามารถสร้างประสบการณ์และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและ ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว มีการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว ทั่วไป สนับสนุนให้ผู้ประกอบการและสตาร์ทอัพ ประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการพัฒนา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว ตลอดจน ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการส่งเสริมการบริการการตลาด และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวในเมือง รong โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ส่งเสริมแนวคิด การสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ การพัฒนาระบบเพื่อเป็นการสร้างฐานให้ชุมชนมีความรักในท้องถิ่นและรักษาวัฒนธรรมของตนเอง (สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี

1.2.2 เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

1.2.3 เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี
3. ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน ชุมชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ

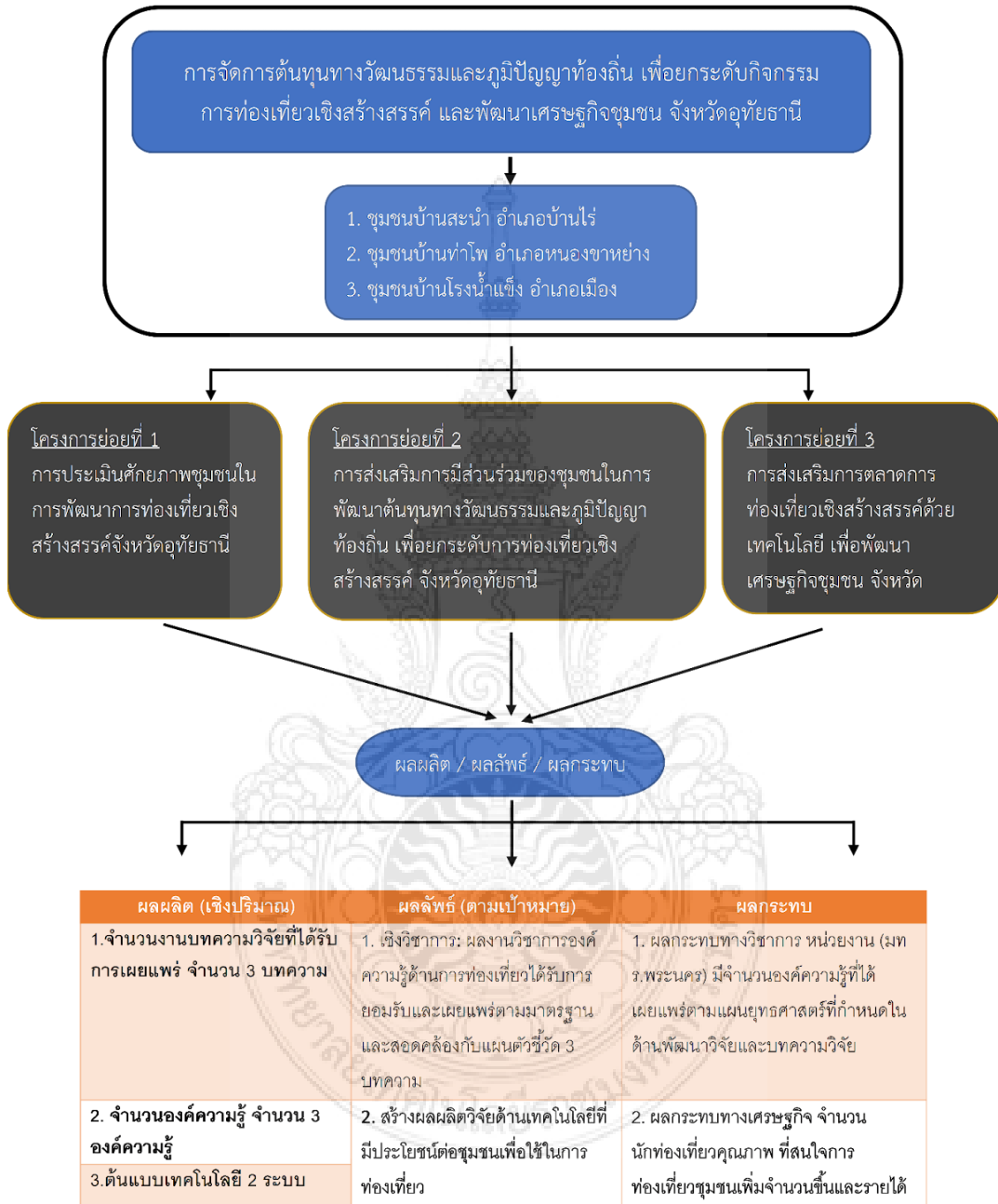
1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาจำนวน 3 ชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ 1.ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง 2.ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง และ 3.ชุมชนบ้านสะนา อำเภอบ้านไร่

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยโดยภาพรวมชุดโครงการวิจัยนี้ เป็นลักษณะโครงการวิจัย แบบวิจัยพื้นฐาน โดยมีกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action research) ระหว่าง คณะนักวิจัยและชุมชนท้องถิ่น

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย (2566)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี

1.6.2 เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

1.6.3 เกิดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง องค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมความรู้และประสบการณ์ของคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีการถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นจนเป็นวิถีชีวิต มรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมีความหมายเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่นำไปใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาชีวิตของคนในท้องถิ่น สามารถใช้หรือปรับเปลี่ยนมาสร้างประโยชน์ในการดำรงชีวิตของคนในสังคม ภูมิปัญญาอาจเกิดจากประสบการณ์ของกลุ่มคนในชุมชนจากภายนอกชุมชนหรือผลิตใหม่หรือผลิตซ้ำขึ้นมาได้

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ แบ่งตามรูปธรรมและนามธรรมออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือที่จับต้องได้และที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ภาษา และวรรณกรรมพื้นบ้าน ศิลปะการแสดง แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล งานช่างฝีมือดั้งเดิม ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล และกีฬาภูมิปัญญาไทย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นฐาน และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้าไปมีส่วนร่วมสร้างประสบการณ์เรียนรู้และกิจกรรมร่วมกับคนในท้องถิ่น ผสมผสานกับแนวคิดจินตนาการของนักท่องเที่ยว ที่สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการลงมือทำ มีส่วนร่วม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในท้องถิ่น

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ สิ่งแวดล้อมและชุมชน ในการนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว เอื้อต่อการพัฒนาหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและสามารถรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวได้ ให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจในการมาท่องเที่ยว ภายใต้ความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง คุณลักษณะพื้นฐานของทรัพยากรภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลให้แต่ละแห่งเหมาะต่อการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะและระดับที่แตกต่างกัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาที่กำหนดไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพตามคุณลักษณะหรือศักยภาพของพื้นที่ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนในพื้นที่บนพื้นฐานความคิดที่สร้างสรรค์

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง บทบาทของชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการหาสาเหตุของปัญหา มีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมถึงการร่วมรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการหรือแนวทางในการผลักดันและส่งเสริมการขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ในช่องทางที่เหมาะสม รวมถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่จะช่วยกระตุ้นนักท่องเที่ยว อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้ตระหนัก รับรู้ และเกิดแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

เทคโนโลยีทางการท่องเที่ยว หมายถึง สื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ และเทคนิคนวัตกรรมต่างๆ หลากหลายรูปแบบ มีการออกแบบเนื้อหาเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารข้อมูลอย่างสะดวกรวดเร็วในหลากหลายช่องทาง และมีบทบาทสำคัญในการใช้เป็นเครื่องมือหลักในการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยว ผ่านช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุนทางวัฒนธรรม

กรมการพัฒนาชุมชน (2561: 19-20) ได้กล่าวถึงประเทศไทยมี 8 วิถี "ทุนทางวัฒนธรรมไทย" ที่สำคัญ เพราะวัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ที่เกิดจากการเรียนรู้ การสั่งสอนสามารถกล่าวได้ว่า "วัฒนธรรม"คือทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น และมีกระบวนการถ่ายทอดเพื่อคงลักษณะสำคัญของเผ่าพันธุ์ไว้ กระบวนการวัฒนธรรม แปลงวัฒนธรรมออกเป็น 2 รูปแบบ คือ "รูปธรรม" เป็นวัฒนธรรมที่มองเห็นจับต้องได้ และ "นามธรรม" เป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ จับต้องไม่ได้ แต่ "สัมผัส"ได้ด้วยความรู้สึกรับรู้ถึงความศรัทธา เมื่อวัฒนธรรมกลายเป็นมรดกและต้นทุนที่มีค่าในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กระบวนการวัฒนธรรม จึงจำแนกให้เข้าใจง่ายว่าเป็น 8 วิถีวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1. อาหาร ครอบคลุมถึงลักษณะการรับประทาน รูปแบบการปรุง และภาชนะต่าง ๆ
2. การแต่งกาย หมายถึง รูปแบบเสื้อผ้าอาภรณ์ และแต่งกายในพิธีการต่าง ๆ
3. ที่อยู่อาศัย ครอบคลุมถึงลักษณะการอยู่อาศัย และสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ทั้งบ้านเรือนและสถานที่
4. ประเพณี หมายถึง สิ่งที่เราเชื่อถือ และยึดเป็นแนวปฏิบัติสืบต่อกันมาในสังคมหนึ่ง ๆ จนกลายเป็นแบบแผนที่คนในสังคมนั้นปฏิบัติต่อกันมา เพราะมีประโยชน์ต่อส่วนรวมให้ผลในการยึดโยงจิตใจรวมกัน
5. ภาษา ทั้งการพูด ด้วยหนังสือ จารึกต่าง ๆ
6. อาชีพ เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่เกิดจากการทดลองจนกลายเป็นองค์ความรู้ เป็นทักษะที่จุนเจือชีวิต สร้างรายได้ให้ผู้คนในสังคมนั้น
7. ความเชื่อ เป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ แต่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก และสามารถถ่ายทอดโดยการแทนค่าเป็นรูปธรรมได้
8. ศิลปะพื้นถิ่น หมายถึงการแสดงออกเพื่อความรื่นเริงทั้งการละเล่น การแสดงต่าง ๆ

ความหมายวัฒนธรรม

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2542, อ้างถึงใน ประพัทธ์ชัย ไชยนอก, 2553) ได้ให้ความหมายว่า "วัฒนธรรม หมายถึงวิถีแห่งการดำรงชีพที่มนุษย์สร้างขึ้นตามที่มีมนุษย์มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคมและมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทั้งความรู้ความคิดหรือความเชื่อจนมีการยอมรับ

ปฏิบัติกันมาเป็นวิธีการหรือแบบแผน และมีการอบรมและถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อมา ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพสิ่งแวดล้อมของมนุษย์” พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2545) ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้ความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมในการแต่งกาย วิธีชีวิตของหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรม พื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา

สุจิตรา บุญเชื้อ (2555) วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต (The way of life) ของคนในสังคมที่คนเราทำเป็นกิจวัตรประจำวัน การกิน การอยู่ การแต่งกาย การทำงาน การพักผ่อน การแสดงอารมณ์ การแสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิต โดยแนวทางการแสดงออกถึงวิธีการใช้ชีวิตนั้นอาจเริ่มมาจากคนหรือกลุ่มคนทำเป็นตัวแบบแล้วต่อมาคนส่วนใหญ่ก็ทำตามสืบต่อกันมา วัฒนธรรมจึงเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ซึ่งอาจทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมไว้สองความหมาย คือ

1. วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของสังคมแบบแผนการประพฤติกฎปฏิบัติและการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน

2. วัฒนธรรม หมายถึง วิธีชีวิตมนุษย์ที่เกิดจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคมและมนุษย์กับธรรมชาติวัฒนธรรมมีทั้งสาระและรูปแบบที่เป็นระบบคิดวิธีการ โครงสร้างทางสังคมสถาบันตลอดจนแบบแผนและทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น

ความหมายของทุนทางวัฒนธรรม

ปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ (1986, อ้างถึงใน ดาวิน วรคุณทรัพย์, 2561) ได้ให้ความหมายของทุนทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นทุนที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุสิ่งของ และที่อยู่ในรูปแบบสถาบัน ซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดผ่านทางระบบการศึกษา ผลผลิตที่ได้จากการสะสมทุนทางวัฒนธรรม คือ รสนิยม ซึ่งจะสร้างความแตกต่างและเป็นเครื่องมือที่ใช้ดำรงรักษาชนชั้นในสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์ (2545) นิยามความหมายทุนทางวัฒนธรรม โดยเน้นความหมายในเชิงเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า ทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรมที่เรียกว่าอุตสาหกรรม สินค้าวัฒนธรรมซึ่งผลิตสินค้าวัฒนธรรมและบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการนั้น

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2547, อ้างถึงใน เปรมชัย จันทร์จำปา, 2558) กล่าวว่าทุนวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่า ความรู้ภูมิปัญญา และงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมทั้งค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันสังคมทำให้เกิดการจัดระเบียบของสังคมหรือสร้างกฎกติกาที่เป็นคุณ

ต่อสังคมโดยรวม รวมถึงกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ตัวอย่างของทุนทางวัฒนธรรมมีมากมาย เช่น ภาษา งานศิลปกรรมซึ่งเป็นความภาคภูมิใจของส่วนรวม ความรู้ที่สั่งสมมาในอดีต (ว่าด้วยเรื่องราวต่าง ๆ เช่น การถนอมอาหาร สมุนไพร สถาปัตยกรรม เทคโนโลยีชาวบ้าน ฯลฯ) กติกาของสังคมที่ช่วยทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอยู่อย่างสงบสุข และเอื้ออาทรมากกว่าเอาัดเอาเปรียบกัน ผลงานวรรณกรรม คำบอกเล่า ดนตรี วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ ฯลฯ

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2562) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทุนทางวัฒนธรรม คือ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ แบ่งตามรูปธรรมและนามธรรมออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ได้กำหนดไว้มี 6 สาขา ได้แก่ 1) ภาษา และวรรณกรรมพื้นบ้าน 2) ศิลปะการแสดง 3) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 4) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 5) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล และ 6) กีฬา ภูมิปัญญาไทย นอกเหนือจากมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้แล้ว ประเทศไทยยังมีมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และงานศิลปกรรมต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษได้สรรค์สร้างสั่งสมไว้สืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรม ให้แก่อนุชนคนรุ่นหลัง ซึ่งมรดกวัฒนธรรมหลายอย่างของไทยนั้นยังได้ถูกขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และตัวแทนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติจากยูเนสโก นับเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่ามหาศาลทุนทางวัฒนธรรมทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเราสามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) และเนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรมมาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตน หรือใช้ทุนทางวัฒนธรรมสร้างความแตกต่างหรือจุดขายให้กับสินค้า เกิดเป็นสินค้าวัฒนธรรมและทำให้เกิด มูลค่าเพิ่มขึ้นแก่สินค้าและบริการ

สรุป ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการสะสมของความรู้ องค์ความรู้ของภูมิปัญญา ภาษา ความเชื่อ ของคนรุ่นก่อนหรือบรรพบุรุษที่ได้เก็บสะสมไว้และถ่ายทอดให้รุ่นสู่รุ่น ซึ่งทุนวัฒนธรรมมีทั้งจับต้องได้ และที่จับต้องไม่ได้ โดยนำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเหล่านั้นมาแปลงเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่าที่ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อวิถีชีวิตและสังคมในที่สุด

องค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม (2555) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ดึกดำบรรพ์ที่คนในอดีตคิดทำขึ้น แสดงออกและสืบทอดด้วยการปฏิบัติ ซึ่งมีสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ จำแนกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ประกอบด้วย

1. เป็นมรดกตกทอดเกิดจากภูมิปัญญาของมนุษย์ ประกอบด้วยสิ่งที่เคลื่อนที่ไม่ได้ อาทิ โบราณสถานขนาดใหญ่ กับสิ่งที่สามารถเคลื่อนที่ได้จำพวกวัตถุบันทึกเล่าเรื่อง เป็นเอกสาร ตำนาน บันทึก เช่น ภาษามลายูซึ่งเป็นภาษาของชาวใต้ บันทึกในศิลาจารึกฯ

2. เป็นสิ่งที่มีเอกลักษณ์พิเศษหรือเนื้อในของวัฒนธรรม เป็นการกระทำของมนุษย์ ประกอบด้วยเอกลักษณ์พิเศษในการทำมาหากิน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ภาษา กิริยา สำเนียงพูด ความเชื่อ ศาสนา ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี และพิธีกรรม สุนทรียศาสตร์-สุนทรียภาพ ซึ่งเป็นความสวยงามตามอารยธรรม ซึ่งควรมีการสืบสานทำนุบำรุงให้คงอยู่ ระบบเครือญาติและระบบสังคม

3. ภูมิปัญญาดั้งเดิมและภูมิปัญญาสมัยใหม่ ได้แก่

3.1) ศาสตร์หรือความรู้ของบรรพชน อาทิ ดาราศาสตร์ วิทยาศาสตร์

3.2) ภาษาศาสตร์ และการคำนวณ เช่น โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน ร้อยแก้ว ร้อยกรอง ฯลฯ

3.3) อาชีวศาสตร์ เป็นความรู้เกี่ยวกับการยังชีพ เช่น เครื่องมือดักจับสัตว์ เครื่องการเกษตร เครื่องมือจับปลา เป็นต้น

3.4) ยุทธศาสตร์ในการป้องกันตนเองและการรักษาชีวิต เช่น มวยไทย ฟันดาบ กระบี่ กระบอง การเขียนตำราพิชัยสงคราม ฯลฯ

3.5) การเยียวยาชีวิต หรือ แพทย์ศาสตร์ เช่น การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ การทำและใช้สมุนไพร การนวดแผนโบราณ ฯลฯ

3.6) การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติ โดยใช้ความรู้ในเชิงรัฐศาสตร์ นิติศาสตร์และธรรมศาสตร์ เช่น ระบบการปกครองแบบพ่อปกครองลูก ฯลฯ

3.7) ศิลปศาสตร์ ซึ่งเป็นองค์รวมทางศิลปะที่สำคัญ

ประโยชน์ของทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม (2555) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของทุนทางวัฒนธรรม ไว้ 4 ประการ คือ

1) เป็นที่รวมแห่งองค์ความรู้ที่มีในอดีตทั้งหมด

2) เป็นที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์พิเศษและภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น

3) เป็นที่ก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี ศักดิ์ศรี ความภูมิใจของชุมชน หรือ ชนเผ่าทั้งหลาย

4) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความมั่งคั่ง

ทุนวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

จากความสำคัญของทุนวัฒนธรรมที่ถูกนำไปเป็นส่วนผสมในสินค้าและบริการหลากหลายรูปแบบ ในส่วนของการท่องเที่ยวก็เช่นกัน การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่เน้นการนำเสนอทุนวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละพื้นที่นำคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์และน่าสนใจเป็นสิ่งดึงดูดเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมแลศึกษาตามความสนใจ (Hall, 1998) ไม่จำกัดเฉพาะที่เป็นวัฒนธรรมชั้นสูง เช่น ศิลปะการแสดง และเสน่ห์จากสิ่งที่เป็นมรดกของสังคม เช่น พิพิธภัณฑสถาน และหอศิลป์ ในส่วนของวัฒนธรรมพื้นบ้านทั่วไปก็ได้รับความนิยมเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น เช่น อาหารการกิน หัตถกรรม กีฬา

และสถาปัตยกรรม หรือพหุวัฒนธรรม ซึ่งเป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์และภาษา ก็ สามารถเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและเรียนรู้ความแตกต่างหลากหลายในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทัศนกรรม ภาษา ประเพณี เทศกาล พิธีกรรม อาหารการกิน ศิลปะ ดนตรี ตลอดจนการแสดงคอนเสิร์ต จิตรกรรม ประติมากรรม รวมถึงสิ่งที่มองเห็นเพื่อให้ระลึกถึงอดีตได้ ภูมิสถาปัตยกรรมที่อาจโดดเด่นใน บริเวณนั้น ภูมิศาสตร์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบความเชื่อทางศาสนา ระบบการศึกษา เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย รวมถึงกิจกรรมยามว่าง เป็นต้น (สมประสงค์ น่วมบุญลือ, 2550) นับเป็นปรากฏการณ์สำคัญ ในการนำพหุวัฒนธรรมที่มีอยู่มาใช้ในการสร้างสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรมกลายเป็นทุนที่สำคัญ ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อการเติบโต ของธุรกิจท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่อาศัยพหุวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหลักในการ ให้บริการ ซึ่งการพัฒนาในรูปแบบพหุวัฒนธรรมหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมซึ่งเปรียบเสมือนสินทรัพย์ ทรคทางวัฒนธรรม เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวหรือนำเสนอสู่นักท่องเที่ยวในลักษณะสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว

นอกจากการเพิ่มมูลค่าในลักษณะผลตอบแทนทางเศรษฐกิจแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการคงอยู่ของ คุณค่าทางวัฒนธรรม ด้วยการแสวงหาจุดที่เหมาะสมสำหรับการปรับเปลี่ยนพหุวัฒนธรรมซึ่งเป็นวิถีชีวิต ของคนในสังคมให้กลายเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการให้ความสำคัญกับระดับคุณค่าที่ ต่างต่าง การสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงพหุวัฒนธรรมสู่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการปรับรูปแบบเพื่อให้สอดคล้องต่อการใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการปรับปรุงสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ และสุดท้าย ทำให้มี มาตรฐาน นอกจากนี้ การนำเสนอลักษณะเด่นของพหุวัฒนธรรมในแต่ละสังคม ไม่ว่าจะเป็เครื่องมือ เครื่องใช้ พฤติกรรมความสัมพันธ์ทางสังคม และประเพณีเพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยวอาจมองใน รูปแบบของควมมีคุณค่าในแง่ของการเป็นทรัพยากร คือ สิ่งที่มีค่าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ซึ่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยว ก็คือ สิ่งที่มีค่าสำหรับนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว

ดังนั้น พหุวัฒนธรรมในรูปแบบของการเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวจึงต้องแสดงถึงคุณค่าเพื่อการ นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ (สมประสงค์ น่วมบุญลือ, 2550)

1. คุณค่าในลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์

คุณค่ามี 2 ลักษณะ คือ คุณค่าแท้และคุณค่าเทียม คุณค่าแท้ คือ คุณค่าที่มีติดตัวในสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะ นำมาใช้หรือไม่ คุณค่านั้นยังคงมีอยู่ เช่น น้ำตกป่า วิถีชีวิตชุมชนย่อมมีคุณค่าในตัวไม่ว่ามนุษย์จะเข้าไป สัมผัสหรือนำมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่ก็ตาม ส่วนคุณค่าเทียม คือ คุณค่าที่มนุษย์กำหนด ขึ้น เช่น พิธีกรรมของไทยทรงดำในการเสนเฮือน แต่เดิมเป็นคุณค่าแท้ไม่ว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมหรือไม่

ชาวไทยทรงดำก็ยังให้คุณค่าในการปฏิบัติสืบทอดกันมา เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการชม จึงมีการจัดทำพิธีเสนเฮือนเพื่อเป็นการแสดงให้ชม การแสดงในลักษณะนี้ไม่ใช่คุณค่าแท้ แต่เป็นคุณค่าเทียมที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์บางอย่างที่มนุษย์กำหนดขึ้นมาเป็นพิเศษ ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งในส่วนที่เห็นคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม ทรัพยากรหลายอย่างเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว คือ สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ ทรัพยากร คือ สิ่งที่มีคุณค่าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ดังนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่มีค่าสำหรับนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว โดยการสร้างความพึงพอใจแก่มนุษย์ได้

2. คุณค่าด้านวิถีของชีวิต วิถีชีวิตเกิดจากการพัฒนาอันยาวนาน จากกระบวนการคิดการสร้างสรรคผ่านการปฏิบัติหรือเลือกสรร กลั่นกรองของสังคม และส่งทอดสืบทอดกันมา จนเป็นลักษณะเฉพาะตัวหรืออัตลักษณ์ทางสังคมนั้น จากความเป็นคนซึ่งเป็นสัตว์โลกชนิดหนึ่งที่ได้รับการศึกษาพัฒนามาเป็นมนุษย์ การดำเนินชีวิตที่ทุกสิ่งที่เกิดไปจากสภาพธรรมชาติทั้งหลายเกิดจากภูมิปัญญาของมนุษย์ ทั้งในด้านความรู้ การใช้ปัญญาและเทคโนโลยีสร้างสรรค์สะสมและส่งทอดสืบทอดกันมานานกลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากสิ่งนี้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาให้ดำรงอยู่ได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ให้นักท่องเที่ยวได้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ คุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตสามารถจำแนกได้ดังนี้

- คุณค่าด้านภูมิปัญญา คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต คือ สิ่งที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนและมีความเป็นพื้นเมืองดั้งเดิม เป็นแหล่งวัฒนธรรม แสดงรูปแบบการดำรงชีวิต ความเชื่อ ศรัทธาระบบภาษาและการถ่ายทอดความรู้ เช่น การแต่งกาย ภาษา อาหาร บ้านเรือน เครื่องมือเครื่องใช้ กิจกรรมที่แสดงถึงภูมิปัญญา ศิลปะหัตถกรรม ศิลปะพื้นบ้าน ศิลปะการแสดง พิธีกรรม เทศการพื้นเมือง และการฉลองเทศกาลของชุมชน สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ความคิด วิธีการสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม และสามารถอธิบายได้ด้วยความเป็นเหตุเป็นผล

- คุณค่าด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตเปรียบดั่งบันทึกภูมิปัญญาของมนุษย์ในการสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันที่สุดคล้องกับสภาพแวดล้อม การบันทึกเหล่านี้แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรมที่ดำเนินไปในชีวิตประจำวัน ดังนั้น สิ่งที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน วัตถุที่ปรากฏอยู่ในแต่ละท้องถิ่นเป็นหลักฐานที่โยงไปหาอดีตได้เป็นอย่างดี เช่น ตัวอย่างหนึ่งตระกูล เป็นวัตถุที่สะท้อนถึงนันทนาการของคนรุ่นก่อน มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาและพัฒนาการของหนึ่งตระกูล ตลอดจนเทคนิควิธีการทำตัวหนึ่งตระกูล วิธีการเลือกหนึ่งสัตว์ การฟอกหนัง การออกแบบตัวหนึ่ง การใช้สี การเล่นหนัง และอื่น ๆ อีกมากมาย ให้ประสบการณ์แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับ

การท่องเที่ยวที่มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของวิถีชีวิตท้องถิ่นซึ่งจะสร้างความสนใจแก่ผู้มาเยือนได้อย่างมีคุณค่า

- คุณค่าทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ การเข้าไปท่องเที่ยวในกลุ่มสังคมที่มีวิถีชีวิตแตกต่างกันออกไป นอกจากจะได้ประสบการณ์ความรู้ ยังเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีทางสังคมจากการเห็นการฟัง จากสื่อซึ่งได้รับสารสนเทศในแง่มุมหนึ่ง อาจมีการแปลความผิดไปจากความจริงการเข้าไปสัมผัสสภาพจริงสามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในสังคมนั้นได้โดยตรง หากคำตอบในสิ่งที่สงสัย ทำให้เกิดการเห็นแง่มุมที่ชัดเจนและเข้าใจสังคมตามสภาพตามจริง การท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตยังเป็นส่วนที่ทำให้วิถีชีวิตด้านการผลิตดำรงอยู่ จากสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวการผลิตตามวิถีชีวิตสังคมปกติ

- คุณค่าด้านการศึกษา การเรียนรู้เพื่อความเข้าใจสังคมเป็นการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน ผู้มาเยือนได้เรียนรู้วิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากที่ตนมีประสบการณ์ ขณะเดียวกันเจ้าบ้านก็ได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมหลากหลายที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้นำเข้ามา แหล่งท่องเที่ยวให้คุณค่าต่อการศึกษาในด้านมรดกทางวัฒนธรรม และมรดกทางวัฒนธรรมสามารถศึกษาได้ ตั้งแต่วัสดุการออกแบบฝีมือการประดิษฐ์สร้างสรรค์ เทคนิควิธี การถ่ายทอดในบรรทัดฐาน ศึกษาสิ่งที่สังคมนั้นยอมรับนับถือในการปฏิบัติทั้งวิถีชีวิต จารีต ภูมิปัญญา ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้ เช่น การศึกษาวิถีชีวิตของชาวอาข่า จะต้องศึกษาว่า ชาวอาข่ามีบรรทัดฐานในการดำเนินชีวิตอย่างไร มีอะไรเป็นข้อห้าม เช่น ชาวอาข่ามีบ่อศักดิ์สิทธิ์ศักดิ์มาดื่มได้แต่ห้ามลงไปบ่อ ถ้าใครฝ่าฝืนจะต้องเสียผี ดังนั้น ทุกสังคมมีวิถีชีวิตเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนเอง ผู้ที่เข้าไปเที่ยวจะได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าเหล่านี้

3. คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประเพณี ประเพณี หมายถึง กิจกรรมที่มีรูปแบบของชุมชนหรือสังคมหนึ่งจัดขึ้นมาด้วยวัตถุประสงค์หนึ่งและกำหนดการจัดกิจกรรมในช่วงเวลาสม่ำเสมอ กิจกรรมที่เป็นประเพณีอาจมองได้อีกประการหนึ่งว่าเป็นแบบแผนการปฏิบัติของกลุ่มเฉพาะศาสนา ประเพณีเป็นสิ่งที่แสดงถึงกระบวนการความคิดและปฏิบัติที่ลึกซึ้ง สามารถตอบสนองความพึงพอใจและประโยชน์แก่ผู้มาท่องเที่ยวได้ในด้านความแปลกใหม่ และวิถีปฏิบัติที่นักท่องเที่ยวไม่เคยพบเห็นมาก่อนหรือพบเห็นแล้วเกิดความต้องการอยากจะชม และต้องการมีส่วนร่วมซ้ำ คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประเพณี คือ การนำเอาประเพณีมาประยุกต์ใช้ให้มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว

ประเพณีเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเพณีที่เป็นทางการและประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เป็นทางการ คือ กิจกรรมที่หน่วยงาน องค์กรของรัฐ หรือเอกชนจัดขึ้นอย่างมีจุดหมายและเป็นระบบ เป็นที่ยอมรับทั่วไปในวงกว้างในช่วงเวลาหนึ่งเป็นประจำ เช่น ประเพณีทำบุญตักบาตรวันปีใหม่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนจำนำพรรษา เป็นต้น ส่วนประเพณีท้องถิ่น คือ กิจกรรมที่ท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งเป็นประจำ เช่น ประเพณีอุ้มพระดำน้ำของ

จังหวัดเพชรบูรณ์ ประเพณีแห่ข้าวพันก้อน ตำบลหนองรี อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ประเพณีแห่ผ้าขึ้นพระราชดู่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และประเพณีไหลเรือไฟ จังหวัดนครพนม เป็นต้น คุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประเพณี ดังนี้

- คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านพิธีกรรม พิธีกรรม คือ รูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง อาจเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีหรือกิจกรรมเฉพาะตัวได้ เช่น พิธีถวายสังฆทาน พิธีบวชนาค คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านพิธีกรรม คือ การนำพิธีกรรมมาใช้ประโยชน์ให้มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว พิธีกรรมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ พิธีกรรมทางการซึ่งเป็นรูปแบบกิจกรรมที่หน่วยงานองค์กรของรัฐจัดขึ้นอย่างเป็นระบบ เป็นที่ยอมรับทั่วไปอย่างกว้างขวาง พิธีกรรมท้องถิ่น คือ พิธีกรรมที่จัดขึ้นเฉพาะถิ่น เช่น พิธีบวชลูกแก้วและอีกประเภทคือ พิธีกรรมทางศาสนา คือ รูปแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น พิธีบวชนาค พิธีทอดกฐิน ทั้งประเพณีและพิธีกรรมต่างมีคุณค่าต่อการท่องเที่ยวทั้งในด้านการแสดงถึงภูมิปัญญา วัฒนธรรม โบราณคดี ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมและการศึกษา

- คุณค่าด้านภูมิปัญญา ประเพณี คือ กิจกรรมที่มีรูปแบบของชุมชนหรือสังคมหนึ่งที่จัดขึ้นมาด้วยวัตถุประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง และกำหนดการจัดกิจกรรมในช่วงเวลาแน่นอนสม่ำเสมอ กิจกรรมที่เป็นประเพณีเป็นแบบแผนการปฏิบัติของกลุ่มเฉพาะหรือทางศาสนา ประเพณี เป็นสิ่งที่แสดงถึงภูมิปัญญา และการปฏิบัติที่ลึกซึ้ง มีจุดหมายเรื่องราวความเป็นมาอันเกิดจากภูมิปัญญาของมนุษย์ในการใช้ปัญญา ความรู้ เทคโนโลยี สร้างสรรค์ สะสม ส่งต่อสืบทอดต่อไป สะท้อนวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ วิธีการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันทำให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สามารถอธิบายได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล เช่น ประเพณีการแต่งกาย ประเพณีต้อนรับ ประเพณีการแต่งงาน ประเพณีไหลเรือไฟ ประเพณีหลายประเพณีต้องมีการประกอบพิธีกรรมและการประกอบพิธีกรรมจะต้องมีการประดิษฐ์สร้างสรรค์สิ่งที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรม เช่น การสูชัวญ ต้องมีการประดิษฐ์บายศรี ประเพณีการไหว้ครูก็ต้องมีการประดิษฐ์พานพุ่ม เป็นต้น

- คุณค่าด้านวัฒนธรรม โบราณคดี และประวัติศาสตร์ ประเพณีและพิธีกรรมเป็นกิจกรรมที่เกิดจากความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญาของแต่ละกลุ่มในสังคมหนึ่ง ในการใช้ปัญญา ความรู้และเทคโนโลยี สร้างสรรค์ สะสม และส่งทอดสืบต่อมานาน สะท้อนวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในวิถีชีวิต โบราณวัตถุและสิ่งประดิษฐ์ที่ยังสืบเค้าเรื่อยมาจนปัจจุบันเป็นเรื่องราวต่อเนื่องสืบมาจากมุขปาฐะและการเขียนจารึกเป็นลายลักษณ์อักษร ให้อรรถาธิบายถึงพัฒนาการของสังคมด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ สร้างความเชื่อมั่นในความจริงที่ปรากฏ

- คุณค่าด้านการศึกษา ประเพณีให้คุณค่าทางด้านสติปัญญาทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เป็นสาระในพิธีกรรมนั้น ให้มีคฤเทศก์และนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สิ่งที่อยู่เบื้องหลังประเพณีทั้งในด้านความคิด ความเชื่อ เรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมา ความรู้ เทคโนโลยีที่ประกอบขึ้นมาเป็นประเพณีและพิธีกรรมของแต่ละสังคม ประเพณีพิธีกรรมที่ดีสร้างความรู้สึกลึกและเจตคติที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวต่อสังคมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัส และเนื่องจากประเพณีและพิธีกรรมเป็นสิ่งที่สังคมได้กำหนดวิธีปฏิบัติเป็นบรรทัดฐานไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ในการปฏิบัติกิจกรรมประเพณีพิธีกรรมนั้นอีกด้วย ดังนั้นประเพณีพิธีกรรม จึงให้การศึกษแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติ

Rui Carvalho (2014) ได้ศึกษาบทบาทวรรณกรรมบทบาทของทุนวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นพิเศษ ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับคนในท้องถิ่น โดยอาศัยทุนวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งพัฒนาขึ้นมาจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในรูปแบบเดิม นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีส่วนร่วมในประสบการณ์ที่มีความหมาย ซึ่งงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยสินค้าเชิงประสบการณ์กล่าวถึงความสัมพันธ์ของการพัฒนาโดยอาศัยความสัมพันธ์ของผู้จัดการท่องเที่ยวคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการวิจัยทุนทางวัฒนธรรมที่นำมาประยุกต์ใช้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพิ่มเติม

Solima and Minguzzi (2014) ได้ศึกษาการพัฒนาท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยนำเสนอองค์ประกอบสำคัญเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ประการ คือ

1.สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วยมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในท้องถิ่น ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม ที่อยู่อาศัยและสิ่งปลูกสร้าง สันทนาการ สังคมและวัฒนธรรม งานหัตถกรรม และอาหาร เป็นต้น

2.ระบบการต้อนรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวและการต้อนรับดูแล นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร บริการต่าง ๆ เป็นต้น

3.ระบบอุตสาหกรรม วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เช่น ผู้ประกอบการวิทย์ุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ไปจนถึงอุตสาหกรรมการออกแบบสถาปัตยกรรม และการโฆษณา สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการนำมาวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

สรุปได้ว่า ทูทางวัฒนธรรมหมายถึงมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ แบ่งตามรูปธรรม และนามธรรมออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือที่จับต้องได้และที่จับต้องไม่ได้ รวมถึงสินทรัพย์ทางปัญญาที่สั่งสมมาในอดีตเกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบ โดยผู้ส่งความรู้ในท้องถิ่น โดยมีรูปแบบที่ฝังในตัวคนหรือกลุ่มคน เป็นสิ่งที่มีรูปลักษณะเป็นตัวตน และความเป็นสถาบันในด้านประโยชน์ของทูทางวัฒนธรรมเป็นที่รวมแห่งองค์ความรู้ที่มีในอดีตอาจจะรวมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือเป็นเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาที่ส่งเสริมให้วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ล้ำค่า ดังนั้นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทูทางวัฒนธรรมสามารถนำมาสร้างองค์ความรู้และกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในยุคปัจจุบันที่ได้นำมาสร้างกระแสทางการท่องเที่ยว โดยนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของการท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนแปลงจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบบริโภคนิยม เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ โดยเน้นการสร้างมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่และมุ่งเน้นในการสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมและสร้างประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันของนักท่องเที่ยว กับชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ (Richards and Wilson, 2007; Wurzburger et al, 2009)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เริ่มแรก มีการกล่าวถึงในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ (Pearce and Butler, 1993) โดยขณะนั้น ยังไม่มีการกำหนดคำนิยามและความหมายที่ชัดเจน ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2533-2542 ได้เริ่มมีการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในเขตตัวเมืองและชนบทผ่านโครงการการพัฒนา “การท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม” ที่จัดขึ้นในประเทศฟินแลนด์ ประเทศกรีซ และประเทศโปรตุเกส (Richards, 1996, 2005) รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตประจำวัน ตลอดจนความต้องการในการมีส่วนร่วมผ่านประสบการณ์การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์มากขึ้น เป็นที่มาของการกำหนดคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเวลาต่อมา Richards and Raymond (2000) ได้กำหนดคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (creative tourism)

หมายถึง “การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้อย่างจริงจังซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน” โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ต้องจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ด้วย ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเน้นกระบวนการที่ดึงเอาทักษะ ความเชี่ยวชาญ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี และนำเสนอในรูปแบบประสบการณ์การเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการเปลี่ยนแปลงจากภายในให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จุดเน้นดังกล่าว คือ “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความเชี่ยวชาญ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น และศักยภาพอันโดดเด่นของสถานที่ที่ไปเยือนมากขึ้น” (Richards and Wilson, 2007)

ในการประชุมนานาชาติว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ The 2008 Santa Fe, New Mexico & UNESCO International Conference on Creative Tourism จัดขึ้นที่เมือง Santa Fe, New Mexico ประเทศสหรัฐอเมริกา องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ได้กำหนดค่านิยมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า “การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความผูกพันและประสบการณ์ที่แท้จริงผ่านการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม และคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ โดยเชื่อมโยงกับคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรม” (UNESCO, 2006) ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดย Richards (2008) ได้เพิ่มเติมรูปแบบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์ว่า “รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้นโดยมุ่งเน้นความรู้สึกที่แท้จริงต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสบการณ์ที่เป็นกันเอง เน้นการฝึกปฏิบัติและมีความคิดสร้างสรรค์ การฝึกปฏิบัติอาจจัดขึ้นเป็นกลุ่มเล็กๆ ในท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้ค้นพบความคิดสร้างสรรค์จากการได้ใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นนั้นๆ”

จากการพัฒนาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าค่านิยมและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกันบ้าง แต่ยังคงแสดงให้เห็นองค์ประกอบร่วมที่สำคัญในทิศทางเดียวกัน คือ ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีส่วนร่วม (participative and authentic experience) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพและทักษะเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการพบปะหรือสัมผัสกับผู้คนในชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น (interaction) โดยที่กรอบแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็ยังคงอยู่ แม้ว่าวิธีการที่นำไปสู่การปฏิบัตินั้นอาจจะเปลี่ยนแปลง แตกต่างกันไป ตามยุคสมัย และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว (ภูริวัจน์, 2556; แสงสรรค์, 2557)

ขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่อาศัยวัฒนธรรมเป็นฐาน (culture-based tourism) และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (creativity-led tourism) เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้มาเยือน ชุมชนท้องถิ่น และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว (interaction) บ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (traditional cultural tourism) หรือแม้แต่ การท่องเที่ยวชุมชน (community tourism) อย่างเห็นได้ชัด การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการขยายขอบเขตและระดับการความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Richards, 2011; Richards and Raymond, 2000) โดยสามารถอธิบายขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามคำนิยามและความหมายดังกล่าวใน 2 มิติ ดังนี้ (Richards and Raymond, 2000; Richards, 2011; ฐิริวัจน์, 2556)

มิติที่ 1 ขอบเขตในแนวกว้าง

ขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวกว้าง เป็นคุณสมบัติเชิงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวอธิบายถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นขยายขอบเขตจากเดิมที่เน้นการท่องเที่ยวตามแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ไปสู่การท่องเที่ยวที่อาศัยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น แหล่งวัฒนธรรมที่ยังมีชีวิต วัฒนธรรมชีวิตประจำวัน รวมถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นซึ่งเป็นมรดกวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม หรือสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เนื่องในโอกาสต่าง ๆ โดยใช้แหล่งท่องเที่ยวเป็น “ฉากวัฒนธรรม” เช่น การจัดเทศกาลศิลปะในย่านเมืองเก่าหรือชุมชนเก่า การจัดงานเทศกาล การจัดแสดงแสงสีเสียงในแหล่งโบราณสถานเพื่อบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เป็นต้น (Richards and Raymond, 2000) ขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวกว้างสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของจุดหมายปลายทางและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสะท้อนความคิดสร้างสรรค์ด้วยการออกแบบประสบการณ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะ สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความคิดสร้างสรรค์ในแง่มุมต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่และสามารถกระตุ้นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชม โดยจะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างส่วนผสมของความรู้ ทักษะ ลักษณะทางกายภาพ ทุนทางสังคม และบรรยากาศ ซึ่งทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีความกลมกลืนกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จัดขึ้น (Richards and Raymond, 2000)

มิติที่ 2 ขอบเขตในแนวลึก

ขอบเขตในแนวลึก เป็นคุณสมบัติเชิงกระบวนการ ให้ความสำคัญกับความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเองทั้งในแง่ “การเรียนรู้ตนเอง” (self-

realization) และ “การแสดงความเป็นตัวของตัวเอง” (self-expression) ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบ
 จริงจัง (active form) มากกว่าการเรียนรู้แบบพินิจ (passive form) และเน้นการมีส่วนร่วมของ
 นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็น “ผู้ร่วมผลิต” (prosumer) หรือ “ผู้ร่วม
 สร้างสรรค์” (co-creator) อย่างไรก็ตาม ความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะขึ้นอยู่กับ
 ระดับความเกี่ยวข้อง (involvement) หรือการปฏิสัมพันธ์ (interaction) เป็นสำคัญ โดยเฉพาะความ
 เกี่ยวข้อง/ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ รอบตัว ได้แก่ สิ่งแวดล้อม คน ผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการให้บริการ
 (Tan et al., 2013)



ภาพ 2-1 คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). Tourism Economic Review, กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 เมษายน - มิถุนายน หน้า 46.

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีแนวคิดและหลักเกณฑ์ที่นักวางแผนการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงในหลายประเด็น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึง คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องสร้างโอกาสหรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ของตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมหรือมีประสบการณ์ในกิจกรรมต่างๆ กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยที่นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจหรืออาสาเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นๆ ด้วยตนเอง ประการที่สอง การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมจากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่น วัฒนธรรม วิถีชีวิต เงื่อนไขของ
ธรรมชาติ ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ผสมผสานกับแนวคิด จินตนาการ ความสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว ใน
การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวมิใช่แค่เพียงผู้มาดู มาสังเกตการณ์ หรือเป็นเพียงผู้มา
เยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆแต่ยังต้องมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของแหล่ง
ท่องเที่ยวด้วย ประการสุดท้ายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจะต้องกระตุ้น ให้ข้อมูล ความรู้
และสร้างทัศนคติให้กับนักท่องเที่ยวที่จะต้องเคารพพื้นที่ และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมรอบตัว
(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561; Richards, 2011)

ทรัพยากรที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีหลากหลาย เช่น 1) กลุ่ม
ของมรดกทางวัฒนธรรม เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม เช่น งานศิลปะ งานฝีมือ เทศกาลงานประเพณี
ต่างๆ รวมถึง กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (cultural sites) เช่นโบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น 2) ประเภท
ศิลปะ (arts) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ
กลุ่มงานศิลปะ (visual arts) เช่น การวาดภาพรูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น และกลุ่มศิลปะการแสดง
(performing arts) เช่นการแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์พื้นบ้าน เป็นต้น 3) ประเภทวิถีชีวิต
(lifestyles) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิตของคนในชุมชนแหล่ง
ท่องเที่ยววนั้น เช่น หมู่บ้านไทยทรงดำภูไทกาฬสินธุ์ วิถีชีวิตตลาดน้ำดั้งเดิม เป็นต้น 4) ประเภทสื่อ
(media) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับกลุ่มคนกลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับ
นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ งานสื่อสิ่งพิมพ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (publishing and
printed media) และ งานโสตทัศน (audiovisual) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวกับการ
สร้างความน่าสนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว หรือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใน
มุมมองที่เป็นของแท้ดั้งเดิม (authenticity) และ 5) ประเภทการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
(functional creation) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความ
ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรมรีสอร์ท การ
ออกแบบสินค้าของที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น การพัฒนา Application ที่ตอบสนอง
พฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่สำคัญก็คือการสร้าง
กิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับทรัพยากรเหล่านั้นอย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจที่จะ
นำไปสู่ความประทับใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Wurzburger et al., 2009;
Richards, 2012; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561)

ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) พื้นที่ (space) โดยพื้นที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย เมืองและชุมชนที่มีศักยภาพ ความโดดเด่น และมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ที่สะท้อนภาพความเปลี่ยนแปลงในเชิงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว 2) การปฏิสัมพันธ์ (interaction) เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การปฏิสัมพันธ์นี้ประกอบด้วยปัจจัยวัฒนธรรมที่ยังมีชีวิต (living culture) ซึ่งเป็นปัจจัยในการสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง (authentic experience) ให้แก่นักท่องเที่ยว และ 3) ตัวกลาง (agents) โดยในที่นี้ หมายถึง แนวร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยปัจจัยในส่วนของผู้มี ความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละสถานที่ (creative people in residence) และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (participative learning process) (ภัทรพงศ์ และคณะ, 2553)



หลักเกณฑ์ 10 ประการ ในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	
01	กิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานของทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น
02	มีปราชญ์/ศิลปิน หรือคนเล่าเรื่องที่สามารถออกแบบเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจและเกิดความดึงดูด ความน่าสนใจในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ผลงาน
03	การออกแบบกิจกรรมเป็นการเรียนรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์จริง ได้ร่วมทำจริง ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้ความสนุก
04	มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรม ได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปิน
05	กิจกรรมออกแบบโดยใช้ประสาทสัมผัสได้อย่างเด่นชัด (มีสุนทรียภาพขณะการทำกิจกรรม) เช่น รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และ (ใจ) จิตวิญญาณ
06	สถานที่จัดกิจกรรมมีการออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์ผลงาน
07	กิจกรรมถูกออกแบบไว้ให้มีความไหลลื่นสามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรียภาพ
08	การออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสให้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจจะถึงขั้นสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งผู้มาเยือนและเจ้าบ้านหรือศิลปิน
09	นกออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ให้แตกต่างทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์
10	นกออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความพร้อมในการสื่อสารกิจกรรมได้อย่างสร้างสรรค์ ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (ความคิดสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่ง)

ภาพ 2-2 หลักเกณฑ์ 10 ประการในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ที่มา: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). คู่มือ
กระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โดยภาพรวมจะเห็นได้ว่า แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทรัพยากรการท่องเที่ยวแทบทุกประเภท เพียงแต่จะต้องมีกิจกรรมหรือกระบวนการที่สร้างการมีส่วนร่วมในด้านการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

ซึ่งในปัจจุบันแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวในหลากหลายพื้นที่ เพื่อที่จะเปลี่ยนภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันค่อนข้างไปทางการท่องเที่ยวแบบมวล (mass-nature tourism) มีการบริโภคทรัพยากรแบบฟุ่มเฟือย การนำแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้อย่างถูกวิธีสำหรับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง (active learning) จะเป็นการเพิ่มองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในด้านการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของพื้นที่และส่งผลถึงการยกระดับจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้มาเยือน



ภาพ 2-3 ประเด็นการพัฒนากการท่องเที่ยวภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ด้านการท่องเที่ยว

ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566)

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) “การท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี”



ภาพที่ 2-4 ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี และประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566), แผนพัฒนาสถิติระดับจังหวัดอุทัยธานี (พ.ศ.2566 – 2570)

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพ

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ สิ่งแวดล้อมและชุมชน ในการนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว เอื้อต่อการพัฒนาหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและสามารถรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวได้ ให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจในการมาท่องเที่ยว ภายใต้ความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศ (ดร.รชนี, 2561)

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการสำรวจความพร้อมและความเหมาะสมของทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวด้านต่างๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ

สิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินแหล่งท่องเที่ยวว่ามีคุณค่าความสำคัญและข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์เป็นศักยภาพตอบสนองการท่องเที่ยวรูปแบบหรือประเภทใด โดยวิธีการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นำมาใช้เป็นเครื่องมือตรวจสอบความเหมาะสมของการพัฒนาประเภทการท่องเที่ยว โดยการประเมินศักยภาพไม่เพียงประเมินคุณสมบัติทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่รวมถึงเกณฑ์การท่องเที่ยวด้านอื่นๆนำมากำหนดเป็นปัจจัยชี้วัด (ดรรรชนี, 2549)

นิยามของคำว่า“ศักยภาพการท่องเที่ยว”หมายถึงความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุง จัดการหรือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการท่องเที่ยว ที่ส่วนใหญ่พิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในแต่ละแหล่งจากองค์ประกอบต่อไปนี้ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2529)

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากสาระที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือน เช่น ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ บรรยากาศ ความสวยงาม สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติหรือวิถีชีวิตโดยรอบ

2) สภาพการเข้าถึง หมายถึงสภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ความสะดวกสบายเหมาะสมสำหรับการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ลักษณะการเดินทาง สภาพเส้นทาง ความสะดวกในการเข้าถึง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

3) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึงสิ่งบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปโภคที่อยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเช่น โรงแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย

4) สภาพแวดล้อม หรือสิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรวมทั้งด้านระบบนิเวศ และสภาพทางภูมิศาสตร์เช่น สภาพทางกายภาพสภาพอากาศ สภาพน้ำ มลภาวะ ขยะ กลิ่น เสียง และความสะดวกอื่นๆ

5) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดแย้งในการใช้สถานที่นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก เนื่องจากมีที่พักไม่เพียงพอ น้ำไม่เพียงพอ หรือมีปัญหาเรื่องระบบความปลอดภัย หรือข้อจำกัดด้านอากาศ หรือข้อจำกัดเพราะเป็นเขตหวงห้ามของทางราชการหรือเอกชน

6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

Institute of Ecotourism (2002) ได้จัดทำ แบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการตรวจสอบซึ่งได้จัดเป็นกระบวนการประเมิน ทรัพยากรในรายการ ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพทรัพยากร ได้แก่

- 1) สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนี้ดีกว่า/ไม่ดีกว่าทรัพยากรอื่นในที่อื่นๆ
- 2) อะไรคือจุดอ่อน
- 3) ได้รับการดูแลรักษาดีหรือไม่
- 4) บริการมีคุณภาพสม่ำเสมอตลอดหรือไม่
- 5) จะสามารถปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรได้อย่างไร

6) อะไรคือข้อเสียของการพัฒนาต่อไป

2. ความโดดเด่นของทรัพยากร ได้แก่

- 1) อะไรทำให้ทรัพยากรมีความพิเศษโดดเด่น
- 2) อะไรทำให้ทรัพยากรนี้แตกต่างกับที่อื่นๆ
- 3) ทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนให้คิดถึงความภาคภูมิใจในสถานที่นั้นๆ

3. อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว
- 2) มีการวัดระดับการใช้ประเมินการใช้อย่างไร
- 3) จะพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวนี้มีเสน่ห์ดึงดูดมากขึ้นอย่างไร
4. ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่

1) สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนั้นเป็นคุณค่าต่อแหล่งท่องเที่ยว

2) ในปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและน่าพึงพอใจ และถ้าจะให้ มีบทบาทสำคัญ

ยิ่งขึ้นในอนาคตจะต้องเพิ่มความดึงดูดอย่างไร

3) ทรัพยากรนี้มีลักษณะอะไรซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาท่องเที่ยวในอนาคต

Srirathu, V. (2008) เสนอว่าการกำหนดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1. การกำหนดเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่น ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ความสะอาดในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนนไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม

4. เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมคือการพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้างและประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Singsaktrakul, P. & Sermkarndee, P. (2013) ได้ทำการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา 8 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก 4) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว 5) สภาพแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยว 6) ความมีชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยว 7) กิจกรรมท่องเที่ยว และ 8) การมีส่วนร่วมของชุมชน

กัลยา สว่างคง (2558) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ 1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น 5) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 6) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

สรุป แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีศักยภาพแตกต่างกันตามความมุ่งหวังหรือวัตถุประสงค์ของการจัดการ ซึ่งการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ ซึ่งคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้เห็นถึงความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวหรือทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อม มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงจะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมหรือทำกิจกรรมในชุมชนมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยว น้อย การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ เพื่อนำผลการประเมินไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

ความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นมรดกแห่งสังคม มีทั้งส่วนจับต้องได้และจับต้องไม่ได้เช่น ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี รูปแบบการดำรงชีวิตการแต่งกายเครื่องมือเครื่องใช้ อาหาร การกิน งานเทศกาล ประเพณี เป็นต้น นอกจากนี้วัฒนธรรมยังเป็นการส่งเสริม ประสบการณ์ความรู้ความสามารถและภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้นๆ อยู่รอดและเจริญสืบต่อไปและเป็นอยู่มาจนถึงปัจจุบัน และสามารถเจริญงอกงามต่อไป (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยว แต่การเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดการจัดการที่ดีทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นจนขาดความเป็น

เอกลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่และส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในที่สุด ดังนั้น การกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยและยังสามารถใช้เป็นสิ่งบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐาน แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ผู้มาเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนนั้น โดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนของชนเผ่า ศูนย์วัฒนธรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การช่วยรักษาความหลากหลายของเชื้อชาติ คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้วิสัยทัศน์ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่างๆ และภูมิปัญญาของชนเผ่าตัวอย่างเช่น บ้านกะเหรี่ยงที่โพธิ์จังหวัดตาก บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ซึ่งหมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2) แหล่งวัฒนธรรมประเพณี และหัตถกรรมพื้นเมือง

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีและซื้อสินค้าของที่ระลึกจากผู้ประกอบหัตถกรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษา มรดกความหลากหลายของวัฒนธรรมคุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีและการได้ ซื้อสิ่งของที่ระลึกที่พอใจตัวอย่างเช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเป็นการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณีซึ่งหมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อ ศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ

เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดและการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใดนั้น แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจและความน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงความปลอดภัย และความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจแล้ว แหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวด้วยไม่ว่าจะเป็นในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและการสนับสนุนทางด้านนโยบาย ด้านงบประมาณและด้านบุคลากร จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตามการที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้นั้น การบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญทั้งในด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์การฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การมีมาตรการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการจัดการด้านการบริการและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม นอกจากนี้จากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจต่อวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้น ดังนั้นการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี้ จึงให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมทั้งการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย จากแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้น จึงได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงามทางศิลปวัฒนธรรมและจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้น ความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษา

วัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้ง ศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้แก่การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วย

สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
 - 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้
 - 2) ความต่อเนื่องของการสืบสาน วัฒนธรรมประเพณี
 - 3) ความงามทางศิลปวัฒนธรรม
 - 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
 - 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้
 - 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น
 - 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์
2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
 - 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
 - 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยวทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
 2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก
- องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและการจัดการด้านการท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการทำงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิดการพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่

1.การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัดได้แก่

1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านการใช้ ประโยชน์พื้นที่

3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

2.การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

3) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

4) ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

United Nation (1981) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและสมาชิกในสังคมที่กว้างกว่าสามารถเข้ามามีส่วนร่วม ช่วยเหลือ และเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมทั้งมีส่วนได้รับประโยชน์จากผลของการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน

สุธาวิ กลินอุบล (2562) การมีส่วนร่วมของชุมชนคือการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมคิด ตัดสินใจ และดำเนินการในการใช้ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น ให้เกิดประโยชน์และสนองตอบตรงต่อความต้องการของคนในท้องถิ่น

กิตติภักดิ์ วิโนทัย (2562) การมีส่วนร่วมของชุมชนหมายถึง บทบาทของชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการหาสาเหตุของปัญหา มีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการ มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมถึงการร่วมรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการในทุกด้าน รวมทั้งการแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวได้มีผู้ให้ความหมายไว้ว่า คือบทบาทของชุมชนในการที่ประชาชนมีส่วนร่วมหาสาเหตุของปัญหา มีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และมีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมไปถึงการร่วมรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น (ปิยธิดา ปานรังษี, 2557)

ผู้วิจัยสรุปการมีส่วนร่วมสำหรับการวิจัยครั้งนี้ การมีส่วนร่วมคือการที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลในชุมชน ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมประเมินผล

ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

Ramos and Fletcher (1982, อ้างถึงใน สาคร คุณชื่น, 2542) กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า

1. เป็นเครื่องชี้ว่าการตัดสินใจของรัฐบาลมาจากความต้องการของประชาชน
2. เพิ่มความรับผิดชอบและเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบได้ของรัฐที่มีต่อประชาชน
3. ช่วยในการสร้างแผนต่าง ๆ ที่ดีกว่าเดิม
4. เพิ่มความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
5. สร้างการสนับสนุนให้แก่หน่วยวางแผนงาน

ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ (2540) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานอันชอบธรรมของทุกคนที่เราเคารพให้การยอมรับ และยกย่องโดยการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกเกี่ยวกับการปรับปรุงชีวิตของเขา

2. การพัฒนางานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นจำนวนมาก เราจำเป็นต้องให้คนหมู่มากเหล่านี้ได้มีสิทธิ์มีเสียงในการแสดงออก

3. กลยุทธ์ทั้งหลายในการพัฒนาที่ผ่านมายังไม่สามารถส่งผลถึงกลุ่มประชาชน ผู้ด้อยโอกาสและยากจน และในทางตรงกันข้ามกลับส่งผลให้กลุ่มคนที่ได้เปรียบมีโอกาสมากขึ้น จึงจำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการพัฒนาใหม่โดยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนมากขึ้น

4. ประสบการณ์ที่ผ่านมาได้พบว่ามีโครงการจำนวนไม่น้อยที่ประสบความสำเร็จ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมในรูปแบบการรวมกลุ่ม และการจัดตั้งองค์กรประชาชน ในขณะเดียวกันมีตัวอย่างของโครงการที่ล้มเหลวเป็นจำนวนมากอันเนื่องมาจากไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม

5. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นเรื่องของการปฏิบัติการกลุ่ม หรือของกลุ่ม อันเป็นผลมาจากความรู้สึกผูกพันของสมาชิกแต่ละคนที่เข้ามาร่วมเพื่อพิทักษ์ประโยชน์ของเขาและในขณะเดียวกันก็ใช้ประโยชน์ส่วนรวมด้วย การมีส่วนร่วมจึงเป็นสิ่งจำเป็น

6. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นตัวชี้วัดของการพัฒนาชุมชน ยิ่งประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าใด ยิ่งแสดงว่าประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนามากยิ่งขึ้น ประชาชนย่อมรู้ดีว่าตนเองกำลังต้องการอะไร มีปัญหาอะไร และอยากแก้ไขปัญหายังไร ถ้าให้โอกาสแก่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาย่อมช่วยให้โครงการต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชนได้ดีกว่า

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

เป็นกระบวนการที่ประชาชนมีความต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นและเข้าไปมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการตัดสินใจ ซึ่งกระบวนการสื่อสารแบบสองทางที่มีเป้าหมายเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจที่ดีและได้รับการสนับสนุนจากประชาชนเพื่อประชาชนรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ หากพิจารณาในการมีส่วนร่วมของประชาชนในบริบทของกระบวนการทางการเมืองนั้น ประชาชนอาจจะไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมจนครบทุกคน อาจจะใช้วิธีการเลือกตัวแทนเข้ามามีส่วนร่วมหรือการแสดงความคิดเห็นในฐานะของกลุ่มผลประโยชน์ เนื่องจากภาครัฐมีขอบเขตการทำงานที่กว้างมาก จึงทำให้ไม่อาจดึงเอาประชาชนทุกเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างสมบูรณ์ เพราะจะทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานอย่างยิ่ง

อาจจะมีบางครั้งที่การมีส่วนร่วมที่ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างสมบูรณ์ คือ กระบวนการมีส่วนร่วมในระดับท้องถิ่น จากการประชุมของสภาเมืองอิงแลนด์ (วันชัย วัฒนศัพท์, 2544) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรงของประชาชน หลังจากที่กระแสโลกและรัฐบาลได้ตระหนักถึงการกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นมากขึ้น จึงทำให้ชุมชนเริ่มรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของพื้นที่ที่อยากจะเป็นผู้บริหารจัดการเองจากเดิมที่ต้องสูญเสียความเป็นชุมชนให้กับผู้อื่น กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถที่จะสร้างภูมิคุ้มกันต่อความรู้สึกเสียอำนาจและความเป็นชุมชนได้เป็นอย่างดี เมื่อกระบวนการมีส่วนร่วมได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สิ่งที่รัฐบาลจะต้องกระทำ คือ

การฝึกอบรมผู้นำให้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วม รวมถึงประชาชนด้วยที่จะต้องกระตุ้นให้รับรู้ถึงการเป็นพลเมืองที่ดีที่จะเข้ามามีส่วนร่วม

ในขณะที่ปิยธิดา ปาลรังษี (2557) ได้เสนอกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในลักษณะของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน โดยได้แบ่งออกเป็น 4 กระบวนการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ สมาชิกในชุมชนควรได้รับโอกาสในการเข้าร่วมตัดสินใจตั้งแต่เริ่มกระบวนการก่อนตัดสินใจในพื้นที่ของตนเอง ไปจนถึงกระบวนการสิ้นสุด ฉะนั้นกระบวนการก่อนเริ่มต้นจึงมีความสำคัญที่จะต้องตระหนักให้ชุมชนเข้ามาส่วนร่วมในการพิจารณาผลกระทบเชิงลบและเชิงบวก และตัดสินใจความเป็นไปที่จะจัดทำการท่องเที่ยว

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน คือ สมาชิกในชุมชนร่วมกันรับผิดชอบในบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับแต่งตั้งสมาชิกควรที่จะประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนการพัฒนาและทำให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันของสมาชิกทุกคน รวมถึงจะต้องคำนึงถึงการเป็นเจ้าของและการดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน

3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ คือ สมาชิกของชุมชนล้วนเป็นเจ้าของทรัพยากรและกิจการการท่องเที่ยว จึงต้องปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุผล

4. การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ หมายถึงเป็นผู้ที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงาน และเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกที่จะร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ทางวัตถุ เงินตรา และสังคมกันอย่างเป็นธรรม และจัดสรรผลผลิตของกิจกรรมหนึ่งๆ (ณัฐฐา วิจิฉัยภาค, 2556)

5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล คือ สมาชิกในชุมชนควรร่วมกันประเมินทั้งการพัฒนาและตัวบุคคลขององค์กรชุมชนเพื่อปรับปรุงแผนของการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบขั้นตอนการมีส่วนร่วม Cohen and Norman Uphoff (1980) ที่ได้แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มโครงการ โดยมีการอภิปรายถึงปัญหาและความต้องการ มีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การกำหนดทางเลือกว่าจะจัดทำโครงการหรือกิจกรรมใดบ้าง และการตัดสินใจว่าจะทำโครงการหรือกิจกรรมใด และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจยังครอบคลุมไปถึงการตัดสินใจในระหว่างการทำงานโครงการ

2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานหรือปฏิบัติการ (Implementation) การเข้ามามีส่วนร่วมมีได้หลายรูปแบบอาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วม โดยการสนับสนุนด้านทรัพยากรการบริหารและการ

ประสานของความร่วมมือ รวมทั้งการร่วมแรงร่วมใจ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในทรัพยากรต่าง ๆ ให้กับโครงการทั้งในด้านเงิน แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ และการมีส่วนร่วมในการบริหารและประสานงานโครงการต่าง ๆ

3.การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคม หรือ ผลประโยชน์ทางด้านส่วนบุคคล การมีส่วนร่วมประเภทนี้มีสองนัย คือเป็นทั้งการร่วมรับประโยชน์และร่วมรับผลสืบเนื่องในทางลบจากโครงการพัฒนา ได้แก่

3.1 ผลประโยชน์ด้านวัตถุ คือการมีรายได้และทรัพย์สินเพิ่มขึ้นและมั่นคงมากขึ้น หรือการมีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ หรือคุณภาพดี

3.2 ผลประโยชน์ด้านสังคม ได้แก่ การได้รับการศึกษาหรือรู้หนังสือมากขึ้น รวมทั้งการให้บริการสังคมอื่น ๆ มากขึ้นและมีคุณภาพดีขึ้น

3.3 ผลประโยชน์ส่วนบุคคล ได้แก่ การมีความนับถือตนเองมากขึ้น มีพลัง อำนาจทางการเมืองมากขึ้น และมีความรู้สึกถึงความมีประสิทธิภาพของตนเอง

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการประเมินโครงการทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รูปแบบการมีส่วนร่วมประเมินอย่างเป็นทางการ เช่น การประชุมเพื่อทบทวนและประเมินการดำเนินงานที่ผ่านมา การร่วมเป็นคณะกรรมการ หรือ คณะกรรมการในการประเมินผล หรือการเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในการวิจัยประเมินผล สำหรับการมีส่วนร่วมในการประเมินผลอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การประชุมกลุ่มย่อยอย่างไม่เป็นทางการ หรือการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของโครงการ

โดยมีบุคคล 4 ฝ่ายที่มีส่วนสำคัญในการมีส่วนร่วมคือ ประชาชนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น เจ้าหน้าที่รัฐ และบุคคลภายนอก

โกวิท พวงงาม (2553) ได้กล่าวถึงขั้นตอนของการมีส่วนร่วมเป็นการส่งเสริมชักนำและเปิดโอกาสให้บุคคล กลุ่ม องค์กร ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดโครงการ ดังนี้

1. การเปิดช่องทางให้ประชาชนร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนได้มีช่องทางการแสดงความคิดเห็น

2. การเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็น และเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ข้อมูล และเป็นเวทีในการตัดสินใจ

3. การรณรงค์ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มตามความสนใจในลักษณะของชมรม รวมทั้งการส่งเสริมอาสาสมัครที่มีจิตอาสาเพื่อช่วยเหลืองานท้องถิ่น ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในชุมชนในฐานะทั้ง ผู้ส่งเสริม ผู้รับบริการ และผู้ตรวจสอบ

แนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งชุมชนควรมีโอกาสเข้ามามีบทบาทในทุกด้านและทุกขั้นตอน ตั้งแต่การริเริ่มหาสาเหตุของปัญหา การระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การลงมือปฏิบัติ การใช้ประโยชน์ จนถึงปลายทางคือการประเมินผลตรวจสอบทั้งกระบวนการ จากที่นักวิชาการได้เสนอกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งในบริบทระดับประเทศและ ระดับท้องถิ่น ผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับท้องถิ่นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้นตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้วิจัยจะทำการสกัดตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชนจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อหาตัวแปรการมีส่วนร่วมที่มีผู้วิจัยเลือกมาใช้ในการวิจัยต่อไป

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนเป็นนิยามของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พจนา สนวนศรี, 2560) และยังเป็นการท่องเที่ยวที่ประชาชนในชุมชนสามารถมีเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเพื่อเกิดประโยชน์ให้กับชุมชน โดยกิจกรรมในการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นจะเป็นกิจกรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่อาศัยอยู่ภายในชุมชน จะนำไปสู่การเรียนรู้และเข้าใจถึงรากเหง้าในความยั่งยืนของชุมชน (ณัฐพัชร์ มณีโรจน์, 2560) และเพื่อที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพสูงสุดต้องอาศัยหลักการจัดการดังนี้

หลักการจัดการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วีระพล ทองมา (2555) ได้กล่าวถึงหลักการของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นการมองชุมชนเป็นรากฐานหรือศูนย์รวมเพื่อกำหนดทิศทางในการวางแผนงาน และแผนปฏิบัติงานของตนเองโดยทำการดำเนินการร่วมกันทั้งในด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมที่เกี่ยวกับกลุ่มคนต่างๆ และเมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยว ถ้าต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

1. การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง ทางชุมชนได้มีการวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหา ความเป็นไปได้ และผลกระทบทางการท่องเที่ยวในทุกๆ มิติแล้ว ดังนั้นชุมชนร่วมลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่มีความเป็นไปได้และทางชุมชนเห็นสมควร

2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการออกความคิดเห็น การวางแผน การทำกิจกรรม การร่วมติดตามประเมินผล การร่วมกันเรียนรู้และการร่วมรับประโยชน์

3. ต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ชมรม องค์กรที่จัดขึ้นใหม่หรือกลุ่มเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อดำเนินกำหนดทิศทางการจัดการ การบริหาร และการประสานงาน ให้การท่องเที่ยวของชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน

4. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียม มีความเป็นธรรม ตั้งอยู่บนความยั่งยืนของวิถีชีวิตและทรัพยากร ก่อให้เกิดผลเชิงสร้างสรรค์ต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม และลดผลกระทบเชิงลบต่อด้านดังกล่าว

5. จำเป็นที่ต้องมีการวางกฎและกติกา สำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชัดเจน และสามารถดูแลและควบคุมให้เป็นไปตามกฎกติกาที่วางไว้

6. ชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน สมาชิกในการจัดการและบริหารชุมชน ชาวบ้านทั่วไปรวมไปถึงนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

7. ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นต้องมีการวางตัวชี้วัดและมาตรฐานที่มาจากภาคกลางร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยจะกระจายรายได้โดยความเที่ยงตรงให้กับผู้เกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นภาพรวมได้ว่าการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ใครคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ออกความคิดเห็นเพียงฝ่ายเดียว แต่จะเป็นการที่คนในชุมชนสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นได้อย่างมีอิสระ เพื่อที่จะทำให้ผลของการดำเนินงานประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่ได้ร่วมกันวางแผนไว้

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวที่จะกำหนดความสำเร็จของการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมความพร้อมและการวางแผนในการจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดย ญัฐพัชร์ มณีโรจน์ (2560) ได้กำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 12 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาศักยภาพเบื้องต้นของชุมชนว่ามีความเหมาะสมที่จะดำเนินการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ พิจารณาจากความโดดเด่นของชุมชน ลักษณะทางกายภาพต่างๆ รวมไปถึงเส้นทางการท่องเที่ยว

โดยอาจจะนำหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเข้ามาเป็นตัวชี้วัด อาจจะมีการให้ผู้เชี่ยวชาญภายนอก มาช่วยประเมินความเป็นไปได้ หากผ่านเกณฑ์จึงดำเนินการไปในขั้นตอนต่อไป

2. สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำเสนอ ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้นำของชุมชนรวมไปถึงประชาชนในชุมชน

3. ศึกษาความเป็นไปได้และศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน จะร่วมกันศึกษาความเป็นไปได้โดยละเอียด ศึกษาพื้นที่และลักษณะทางกายภาพของทางชุมชนว่ามี ทรัพยากรใดที่สำคัญและโดดเด่นบ้าง นอกจากนี้ยังต้องศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการท่องเที่ยว รวมไปถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของทางชุมชน

4. นำผลที่ได้ลงพื้นที่มาวิเคราะห์ร่วมกัน โดยการวิเคราะห์พื้นที่ที่จะใช้ SWOT และ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้ทุกคนได้ทราบถึง ศักยภาพโดยรวมของชุมชนและได้ร่วมมือหาแนวทางการพัฒนาต่างๆ

5. พัฒนาศักยภาพของทางชุมชนในด้านต่างๆ โดยนำข้อมูลมาจากการศึกษาศักยภาพของชุมชน มาพัฒนาเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการจัดการการท่องเที่ยว และความเป็นมาตรฐานในการท่องเที่ยว มีการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทรัพยากรการท่องเที่ยว การส่งเสริมวัฒนธรรม การ รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

6. กำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย วิสัยทัศน์ในการจัดการการท่องเที่ยว จะต้องกำหนดเป้าหมาย ในการจัดการทั้งในระยะสั้น และระยะยาว โดยในการกำหนดสิ่งต่างๆนั้นจะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ใน การกำหนดจากศักยภาพของทางชุมชน

7. กำหนดรูปแบบในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเรียบร้อยและ บรรลุวัตถุประสงค์ จะต้องมีการจัดตั้งเป็นองค์กรกลางของชุมชนขึ้นมาเพื่อดูแลและรับผิดชอบในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยจะมีการแบ่งหน้าที่ออกเป็นส่วนงานต่างๆ ในขั้นเริ่มแรกจะให้ชาวบ้านทุก คนมีส่วนร่วมในการคิดรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมกิจกรรมท่องเที่ยวรวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และยังทำให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ของชุมชน

8. จัดทำและออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน ในการออกแบบโปรแกรมการ ท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของกิจกรรมต่างๆ ทั้งจำนวนวัน กิจกรรมตามช่วงอายุ และความ น่าสนใจ โดยจะต้องออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวให้อยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์ และ รักษาวิถีชีวิต ตั้งเดิมและฟื้นฟูวัฒนธรรมของทางชุมชน

9. ทดลอง และทำการประเมินผลในโปรแกรมการท่องเที่ยว ในการทดลองนี้อาจจะใช้ นักท่องเที่ยวที่อาสาเข้ามาทดสอบตัวโปรแกรมเพื่อดูความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความพึงพอใจ ในช่วงท้ายของโปรแกรมจะมีการประเมินของนักท่องเที่ยว จึงนำผลนั้นมาวิเคราะห์เพื่อที่จะนำ ข้อเสนอแนะดังกล่าวมาปรับปรุงใช้กับโปรแกรมท่องเที่ยวต่อไป

10. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในทุกกระบวนการ โดยนำผลที่ได้จากการทดลองใช้โปรแกรม ท่องเที่ยวจากกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่าง และทำการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาคส่วนต่างๆ ให้ปฏิบัติ หน้าที่ออกมาอย่างดี แสดงให้เห็นถึงความเป็นเจ้าบ้านที่ดี การมีเมตตาริจิต เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีแต่ความพึง พอใจกลับไป

11. การส่งเสริมการตลาดให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการสร้างความเข้าใจในการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน นำเสนอเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของท้องถิ่นออกสู่สาธารณะ เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

12. การติดตามและการประเมินผลในการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีการทำอยู่ตลอดเวลาเพื่อ พัฒนาชุมชนให้พัฒนาขึ้นไป จะมีการประเมินทุกครั้งหลังจบกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มเพื่อ ทราบถึงสิ่งที่ต้องแก้ไขต่างๆ และการประเมินภาพรวมของการท่องเที่ยวเช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การ บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และนำผลที่ได้จากการประเมินไปพัฒนาการท่องเที่ยว ในทุกมิติเพื่อทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนสิ่งแรกที่ต้องทำคือการอธิบายและทำความเข้าใจให้กับสมาชิก ในชุมชนให้เห็นถึงสิ่งที่ได้รับกลับมาและประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยที่ผู้นำจะต้องเป็นผู้ อธิบายในส่วนนี้เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้ทราบถึงผลกระทบในด้านต่างๆ ในแนวทางการจัดการการ ท่องเที่ยวที่กล่าวมาในข้างต้นเมื่อสรุปออกมาแล้วจะประกอบไปด้วย การระดมความคิดเห็น การลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูล การวิเคราะห์พื้นที่และศักยภาพรวมไปถึงความเป็นไปได้ การออกแบบรูปแบบกิจกรรมการ ท่องเที่ยว การจัดตั้งองค์กรกลางของชุมชน การทดลองโปรแกรมการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดการ ท่องเที่ยว และการติดตามประเมินผล ในทุกกระบวนการนี้จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนใน ชุมชน ประชาชนในชุมชนเป็นศูนย์กลางในการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนและนำไปสู่ ความสำเร็จ

2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีด้านการตลาดการท่องเที่ยว ศรีธัญญา วรากุลวิทย์ (2558) ได้ให้แนวคิดด้านทฤษฎีไว้ว่า การตลาดท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากตลาดอื่นๆ เนื่องจากมุ่งเน้นการขายสินค้าทางด้านบริการที่ไม่มีตัวตน ลักษณะผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะ เนื่องจาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นกับพื้นฐานทุนทรัพยากรท่องเที่ยว ไม่มีตัวตนจับต้องได้ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อบนพื้นฐานของการส่งเสริมการตลาด ไม่มีสิทธิสัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อเช่นเดียวกับสินค้าอื่นๆ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันไม่สามารถแยกจากกันได้ กล่าวคือ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ไม่สามารถแยกจากกันได้ สิ่งสำคัญสำหรับการตลาดท่องเที่ยว คือ “พื้นฐานของเทคโนโลยี” ความก้าวหน้าและการพัฒนาของเทคโนโลยีมีส่วนช่วยส่งเสริมการตลาดได้มาก ช่วยดึงความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดแรงจูงใจและขับเคลื่อนต้องการการท่องเที่ยว

สำหรับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Marketing Mix) ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวคือเครื่องมือที่ธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใช้เป็นสิ่งกำหนดกลยุทธ์ สามารถควบคุมเพื่อพัฒนาการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ให้เกิดความสำเร็จ โดยส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 8Ps ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) กระบวนการซื้อ (purchasing process) และการมีส่วนร่วม (Participant)

แนวทางการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว

ฤดี เสริมชยุต (2563) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดกับการท่องเที่ยวชุมชน จะต้องประกอบไปด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยนำอัตลักษณ์ชุมชนที่โดดเด่น มาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และมีเป้าในการกระตุ้นนักท่องเที่ยว ด้วยการจัดเทศกาลต่างๆ มีการพัฒนาบุคลากรที่ให้ความรู้ ความเชี่ยวชาญในพื้นที่ชุมชน โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาอย่างเป็นลำดับอย่างชัดเจนเหมาะสม กระบวนการให้บริการทางการท่องเที่ยว มีขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ทั้งนี้การท่องเที่ยวชุมชนจะประสบความสำเร็จและยั่งยืนได้ด้วยเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ให้มีความยั่งยืนในอนาคต ยังคงต้องใช้การส่งเสริมการตลาดในอนาคตด้วยการสร้างแบรนด์ ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้เข้าถึงใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาซื้อซ้ำ

ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าว สอดคล้อง และเป็นไปแนวทางเดียวกับ การศึกษาโดย ศรัณญา เนียมฉาย (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวอียิปต์ ผลการวิจัยศึกษาพบว่า ควร มีการปรับปรุงราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ จำหน่ายสินค้าที่มีการออกแบบเหมาะสมสวยงามกับราคา จัดสรรพื้นที่แต่ละส่วนอย่างชัดเจน อำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายเงิน มีจุดอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ในส่วนประชาสัมพันธ์ ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการประเมินการ ให้บริการ

วีระ แก่นเพชร (2564) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลของ ประเทศไทย ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ (1) ปรับระบบการทำงานเข้าสู่ดิจิทัล เช่น ทำโครงการ กิจกรรมต่างๆ ที่สนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวผ่านระบบสื่อสารและระบบดิจิทัลให้แก่ผู้บริโภค (2) ผลักดัน การให้ข้อมูลข่าวสาร โดยกระตุ้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านการสื่อสารและระบบดิจิทัล (3) ทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมในเชิงออนไลน์ เพิ่ม กลุ่มเป้าหมาย ให้มีความสอดคล้องกับกิจกรรมที่ออกแบบออนไลน์ และ (4) สื่อสารบนช่องทางที่ หลากหลายในการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สาริยา นุชอนงค์ (2560) ศึกษาเรื่องการออกแบบเว็บไซต์สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล กล่าวว่า ปัจจัยเทคโนโลยี ทำให้ตลาดการท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องขึ้นทุกปี ซึ่งใน รอบปี 2558 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงขึ้นร้อยละ 65.2 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) นักท่องเที่ยวเน้นการเข้าถึงข้อมูลทางสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารจะแบ่งเป็นสองทาง มีการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและสังคมชุมชนท่องเที่ยวเกิดขึ้น ธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ในโลก ออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ตลอดเวลา ดังนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องมี ช่องทาง ออนไลน์ให้นักท่องเที่ยวติดต่อได้ตลอดเวลา ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันจะเป็นลักษณะ Smart user คือ ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างละเอียด มีการเปรียบเทียบราคาค่าก่อนการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องให้บริการด้วยความซื่อสัตย์เป็นไปตามข้อมูลที่ให้ไว้ในเว็บไซต์

สำหรับแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ได้กล่าวถึงการ ส่งเสริมท่องเที่ยวไทย โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาด 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. เน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความรักและความภูมิใจในความเป็นไทยให้แก่คนไทย สำหรับแนวทางการพัฒนา เน้นการสร้างแรงกระตุ้นผ่านมุมมองใหม่ เพื่อให้มองเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยออกเดินทาง ไทยด้วยวิถีเก๋ไก๋ในสไตล์ของตนเอง รวมถึงต่อยอดภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ของ 5 ภูมิภาค ด้วยการเน้นการ นำเสนอจุดขายของสินค้า ความโดดเด่นของการท่องเที่ยวในแต่ละภาค

2. กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ เจาะกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพการซื้อสูง ได้แก่ตลาดสูงวัย กลุ่ม GEN Y ให้เดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายมากขึ้น โดยนำเสนอสินค้า บริการทางการท่องเที่ยว ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ตอบโจทย์ความต้องการ การใช้ชีวิต ประสบการณ์กลุ่มเป้าหมายผ่านการตลาดครบวงจร

3. กลยุทธ์กระจายพื้นที่และช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางคือ ส่งเสริมตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ให้เดินทางวันธรรมดาควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในวันธรรมดา ส่งเสริมการกระจายตัวสู่ท่องเที่ยวเมืองรอง กระจายการท่องเที่ยวออกสู่เมืองโดยรอบ

4. สร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษาสິงแวดล้อม มีแนวทางคือ เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Green tourism ในกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก เพื่อสร้างการตระหนักในแหล่งท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดลอม เน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชน กลุ่มศักยภาพที่มีส่วนส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวอนุรักษ์

2.1.6 เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน มีการขับเคลื่อนและเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยระบบเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นตัวเชื่อมต่อให้นักท่องเที่ยวทั่วโลก ให้ได้รับทราบข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีช่องทางการติดต่อเพื่อการตัดสินใจก่อนเดินทางท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกบนพื้นฐานเทคโนโลยีที่จำเป็นในขณะการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนมีการประเมินคุณภาพการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตลาดท่องเที่ยวและการกลับมาซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยว สำหรับความสำคัญของการท่องเที่ยวนั้น จากข้อมูลโดย รัฐพล วงศาโรจน์ (2565) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สรุปข้อมูลเทคโนโลยีที่ใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว 8 ประเภทที่น่าสนใจ ได้แก่

1. การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยระบบเสียง รวมถึงการควบคุมด้วยเสียง ((Voice Search & Voice Control) ใช้ในธุรกิจท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรม และมีโอกาสขยายต่อในธุรกิจอื่นๆ เพื่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว

2. เทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robot) เพื่ออำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ใช้ในการบริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร อาทิ การบริการอาหาร การต้อนรับแขกในโรงแรม ตลอดจนใช้ในสนามบินเพื่อลดการสัมผัสกับนักท่องเที่ยว

3. เทคโนโลยีการชำระเงินแบบไร้การสัมผัส (Contactless Payments) เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่การท่องเที่ยว และธุรกิจบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ปลอดภัย นักท่องเที่ยวไม่ต้องกังวลในการถือเงินสด

4. ทิวเสมือนจริง (Virtual Reality VR) ช่วยทำการตลาดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเสมือนจริงก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยวได้

5. แอปพลิเคชันในการให้บริการ (AI Chatbots) ช่วยได้ตอบสนองสารให้ข้อมูลกับลูกค้าในการบริการ ข้อมูลข่าวสาร การขายต่างๆ ทางช่องทางที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็ว

6. เทคโนโลยีการใช้อินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อกับบริการต่างๆ ทางช่องทางที่เกี่ยวข้อง Internet of Things (IoT) เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการเชื่อมต่อการให้บริการ ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

7. การจดจำรูปลักษณะของนักท่องเที่ยว (Recognition Technology) อาทิ การจดจำลายนิ้วมือ ระบบสแกนใบหน้าเพื่อตรวจสอบข้อมูลของนักท่องเที่ยว นิยมใช้ในโรงแรมบางแห่งและสายการบิน

8. แอปพลิเคชันที่มีลูกเล่นน่าสนใจ Augmented Reality (AR) ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินกับข้อมูลและการบริการทางช่องทางที่เกี่ยวข้อง

โดยการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโต ส่งผลต่อให้ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตด้วย ทั้งนี้ หากต้องการพัฒนาและยกระดับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจที่พัก และธุรกิจร้านอาหาร

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลสนับสนุนจาก ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว (2564) สรุป เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีหลักที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ รัฐพล วงศาโรจน์ (2565) ได้แก่ เทคโนโลยีการสั่งการด้วยเสียง หรือการค้นหาข้อมูลด้วยเสียงแทนระบบการสัมผัส ระบบ อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล ระบบหุ่นยนต์อัจฉริยะ ที่ใช้ในธุรกิจบริการโรงแรมและร้านอาหาร รวมถึง สนามบิน เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality VR) ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยว เข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ศึกษา เส้นทางเสมือนเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวจริง การมีระบบสนทนาโต้ตอบอัจฉริยะ (AI Chatbots) ที่ช่วย ตอบข้อความนักท่องเที่ยว และที่สำคัญคือ มาตรการรักษาความปลอดภัย Cyber ซึ่งมีความสำคัญมากในการเก็บฐานข้อมูลสำคัญของนักท่องเที่ยวและลูกค้า

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิริติ ประเสริฐยิ่ง (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับตัวสาระนิตยสารท่องเที่ยวสู่สาระของการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล งานวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ รวม 5 ข้อได้แก่ 1) การศึกษารูปแบบเนื้อหาของ การท่องเที่ยวผ่านนิตยสารท่องเที่ยวและสื่อใหม่ 2) ศึกษาการปรับตัวของนิตยสารให้เข้ากับยุคดิจิทัล รวมถึงวิธีการปรับตัวให้นิตยสารอยู่รอดได้ 3) เพื่อศึกษาเว็บไซต์ของนิตยสารท่องเที่ยว ในการหาแนวทางการทำเว็บไซต์ที่ครบวงจรการท่องเที่ยว เข้าถึงผู้อ่านได้อย่างรวดเร็ว 4) ศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสาร และสื่อใหม่ และ 5) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดตั้งเว็บไซต์ท่องเที่ยวครบวงจร การศึกษาข้อมูลวิจัยเป็น แบบเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลรวมจำนวน 15 คน ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บรรณาธิการ

นิตยสารท่องเที่ยว บุคลากรในบริษัทท่องเที่ยว ผู้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวหรือผู้เกี่ยวข้อง และผู้อ่านนิตยสาร

ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า การนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารและเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นข้อมูลเดียวกัน ไม่แตกต่างกัน ต่างกันที่รูปแบบของการนำเสนอ รูปแบบของนิตยสาร และเว็บไซต์ จะต้องนำเสนอไปคู่กันเพื่อทำการสื่อสารถึงลูกค้าในทุกช่องทาง ที่สำคัญสำหรับเว็บไซต์คือ เนื้อหารายละเอียดที่ปรากฏบนเว็บไซต์จะต้องมีความน่าสนใจ มีคุณภาพที่ดี เพราะถ้าผลิตสื่อเนื้อหาและภาพที่ดี จะส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้อ่าน แคร่ข้อมูลออกไปได้มาก นับเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีมาก และเมื่อเว็บไซต์ หรือองค์กร เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในวงกว้าง ก็อาจจะมีส่วนส่งเสริมเข้ามาลงทุนด้วย เป็นหนทางการสร้างรายได้แก่เว็บไซต์ และในการสร้างเว็บไซต์ ผู้อ่านมักจะให้ความสำคัญต่อเว็บไซต์ที่สวยงามเป็นหลัก การให้ข้อมูลที่เข้าใจ ข้อมูลเนื้อหาครบถ้วน และชื่อเสียงหรือความเชื่อถือได้ของผู้ผลิตสื่อ ก็เป็นอีกปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความเชื่อใจของผู้อ่าน เพราะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

อิสระพงษ์ พลธานี (2560, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก 2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมระหว่างการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ตลาดสามชุกต้องมีการกำหนดพื้นที่และจำนวนผู้ประกอบการในตลาดสามชุก ด้านสังคมต้องมีการณรงค์ในเรื่องของการให้ความสำคัญกับการดำรงอยู่ของตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการค้าขายเห็นถึงความสำคัญในส่วนรวม ด้านสิ่งแวดล้อม ตลาดสามชุกต้องมีการวางแผน การอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมโดยรอบ ๆ ตลาดอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การกำหนดช่วงระยะเวลาในการปรับปรุงหรือวางแผนงานในการปรับปรุงในแต่ละส่วนอย่างเท่าเทียมกัน

รัชติยาพร อภิวรรณรัตน์, ทรงพร อ่อนนาเรนทร์ และภุรีวิจิณ์ เดชอ่อม (2560, น. 3371-3391) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวยามค่ำคืนของเกาะรัตนโกสินทร์ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความคิดเห็น และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการจัดการท่องเที่ยวยามค่ำคืนในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะและเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการจัดการ ทำการศึกษาใช้วิธีการ

วิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปตามบทบาทของตน ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐสามารถดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ได้ ชุมชนกลับมีความกังวลว่าเสียงของพวกเขาไม่ได้รับการนำไปพัฒนาต่อยอดในกระบวนการจริง ซึ่งส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวบางส่วนไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชน นอกจากนี้ การศึกษายังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการจัดการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ การรับผลประโยชน์ และการติดตามผล โดยพบว่าชุมชนได้รับประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว เช่น รายได้จากการค้าขายและบริการต่างๆ ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐไม่ได้รับประโยชน์ทางตรงจากการท่องเที่ยว การติดตามและประเมินผลการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ การศึกษาวิจัยนี้สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนและหน่วยงานภาครัฐจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าของเกะรัตนโกสินทร์เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล (2561, บทคัดย่อ) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี 2.ศึกษาปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัด อุทัยธานี 3.เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิควิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เจ้าหน้าที่ บุคลากรของรัฐ และองค์กรภาคเอกชน ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ วัดสังกัสรัตนคีรี (วัดเขาสะแกกรัง) วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) วัดอุโปสถาราม (วัดโบสถ์) แม่น้ำสะแกกรัง วิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะเทโพ กิจกรรม ถนนคนเดินตรอกโรงยา คงความเป็นเอกลักษณ์สะท้อนเห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ทั้งนี้ สามารถธำรงรักษาความดั้งเดิมได้เป็นอย่างดี ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานีเกิดจากการเศรษฐกิจเติบโตอย่างช้าๆ เนื่องจากรายได้ในชุมชนน้อย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือในการสร้างจุดสนใจ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และจริงจัง ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนด้านการศึกษาความรู้ที่ถูกต้องในการใช้เทคโนโลยีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลุ่ม อยู่ติดแม่น้ำสายหลัก ๆ มีความเสี่ยงต่อภัยธรรมชาติคนรุ่นใหม่ไม่มาสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานีพัฒนาให้เป็นเมืองที่รักษาความเป็นมรดกของท้องถิ่นไว้ ส่งเสริมงานประเพณีที่ขึ้นชื่อของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอจนถึงจังหวัดเพื่อสร้างจุดสนใจ ช่วยกันสร้างวัฒนธรรมที่มีอยู่

แต่เดิมให้มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย เข้าถึงง่าย โดยการร่วมมือทั้งภาครัฐองค์การภาคเอกชนและคนในท้องถิ่น ส่งเสริมสินค้า OTOP เป็น สินค้าหลักเพื่อเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมบูรณ์และยั่งยืน

ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง (2561:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์นำเสนอชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนที่มีศักยภาพ และความพร้อมในการพัฒนาให้เป็น "แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน" โดยได้นำตัวชี้วัดของการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นวิธีการสร้างหรือพัฒนาตัวบ่งชี้โดยอาศัยข้อกำหนดเชิงทฤษฎีที่ได้สังเคราะห์มาแล้วทั้งหมด 5 องค์ประกอบได้แก่ (1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว / ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว (2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (3) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (4) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และศูนย์บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และ (5) บุคลากรและนักท่องเที่ยว ความหมายท้องถิ่น แต่ละองค์ประกอบจะประกอบด้วยตัวชี้วัด รวมทั้งหมด 28 ตัวชี้วัดนำมาวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยว 5 ชุมชน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเป็น "การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน" คือ ชุมชนบ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่, ชุมชนบ้านสามขา จังหวัดลำปาง ชุมชนดังกล่าวมีศักยภาพอย่างชัดเจนตามองค์ประกอบและตัวชี้วัด สามารถที่จะใช้เป็นชุมชนตัวอย่างเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาและเสริมสร้างชุมชนอื่นๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ยุวดี จิตต์โกศล (2561:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร (2) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร และ (3) เสนอแนะกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ให้แก่ชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดย ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อเก็บข้อมูลกับประชากร คือ ชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนา (Descriptive Analysis) ผลการวิจัย 1) ศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร พบว่าชุมชนบ้านกว้างท่าเยียม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวยกเว้นศักยภาพด้านที่พัก 2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

ห้องที่เย็บต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านกว้างท่าเยี่ยมในปัจจุบัน นั้นพบว่า กิจกรรมประเพณีบุญบั้งไฟ กิจกรรมการแสดงรำต้อนรับ กิจกรรมการทำปลาส้มอินทรีย์ กิจกรรมการทำขนมพื้นบ้าน กิจกรรมการทำเครื่องจักสาน กิจกรรมชมสวนสมุนไพร กิจกรรมทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นกิจกรรมที่ถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์เฉพาะชุมชนบ้านกว้างท่าเยี่ยม แต่ยังคงขาดความโดดเด่นและขาดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน 3) ข้อเสนอแนะ การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์สำหรับชุมชนบ้านกว้างท่าเยี่ยม อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร ชุมชนสามารถดำเนินการได้ดังนี้ (1) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนความโดดเด่นและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น (2) พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำและที่พัก (3) การพัฒนาด้านการตลาด (4) การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และ (5) การพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีทักษะในการนำเที่ยว

ห่าวหาญ ทวีแสง (2561:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดสตูล การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดสตูล เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแบบประเมินที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว 1 ท่าน นักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมการท่องเที่ยว 1 ท่าน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสตูล 1 ท่านร่วมกันประเมิน ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนท่องเที่ยวภาพรวมมีระดับศักยภาพสูง เนื่องจากชุมชนท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทดลองทำ เพิ่มทักษะประสบการณ์ใหม่มากกว่าการเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมเท่านั้น อีกทั้งยังมีที่พักให้บริการ นักท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบรวมไปถึงโฮมสเตย์ที่อาศัยอยู่กับคนในชุมชน ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีระดับศักยภาพต่ำไปจนถึงระดับศักยภาพสูง เนื่องจากขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการดูแลจากผู้ที่เกี่ยวข้องเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถานและวัฒนธรรม ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณคดีมีระดับศักยภาพต่ำ เนื่องจากขาดการดูแลรักษาและไม่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วม ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรนำไปเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพปานกลางและศักยภาพสูงเพื่อพัฒนาไปสู่การจัดทำโครงข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดสตูลต่อไป

จิตติมา อังกรวัชรพันธุ์ (2561:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดอ่างทอง การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ ศึกษา

เอกลักษณ์และคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมของกลุ่มหัตถกรรมจักสานในจังหวัดอ่างทอง ทั้งด้านบริบทของชุมชน สภาพทางกายภาพ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของพื้นที่และเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยวบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดอ่างทอง โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสำรวจภาคสนาม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วยประธานกลุ่ม ชาวบ้าน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว โดยการประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรมของกลุ่มหัตถกรรมจักสาน โดยประยุกต์ใช้แบบสำรวจและแบบประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรมจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับทางวิชาการ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มหัตถกรรมจักสานทั้งสองแห่ง มีเอกลักษณ์และคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม ทั้งคุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ คุณค่าทางสังคม คุณค่าด้านการศึกษา คุณค่าด้านจิตวิญญาณ คุณค่าด้านเศรษฐกิจ และคุณค่าด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่ ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 2) การนำเสนอคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) การดำเนินการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดอ่างทอง โดยเป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยคนในชุมชน ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการอนุรักษ์คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมของชุมชน ขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชน ส่งผลต่อความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สุวภัทร ศรีจองแสง และ เขมจิรา หนองเบ็ด (2562:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจและรวบรวมทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 (2) ศึกษาศักยภาพทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ และ (3) แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมืองานวิจัยประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกและการระดมความคิดเห็น กลุ่มประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐบาล เอกชน ชุมชนและนักท่องเที่ยวประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกและการระดมความคิดเห็น กลุ่มประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐบาล เอกชน ชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

โดยคัดเลือกจากกลุ่มประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผลการศึกษา พบว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย (1) วิถีชีวิต (2) ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ และ (3) ประเพณีวัฒนธรรม โดยทรัพยากรทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีศักยภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย (1) ศักยภาพในการดึงดูดใจ (2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ (3) ศักยภาพในการบริหารจัดการ สำหรับแนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 พบว่า ควรมีการพัฒนาแนวทางดังต่อไปนี้ (1) ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนเช่น ป้ายบอกเส้นทางเข้าถึง ห้องน้ำ เครื่องมือสื่อความหมาย เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (2) ด้านศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยว ควรพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ต้อนรับนักท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว และ (3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ มุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกและการตระหนักรู้ของคนในชุมชนและเยาวชน และควรมีการจัดตั้งกลุ่มในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เกิดความชัดเจน การพัฒนาชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ มีแนวทางในการพัฒนาดังนี้ (1) การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน (2) การสร้างความแตกต่าง (3) การสร้างมูลค่า

วงศ์ธีรา สุวรรณิน และสุรเชษฐ์ โสวเกียรติรุ่ง (2562:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุมชนต้นแบบบนฐานคติวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดหนองคาย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่และการน้อมนำฐานคติวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติอย่างเห็นผลเป็นรูปธรรมของชุมชนต้นแบบในจังหวัดหนองคาย 2) ศึกษาการอนุรักษ์ การเรียนรู้ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนต้นแบบในจังหวัดหนองคาย 3) ศึกษาการบูรณาการองค์ความรู้ฐานคติวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนต้นแบบในจังหวัดหนองคายให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) ทดลองจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต้นแบบภายใต้ฐานคติวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 5) นำองค์ความรู้จากการทดลองจัดกิจกรรมมาถอดบทเรียนและนำเสนอเป็นตัวแบบเชิงการพัฒนาให้ชุมชนอื่น ๆ นำไปใช้ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประธานศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจชุมชน คณะกรรมการศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 75 คน เป็นการเลือกแบบเจาะจง ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการทดลองจัดกิจกรรม ในหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง 2 แห่ง คือ หมู่บ้านจอมแจ้ง และหมู่บ้านหม้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีอุปนัย เช่น การวิเคราะห์ความ ดีความ และสรุปความ นำเสนอในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) วิถีชีวิตของชาวบ้านทั้งสองแห่งมีการทำเกษตรแบบไร่นาสวนผสมมากขึ้น และยังยึดถือปฏิบัติตามจารีตประเพณีของหมู่บ้านอย่างเคร่งครัด เพราะมีผู้นำที่เข้มแข็งนำพาชาวบ้าน ปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเริ่มต้นจากทุกฝ่ายในหมู่บ้านที่ ตระหนักถึงความสำคัญในภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละประเภท และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้กันอย่างต่อเนื่อง ทุกระดับ 3) องค์ความรู้ฐานคติวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถบูรณาการกับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะมีปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านทุนมนุษย์ใน หมู่บ้าน ศักยภาพด้านวัตถุดิบ ศักยภาพด้านสภาพภูมิศาสตร์ ศักยภาพด้านวัฒนธรรม ประเพณี ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว และ ศักยภาพด้านการจัดทำโฮมสเตย์ 4) วิถีชีวิตตามคติหลัก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถยกระดับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้ดี และ 5) ตัวแบบเชิงการพัฒนาที่มุ่งเน้นที่การกระตุ้นให้คนรุ่นหลังตระหนักเห็นความสำคัญใน เศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น

พทธีพงษ์ ไชยพหล และอาแว มะแส (2563:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการประยุกต์ภูมิปัญญา ท้องถิ่นเกี่ยวกับการดำรงชีพในการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่ชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษาชุมชนศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพในชุมชนศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศึกษาการ ขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนศิรีวงสู่ความเป็นชุมชนเข้มแข็ง และ 3) วิเคราะห์การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมา ใช้เพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่ชุมชนเข้มแข็งของชุมชนศิรีวง การดำเนินการวิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิง คุณภาพ รวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการจัดหมวดหมู่ การวิเคราะห์เหตุผลเชิงตรรกะ การสังเคราะห์และการตีความ ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนศิรีวงได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ผ่านการพัฒนากระบวนการผลิต การตลาด และการ รวมกลุ่มอาชีพขึ้นอย่างหลากหลายในชุมชน ทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการ ขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน โดยเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มาจำหน่าย ซึ่งช่วย ยกระดับการดำรงชีพ ก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก ชุมชนในการพัฒนาไปสู่การเป็นชุมชนเข้มแข็ง ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม สิ่งที่ทำทนาย สำหรับชุมชนศิรีวง คือ การหาแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ดำเนินควบคู่ไปกับยุทธวิธีการ ดำรงชีพที่และสามารถรักษาความเป็นชุมชนที่เข้มแข็งได้อย่างยั่งยืน

กุลแก้ว คล้ายแก้ว, ภัทริศร์ ถนอมสิงห์ และรพีพงศ์ อินตะสีบ (2564:บทคัดย่อ) ท่องเที่ยวเชิง อาหาร: ศักยภาพและการพัฒนาโมเดลการจัดการท่องเที่ยวโดยเครือข่ายชุมชนบ้านไม้ขาว เชื่อมโยงภูเก็ต เมืองมรดกโลกเมืองสร้างสรรค์วิทยาการอาหาร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิง

อาหารของชุมชนบ้านไม้ขาว จังหวัดภูเก็ตและพัฒนาโมเดลการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเชื่อมโยงภูเก็ต เมืองมรดกโลกเมืองสร้างสรรค์วิทยาการอาหารด้วยการมีส่วนร่วมของเครือข่ายชุมชนบ้านไม้ขาวเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยได้้น ประเด็นที่ได้จากการจัดประชุมกลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก มาสรุปให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีศักยภาพสามารถนำวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีอยู่ มาประกอบกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่หลากหลายและสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมกับภูเก็ตเมืองมรดกโลกเมืองสร้างสรรค์วิทยาการอาหาร ชุมชนมีความสามารถรวมกลุ่มทำกิจกรรมการการท่องเที่ยวและร่วมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะของเครือข่าย โดยจัดให้มีศูนย์กลางเครือข่ายชุมชน จากการร่วมมือร่วมใจและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนนั้น ซึ่งวิธีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน องค์ความรู้ของชุมชน องค์ความรู้จากผู้นำชุมชน และกระบวนการจัดการอย่างเป็นระบบ สามารถพัฒนาให้เป็นโมเดลการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการมีส่วนร่วมของเครือข่ายชุมชนและเป็นต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงเมืองภูเก็ต ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารโดยองค์การยูเนสโกได้

ณัฐชา ลี้ปัญญาพร และปริญญา หรุ่นโพธิ์ (2564:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน บ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้ศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้ง และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านทุ่งสีหลง อ.ดอนตูม จ.นครปฐม ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และประชาชนที่อยู่ในชุมชนบ้านทุ่งสีหลง จำนวน 18 คน พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้งมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่เด่นชัดและเป็นทุนของตัวเอง แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้ มีองค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ดังที่เห็นได้มีที่เป็นมรดกตกทอด เกิดเป็นภูมิปัญญาของมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความพิเศษเป็น การกระทำของมนุษย์ที่เป็นวิถีชีวิตที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ประกอบไปด้วย ภาษา ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ดนตรี และพิธีกรรม ภูมิปัญญามีทั้งภูมิปัญญาดั้งเดิมและภูมิปัญญาสมัยใหม่ รูปแบบของทุนแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ สิ่งที่ฝังอยู่ในคนหรือกลุ่มคน เช่น ความคิด ความเชื่อ และสิ่งที่มีรูปลักษณะเป็นตัวตน เช่น อุปกรณ์จากงานจักสาน ลายผ้าที่เกิดจากการทอผ้า และแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชน ปราชญ์ และประชาชนในชุมชน รวมทั้งต้องมีแรงสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ พร้อมทั้งมีดำเนินการอย่างต่อเนื่องถึงจะยั่งยืนเพราะในชุมชนมีทั้งจุดเด่น จุดแข็ง ของทุนทางวัฒนธรรมลาวครั้ง ที่สามารถพัฒนาและต่อยอดเป็นสินค้าสร้างสรรค์นำไปสู่เศรษฐกิจชุมชน พร้อมทั้งส่งเสริมและพัฒนากลุ่มอาชีพสามารถนำรายได้เข้าสู่ชุมชน เพราะเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์มีผลต่อการใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวทางที่ได้สรุปและเสนอแนะมี 4 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านบุคลากร 2. ด้านงบประมาณ 3. ด้านการจัดการ 4. ด้านการมีส่วนร่วม และข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ดังนี้ ควรมีภาครัฐเข้าการบูรณาการร่วมกันของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างงานและกิจกรรมที่ต่อเนื่อง และข้อเสนอแนะสำหรับชุมชน ดังนี้ การบริหารงานในชุมชนด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และชุมชนควรมีการแบ่งรายได้ที่ชัดเจนมุ่งเน้นประโยชน์ของชุมชนเป็นที่ตั้ง

สิรินภา จงเกษกรณ์ และกนกกานต์ แก้วนุช (2564, น.19-24) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ย่านเมืองเก่าภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่ม Generation Y ซึ่งมีอายุระหว่าง 23-40 ปี ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในย่านเมืองเก่าภูเก็ต โดยเน้นศึกษาระดับการมีส่วนร่วม ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมดังกล่าว การศึกษานี้ได้ดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงและการสุ่มแบบสะดวก พร้อมใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่ม Generation Y มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลประโยชน์จากการเข้าร่วม ซึ่งคนในชุมชนกลุ่มนี้มีส่วนร่วมในระดับสูงในด้านการได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจของตนเอง เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และที่พัก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลปัญหาจากการท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า ความรู้ความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของกลุ่ม Generation Y ในย่านเมืองเก่าภูเก็ต ยังสามารถพัฒนาได้เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษานี้เสนอแนะว่าควรมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชนและเพิ่มการมีส่วนร่วมของกลุ่ม Generation Y ผ่านการให้ความรู้ ความเข้าใจ และการสร้างแรงจูงใจที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับจากการเข้าร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

วันโชค หุ่นผดุงรัตน์ (2564, น.460-470) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาทุนทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หอ่อมบ้านวังไผ่ ตำบลท่าตอน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนประกอบด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี และการเกษตรที่มีเอกลักษณ์ ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์และบริหารการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยเสริมสร้างการตัดสินใจที่

เหมาะสมในด้านการจัดการท่องเที่ยว และช่วยรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น การวิจัยนี้ ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนจากภายนอกเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว โดยเน้นถึงความร่วมมือระหว่างภาคประชาสังคมและภาครัฐ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนไม่ได้มีเพียงบทบาทในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสืบทอดและรักษาทุนทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ในชุมชนอย่างยั่งยืน

วีระ แก่นเพชร (2564, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นการสำรวจแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในยุคดิจิทัล ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเสนอแนวทางที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงบริษัทท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้ระบบดิจิทัลในการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลสามารถดำเนินการตามแนวทางหลัก ๆ ได้สี่ประการ 1) การปรับกระบวนการทำงานเข้าสู่ระบบดิจิทัล เป็นการปรับกระบวนการทำงานให้เข้าสู่ระบบดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ การจัดทำโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัลจะช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลและบริการด้านการท่องเที่ยวสะดวกยิ่งขึ้น 2) การผลักดันการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยการกระตุ้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางดิจิทัลจะเป็นการเพิ่มการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การเผยแพร่ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความสนใจและกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 3) การทำการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการส่งเสริมกิจกรรมทางออนไลน์และการเพิ่มลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้หลากหลายผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่จัดขึ้น 4) การสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเสนอข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นวิธีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของลูกค้าในหลาย ๆ ช่องทาง การใช้ช่องทางที่หลากหลายทำให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ บทความวิจัยนี้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปปรับใช้ในบริบทของประเทศไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

กฤษฎิ์วัชร ขวลิदानนท์ และเพ็ชรารัตน์ ชัชวาลชาญชนกิจ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนรู้หรือมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรมต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ได้ทดลองทำหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม รวมถึงการพูดคุยและเรียนรู้วัฒนธรรมเหล่านั้น ด้านปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนแสดงให้เห็นถึงบุคคลต่าง ๆ ในชุมชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนของการพัฒนาชุมชนด้วยความสมัครใจ ตั้งแต่เข้ามาศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ถึงสาเหตุและที่มาของปัญหา ร่วมกันวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาของตนเอง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แสดงออกในรูปแบบของการสร้างความร่วมมือ ร่วมปฏิบัติงาน ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนร่วมกับวิทยาการที่เหมาะสม รวมถึงการเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม ตลอดจนติดตามประเมินผล และรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือแผนการดำเนินงาน

จิราพร มะโนวัง วาสนา เสภา และกนกวรรณ ปลาศิลา (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาระดับผลิตภัณท์จากภูมิปัญญาในตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสาน พร้อมทั้งยกระดับผลิตภัณท์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสาน ของชุมชนตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง ศึกษาจากกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย ที่มีภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมจักสาน จำนวน 40 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวที พร้อมทั้งการหาแนวทางในการยกระดับผลิตภัณท์ภูมิปัญญาเครื่องจักสาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ภูมิปัญญาหัตถกรรมจักสานส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายสืบทอดกระบวนการทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษรุ่นสู่รุ่น ได้แก่ ผลิตภัณท์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนเพื่อใช้สอยในครัวเรือน เช่น ตะกร้า (ข้าวหวด) ฝาชี ไหมนั่งข้าว ชันโตก ตุ่ม ไช แชะ และที่เหลือจากการใช้สอยในการดำรงชีวิตนำไปจำหน่ายในตลาดชุมชนในราคาที่ไม่แพง 2) การยกระดับผลิตภัณท์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสาน ผู้วิจัยและกลุ่มเป้าหมายในชุมชนร่วมกันวิเคราะห์หาแนวทางในการยกระดับผลิตภัณท์หัตถกรรม โดยดำเนินการ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณท์พบว่า ผลิตภัณท์ที่ผลิตไม่สามารถอยู่ได้นาน เกิดรา ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณท์ชุมชน และการใช้ระยะเวลาในการนำเส้นตอกฝั่งแดดที่นาน บางวันไม่มีแดด ฝนตก เส้นตอกไม่แห้งเกิดราจึงไม่สามารถนำมาสานได้ เพื่อแก้ไขปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงออกแบบเตาอบต้นแบบ เพื่อใช้ในการอบ

เส้นตอกและผลิตภัณฑ์ให้อยู่ได้นาน 2) ด้านการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม นำผลิตภัณฑ์
ก้านมะพร้าวยัดเส้น พัฒนาเพิ่มมูลค่าปรับเปลี่ยนวัสดุตกแต่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามประณีต และ
ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีเรื่องราวพร้อมทั้งวิธีการใช้งาน จากราคา 20 บาท เพิ่มมูลค่าเป็นราคา 150 บาท
3) ด้านการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายได้ทั่วไป และมีผู้สนใจอย่าง
ต่อเนื่องโดยให้เพิ่มช่องทางในการจำหน่าย ได้แก่ ร้านค้า เฟซบุ๊ก และสามารถส่งสินค้าทางสื่อออนไลน์ได้

ศุภมร ชมภูมิ่ง และภานุวัฒน์ ภักดีวงศ์ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การแปรความรู้
จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ มี
วัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบน
ฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ออกแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดย
ดำเนินการศึกษาวิจัย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 การยกร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ
เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ มีการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยการ
ประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ ประชุมเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัย
สภาพแวดล้อม ใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 คน ประชุมเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 2 การยกร่าง
กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทาง
วัฒนธรรมไทยลื้อ ตอนที่ 2 การตรวจสอบร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนา
เศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ โดยการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินร่างกล
ยุทธ์ ใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน และตอนที่ 3 ประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ
เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ที่ปรับปรุงแล้ว ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ
จำนวน 25 คน ประเมินความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และการใช้ประโยชน์ ผลการวิจัย
พบว่า กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน บนฐานภูมิปัญญาทาง
วัฒนธรรมไทยลื้อ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
ไทยลื้อ 2) การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ 3) การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไท
ลื้อ 4) การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ 5) การสร้าง Startup บนฐานภูมิ
ปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ และกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาจากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อ
พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ มีความสอดคล้องกันในระดับมาก และความ
เหมาะสม ความเป็นไปได้และการใช้ประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

พระครูใบฎีกาอภิชาติ พรสุทธิชัยพงศ์ และคณะ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเสริมสร้าง
ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและยกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ มี
วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการมีส่วนร่วมในเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับ

เศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ 2) สร้างเครือข่ายการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ 3) วิเคราะห์รูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มครูภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 30 คน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยและการจำแนกข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วมในเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ ได้แก่ ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ 2) เครือข่ายการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มเกษตรกรปลอดภัย และพ่อค้าคนกลาง 3) รูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ ได้แก่ รูปแบบการขับเคลื่อนระดับกลุ่ม รูปแบบการขับเคลื่อนระดับชุมชน รูปแบบการขับเคลื่อนระดับตำบล รูปแบบการขับเคลื่อนระดับจังหวัด

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชน โดยมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นเตรียมการ โดยการสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนนักปฏิบัติ จำนวน 23 คน เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชน จำนวน 200 คน ขั้นตอนการปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของชุมชนนักปฏิบัติ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านโนนทันเป็นชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงมีมรดกภูมิปัญญาโดดเด่น 6 ด้าน คือ 1) ด้านศิลปกรรม 2) ด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ 3) ด้านเกษตรกรรม 4) ด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น 5) ด้านหัตถกรรม และ 6) ด้านการแพทย์พื้นบ้าน ผลดีที่ประจักษ์คัดเลือกมรดกภูมิปัญญาการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยว 8 ฐานการเรียนรู้ รองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบ “ONE-DAY TRIP” โดยผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ระดับมาก ผลการวิจัยนำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างอาชีพและรายได้ ตลอดจนกิจกรรมการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำไปประยุกต์ในพื้นที่อื่นๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนต่อไป

ฐิตาภา บำรุงศิลป์ รัศมี อิสลาม และพิศาล แก้วอยู่ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท 2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท และ 3. เพื่อนำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท เป็นการศึกษาแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ราย ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ราย และการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พร้อมด้วยการจัดกิจกรรมให้เป็นลักษณะ DIY เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วยแบบสอบถาม จำนวน 60 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนลาวครั้งบ้านกุดจอกเป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่โดดเด่นและมีทุนทางสังคมที่น่าสนใจ ประกอบไปด้วย ทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยชุมชนเห็นว่า สิ่งสำคัญที่จะทำให้การอนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมของลาวครั้ง บ้านกุดจอกให้ประสบผลสำเร็จคือ ทุกคนจะต้องร่วมกันในการวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนให้มากที่สุด สำหรับศักยภาพ พบว่า สำหรับศักยภาพด้านท่องเที่ยว ชุมชนมีศักยภาพในด้านการจัดการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีแบบดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้ง

สำหรับรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท ผลจากการวิเคราะห์ร่วมระหว่างการศึกษาที่กล่าวมาจะประกอบไปด้วย มีกระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน ขั้นที่ 2 ต้องเสริมและยก ระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ ขั้นที่ 3 การจัดกิจกรรมใหม่ ๆ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เชิงผสมผสานวิถีถิ่นและวิถีไทยเข้าด้วยกันอย่างสร้างสรรค์ และขั้นที่ 4 การท่องเที่ยวควรจะเป็นไปในลักษณะการสร้างสรรคที่จะส่งผลบวกและเกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนให้มากที่สุด

ญาณภา บุญประกอบ และคณะ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องอาหารพื้นถิ่นกับกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่ง จังหวัดชัยนาท งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาอาหารตำรับลาวครึ่ง และ 2) เพื่อสร้างกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากอาหารพื้นถิ่นลาวครึ่ง กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่ง จังหวัดชัยนาท ประเทศไทยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งคณะวิจัยทำการตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูลด้วยหลัก การตรวจสอบสามเส้าโดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากคนในกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่งและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ ประชาชนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน องค์กรภาครัฐท้องถิ่น และองค์กรภาครัฐระดับจังหวัด ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสนทนากลุ่มย่อย และ มีการค้นคว้าวิจัย เอกสาร ตำรา บทความ แผ่นพับ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาค้นพบว่ากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่งใน จังหวัดชัยนาทมีภูมิปัญญาอาหารตำรับลาวครึ่งมากมายเช่น ปลาแร่ ปลาตุ๋นต้มปลาแร่ แจ่วไก่ แกงเห็ดระโงก และ ขนมแตกข้าวโพด การศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอขั้นตอนการนำอัตลักษณ์อาหารลาวครึ่งเข้าสู่ กระบวนการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดย การอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์ การสร้างใหม่ เพื่อสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ที่จะช่วยในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอตัวอย่างกิจกรรมการทำอาหารแก่ชุมชนลาวครึ่งตามหลัก แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นิจพร แสงสุขเอี่ยม (2565, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดย วิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากเอกสาร และสื่อต่าง ๆ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้บริหารบริษัท กลุ่ม ผู้ปฏิบัติงาน และกลุ่มคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการบริหาร องค์กรเพื่อสังคม บริษัทสมุทรสาครพัฒนาเมืองมีการวางแผนและติดตามผลการดำเนินงาน การบริหาร งบประมาณ และการจัดการบุคลากร โดยใช้รูปแบบการบริหารงานแบบธุรกิจเอกชน ซึ่งมีการจัดองค์กร และสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน มีนักพัฒนาโครงการเป็นผู้ปฏิบัติงานหลัก และมีผู้บริหารเป็น ผู้รับผิดชอบโครงการ เนื่องจากบริษัทได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมแบบไม่ประสงค์จะแบ่งปันผล กำไรให้กับผู้ถือหุ้น ในการบริหารงานจึงมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก มากกว่าการมุ่งผล กำไรสู่บริษัท เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมือจากคนในชุมชน และภาคีเครือข่ายในการบริหาร บุคคล ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ปฏิบัติงานผู้เกี่ยวข้องในด้านคุณค่าทางจิตใจ จาก การทำประโยชน์ให้สังคม ควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ด้านอื่นๆ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทเห็นศักยภาพของพื้นที่ชุมชนท่าฉลอม ได้มีการสนับสนุนให้เกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้าน

ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในพื้นที่เพิ่มเติม และนำฐานทรัพยากรมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา แม้ว่าจะเกิดการหยุดชะงักของการท่องเที่ยว เนื่องจากภาวะโควิด 2019 แต่ทาง บริษัทก็ได้กลับมาเริ่มทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อหลังจากภาวะดังกล่าวคลี่คลายลง โดยที่ผ่านมาได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกว่า 60 กิจกรรม แบ่งออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมเพื่อรับฟังความเห็น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การให้บริการชุมชนและนักท่องเที่ยว กิจกรรมด้านการศึกษาและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ กิจกรรมด้านการพัฒนาพื้นที่ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรในชุมชน กิจกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด และกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือคนในชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว สอดคล้องกับกลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน เนื่องจากให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วม มีการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และคำนึงถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวในแง่ของการถอดบทเรียนพบว่า ผลที่เกิดจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับชุมชน ผู้ปฏิบัติงาน อาสาสมัคร และคนในชุมชนเห็นว่าผลที่ได้ดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ แต่ผู้บริหารยังคาดหวังว่าจะสามารถนำรูปแบบของชุมชนท่าฉลอม ไปสร้างความเปลี่ยนแปลงในวงกว้างในพื้นที่อื่น ส่งผลต่อการพัฒนาจังหวัดต่อไป

นพรัตน์ ทรงสายชลชัย และคณะ (2565, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเสนอแนวทางในการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในพื้นที่ วิธีการวิจัยที่ใช้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีจำนวน 17 คน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชน และผู้นำชุมชนในพื้นที่สำคัญทางวัฒนธรรม การสัมภาษณ์ใช้รูปแบบกึ่งโครงสร้างเพื่อให้สามารถปรับประเด็นคำถามให้เหมาะสมกับสถานการณ์จริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากผลการวิจัย พบว่า จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญหลายแห่ง เช่น วัดสังกัสรัตนคีรี (วัดเขาสะแกกรัง) วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) วัดอุโปสถาราม (วัดโบสถ์) รวมถึงวิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง เกาะเทโพ ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง และหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งยังคงความเป็นเอกลักษณ์และสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น จากข้อมูลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานีเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการ เช่น การเติบโตของเศรษฐกิจที่ช้าลง

เนื่องจากรายได้ในชุมชนต่ำ และการที่อุทัยธานีเป็นเมืองรองที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและจริงจัง นอกจากนี้ ยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านการให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีอย่างถูกต้อง รวมถึงมีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ และการที่คนรุ่นใหม่ไม่สืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีมีความยั่งยืนมากขึ้น ผู้วิจัยเสนอแนวทางในการรักษาความเป็นมรดกท้องถิ่นและส่งเสริมงานประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้เด่นชัดยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงง่ายและแพร่หลายมากขึ้นโดยการร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมสินค้า OTOP ให้เป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมบูรณ์และยั่งยืน

จิตรกร วิจิตรณรงค์ (2565:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบริษัทท่องเที่ยว บทความวิชาการนี้เป็นการนำเสนอแนวคิดเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบริษัทท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะแตกต่างจากการท่องเที่ยวอื่น ๆ จึงกลายเป็นที่นิยม ทั่วโลกให้การยอมรับ โดยมีการยกตัวอย่างทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการวิเคราะห์ความเหมือนและต่าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้นด้วย บริษัทท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งในการเป็นผู้ดำเนินการเรื่องท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามกับแนวความคิดด้านการจัดการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว ที่ต้องออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ได้อย่างน่าสนใจ ผ่านเรื่องราว สืบค้น ร้อยเรียง เกิดความคิดสร้างสรรค์ รังสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ให้โดดเด่นและแตกต่าง เกิดการจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย ย่อมสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบริษัทท่องเที่ยวนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องไปกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีหรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น แล้วนำองค์ประกอบต่าง ๆ มาเชื่อมโยงกันเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนซึ่งจะช่วยส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบริษัทท่องเที่ยวได้อย่างดียิ่ง

วิทเอก สว่างจิตร และคณะ (2566:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ 2) วิเคราะห์ปัจจัยในการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมุ่งถอดบทเรียนชุมชน แบบมีส่วนร่วม จาก 20 ชุมชนต้นแบบที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบเก็บข้อมูลเบื้องต้น จัดประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ และสังเคราะห์ข้อมูลการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดย

ชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยมีผลการศึกษาคือ การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น 4 ศักยภาพ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน 2) ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) ศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 4) ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และปัจจัยในการหนุนเสริมยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ผู้นำชุมชน 4) มีนักท่องเที่ยวจริง 5) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม 6) การหนุนเสริมเชิงวิชาการ 7) หน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 8) การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สุนิตา สุติยะชนาภา และคณะ (2566:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การยกระดับภูมิปัญญาผ้าทอชุมชนสู่การค้าเชิงพาณิชย์ กรณีศึกษาผ้าทอไทลื้อ บ้านหลวงเหนือ ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภูมิปัญญาผ้าทอไทลื้อ ศึกษาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนไทลื้อ และศึกษาแนวทางการยกระดับการนำผ้าทอไทลื้อไปประยุกต์ใช้เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแทนสมาชิกในศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไทลื้อบ้านไบบุญ ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 13 คน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การบรรยายและการพรรณนาความ ในการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ผลวิจัยพบว่า ความเป็นมาของภูมิปัญญาผ้าทอไทลื้อบ้านหลวงเหนือ คนไทลื้อจะใช้ชีวิตท่ามกลางความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย และอยู่ร่วมกับคนพื้นเมืองล้านนาได้อย่างกลมกลืน แต่มีสิ่งหนึ่งที่ยังคงอยู่และไม่เคยเลือนหาย คือ ภาษาพูด และการแต่งกายด้วยผ้าฝ้ายทอมือแบบไทลื้อ ผู้หญิงไทลื้อจะเรียนรู้การทอผ้าจากมารดาโดยใช้ฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ปัจจุบันคนในชุมชนมีความต้องการต่อยอดผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยทางกลุ่มต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ด้วยการต่อยอดทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ถุงย่าม หมวก มาสก์ และกระเป๋่า โดยมีแนวทางในการยกระดับผ้าทอไทลื้อ คือ ผ้าทอที่มีลวดลายคงความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านหลวงเหนือ โดยเน้นคุณภาพของผ้าทอให้ดีขึ้นจากเดิม ด้วยการใส่ลายลงเล่นผ้าหรือลายลงเล่นเมฆเข้าไป แต่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านหลวงเหนือ นั่นคือ “ผ้าชิ้นลายตาหมาควายหลวง” ซึ่งเป็นสัตว์ในตำนานของคนไทลื้อลื้อ บ้านหลวงเหนือ รวมถึงการสร้างลวดลายที่แปลกใหม่ขึ้นในอนาคต

พา ผอมขำ (2566:บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาแพลตฟอร์มการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนริมคลองปากประ จังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนริมคลองปากประ และศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการจัดการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงพัฒนาแพลตฟอร์มการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนริมคลองปากประ ผลการศึกษา ทูนาทางวัฒนธรรมของชุมชนริมคลองปากประ มี 2 ประเภท 1) ทูนาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ 2) ทูนาทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ทูนาทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มี 2 ประเภทคือ ทรัพยากรที่ใช้แล้วเกิดแทนได้ และ ทรัพยากรที่ใช้แล้วไม่หมดไป ซึ่งทุนมีอยู่ในพื้นที่สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในรูปแบบ PAKPRA MODEL เป็นแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 6 กระบวนการ 1) การสร้างความสัมพันธ์ 2) การสร้างทัศนคติร่วม 3) การมีส่วนร่วม 4) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 5) การจัดการองค์ความรู้ และ 6) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนปากประออกแบบเป็น 3 แพลตฟอร์ม คือ แพลตฟอร์มพื้นที่สร้างการเรียนรู้ผ่านการจัดกิจกรรม แพลตฟอร์มพื้นที่สร้างการรับรู้ผ่านการผลิตสื่อสารโฆษณา แพลตฟอร์มพื้นที่สร้างการปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาแพลตฟอร์มทั้ง 3 ทำให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้และสนใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนริมคลองปากประเพิ่มมากขึ้น

จิรวรรณ ดีประเสริฐ และ อุราพิญ ยิ้มประเสริฐ (2566: บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแนวใหม่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในชุมชนเกาะลัดอีแท่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนเกาะลัดอีแท่น และเพื่อกำหนดการสื่อสารการตลาดแนวใหม่ของชุมชนเกาะลัดอีแท่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่มีวิจัยเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มผู้นำชุมชนและเกษตรกรชุมชน หัวหน้าหน่วยงานภาครัฐบางที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะลัดอีแท่น จากการวิจัยดังกล่าว พบผลวิจัยในประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ เน้นการสื่อสารเสนอการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

จากการสื่อสารวิธีดังกล่าว สามารถอธิบายได้คือ ส่งเสริมให้ชุมชนร่วมมือกันจัดกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหมุนเวียนไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเชิญชวนให้สื่อต่างๆ โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เข้ามาประชาสัมพันธ์รวมถึงเผยแพร่สื่อใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตัวอย่างวิธีการสื่อสารการตลาดแนวใหม่ ได้แก่ การสร้าง “แพลตฟอร์มวางแผนท่องเที่ยว (Tour management platforms)” การสื่อสารการตลาดแบบ “เซ็ คอิน..ศูนย์ การค้าชุมชน (Community Mall) แบบธรรมดาที่ไม่ธรรมดา” การสื่อสารแบบมีแนวคิด (Concept) เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว อาทิ การล่องเรือตามสวน การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เน้นนำเสนอความเป็นชุมชนสีเขียวของชุมชนเกาะลัดอีแท่น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังนำเสนอการพัฒนาแพลตฟอร์มประเภทเสมือน

จริง (VR) และการนำเสนอผ่านเรื่องเล่าชุมชน (Story telling) เพื่อสร้างความน่าสนใจ และสิ่งสำคัญคือ การสื่อสารโดยตัวบุคคลชุมชนสื่อถึง “การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี”

ชนาภา และคณะ (2567: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ จังหวัดอุดรธานี โดยการศึกษาการวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนนั้น ลักษณะการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ในด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้ก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประสานงาน และผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจฐานรากสร้างสรรค์ และในด้านการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มิวิจัยใช้แบบสอบถามในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น นักท่องเที่ยว และกลุ่มศึกษาดูงานชุมชน ผลการวิจัยที่น่าสนใจ พบประเด็นต่อไปนี้ การออกแบบเทคโนโลยีรูปแบบวิดีโอ และอินโฟกราฟฟิคที่สวยงาม ควรเน้นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์ ความทันสมัย มีการเล่าเรื่องที่เข้าใจง่าย การออกแบบเนื้อหาควรเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มาท่องเที่ยว เนื้อหากระชับ สื่อถึงใจความของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว สำหรับด้านความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านเนื้อหาแนะนำเสนอ ที่เล่าเรื่องราวของชุมชนได้อย่างครบถ้วน และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์นี้ ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

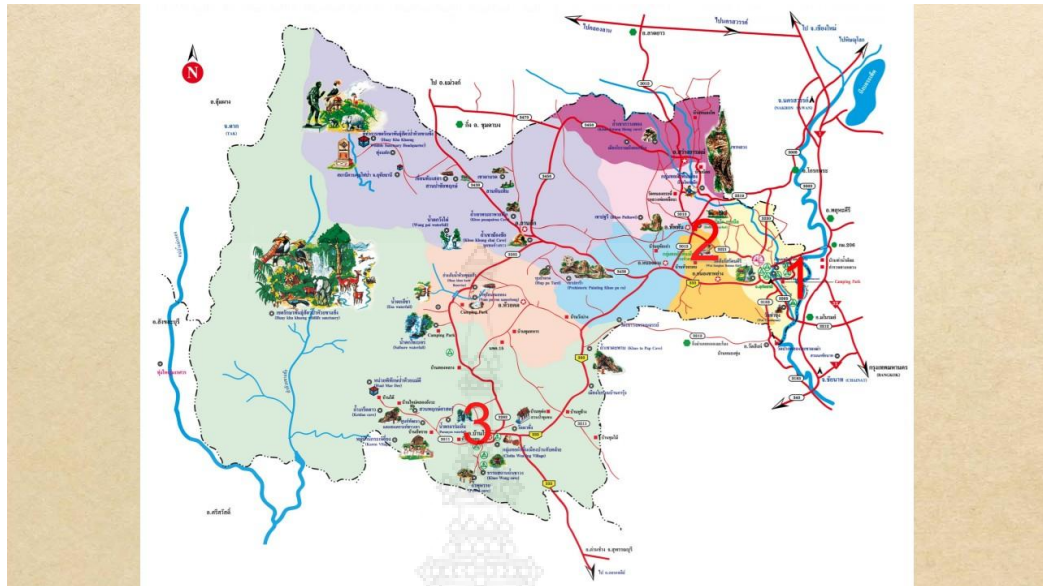
โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะให้เกิดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อตอบโจทย์การวิจัยทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ เพื่อประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี และเพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการศึกษา ดังต่อไปนี้

วิธีดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่วิจัยและกลุ่มเป้าหมาย

1.1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาจำนวน 3 ชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ 1. ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมืองอุทัยธานี 2. ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง และ 3. ชุมชนบ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่ศึกษาจากการสัมภาษณ์ข้อมูลของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานีและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ภาพที่ 3-1 ชุมชนพื้นที่ศึกษาวิจัย ชุมชนหมายเลข 1 ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง, ชุมชนหมายเลข 2 ชุมชนบ้านท่าโพและชุมชนหมายเลข 3 ชุมชนบ้านสนำ
ที่มา: ผู้วิจัย (2566)

1.1.2 กลุ่มเป้าหมายการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน เป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยรวมถึงการประเมินศักยภาพของแต่ละชุมชนที่เป็นพื้นที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ มีทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งสร้างจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยทำการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำมาซึ่งผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ในข้อที่ 1

ส่วนที่ 2 แบบประเมินศักยภาพของชุมชนที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยประยุกต์จากกรอบ

แนวคิดต่างๆ ได้แก่ 1) ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (อพท., 2555), ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของแสงสรรค์ ภูมิสถาน และคณะ (2558) 2) แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พจนา, 2556), แบบประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ Global Sustainable Tourism Council Criteria for Destinations (Global Sustainable Tourism Council, 2020) และ 3) เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2557) โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

รายละเอียดตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเกณฑ์ในการประเมินค่าศักยภาพ (Rated score-R) สำหรับแต่ละตัวชี้วัด นำเสนอในภาคผนวก

แบบประเมินศักยภาพของชุมชนที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยประยุกต์จากรอบแนวคิดต่างๆ ได้แก่

1) ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (อพท., 2555), ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของแสงสรรค์ ภูมิสถาน และคณะ (2558)

2) แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พจนา, 2556), แบบประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ Global Sustainable Tourism Council Criteria for Destinations (Global Sustainable Tourism Council, 2020)

3) เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2557) โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

รายละเอียดตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเกณฑ์ในการประเมินค่าศักยภาพ (Rated score-R) สำหรับแต่ละตัวชี้วัด นำเสนอในภาคผนวก

ผู้วิจัยจะทำการประเมินศักยภาพใน 4 องค์ประกอบเช่นเดียวกันกับการสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในแต่ละองค์ประกอบจะมีตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ตัวชี้วัดในองค์ประกอบนี้ เป็นตัวชี้วัดที่จะแสดงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจากหลายองค์ประกอบ ทั้งจากความดึงดูดใจ อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย 8 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นตัวชี้วัดที่บ่งบอกถึงศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ (interaction) ระหว่างนักท่องเที่ยว แหล่ง

ท่องเที่ยว และชุมชน ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 3 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้การจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ไปสู่เป้าหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ ช่วยให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการสร้างกระบวนการในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ส่งผลให้เกิดความภูมิใจในท้องถิ่นของคนในพื้นที่ ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่ และส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ และการรองรับด้านการท่องเที่ยว พิจารณาจากการควบคุม ดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยพิจารณาทั้งในด้านของการจัดการสิ่งแวดล้อมและการติดตามตรวจสอบผลกระทบทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ศักยภาพชุมชนในการบริหารจัดการ รวมถึงการจัดการเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมุ่งไปสู่เป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 8 ตัวชี้วัด สรุปทั้งหมด 4 องค์ประกอบ รวมเป็น 22 ตัวชี้วัด เพื่อนำมาซึ่งผลการศึกษาระดับสูงของวัตถุประสงค์ในข้อที่ 1 ดังรายละเอียดดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 องค์ประกอบและตัวชี้วัดการประเมินศักยภาพของชุมชน/แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบที่ 1 ด้านพื้นที่และคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยว	องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจัดกิจกรรมและ ประสบการณ์การ ท่องเที่ยว	องค์ประกอบที่ 3 ด้านการมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น	องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการและการ รองรับด้านการท่องเที่ยว
ตัวชี้วัด 1. ความดึงดูดใจของแหล่ง ท่องเที่ยว 2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ โดดเด่น เด่นทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว	ตัวชี้วัด 1. ความหลากหลายของ กิจกรรมการท่องเที่ยวใน พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 2. ความเชี่ยวชาญและ ความสามารถในการ ถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการ	ตัวชี้วัด 1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วน ร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว 2. การกระจายรายได้จาก การท่องเที่ยวสู่ชุมชนใน ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม	ตัวชี้วัด 1. การจัดการด้านการรักษา สภาพและฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยว 2. การติดตามผลและประเมินการ เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการ ท่องเที่ยว

<p>3. เอกลักษณะด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน</p> <p>4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน</p> <p>5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน</p> <p>6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น</p> <p>7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน</p> <p>8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน</p>	<p>สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน</p> <p>3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว</p>	<p>3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว</p>	<p>3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน</p> <p>4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p> <p>5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว</p> <p>6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ</p> <p>7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน</p> <p>8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น</p>
---	--	---	---

ที่มา: ผู้วิจัย (2566)

1.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบคุณภาพในส่วนของแบบประเมินศักยภาพของชุมชน โดยในขั้นแรกจะนำแบบประเมินศักยภาพให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน ทบทวน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และหาค่าความเที่ยงตรงของแบบประเมิน (IOC: Index of item objective congruence) เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบประเมินหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

1.3 การรวบรวมข้อมูล

1.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) การสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยทำการกำหนดประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ต่อบัณฑิตวุฒิปริญญาตรีของงานวิจัย โดยการสำรวจผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจที่สร้างขึ้นด้วยตนเอง และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนอย่างน้อย 10 ท่าน

2) การประเมินศักยภาพของชุมชน ผู้วิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกชุมชนจำนวน 8 ท่าน และทีมผู้วิจัยอีก 2 ท่าน รวม 10 ท่าน เป็นผู้ประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชน

1.3.2 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทูทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำมากำหนดกรอบการวิจัย รวมถึงการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการประเมินศักยภาพของชุมชน จากตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านศักยภาพของพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น และ 4) การบริหารจัดการและการรองรับการท่องเที่ยวทั้งหมด 22 ตัวชี้วัด

1.4.1 ค่าศักยภาพ

ค่าศักยภาพ หรือ ค่าคะแนน (Rated score-R) เป็นค่าที่ได้จากการให้คะแนนในแต่ละตัวชี้วัด โดยการให้คะแนนมี 2 วิธี คือ

- วิธีที่ 1 คือ การพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวมีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์การวัดในข้อใดมากที่สุด และให้ค่าคะแนนในข้อที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นควรได้ในข้อนั้นเพียงข้อเดียว ทั้งนี้ มีค่าการให้คะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ถึง 5 คะแนน

- วิธีที่ 2 คือ การพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์การวัดในข้อใดบ้าง โดยเกณฑ์การวัดแต่ละข้อจะมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

- หากไม่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์การวัดในข้อนี้ จะมีค่าเท่ากับ 0 คะแนน
- หากมีคุณสมบัติตรงแต่ไม่ได้ดำเนินการให้ชัดเจนหรือไม่มีประสิทธิภาพ ให้ 0.5 คะแนน
- หากมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกข้อในแต่ละตัวชี้วัดจะมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

1.4.2 การประเมินค่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เมื่อทำการให้ค่าคะแนนในแต่ละตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพในแต่ละตัวชี้วัดที่กำหนด จากนั้น คำนวณหาค่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งโดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ตัวชี้วัดทุกตัวมีค่าความสำคัญเท่ากัน)

$$CTRP = (R1 + R2 + R3 + \dots + Rn) / n$$

โดย CTRP = ระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (creative tourism resource potential)

R1...n = ค่าคะแนนศักยภาพของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n

N = จำนวนตัวชี้วัด

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต n = 3

เปรียบเทียบค่าระดับศักยภาพที่ได้กับเกณฑ์ที่กำหนดให้ต่อไปนี้

0.00 – 1.00 = ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดับต่ำมาก/ไม่มีศักยภาพ

1.01 – 2.00 = ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดับต่ำ

2.01 – 3.00 = ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดับปานกลาง

3.01 – 4.00 = ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดับสูง

4.01 – 5.00 = ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดับสูงมาก

การประเมินศักยภาพของชุมชนจะทำให้ทราบถึงแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละชุมชนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐบาล ภาคประชาชนคือผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐมาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีแนวนโยบายในการพัฒนาและมีบทบาทการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 4 คน จากหน่วยงาน 1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จังหวัดอุทัยธานี 2) ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุทัยธานี 3) พัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยอาศัยผู้ให้ข้อมูลที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้วช่วยแนะนำผู้ให้ข้อมูลคนอื่น ๆ ที่มีคุณลักษณะตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ได้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ปรากฏชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และประชาชน ใน 3 ชุมชน คือชุมชนโรงน้ำแข็ง ชุมชนท่าโพ ชุมชนสะพาน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการบอกต่อเพื่อให้การสัมภาษณ์จนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนอิมตัว

ทั้งนี้เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมวิจัยดังนี้

- เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องในชุมชน หรือ ทำงานในหน่วยงานนั้น ไม่น้อยกว่า 1 ปี มีความเต็มใจ และสะดวกในการให้ข้อมูลกับที่วิจัยตามนัดหมาย

- เกณฑ์การคัดออก จะทำการคัดกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวออกจากกรเก็บข้อมูลวิจัย หากบุคคลดังกล่าวไม่สะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมวิจัย ไม่สะดวกในการให้ข้อมูลวิจัย หรือ เกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมวิจัยได้

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาะจงและสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ ผู้วิจัย ได้เตรียมประเด็นหลักสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และนำมาประยุกต์ใช้กับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (In-depth interview) และแบบสนทนากลุ่ม (Focus group) ประเด็นในการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มมีดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 รูปแบบการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

ประเด็นที่ 2 การมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน งบประมาณและด้านการตัดสินใจ

ประเด็นที่ 3 ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

ประเด็นที่ 4 ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

ประเด็นที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ประเด็นที่ 6 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

ประเด็นที่ 7 วิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประเด็นที่ 8 นโยบายเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูล ทฤษฎี แนวคิด หลักการที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถาม และศึกษาเพื่อเลือกพื้นที่วิจัย จากความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งพบว่า ชุมชนโรงน้ำแข็ง ชุมชนท่าโพ และชุมชนสะพาน มีความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. กำหนดขอบเขตของเนื้อหา และศึกษาวิธีการวิจัยของการวิจัยเชิงคุณภาพ

3. สร้างแนวคำถามเพื่อให้แนวคำถามมีความครอบคลุมในประเด็นที่ต้องการศึกษาอย่างครบถ้วน โดยคำถามนั้นจะเป็นคำถามปลายเปิดที่อยู่ในแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้ตอบมีการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ และเสนอแนะในเรื่องที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตไว้

4. นำแบบสัมภาษณ์ และแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม ลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลตามประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ และประเด็นดังกล่าวจะต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยมากที่สุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อภิเคราะห์

2.3 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้หลากหลายวิธีการประกอบกันใช้ทั้งการสังเกต (Observation) และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านก่อนนำไปใช้สัมภาษณ์ รวมทั้งการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งทำการตรวจสอบจากข้อมูลที่มาจากหลายแหล่ง ได้แก่ แหล่งปฐมภูมิหรือแหล่งบุคคล แหล่งทุติยภูมิหรือแหล่งเอกสาร และทำการตรวจสอบโดยการสอบถามข้อมูลโดยผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ตรวจสอบ

การเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data) ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data)

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลดังกล่าวได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และการสนทนากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้ามาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชน

ในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเป็นความรู้พื้นฐาน และแนวทางในการสร้างเครื่องมือของงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data) การเก็บข้อมูลภาคสนามเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นวิธีการสัมภาษณ์ที่ต้องการรายละเอียดมากที่สุด ในเรื่องที่คุณศึกษาต้องการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ชัดเจนครบถ้วนตามประเด็นที่ศึกษา ทั้งนี้ได้ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีโครงสร้าง ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีขอบเขตของคำถามที่แน่นอน เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการตอบคำถาม นอกจากนี้ในขณะที่มีการเก็บข้อมูลก็จะมีอาการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมเข้ามาช่วยเพื่อความถูกต้อง

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ก่อนเริ่มการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัยให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้มุ่งเน้นในการเก็บข้อมูลที่ตรงกับเป้าหมาย

2.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มคนหรือสถานที่ที่ต้องการศึกษาซึ่งมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.3 การเก็บข้อมูลผ่านการสังเกต ผู้วิจัยสามารถทำการสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นได้ โดยสามารถบันทึกสิ่งที่ได้เห็นจากสภาพความเป็นจริง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

2.4 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่อยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจริง จากบุคคล และสถานที่ได้อย่างละเอียด

2.5 การใช้เครื่องมือและเทคนิคอื่น ๆ ผู้วิจัยใช้วิธีการอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Groups) การวิเคราะห์เอกสาร การเขียนบันทึกภาคสนาม เพื่อเสริมข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อสรุปผลการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1.การสังเกต ผู้วิจัยศึกษาบริบท และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน จากเอกสารและลงพื้นที่สำรวจ โดยการสังเกตวิถีชีวิตและสถานที่ต่าง ๆ ทางวัฒนธรรมในชุมชน

2.การสะท้อนคิดจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม

2.1 นำข้อมูลที่ได้จากเอกสารและจากการสังเกตมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนจากหน่วยงาน

ภาครัฐ 4 ท่าน ผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ผู้ประกอบการ ประชาชนชาวบ้าน และชาวบ้านใน 3 ชุมชน จำนวน 20 ท่าน

2.2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ สรุปประเด็นในมุมมองต่าง ๆ และการตีความที่ต่างกัน

2.3 การสนทนากลุ่มกับตัวแทนผู้นำชุมชนและคนในชุมชน (ที่ไม่ซ้ำกับกลุ่มสัมภาษณ์) จำนวน 15 คน มีการระดมสมองโดยการพูดคุยกันร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันรวมถึงการเปรียบเทียบสิ่งที่ได้จากการสังเกตเห็นกับสิ่งที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์ และการนำข้อมูลมาร้อยต่อกันให้เป็นระบบตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1-3

การสัมภาษณ์

1. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลรายละเอียดจากคำตอบที่ได้ไปศึกษาการมีส่วนร่วมในการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีการนัดวันและเวลาในการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก และได้มีการแจ้งถึงจุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

2. ขออนุญาตบันทึกเสียงตลอดระยะเวลาในการสัมภาษณ์ ก่อนการดำเนินการต่างๆ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 45-90 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้ข้อมูลว่ามีมากน้อยเพียงใด ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้วิธีจดบันทึกในประเด็นที่น่าสนใจไว้ และจะหยุดสัมภาษณ์ต่อเมื่อได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ ครอบคลุมทุกประเด็น จึงจะเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ได้มีการขออนุญาตสัมภาษณ์เพิ่มเติมหากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลมากขึ้น

3. ข้อมูลที่ได้มานั้นผู้วิจัยจะนำมาถอดเทปและบันทึก เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและไม่ชัดเจน โดยในการถอดเทปนั้นผู้วิจัยถอดคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค และทำการฟังเสียงนั้นซ้ำเพื่อความถูกต้องจากนั้นนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

4. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผล ประมวลผล จัดข้อมูลออกเป็นประเภทต่างๆ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน การสนทนากลุ่ม

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม เพื่อทราบถึงความคิดเห็น ทศนคติ หรือแม้แต่ประเด็นปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว หรือการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว โดยก่อนเริ่มการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้มีการนัดวันและเวลากับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแต่ละกลุ่มจะประกอบด้วยสมาชิก 6-8 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เจาะจงให้ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มมีคุณสมบัติพื้นฐานที่คล้ายกัน คือ

มีบทบาทในการเป็นผู้นำชุมชน อยู่ในพื้นที่ชุมชนเดียวกัน โดยไม่ซ้ำกับกลุ่มสัมภาษณ์ มีความสามารถด้าน
ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้มีการแจ้งถึงจุดมุ่งหมายในการจัดสนทนากลุ่มในครั้งนี้

2. ขออนุญาตบันทึกเสียงตลอดระยะเวลาในการสนทนากลุ่ม ก่อนการดำเนินการต่างๆ โดยใช้
เวลาในการสนทนากลุ่มประมาณ 60-120 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้ข้อมูลว่ามีมากน้อย
เพียงใด ระหว่างการสนทนาผู้วิจัยจะใช้วิธีสังเกตพฤติกรรมและจดบันทึกในประเด็นที่น่าสนใจไว้ เมื่อ
ครบคลุมทุกประเด็น จึงจะเสร็จสิ้นการสนทนากลุ่ม

3. ข้อมูลที่ได้มานั้นผู้วิจัยจะนำมาถอดเทปและบันทึก เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและไม่
ชัดเจน โดยในการถอดเทปนั้นผู้วิจัยถอดคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค และทำการฟังเสียงนั้นซ้ำเพื่อความ
ถูกต้องจากนั้นนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

4. นำข้อมูลที่ไต่จากการวิเคราะห์ผล ประมวลผล จัดข้อมูลออกเป็นประเภทต่างๆ เพื่อตรวจสอบ
ความถูกต้อง และการนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ และใช้พัฒนา
ปรับปรุง และส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน
การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการเก็บข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์ การบันทึกภาพ
และเสียง และการจดบันทึกภาคสนาม ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัยนี้ โดยการตรวจสอบข้อมูล
แบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล (Data and Methodological
Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่มา โดยพิจารณาจากแหล่งเวลา เมื่อเก็บข้อมูลที่ต่างเวลากันจะ
เหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ เมื่อเก็บข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งแหล่งข้อมูลมาจาก
พื้นที่ ใน 3 ชุมชน แหล่งบุคคล เมื่อบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ วิธีการเก็บ
รวบรวมข้อมูลที่ต่างกันจะเหมือนกันหรือไม่ โดยเริ่มจากการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการสังเกต
พฤติกรรมที่นำมาประกอบการแปลความหมายรวมกับการถอดเทป และการจดบันทึกจากภาคสนาม

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัย
หรือผู้เก็บข้อมูลต่างกันจะส่งผลการวิจัยเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งทีมวิจัยมีนักวิจัย 3 คน ซึ่งพบว่าผลการเก็บ
ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาะจง วิธีการศึกษาโดยการใช้การ
สัมภาษณ์ (In-depth interview) และสนทนากลุ่ม (Focus group) การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัย
ครั้งนี้ได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ

ชุมชน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานเอกชนและที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจ และประชาชนใน ชุมชน ทั้งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและไม่เกี่ยวข้อง เช่น ประชาชนชาวบ้าน นักแสดงศิลปิน เป็นต้น

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลไปตรวจสอบความถูกต้อง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกในการสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากเครื่อง บันทึกเสียงมาทบทวนหลายๆครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้มาพิจารณาอย่าง ละเอียดและตีความพร้อมทั้งจับประเด็นประโยคหรือข้อความที่สำคัญ

2. รวบรวมประโยคหรือข้อความที่มีความหมายใกล้เคียงหรือเหมือนกันนำมาไว้ในกลุ่มเดียวกัน และมีการสร้างหัวข้อสรุป และอธิบายข้อมูลที่ได้มาอย่างละเอียดครบถ้วน เขียนให้มีความต่อเนื่องและ กลมกลืนกัน ระหว่างข้อความหรือประโยค ในขั้นตอนนี้อาจจะตัดข้อมูลหรือหัวข้อที่ไม่จำเป็นออก

3. ใช้วิธีการเขียนบรรยายอย่างละเอียดและชัดเจน โดยไม่นำทฤษฎีใดๆ มาควบคุม เหตุการณ์ที่ เกิดขึ้น และยกตัวอย่างคำพูดประกอบกับหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงให้เห็นภาพของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น ได้อย่างชัดเจน

4. ตรวจสอบความตรงกันของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อสรุปในขั้นสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบ จากการให้ข้อมูลจริงของผู้ให้ข้อมูลหลัก

จริยธรรมการวิจัยในคนและจรรยาบรรณในการวิจัยสำหรับนักวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมในการวิจัยและคำนึงถึงจรรยาบรรณของ นักวิจัยที่พึงปฏิบัติ ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชนและชาวบ้านใน 3 ชุมชนที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ ซึ่งเป็นผู้ที่เข้าสู่นิติภาวะ ที่สามารถให้ข้อมูลได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้อง มีผู้ปกครองอยู่ภายใต้การดูแล

2. กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดนั้นมีได้เป็นประชากรกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable Group) ตามที่ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่กำหนด ได้แก่ บุคคลผู้อ่อนด้อยทางฐานะ การเงิน หรือการศึกษา หรือผู้อ่านเขียนไม่ได้ผู้่วยที่ไม่สามารถรักษาหายได้ ผู้ป่วยด้วยโรคที่สังคมไม่ ยอมรับ ผู้ที่มีความบกพร่องในการตัดสินใจ เช่น ผู้ที่มีความบกพร่องทางจิตความทรงจำ หรือมีความ ผิดปกติในด้านพฤติกรรม เด็กที่อยู่ในสถานพินิจหรือสถานสงเคราะห์ กลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ในสถาน สงเคราะห์ทหารในครรภ์หรือหญิงตั้งครรภ์กลุ่มผู้ลี้ภัย นักโทษหรือผู้ต้องขัง กลุ่มคนไร้ที่อยู่ ชนกลุ่มน้อย

หรือผู้ที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาไทยได้กลุ่มผู้ขายบริการทางเพศ ผู้เสพหรือผู้ขายสารเสพติด (สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน, 2559, น.5)

3. ผู้วิจัยเคารพในศักดิ์ศรีของมนุษย์ (Respect for Human Dignity) และเปิดโอกาสให้ผู้ถูกวิจัยให้ความยินยอมโดยสมัครใจที่จะให้ข้อมูลตามขอบเขตการศึกษา (Free and Informed Consent) อีกทั้งให้อิสระแก่ผู้ถูกวิจัยในการที่จะทำแบบสอบถามเพื่อเคารพในสิทธิ ความศรัทธา ความเชื่อ และความรู้สึก รวมถึงจะรักษาความลับและเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับ (Respect for Privacy and Confidentiality) และจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น (สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน, 2559, น.2)

4. ผู้วิจัยออกแบบการสุ่มตัวอย่างที่กระจายการเก็บข้อมูลตามสัดส่วนของพื้นที่พร้อมทั้งจะเก็บข้อมูลจากผู้ถูกวิจัยอย่างยุติธรรม โดยที่ไม่แบ่งเพศ เชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม การกระจายความเสี่ยงและประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้วิจัยจะต้องดำเนินการอย่างเป็นธรรมและสมเหตุสมผล (สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน, 2559, น. 3) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณของนักวิจัยในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เนื่องจากการวิจัยมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงเป็นฐานความรู้ในการขับเคลื่อนชุมชน วัลลภ รัฐฉัตรานนท์ (2557, น. 15-16) ได้ให้ความหมายของการมีจรรยาบรรณว่า การยอมรับวิถีทางปฏิบัติของวิชาชีพนั้น อาชีพนักวิจัยก็จำเป็นที่จะต้องมีการมีจรรยาบรรณเช่นกัน โชติ บดีรัฐ (2561, น. 19-20) เสนอจรรยาบรรณที่นักวิจัยควรยึดถือปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน 9 ประการ ได้แก่

1) ต้องมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ ซื่อสัตย์ต่อตนเอง ไม่นำผลงานคนอื่นมาเป็นของตนเอง ไม่ลอกเลียนงานผู้อื่น และต้องให้เกียรติ อ้างอิงข้อมูลที่นำมาใช้ในงานวิจัย

2) นักวิจัยจะต้องตระหนักถึงข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัยหรือสังกัดตนเอง

3) นักวิจัยจะต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาที่ทำวิจัย และมีความรู้เพียงพอต่อการทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพ

4) นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัยทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบและเที่ยงตรง มีจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

5) นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรีและสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย ไม่คำนึงถึงประโยชน์ทางวิชาการจนขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะต้องอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวง บีบบังคับและละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6) นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด โดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัยต้องตระหนักว่าอคติส่วนตัวหรือความลำเอียงทางวิชาการส่งผลต่อการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการ

7) นักวิจัยจะต้องนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ที่เหมาะสมและถูกต้อง เผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่อธิบายข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริง

8) นักวิจัยเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น มีความใจกว้าง พร้อมทั้งจะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟังความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงงานวิจัยให้ถูกต้อง

9) นักวิจัยมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ มีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการวิจัยเพื่อความก้าวหน้าทางวิจัย และประโยชน์สุขของสังคมและเพื่อนมนุษย์

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักจริยธรรมสากล 3 ข้อของสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยในคน (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2559) คือการเคารพในบุคคล (Respect for Person) การให้ประโยชน์ (Beneficence) และความยุติธรรม (Justice) รวมถึงผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณในการวิจัยที่นักวิจัยควรจะต้องปฏิบัติและมี เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีความถูกต้องและเหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย วัตถุประสงค์ข้อที่ 3

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ศึกษาในชุมชนการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 3 พื้นที่ชุมชน ภายในเขตพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ 1. ชุมชนบ้านสะพาน อำเภอบ้านไร่ 2. ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอนองขาหย่าง และ 3. ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง ทั้งนี้หลักในการเลือกคณะนักวิจัยภายใต้แผนโครงการมีแนวทางในการดำเนินการคัดเลือกดังนี้

(1) เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในด้านความพร้อมของบุคลากรเพื่อพัฒนาชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(2) เป็นชุมชนที่มีศักยภาพทางด้านทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรม และพร้อมที่จะพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวในมิติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(3) เป็นชุมชนที่ยินยอมให้นักวิจัยเข้าไปปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม และเต็มใจที่จะร่วมใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวร่วมกับคณะนักวิจัย

สำหรับการเข้าพื้นที่วิจัย การเข้าพื้นที่วิจัยคณะนักวิจัยดำเนินการประสานงานผ่านผู้ประสานงานภาครัฐ และผู้ประสานงานในพื้นที่จำนวน 3 คน ที่เป็นตัวแทน (ผู้ประสานงาน) ที่มิวิจัยดำเนินเรื่องหนังสือราชการ ขออนุญาตทำการเก็บข้อมูลวิจัย นำส่งโครงร่างวิจัยฉบับย่อแก่ชุมชนและสร้างความเข้าใจ ชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการ และผลประโยชน์ที่ชุมชนในพื้นที่จะได้รับจากผลผลิตการวิจัย

สำหรับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย หรือผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย (Key Informants) ที่ทีมวิจัยคัดเลือกแบบสุ่มเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อเตรียมเก็บข้อมูลในงานวิจัยเพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ทางการตลาดท่องเที่ยวและพัฒนาระบบผลผลิตวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

(1) ภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี) รวมถึงพัฒนาชุมชน จังหวัดอุทัยธานี

(2) ภาคชุมชนในพื้นที่วิจัย จำนวน 3 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านสะพาน อำเภอบ้านไร่ ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอนองขาหยา และชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง

(3) ภาคเอกชน หรือ นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับ การทำการตลาดท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี หรือ นักวิชาการที่มีความรู้ด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ ที่สามารถให้ข้อมูลได้

ทั้งนี้เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมวิจัยดังนี้

- เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องในชุมชน หรือ ทำงานในหน่วยงานนั้น เกี่ยวข้องกับการตลาดท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 2 ปี มีความยินดี เต็มใจ และสะดวกในการให้ข้อมูลกับทีมวิจัยตามนัดหมาย

- เกณฑ์การคัดออก จะทำการคัดกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวออก จากการเก็บข้อมูลวิจัย หากบุคคลดังกล่าว ไม่สะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมวิจัย ไม่สะดวกในการให้ข้อมูลวิจัย หรือ เกิดเหตุสุดวิสัยในการวิจัย (อาหารเจ็บป่วยกะทันหัน) ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมวิจัยได้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยนี้เป็นแบบปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ระหว่างชุมชนกับทีมวิจัย เพื่อพัฒนาผลผลิตวิจัยตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน ในรายละเอียดการปฏิบัติการมีส่วนร่วม ได้ทำการเก็บข้อมูลในลักษณะเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนั้นเครื่องมือที่สำคัญในการวิจัย แบ่งตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อสรุปแนวทางการตลาดท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ ใช้เครื่องมือวิจัยแบบสังเกตการณ์ และแบบสัมภาษณ์ (In depth interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวน 20 ท่าน จากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น รายละเอียดข้อคำถาม เป็นไปตามกรอบการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อสอบถามถึงแนวทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน รวมไปถึงการสอบถามถึงประเด็นเทคโนโลยี เพื่อเชื่อมโยงผลวิจัยไปยังวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการสร้างผลผลิตด้านเทคโนโลยีส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้สามารถสรุปข้อคำถามได้ในหัวข้อประเด็นแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แนวทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ตอนที่ 2 เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา

เทคโนโลยีที่เหมาะสม สำหรับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว
จังหวัดอุทัยธานี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ ในข้อนี้ ทีมวิจัยจะสร้างผลผลิตการวิจัย 2 ระบบ ได้แก่ สื่อคลิปวีดิทัศน์ท่องเที่ยวอุทัยธานี
และระบบแพลตฟอร์มเว็บไซต์ เพื่อให้ได้มาผลผลิตดังกล่าว จะใช้เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบประชุมกลุ่ม
ย่อย (Focus group form) เพื่อทำการสกัดข้อมูลตามที่กลุ่มเป้าหมายหลักต้องการ โดยในการสร้างแบบ
ประชุมกลุ่มย่อย มีข้อคำถาม เกี่ยวกับการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พัฒนา
ด้านเทคโนโลยีที่เหมาะสมในชุมชน และ รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน
จังหวัดอุทัยธานี ทั้งในด้านประเด็นการนำเสนอ สื่อ ลักษณะ รูปแบบ เนื้อหา ภาพลักษณ์ที่ต้องการ
นำเสนอในสื่อ ตลอดจนข้อเสนอแนะเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและเนื้อหาในการจัดทำสื่อผลผลิต

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: จากเครื่องมือวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการตรวจสอบ
ข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation method) ตามหลักการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสำหรับงานวิจัย
เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการตรวจสอบ โดยวิธีตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ตรวจสอบเช็คข้อมูลที่ได้จาก
การสัมภาษณ์ว่า ถ้าต่างบุคคล ต่างสถานที่กัน ภายในเขตพื้นที่วิจัยเดียวกันนั้น จะให้ข้อมูลแตกต่างกัน
มากหรือไม่ และตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ เช็คข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ พร้อมกับการ
สังเกตการณ์ว่าตรงกันหรือไม่ และเพื่อให้คุณภาพของเครื่องมือมีความเที่ยงตรง มีความแม่นยำเช่นเดียว
การวิจัยเชิงปริมาณ คณะวิจัยได้นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปทดลองเก็บข้อมูล (Try out) กับกลุ่มนักวิชาการ
ท่องเที่ยว ที่หน่วยงานต้นสังกัด (มทร.พระนคร) จำนวน 5 ท่าน หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา
การท่องเที่ยวจำนวน 2 ท่าน ทบทวนและตรวจสอบประเมินคุณภาพเครื่องมือในลำดับสุดท้ายก่อนเก็บ
ข้อมูลภาคสนามจริงในพื้นที่วิจัย

3.3 การรวบรวมข้อมูล

จากการสร้างเครื่องมือวิจัย และกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลดังกล่าว ทีมวิจัย ทำการเก็บ
ข้อมูลตามรายละเอียดต่อไปนี้

3.3.1 เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Participants) จาก
กลุ่มเป้าหมายที่กล่าวไว้ข้างต้น ทีมวิจัยทำการเลือกเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ((Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นวิธีการให้ทีมวิจัย โดยหัวหน้าโครงการวิจัย ที่เชี่ยวชาญทางด้าน
การจัดการท่องเที่ยว สามารถให้ดุลยพินิจในการเลือกผู้ให้ข้อมูลกับงานวิจัยมากที่สุด ตามวัตถุประสงค์ของ
งานวิจัย ภายใต้กรอบระยะเวลาเก็บข้อมูล โดยผู้ให้ข้อมูลดังกล่าว รวมจำนวน 20 ท่านดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นบุคคลที่ปฏิบัติงานในส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 2 ปี อายุ 25 -60 ปี สะดวกยินดีเข้าร่วมให้ข้อมูลวิจัยตามนัดหมาย รวมจำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 ภาคชุมชนในพื้นที่วิจัย ได้แก่ ผู้ประสานงานชุมชน ผู้นำชุมชน และบุคคลที่มีส่วนสำคัญในชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว มีภูมิลำเนาในพื้นที่ชุมชนที่ทำการวิจัย อายุตั้งแต่ 20-60 ปี สะดวกให้ยินดีเข้าร่วมกิจกรรมวิจัยให้ตามนัดหมาย ทั้งสามพื้นที่ รวมจำนวน 10 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มภาคเอกชนและนักวิชาการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดท่องเที่ยว หรือมีความรู้ในเชิงวิชาการด้านการตลาดท่องเที่ยว อายุตั้งแต่ 20-60 ปี สะดวกยินดีเข้าร่วมกิจกรรมวิจัย รวมจำนวน 5 คน

3.3.2 ค้นคว้าและเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเอกสารเอกสารเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญของการวิจัยครั้งนี้มีอยู่ในห้องสมุดและนอกห้องสมุดที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนาม มีการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้แก่ การตลาดท่องเที่ยว เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ และข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการสร้างเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์แปลผลวิจัย ตลอดจนการอภิปรายผลวิจัย การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมระหว่าง นักวิจัยและชุมชน ทั้งนี้ตามที่วิจัยนี้มีการสร้างผลผลิตและกระบวนการวิจัยแบบปฏิบัติการมีส่วนร่วม (Participatory research) มีกระบวนการปฏิบัติการดังนี้

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ ทีมวิจัยและกลุ่มเป้าหมาย (ที่ถูกคัดเลือก) มีการกำหนดปัญหา วิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน และวางแผนการตลาดร่วมกัน เพื่อออกแบบสร้าง และนำเข้าระบบข้อมูลเทคโนโลยี โดยคณะนักวิจัยได้มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับภาครัฐ ที่มีส่วนกำหนดนโยบายท่องเที่ยว และภาคตัวแทนชุมชนจากชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยทั้ง 3 ชุมชน รวมจำนวน 10 ท่าน โดยมีการจัดประเด็นประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อร่างขั้นตอนการออกแบบผลผลิตร่วมกันดังนี้

1. สรุปรีบบริหารท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดอุทัยธานีร่วมกัน ตลอดจนการรังสรรค์กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในชุมชน (ข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 2)

2. ทีมวิจัยและชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์ สภาพปัญหาและความ ต้องการชุมชนในประเด็นเทคโนโลยีเพื่อการตลาดท่องเที่ยว

3. คณะนักวิจัยนำข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อยและจากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ที่ได้ (Input) นำมา เรียบเรียงและปฏิบัติการจัดทำเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

4. ทีมวิจัยกำหนด ออกแบบสื่อผลผลิต ข้อมูลชุมชน และประสานงานให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และเตรียมการเพื่อสร้างผลผลิตประเภท สื่อวีดิทัศน์

5. ปฏิบัติการสร้างสื่อเทคโนโลยี ทั้ง 2 ระบบ ประสานงานกับชุมชน และทีมไอที (จ้างเหมาบริการ) ทีมวิจัยลงพื้นที่ปฏิบัติการ นัดหมายทั้งสามชุมชน เพื่อเก็บภาพถ่าย ข้อมูลนำเข้าระบบ และคลิปสื่อวีดิทัศน์ ตามแบบที่ชุมชนต้องการนำเสนอ โดยกำหนดรูปแบบเป็น มุ่งเน้นนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน และผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชน

จากนั้น ทีมวิจัยร่วมประเมินผลจากผลผลิตวิจัยร่วมกันระหว่าง นักวิจัยและชุมชน (Host) หลังจากเทคโนโลยีแล้วเสร็จ จะนำเทคโนโลยีไปทดลองใช้และส่งมอบแก่หน่วยงาน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทำการเผยแพร่สื่อทั้ง 2 ระบบวิจัย เพื่อทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์อุทยาน

ในส่วนของการการบันทึกเสียงและถ่ายภาพระหว่างเก็บข้อมูล และปฏิบัติการส่วนร่วมแบบ PAR ทีมวิจัยมีการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูล ทั้งในการบันทึกภาพถ่าย และบันทึกเสียง โดยมีได้เปิดเผยตัวตน ชื่อ และนามสกุลผู้ให้ข้อมูลใด การเผยแพร่ภาพจากการปฏิบัติการวิจัยดังกล่าว ได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับเนื้อหาข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นองค์ความรู้ในงานวิจัยและเพื่อเผยแพร่วิจัย คณะผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แบบการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยมีรายละเอียดวิธีการได้แก่

ผู้วิจัยถอดเทปสัมภาษณ์ จากผู้ให้ข้อมูล ในการแปลผลแบบสัมภาษณ์ หรือแบบประชุมกลุ่มย่อย ทีมวิจัยมีการกำหนดรหัส Code เป็น P01, P02 ไปจนถึง P20 ตามจำนวนผู้ให้ข้อมูล

กำหนดกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในแต่ละข้อ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเรียงเป็นระบบข้อมูล ให้เป็นหมวดหมู่ อาทิ บริบทพื้นที่ ความต้องการของชุมชนในการจัดทำสื่อ รายละเอียดของเนื้อหาในสื่อผลผลิต ข้อเสนอแนะ เป็นต้น โดยทั้งนี้อาจมีการลดทอนของข้อมูลในส่วนที่มีใช้เนื้อหาสาระลงไป

กำหนดดัชนี (code) ข้อข้อมูลแต่ละชุดที่จัดเรียงไว้ หลังจากนั้น ใช้กระบวนการตีความ (Interpret) จากที่กำหนด Code ในเบื้องต้น ในการตีความนี้ ผู้วิจัยใช้ความรู้ และประสบการณ์ส่วนตัว พื้นฐานของผู้วิจัยที่มีความรู้ในด้านการจัดการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐาน เพื่อทำการบรรยายผลและสรุปข้อมูล

จริยธรรมการวิจัยชุดโครงการ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ยึดจรรยาวิชาชีพวิจัยและแนวทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติถือประพฤติปฏิบัติเพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียง และฐานะของความเป็นนักวิจัยที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีคุณธรรมและจริยธรรมของประชาคมวิจัยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2555) รวมทั้งมุ่งให้ความสำคัญถึงจริยธรรมการทำวิจัยในคนทั่วไปตามมาตรฐานของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวอย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะการขอความยินยอม การป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ให้ข้อมูล และการให้สิ่งตอบแทน นอกจากนี้เมื่อกระบวนการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยได้มีการกล่าวขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดในรายงานการวิจัย รวมถึงเมื่อมีการนำงานวิจัยไปเผยแพร่ทั้งบทความวิจัย บทความวิชาการ และการนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ อีกด้วย



บทที่ 4
ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว, ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว, ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละองค์ประกอบจะมีรายตัวชี้วัดที่แตกต่างกัน โดยนำเสนอเป็นรายละเอียดย่อยของแต่ละชุมชนและภาพรวมทั้งชุมชน และสรุปเปรียบเทียบแต่ละชุมชน ดังนี้

ตารางที่ 4-1 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง

ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.125	0.834	สูง
2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.125	1.457	สูง
3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน	2.500	1.851	ปานกลาง
4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน	2.375	2.560	ปานกลาง
5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน	3.875	0.834	สูง
6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น	3.500	0.925	สูง
7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน	3.000	1.772	ปานกลาง
8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน	3.625	0.916	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.140	0.523	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.140$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน ($\bar{x}=3.875$) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{x}=3.625$) ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=3.500$) ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.125$) และอัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.125$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับปานกลาง ได้แก่ ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน ($\bar{x}=3.000$) เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=2.500$) และความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=2.375$) ตามลำดับ

บ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน ($\bar{x}=3.875$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=2.375$)

ตารางที่ 4-2 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพ

ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.750	0.886	สูง
2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.750	0.886	สูง
3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน	3.125	1.552	สูง
4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน	4.875	0.353	สูงมาก
5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน	4.000	0.534	สูง
6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น	4.250	0.886	สูงมาก

7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน	4.125	1.356	สูงมาก
8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน	4.250	0.707	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.015	0.506	สูงมาก

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูงมาก ($\bar{x}=4.015$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=4.875$) ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=4.250$) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{x}=4.250$) และความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน ($\bar{x}=4.125$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน ($\bar{x}=4.000$) ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.750$) อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.750$) และเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=3.125$) ตามลำดับ

บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=4.875$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=3.125$)

ตารางที่ 4-3 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านสะนอ

ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านสะนอ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.250	1.164	สูงมาก
2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.500	1.690	สูง
3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน	3.000	1.511	ปานกลาง

4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน	4.250	1.488	สูงมาก
5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน	4.000	0.534	สูง
6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น	4.000	0.755	สูง
7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน	4.125	1.356	สูงมาก
8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน	3.875	1.125	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.875	0.427	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว บ้านสะนำ มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.875$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.250$) ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=4.250$) และความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน ($\bar{x}=4.125$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน ($\bar{x}=4.000$) ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=4.000$) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{x}=3.875$) และอัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.500$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับปานกลาง ได้แก่ เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=3.000$)

บ้านสะนำมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.250$) และความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=4.250$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน ($\bar{x}=3.000$)

ตารางที่ 4-4 ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	บ้านโรงน้ำแข็ง	บ้านท่าโพ	บ้านสะน่า
1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.125	3.750	4.250
2. อັตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.125	3.750	3.500
3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน	2.500	3.125	3.000
4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน	2.375	4.875	4.250
5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน	3.875	4.000	4.000
6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น	3.500	4.250	4.000
7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน	3.000	4.125	4.125
8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน	3.625	4.250	3.875
ค่าเฉลี่ยรวม	3.140	4.015	3.875

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเรียงลำดับตามระดับศักยภาพ ดังนี้ บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูงมาก ($\bar{x}=4.015$) บ้านสะน่า มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.875$) และบ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.140$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวชี้วัด พบรายละเอียดดังนี้ 1) ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว บ้านสะน่ามีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 2) อັตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 3) เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 4) ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 5) ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน

บ้านท่าโพนีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับบ้านสะพาน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 6) ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น บ้านท่าโพนีมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน บ้านท่าโพนีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับบ้านสะพาน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน และ 8) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน บ้านท่าโพนีมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน

**ตารางที่ 4-5 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง**

ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	2.125	1.642	ปานกลาง
2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน	4.250	0.707	สูงมาก
3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	2.750	1.388	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.041	1.092	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.041$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ($\bar{x}=4.250$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับปานกลาง ได้แก่ การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.75$) และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.125$) ตามลำดับ

บ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ($\bar{x}=4.250$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.125$)

ตารางที่ 4-6 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านท่าโพ

ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านท่าโพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	4.125	0.991	สูงมาก
2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน	4.625	0.744	สูงมาก
3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	4.375	0.744	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.375	0.250	สูงมาก

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การ
ท่องเที่ยว บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูงมาก ($\bar{x}=4.375$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิ
ปัญญาทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ($\bar{x}=4.625$) การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนใน
ชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.375$) และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่ง
ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.125$) ตามลำดับ

บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การ
ท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และ
การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ($\bar{x}=4.625$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและ
ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.125$)

ตารางที่ 4-7 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านสะน้า

ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว บ้านสะน้า	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	4.250	0.886	สูงมาก
2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน	4.000	0.755	สูง
3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	3.625	0.744	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.960	0.314	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การ
 ท่องเที่ยว บ้านสะน้า มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.960$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่ง
 ท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.250$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา
 ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ($\bar{x}=4.000$) และการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนใน
 ชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.625$) ตามลำดับ

บ้านสะน้ามีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การ
 ท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
 ($\bar{x}=4.250$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ย
 น้อยที่สุด คือ การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.625$)

ตารางที่ 4-8 ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว	บ้านโรง น้ำแข็ง	บ้านท่า โพ	บ้านสะ นำ
1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	2.125	4.125	4.250
2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และ การสร้างสรรค้ผลิตภัณฑ์ในชุมชน	4.250	4.625	4.000
3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	2.750	4.375	3.625
ค่าเฉลี่ยรวม	3.040	4.375	3.960

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การ
ท่องเที่ยว เรียงลำดับตามระดับศักยภาพ ดังนี้ บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูงมาก ($\bar{x}=4.375$) บ้านสะนำ
มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.960$) และบ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.040$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวชี้วัด พบรายละเอียดดังนี้ 1) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว
ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุก
ชุมชน 2) ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาทักษะ และการสร้างสรรค้
ผลิตภัณฑ์ในชุมชน บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านสะนำมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 3)
การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน
และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน

**ตารางที่ 4-9 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านโรงน้ำแข็ง**

ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านโรงน้ำแข็ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับศักยภาพ
1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	3.250	1.669	สูง
2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม	4.250	1.164	สูงมาก
3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	3.810	0.808	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.770	0.501	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.770$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ($\bar{x}=4.250$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.810$) และชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.250$) ตามลำดับ

บ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ($\bar{x}=4.250$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.250$)

**ตารางที่ 4-10 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านท่าโพ**

ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านท่าโพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับศักยภาพ
1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	4.250	1.164	สูงมาก
2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม	3.875	0.991	สูง
3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	4.435	0.947	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.186	0.285	สูงมาก

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูงมาก ($\bar{x}=4.186$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.435$) และชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.250$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ($\bar{x}=3.875$)

บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.435$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ($\bar{x}=3.875$)

ตารางที่ 4-11 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านสนะนำ

ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านสนะนำ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับศักยภาพ
1.ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	3.625	1.187	สูง
2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม	3.875	1.457	สูง
3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	3.810	0.407	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.770	0.129	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น บ้านสนะนำ มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.770$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ($\bar{x}=3.875$) การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.810$) และชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.625$) ตามลำดับ

บ้านสนะนำมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ($\bar{x}=3.875$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.625$)

ตารางที่ 4-12 ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	บ้านโรงน้ำแข็ง	บ้านท่าโพ	บ้านสะพาน
1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	3.250	4.250	3.625
2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม	4.250	3.875	3.875
3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	3.810	4.435	3.810
ค่าเฉลี่ยรวม	3.770	4.186	3.770

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เรียงลำดับตามระดับศักยภาพ ดังนี้ บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูงมาก ($\bar{x}=4.186$) บ้านสะพาน มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.770$) และบ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.770$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวชี้วัด พบรายละเอียดดังนี้ 1) ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 2) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม บ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านท่าโพและบ้านสะพานมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3) การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งและบ้านสะพานมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ตารางที่ 4-13 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง

ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับศักยภาพ
1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	3.750	0.707	สูง
2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว	2.750	2.251	ปานกลาง
3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	3.875	0.834	สูง
4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.670	1.259	สูง

5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว	3.310	0.978	สูง
6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	3.540	0.180	สูง
7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน	3.250	1.581	สูง
8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น	3.000	1.851	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.393	0.387	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.393$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ($\bar{x}=3.875$) การจัดการด้านการรักษาภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.750$) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}=3.670$) การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ($\bar{x}=3.540$) การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.310$) และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน ($\bar{x}=3.250$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับปานกลาง ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=3.000$) และการติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.750$) ตามลำดับ

บ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ($\bar{x}=3.875$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.750$)

ตารางที่ 4-14 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านท่าโพ

ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับ ด้านการท่องเที่ยว บ้านท่าโพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	4.125	0.640	สูงมาก
2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว	2.000	1.603	ต่ำ
3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	4.000	0.534	สูง
4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.140	1.718	สูงมาก
5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว	4.180	0.522	สูงมาก
6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	3.960	0.180	สูง
7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน	4.250	0.886	สูงมาก
8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น	4.750	0.707	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.925	0.815	สูง

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.925$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=4.750$) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน ($\bar{x}=4.250$) การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.180$) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}=4.140$) และการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.125$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ($\bar{x}=4.000$) และการบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ($\bar{x}=3.960$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับต่ำ ได้แก่ การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.000$) ตามลำดับ

บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=4.750$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.000$)

ตารางที่ 4-15 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านสน่า

ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับ ด้านการท่องเที่ยว บ้านสน่า	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	4.125	0.640	สูงมาก
2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว	3.250	1.982	สูง
3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	3.875	0.640	สูง
4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.830	1.559	สูง
5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว	2.940	0.648	ปานกลาง
6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	3.020	0.477	สูง
7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน	4.125	1.356	สูงมาก
8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น	3.875	1.356	สูง

ค่าเฉลี่ยรวม	3.630	0.484	สูง
--------------	-------	-------	-----

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว บ้านสะนา มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.630$)

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูงมาก ได้แก่ การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.125$) และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน ($\bar{x}=4.125$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับสูง ได้แก่ ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ($\bar{x}=3.875$) การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น ($\bar{x}=3.875$) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}=3.830$) การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.250$) การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ($\bar{x}=3.020$) ตามลำดับ

ตัวชี้วัดที่มีศักยภาพระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.940$)

บ้านสะนามีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.125$) และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน ($\bar{x}=4.125$) และตัวชี้วัดด้านองค์ประกอบด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.940$)

ตารางที่ 4-16 ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการและการรองรับ ด้านการท่องเที่ยว	บ้านโรง น้ำแข็ง	บ้าน ท่าโพ	บ้าน สะนา
1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	3.750	4.125	4.125
2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว	2.750	2.000	3.250

3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และยั่งยืน	3.875	4.000	3.875
4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.670	4.140	3.830
5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว	3.310	4.180	2.940
6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	3.540	3.960	3.020
7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และเหมาะสมกับสภาพของชุมชน	3.250	4.250	4.125
8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น	3.000	4.750	3.875
ค่าเฉลี่ยรวม	3.393	3.925	3.630

จากตารางพบว่า ผลการศึกษาตนเองประกอบด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว เรียงลำดับตามระดับศักยภาพ ดังนี้ บ้านท่าโพ มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.925$) บ้านสะนำ มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.630$) และบ้านโรงน้ำแข็ง มีระดับศักยภาพสูง ($\bar{x}=3.393$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวชี้วัด พบรายละเอียดดังนี้ 1) การจัดการด้านการรักษาภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับบ้านสะนำ และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 2) การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว บ้านสะนำมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 3) ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับบ้านสะนำ 4) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 5) การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านสะนำมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 6) การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านสะนำมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 7) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน บ้านท่าโพมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน 8) การ

พัฒนาการทองเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น บ้านท่าโม่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุกชุมชน และบ้านโรงน้ำแข็งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทุกชุมชน

ตารางที่ 4-17 สรุปผลการประเมินศักยภาพแหล่งทองเที่ยวเพื่อการพัฒนาการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ชุมชน	ศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งทองเที่ยว	ศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว	ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการทองเที่ยว	ค่าเฉลี่ยรวมศักยภาพทางการทองเที่ยวของชุมชน	ระดับศักยภาพ
บ้านโรงน้ำแข็ง	3.140	3.040	3.770	3.393	3.335	สูง
บ้านท่าโม่	4.015	4.375	4.186	3.925	4.125	สูงมาก
บ้านสะพาน	3.875	3.960	3.770	3.630	3.810	สูง

จากผลการประเมินศักยภาพแหล่งทองเที่ยวเพื่อการพัฒนาการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยภาพรวม ทั้งหมด 3 แห่ง สามารถจำแนกแหล่งทองเที่ยวตามระดับศักยภาพ ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งทองเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโม่ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งทองเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสะพาน อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง

อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งทองเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกกลุ่มแหล่งทองเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งทองเที่ยว ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งทองเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโม่ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งทองเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสะพาน อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง

อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ได้ 1 กลุ่ม คือ

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 3 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านโรงน้ำแข็ง

ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจปานกลาง ชุมชนมีการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง (สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จังหวัดอุทัยธานีหรือสินค้า GI) มี
2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเด่นประเภทที่พบได้น้อยแห่งในประเทศไทย เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำสะแกกรังและแม่น้ำเจ้าพระยา ช่วงปลายแม่น้ำสะแกกรังที่ไหลบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยา
3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน มีเอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป มีการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง วิถีชีวิตเกษตรกรรม และการแปรรูปสินค้าจากวัตถุดิบท้องถิ่น
4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ต่อเนื่องกันทุกปีไม่ต่ำกว่า 10 ปี

5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน ยังคงมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมที่มีการปรุงแต่งน้อย ยังปรากฏวิถีชีวิตดั้งเดิมให้เห็น

6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับชุมชนระดับปานกลาง โดยคนในชุมชนมีการใช้วิถีชีวิตการเลี้ยงปลาในกระชังเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และการทัศนศึกษาดูงาน

7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน ชุมชนมีเรือเก่า มีศาลตายายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำชุมชน

8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนสูงมาก โดยการนำวัตถุดิบภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างรายได้กับชุมชน การแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆ

ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สามารถประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว 2-3 กิจกรรม เช่น การทำอาหารท้องถิ่น การเรียนรู้การเลี้ยงปลาแรดในกระชัง และการเรียนรู้วิถีเกษตรชุมชน

2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชนอยู่ในชุมชนระดับมาก นำสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นการเลี้ยงปลาแรดในกระชังมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เช่น การทำปลาต้ม น้ำพริกปลาแรด แหนมปลาแรด

3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว จะเกิดการมีระดับการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูง โดยนักท่องเที่ยวจะเกิดความเข้าใจวิถีชีวิตของคนในชุมชน เมื่อเกิดการเยี่ยมชมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยว

2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม มีการกระจายรายได้ภายในชุมชนอย่างเท่าเทียม ทัวถึง และสร้างรายได้เสริมจากอาชีพหลักให้กับคนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง และการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว

3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคีอื่นๆ ภายในชุมชน และ สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาในชุมชน

ด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว มีการดูแลรักษาดีเนื่องจากยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนมากนัก

2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี

3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีความพร้อมในการพัฒนาชุมชน

4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสีย

5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ

6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ชุมชนมีการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมและบริการในชุมชนที่เป็นข้อเท็จจริงกับบุคคลภายนอก

7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ แต่ต้องมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต

8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น มีหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชนและองค์กรท้องถิ่นร่วมกันให้การสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มโดยชุมชนเพื่อกำหนดนโยบายวางแผนทางการจัดการท่องเที่ยวแต่ยังไม่สัมฤทธิ์ผลหรือมีแนวทางที่ชัดเจน

จุดเด่นบ้านโรงน้ำแข็ง

1. ชุมชนมีความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตชนบทและการประกอบอาชีพเกษตรกรรม

2. ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน

3. ชุมชนมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรมแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

จุดควรพัฒนา

1. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ต้องทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชนที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ และทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักของคนภายนอกหรือนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3. ชุมชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่

4. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านท่าโพ

ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจปานกลาง มีกิจกรรมการเรียนรู้เพลงพื้นบ้าน และการทำสำรับคาวหวาน

2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเด่นประเภทที่พบได้น้อยแห่งในประเทศไทย เป็นชุมชนที่มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน มีการสืบสานเพลงพื้นบ้านในวันสงกรานต์ การสาธิตให้กับกลุ่มศึกษาดูงาน และการแสดงในงานสำคัญของจังหวัดและกระทรวงวัฒนธรรม

3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัดเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ใช้เพลงพื้นบ้านเป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว และวิถีชีวิตชนบทเรียบง่าย

4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ชุมชนมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตมีการปรุงแต่งน้อย ยังปรากฏวิถีชีวิตดั้งเดิมให้เห็น

6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงมาก เนื่องจากชุมชนมีศูนย์อนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน มีคนในชุมชนเป็นผู้ดูแลและสืบสาน ชุมชนมีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวและวันสงกรานต์เป็นประจำ

7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่มในชุมชน และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย

8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยนำเพลงพื้นบ้านมาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนคือภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาบริเวณใกล้เคียง

ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สามารถประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ 2-3 กิจกรรม เช่น การเรียนรู้เพลงพื้นบ้าน การทำสํารับคาวหวาน การเรียนรู้วิถีเกษตรชุมชน การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา

2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชนระดับสูง

3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว การเรียนรู้เพลงพื้นบ้านทำให้มีระดับการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูงมาก โดยคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความผูกพันกัน ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการจัดตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆที่เกิดจากชุมชนในท้องถิ่นและมีบทบาทหลักในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม มีการกระจายรายได้ภายในชุมชนจากการให้บริการท่องเที่ยวให้กับผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคอื่นๆ ภายในและภายนอกชุมชน สมาชิกกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาในชุมชน มีการจัดสรรรายได้ของกลุ่มเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น การสอนเพลงพื้นบ้านให้กับเด็กในโรงเรียนของชุมชน

ด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาดี

2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว

3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีความพร้อมในการพัฒนาชุมชน

4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมายศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสีย

5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ บริเวณชุมชนมีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง และป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ชุมชนมีการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมและบริการที่เป็นข้อเท็จจริง ใช้การสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่เพื่อกระตุ้นการถ่ายทอดทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและมีชุมชนออนไลน์

7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบายและยังสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต ในประเด็นเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบทอดเพลงพื้นบ้านต่อ และการประยุกต์เพลงพื้นบ้านให้ร่วมสมัยเพื่อนำมาปรับใช้กับกิจกรรมการท่องเที่ยว การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนรุ่นใหม่และพ่อเพลงแม่เพลง

8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น ชุมชนมีหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่นร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบายงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนาชุมชน วัฒนธรรมจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และธนาคารออมสิน

จุดเด่นบ้านท่าโพ

1. ชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต การอนุรักษ์ประเพณี ภูมิปัญญา เพลงพื้นบ้าน และองค์ความรู้การทำอาหารในชุมชน

2. ชุมชนความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาเพลงพื้นบ้าน และชุมชนมีผู้นำและกลุ่มอนุรักษ์

3. ชุมชนมีการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว

4. ชุมชนมีการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

จุดควรพัฒนา

1. การต่อยอดเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน เนื่องจากการตีความคุณค่าและความหมายของเพลงพื้นบ้านที่มีความแตกต่างของบุคคลภายนอกชุมชน รวมทั้งการตระหนักถึงคุณค่า การเล็งเห็นความสำคัญของเพลงพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันมีความงามทางสุนทรียภาพของชุมชน ซึ่งชุมชนต้องจงใจให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากขึ้น

2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเพลงพื้นบ้านเป็นความสนใจเฉพาะกลุ่ม ชุมชนอาจต้องพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในอำเภอ หรือเชื่อมโยงกับอำเภอใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวและการศึกษาดูงาน

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านสะน้า

ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในชุมชน อาทิ ต้นไม้ยักษ์ ตลาดชาวไฮ โฮมสเตย์สำหรับเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น กลุ่มทอผ้า เป็นต้น

2. อัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเด่นเนื่องจากที่ตั้งของชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่ราบระหว่างภูเขา อากาศดี และมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ความสนใจไปเที่ยวชม

3. เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน มีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ชุมชนมีกลุ่มชาติพันธุ์ ความเชื่อและประเพณีท้องถิ่น มีอาหารท้องถิ่น งานฝีมือท้องถิ่น

4. ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ชุมชนมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

5. ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตมีการปรุงแต่งน้อย ยังปรากฏวิถีชีวิตดั้งเดิมให้เห็น อาทิ การแต่งกายผ้าทอลาวครั้ง ประเพณีปิดบ้าน และประเพณีแห่ดอกไม้ เป็นต้น

6. ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับชุมชนสูง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ในชุมชน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชน และมีชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานหรือกิจกรรมประเพณีของชุมชน

7. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกัน และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย

8. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ และมีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเต็มที่

ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

1. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สามารถประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลาย 4-5 กิจกรรม เช่น การทำอาหารท้องถิ่น การทำงานฝีมือเกี่ยวกับผ้าทอ การเรียนรู้วิถีเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และเรียนรู้ประเพณีความเชื่อท้องถิ่น

2. ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน

3. การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้เกิดระดับการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูง โดยนักท่องเที่ยวมีเข้าใจคนในชุมชน เข้าใจวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น หากเกิดการเรียนรู้ร่วมกันหรือการทำกิจกรรมร่วมกัน

ด้านที่มีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

1. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว คนในชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยว

2. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม ชุมชนมีการกระจายรายได้ภายในชุมชนอย่างทั่วถึง และสร้างรายได้เสริมจากอาชีพหลักให้กับคนในชุมชนที่ส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว

3. การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาในชุมชน ชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคีอื่นๆ ภายในและภายนอกชุมชน และมีการผลักดันให้แผนการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาดี

2. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว

3. ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ชุมชนผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม

5. การจัดการด้านการให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ ชุมชนมีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง มีแผนที่ชุมชนเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

6. การบริหารและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ชุมชนมีการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมและบริการที่เป็นข้อเท็จจริง ใช้การสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่เพื่อกระตุ้นการถ่ายทอดทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและมีชุมชนออนไลน์

7. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบายและยังสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก

8. การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยงปัจจัยภายนอกกับชุมชนในท้องถิ่น ชุมชนมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบายงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

จุดเด่นบ้านสะนำ

1. ชุมชนมีความตั้งใจของแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแหล่งในชุมชน และชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ได้แก่ อาหารท้องถิ่น งานฝีมือการทอผ้าลาวครั่ง ประเพณีปิดบ้านและประเพณีแห่ค่างดอกไม้ เป็นต้น

2. ชุมชนมีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมได้ด้วยตนเอง เช่น ต้นไม้ยักษ์ ตลาดชาวไร่ รวมทั้งเลือกทำกิจกรรมการท่องเที่ยวกับชุมชนได้ เช่น อาหารและงานฝีมือ

3. ชุมชนมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่น

4. ชุมชนมีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน

จุดควรพัฒนา

1. การนำเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวปัจจุบัน

2. พัฒนาการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยให้คนชุมชนในท้องถิ่นหรือคนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีทั้งหมด 3 ชุมชน สรุปประเด็นสำคัญ 4 ประเด็น ดังนี้

1. จังหวัดอุทัยธานีมีความหลากหลายของวิถีวัฒนธรรม มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในอำเภอบ้านไร่ และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จประพาสต้นเมืองอุทัยธานี เป็นจุดเด่นและสิ่งดึงดูดใจที่สามารถสร้างเรื่องราวการท่องเที่ยวและพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

2. ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง และมีความร่วมมือของชุมชนในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตน รวมถึงการมีหน่วยงานจากภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน ชุมชนต้องพัฒนา ศึกษาและประชาสัมพันธ์กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะให้เพิ่มขึ้น

4. แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน แต่ในบางแหล่งต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

4.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือบทบาทของชุมชนในการที่ประชาชนมีส่วนร่วมหาสาเหตุของปัญหา มีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และมีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมไปถึงการร่วมรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น (ปิยธิดา ปานรังษี, 2557) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

ท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งจากการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

ประเด็นที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

ศักยภาพทางท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีคือความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ทำให้จังหวัดนี้มีความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นทั้งความเป็นท้องถิ่นและความสวยงามของธรรมชาติ พื้นที่ป่าของจังหวัดมีความอุดมสมบูรณ์มากเป็นหนึ่งในพื้นที่ป่าที่ดีที่สุดของประเทศ และวัฒนธรรมในพื้นที่ที่สวยงาม โดดเด่นและดึงดูด อีกทั้งด้านภูมิปัญญาวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จะเป็นเรื่องของวิถีชีวิตอย่างการใช้ชีวิตของชาวแพ หรือวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำ มีวัดที่สามารถเชื่อมโยงวิถีชีวิตของผู้คนกับการท่องเที่ยว เช่น การตักบาตรช่วงเช้า ตักบาตรทางน้ำ เป็นการท่องเที่ยวแบบการดูแลวิถีชุมชนริมแพ การตักบาตรเทโวลงบันไดที่วัดสังกัสรัตนคีรี อีกทั้งบรรยากาศความเงียบสงบของจังหวัดจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการผ่อนคลายและเพลิดเพลินกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่ตั้งใจเดินทางมาเพราะไม่ไกลจากกรุงเทพ อีกทั้งไม่ใช่ว่าจังหวัดที่ใช้เป็นทางผ่านไปที่ภาคเหนือ

ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเสนอวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ในชุมชนบ้านไร่ฝีมือนิคมปัญญาท้องถิ่นคือ ผ้าทอ ที่สืบทอดจากลาวเวียงลาวครั้ง จะมีอายุเกิน 100 ปี ที่มีการสืบทอดตั้งแต่รุ่นปู่ย่า ตายายในอดีตผลิตเป็นแค่ผ้าถุง ผ้าซิ่น แต่ปัจจุบันมีการปรับและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น จนสามารถตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มทุกวัย อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมด้านอาหาร ที่เป็นสำหรับคาวหวานของชุมชนท่าโพ และอาหารของชาวลาวครั้งที่ชุมชนบ้านไร่ และผลิตภัณฑ์ปลาจากแม่น้ำสะแกกรังของชุมชนโรงน้ำแข็ง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการถนอมอาหาร ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรมได้ จนกระทั่งกรมทรัพย์สินทางปัญญารับรองให้ขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาทางภูมิศาสตร์ หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และจดสิทธิบัตรให้ปลาแรด มีแหล่งกำเนิดคุณภาพมีเอกลักษณ์ที่ว่า “เกล็ดหนา หน้างุ้ม เนื้อนุ่มแน่นหวาน” จากแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

“จังหวัดอุทัยธานีมีความโชคดีในเรื่ององค์ประกอบของพื้นที่ วัฒนธรรม และชุมชนที่มีความแข็งแรงมาก จังหวัดมีองค์ประกอบของพื้นที่ วัฒนธรรม ชุมชนที่มีความแข็งแรงมาก เป็นเมืองแห่ง 3 ธรรมะ คือ 1) ธรรมะ คือวัดที่หลากหลาย วัดท่าซุง วัดโบสถ์ฯ วัดถ้ำเขาวง วัดผาทัง วัดสังกัสรัตนคีรี ที่เป็นวัดคู่บ้านคู่มือเมืองอุทัย 2) ธรรมชาติ คือการมีพื้นที่ป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์มากเป็นอันดับต้นของประเทศ อย่างห้วยขาแข้ง แล้วยังมีธรรมชาติที่สวยงามอีกหลายพื้นที่ และ 3) วัฒนธรรม เช่น การตักบาตรเทโว ลงบันไดมา 449 ขั้น ที่วัดสังกัสรัตนคีรี บุญบั้งไฟ บุญเดือน 3 หรือประเพณี ความเชื่อต่างๆของ

ชุมชนลาวครั้งลาวเวียงที่อพยพมาอยู่ในพื้นที่จังหวัดเรา เป็นประเพณีที่มีความดั้งเดิมแต่ยังมีการสืบสานต่อยอดมาจนถึงปัจจุบัน”

“จุดเด่นของอุทัยธานีก็ต้องแบ่งเป็น 2 อย่าง ถ้าเป็นสถานที่ที่เน้นธรรมชาติก็จะเน้นที่ลานสัก คิดว่าน่าจะเป็นจุดขายได้ดี แล้วก็ส่งเสริมและต่อยอดได้ อีกที่หนึ่งควรจะส่งเสริมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จะเป็นเรื่องของวิถีชีวิตอย่างการใช้ชีวิตของชาวแพ หรือวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำ มีวัดสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เช่น การตกบาตรช่วงเช้า ตกบาตรทางน้ำ และเป็นการท่องเที่ยวแบบการดูวิถีชุมชนริมแพ การเลี้ยงปลาแรดในกระชัง การสร้างผลิตภัณฑ์อาหารประเภทปลาจากแม่น้ำสะแกกรัง”

“โด่งดังที่สุดใครที่มาจากอุทัยธานีก็พลาดไม่ได้ก็ต้องเป็นวัดท่าซุง ถ้ามาตรงวันก็ไปเดินถนนคนเดินตรอกโรงยา การล่องแม่น้ำ วิถีชีวิตชาวแพ แล้วก็พวกของฝากจากอุทัยธานีอย่างเช่น ปลาแรดจากชาวแพ ขนมปังสังขยาแม่ป่วยลั้ง ถ้าในพื้นที่สะน้า บ้านไร่ก็มีวัดถ้ำเขาวง วัฒนธรรมลาวเวียงลาวครั้งพวกอาหารพื้นถิ่น ผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ มีชื่อเสียงก็หาได้ในตลาดชาวไร่ หรือไปที่ศูนย์ผ้าทอได้เลย แล้วยังมีต้นไม้ยักษ์ มีประเพณีของชาวลาวที่ย้ายถิ่นฐานมาอยู่ในชุมชนนี้ ที่ทำโพเรื่องวัดอะไรอาจไม่โดดเด่นเท่ากับเพลงพื้นบ้านและสำรับอาหารไทย”

“ที่นี่มีสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อย่างป่าห้วยขาแข้ง วัดท่าซุง ประเพณีการตกบาตรเทโวที่วัดสังกัสรัตนคีรี นักท่องเที่ยวรู้จักหมด ถ้าในพื้นที่บ้านไร่ ท่าโพก็มีวัดสวยๆ เช่นวัดถ้ำเขาวง แต่ถ้าหากจะเน้นไปที่ศักยภาพทางวัฒนธรรมมากกว่า ที่เด่นๆก็ต้องเป็นวัฒนธรรมลาวเวียงลาวครั้งที่บ้านสะน้า ที่มีผลิตภัณฑ์จากผ้าทอคือโด่งดังสวยงามระดับขายไปทั่วประเทศและส่งออกไปขายต่างประเทศด้วย ประเพณีต่างๆเค้าก็โดดเด่นแตกต่างจากของคนไทย อาหารพื้นบ้าน การกินการอยู่ก็มีเอกลักษณ์ ที่ๆนักท่องเที่ยวชอบไปเพราะมีกิจกรรมให้ทำ ให้ดูหลายอย่างคือตลาดชาวไร่ ที่เป็นตลาดขายผลผลิตทางการเกษตรของชาวบ้าน พืชผักออร์แกนิกซื้อกลับบ้านได้ อาหาร ขนมต่างๆ ที่แปลกหูแปลกตาไปจากตลาดทั่วไป มีเวทีดนตรี ให้เด็กในชุมชน หรือต่างชุมชนมาทำการแสดงกัน อีกส่วนก็เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นวิถีชาวแพที่ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง เพราะเรายังมีชาวแพอยู่ที่ยังใช้วิถีชีวิตแบบเดิมๆ ปลูกผัก เลี้ยงปลา จับปลามากินมาขาย แต่ที่พัฒนาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีศักยภาพคือ ผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปปลา เช่นปลาแรดที่เรียกว่าเป็น สินค้า G.I. ที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนปลาแรดที่มาจากพื้นที่อื่น”

ประเด็นที่ 2 นโยบายและงบประมาณการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี วางแผนและพุ่งเป้าไว้แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ทุกอำเภอจะมีเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ แต่มีนโยบายส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน เช่น วัฒนธรรมชุมชนที่

อำเภอสามโก้ อำเภอวังน้อย ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามชายป่า เพื่อให้เป็นการเรียนรู้ของสัตว์ป่าและพรรณพืช ต้นแบบการผลิตผ้า อำเภอบ้านไร่ ชุมชนวัฒนธรรมชนพื้นเมือง และป่ามีชีวิต ต้นแบบเมืองเก่า เล่าเรื่องวิถีชาวแพเป็นชุมชนเมือง

ด้านงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ถูกจัดสรรเป็นรูปแบบบูรณาการโดยใช้วิธีการรวมรวมและประสานงบประมาณของหน่วยงานหรือส่วนราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน โดยไม่ให้เกิดความขัดแย้งหรือข้อขัดแย้งในการใช้งบประมาณ หรือไม่ให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่ไม่เหมาะสมหรือไม่มีประสิทธิภาพ คือ เป็นงบประมาณของกระทรวงการท่องเที่ยว หรือเป็นงบประมาณยุทธศาสตร์ของจังหวัดแต่หน่วยงานที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น เช่น กรมอุทยานเป็นผู้นำงบประมาณไปใช้ ซึ่งมีงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกปี ทั้งในด้านงบประมาณการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และงบประมาณเพื่อพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยสรุปการจัดสรรงบประมาณของทางภาครัฐเพื่อสนับสนุนในหลายด้านดังนี้

1. การสนับสนุนโครงการท้องถิ่น จัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการที่ชุมชนเสนอ ซึ่งรวมถึงการพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว, การสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมไปถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐาน

2. การจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาทักษะ จัดสรรงบประมาณสำหรับการฝึกอบรมและการให้ความรู้ รวมถึงการพัฒนาทักษะการบริการและการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น อบรมให้ความรู้ด้านทักษะการเล่าเรื่องเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ การทำประชาสัมพันธ์โดยการใช้เทคโนโลยี Social media การพัฒนาทักษะมัคคุเทศก์ท้องถิ่นภาษาต่างประเทศ

3. การสนับสนุนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ จัดสรรงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อโปรโมตสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มการสร้างรายได้ เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

4. การสนับสนุนการอนุรักษ์และพัฒนา จัดสรรเงินทุนสำหรับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชุมชน เพราะการพัฒนาที่ยั่งยืนจะช่วยรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมและธรรมชาติให้กับชุมชน

“เรามีงบประมาณเป็นประจำทุกปีอยู่แล้ว เพราะเรารู้กันดีว่าเมืองไทยกำลังตื่นตัวเรื่องการพัฒนาท่องเที่ยว แต่งบประมาณส่วนนี้จะได้จัดสรรลงไปในพื้นที่ใดโดยตรง จะเป็นภาพรวมๆทั้งจังหวัด โดยที่ในพื้นที่ไหนมีจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโครงการอะไรก็จะมีการเข้าไปสนับสนุน ซึ่งหลายๆงานก็มี ททท.เป็นเจ้าภาพจัดงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่และอีกส่วนก็เป็นงบประมาณด้านการตลาด

การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นพันธกิจหลักของททท. เรายังผลิตชอบในส่วนนี้เยอะ ปัจจุบันเราก็ใช้เทคโนโลยีเยอะขึ้น ทั้งเพจการท่องเที่ยวของหน่วยงาน ของส่วนจังหวัด และภาคเอกชนที่ให้ความร่วมมือ”

“ถ้าเป็นในส่วนของสะพานอำเภอบ้านไร่ ยุทธศาสตร์แผน 20 ปี จะเน้นไปเรื่อง การอนุรักษ์วิถีชุมชนวัฒนธรรม วิถีชีวิตชนพื้นเมือง และป่ามีชีวิตร ถ้าเป็นของท่าโพเคาก็มีเพลงพื้นบ้านที่เป็นวิถีชีวิตชาวบ้าน เราก็ไปช่วยพยายามอนุรักษ์ไว้ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายพัฒนา และจัดสรรงบประมาณเพื่อลงไปพัฒนาพื้นที่ซึ่งทางนโยบายหรือแผนของจังหวัดก็มีอยู่แล้วของจังหวัดก็สอดคล้องกับแผนนโยบายจากรัฐบาล”

“การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนมีงบประมาณที่จัดสรรไว้อยู่แล้ว แต่จะมองเป็นงบประมาณการ คือ เป็นงบของกระทรวงการท่องเที่ยวก็จริง แต่ว่าหน่วยงานที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เช่น กรมอุทยานก็จะคนละครึ่งกับเรา เขาจะส่งเรื่องไปสองที่ ไปที่กรมท่องเที่ยวและกรมอุทยาน แล้วเงินงบประมาณจะไปชนกัน เขาเรียกวางบประมาณการ คล้าย ๆ การขอข้ามกระทรวง ดังนั้นส่วนใหญ่จะให้พื้นที่เป็นคนของงบประมาณโดยทางเราเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้ เราไปตามแผนงานที่ได้รับงบประมาณมา การท่องเที่ยวมีภาระหน้าที่แค่ส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวแก่คนในพื้นที่ เช่น การพัฒนามัคคุเทศก์ การจัดการท่องเที่ยว กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ การใช้ Social media เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชน ในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเราจะเข้าไปได้ก็ต่อเมื่อเขาอนุญาต เพราะเขาเป็นเจ้าของพื้นที่ เพราะงบเป็นงบประมาณการ ถ้าเป็นพื้นที่เอกชนเราก็เข้าไปทำไม่ได้”

“ก่อนหน้านี้งบประมาณพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ การทำโอท็อปวิถี ซึ่งทำมาหลายปี ทำไว้เยอะมาก ประสบความสำเร็จนะ อย่างที่ทำโพเอง เราใช้งบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จัดทำเป็นE-Book นำเสนอการท่องเที่ยววิถีหลายโปรแกรม ทำอย่างดี สวยงาม แต่ปัจจุบันก็ไม่มีงบประมาณมาต่อยอด สิ่งก่อสร้างบางพื้นที่ไม่ได้สร้างถาวร ส่วนใหญ่สมัยก่อนทำเป็นไม้ไผ่ มีการทรุดโทรมตามกาลเวลา แต่ผลิตภัณฑ์หรือตัวพื้นที่บางจุดยังสามารถต่อยอดได้ อย่างเช่นปลาแรดของโรงน้ำแข็ง เราก็พยายามช่วยเรื่องการขายผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนต่อไป”

ประเด็นที่ 3 รูปแบบการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความคิดเห็นโดยรวมเห็นว่า การนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นเรื่องที่ดี สมควรได้รับการสนับสนุนให้ทุกพื้นที่ต่อยอดหรือปรับปรุงให้เหมาะสมเพื่อ

นำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวที่จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอัตลักษณ์แต่ละชุมชนท้องถิ่น ทั้งในด้านความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ และด้านผลตอบแทนที่เป็นรายได้ที่เพิ่มเติมมาจากการท่องเที่ยว แต่ก็ต้องทำความเข้าใจกับทุกฝ่ายให้มีจุดหมายเดียวกัน และมีการระดมความคิดเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

“คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่สามารถพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวได้ เป็นการเพิ่มมูลค่าสิ่งที่มีในการใช้ชีวิตทุกวัน ทั้งด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน และความภูมิใจของคนเฒ่าคนแก่ที่สามารถรักษาภูมิปัญญาเดิมๆให้คงอยู่ถึงลูกหลานได้ หรืออย่างวิถีชีวิตอย่างชุมชนแพตรงแม่น้ำสะแกกรังเพราะว่าส่วนใหญ่ดูวิถีชีวิตคนที่เขาอยู่แพ อาศัยบนแพ เป็นแพที่มั่นคงแบบมีทะเบียนบ้าน บ้านเลขที่ ชายวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ดีเก๋ ๆ บ้านเก๋ ๆ เขาก็ยังไม่ปรับปรุงเป็นตึกยุคสมัยใหม่เขาก็ยังรักษา อยู่เหมือนเดิมของเก๋ๆร้านกาแฟเก๋ ๆ คือทุกอย่างส่วนใหญ่จะเป็นคนรุ่นเก๋ๆที่ยังทำอยู่คนรุ่นใหม่บางที่เขาก็มาต่อยอดอย่างแบบห้างสรรพสินค้าจะมาลงหลายพื้นที่แต่ชาวบ้านที่เขาต้องการวิถี เดิมๆเขาไม่ยอมแล้วคนต่างจังหวัดก็ชอบที่เมืองนี้ไม่มีห้างด้วย เราก็สามารถขายแบบวิถีชีวิตแบบเก๋ๆ แบบซ้ำๆ”

“หากสามารถพัฒนาใช้ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนได้จะเป็นเรื่องที่ดีมาก เพราะถือเป็นการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป เพราะเด็ก ๆ รุ่นใหม่ๆไม่ว่าในพื้นที่ส่วนไหนก็ไม่ได้ให้ความสนใจกับประเพณีเก่าแก่กันแล้ว บางคนมองว่ามันเสียเวลา ทำพิธีอะไรมากมาย แล้วเค้าก็ไม่ได้มีความเชื่อตามที่ปู่ย่าตายายเคยเชื่อ เค้าอยู่ตามวิถีของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันมันไม่ง่าย ดังนั้นส่วนไหนที่รักษาความดั้งเดิมได้ดี แต่ส่วนไหนที่จำเป็นต้องพัฒนา ปรับปรุงให้เหมาะสมกับรูปแบบโลกที่เปลี่ยนไปก็ควรทำโดยที่ยังคงวัตถุประสงค์เดิมเอาไว้ แต่ต้องมีการระดมความเห็นพูดคุยให้ทุกคนเข้าใจในการพัฒนาปรับเปลี่ยนนี้กันก่อนดังนั้นถ้าคนรุ่นใหม่ยังมองเห็นว่าวิถีชีวิตชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาเหล่านั้นมันยังมีคุณค่า ความเก๋แก่ดั้งเดิมยังมีประโยชน์กับชีวิต อย่างเช่นทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เลี้ยงดูครอบครัวได้ ก็จะทำให้เค้าคงอยากที่จะรักษามันไว้และส่งต่อไปถึงรุ่นลูก รุ่นหลานในอนาคต”

“หากตรงไหนนำมาใช้ได้ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่ต้องทำความเข้าใจ ปรับมุมมองของคนในชุมชนให้มองไปในเส้นทางเดียวกันด้วย ทั้งคนเฒ่าคนแก่ ทั้งคนหนุ่มสาว เช่นการนำมาใช้เรื่องท่องเที่ยวจุดประสงค์หลักอาจเป็นการอนุรักษ์ อาจจะไม่ทำให้ชาวบ้านรำรวย หาเงินได้เป็นกอบเป็นกำ ทุกคนก็จะต้องยังทำมาหากินในอาชีพของตัวเองแต่หากใครเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการท่องเที่ยวก็อาจช่วยในการเพิ่มรายได้ได้บ้าง”

3.2 ทิวทัศน์ธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของจังหวัดอุทัยธานีมีอะไรบ้าง

วิถีชาวแพ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจเป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งเป็นวิถีเดิม ๆ ของชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การปลูกพืชลอยน้ำ วัฒนธรรมด้านอาหารคือการทำอาหารจากปลาในแม่น้ำ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของจังหวัดคือปลาแรดในแม่น้ำสะแกกรังที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากเนื้อของปลาแรดจากอุทัยธานีจะไม่มีเหมือนในพื้นที่อื่น ด้วยรสชาติเนื้อนุ่มแน่นหวาน ซึ่งเป็นวิถีทำกินดั้งเดิม และปัจจุบันถูกพัฒนากลายเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อขายให้นักท่องเที่ยว

วัฒนธรรมของชาวลาวที่ย้ายถิ่นฐาน ซึ่งปรากฏให้เห็นในวัฒนธรรมอาหาร ประเพณี ความเชื่อที่แตกต่างจากวิถีไทย และมีความโดดเด่นด้วยวัฒนธรรมการแต่งกายด้วยผ้าทอของลาวครั้ง ซึ่งยุคปัจจุบันมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มทุกวัย ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น จับต้องได้

วัฒนธรรมการเล่นเพลงพื้นบ้านของท่าโพ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ชม และมีส่วนร่วมเรียนรู้การร้องเพลงพื้นบ้านเช่นเพลงพิชฐาน และการร้องเล่นเพลงพื้นบ้านแบบอื่นๆ รวมไปถึงชุดสำหรับอาหารคาวหวานที่เป็นเอกลักษณ์การปรุงที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ตามฤดูกาล

“วิถีชาวแพ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจเป็นอันดับต้น ๆ คนอุทัยธานีชอบนั่งเรือล่องเรือเสรีงก์ทานอาหารบนเรือ ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยวนี้แพ สิ่งที่จะนักท่องเที่ยวจะได้เห็นก็คือวิถีชาวแพที่มีที่นี้ที่เดียวในประเทศไทย โดยมีคนบนเรือคือวิทยากรบรรยายหรือนำเสนอวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งเป็นวิถีเดิม ๆ ของชุมชน ที่ไม่ได้เผยแพร่ให้คนนอกรับรู้ เช่น การปลูกพืชลอยน้ำ การทำอาหารจากปลา แต่เป็นวิถีทำกินดั้งเดิมเพื่อทำกิน ซึ่ง ททท. เอาจุดเด่นมาเป็นจุดขาย ซึ่ง ททท. เกือบทุกกิจกรรมจะเอาล่องเรือริมแม่น้ำสะแกกรังใส่ในโปรแกรมทัวร์ หรือหากไม่สะดวกลงเรือก็จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ไปเห็นวิถีชาวแพและมีโอกาสอุดหนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชนด้วย ซึ่งได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย”

“อีกทีหนึ่งควรส่งเสริมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จะเป็นเรื่องของวิถีชีวิตอย่างการใช้ชีวิตของชาวแพหรือวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำ มีวัดสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เช่น การตักบาตรช่วงเช้า ตักบาตรทางน้ำ เป็นการท่องเที่ยวแบบการดูวิถีชุมชนริมแพ กลุ่มเป้าหมายก็เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ชาวต่างชาติมีบ้าง”

“จังหวัดอุทัยธานี ถ้าเป็นฝีมือภูมิปัญญาท้องถิ่น ก็จะเป็นผ้าทอ ที่สืบทอดจากลาวเวียงลาวครั้งจะมีอายุเป็น 100 ปีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ทำต่อมาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งเมื่อก่อนจะเป็นแค่ผ้าถุง ผ้าชิ้นเฉย ๆ แบบที่ชาวบ้านในพื้นที่นุ่งกันในชีวิตประจำวัน แต่ยุคปัจจุบันมีการปรับและพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มทุกวัย ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น จับต้องได้จากบ้านไร่ และก็มีจะมีผลิตภัณฑ์ประเภทปลาที่ก็พัฒนามาจากวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ปลาโรงน้ำแข็ง เอาปลาตัวเล็กตัวน้อยมาทำปลาอย่าง แต่ว่าซิกเนเจอร์ของจังหวัดอุทัยธานีคือ

ปลาแรดในแม่น้ำสะแกกรังที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื้อของปลาแรดที่นี้จะไม่เหมือนที่อื่น ด้วยรสชาติเนื้อนุ่มแน่นหวาน ด้วยกระบวนการที่ได้มา ปลาจะถูกเลี้ยงในกระชังในแม่น้ำสะแกกรัง”

“วิถีชีวิตชาวแพลุ่มน้ำสะแกกรัง วิถีชีวิตชาวลาวย้ายถิ่นฐานที่สะนา บ้านไร่ อย่างตลาดชาวไฮ้ ก็ เป็นภาษาลาว แปลเป็นไทยแปลว่าชาวไร่ ซึ่งในตลาดเปิดโอกาสให้คนในพื้นที่ เกษตรกรในพื้นที่นำสินค้า ของตัวเองมาขาย ขายต้นไม้ ผลไม้ต่างๆ กล้วย มะม่วง มะละกอ คนขายก็ซื้อขายกันโดยตรง คนซื้อเจอ ผู้ผลิตโดยตรง ได้ของดีราคาถูก เหมือนมะยงชิดเจ้าของสวนมาขายเอง ราคาที่ถูกคุณภาพก็ดีส่งตรงจาก สวน”

3.3 สามารถทำกิจกรรมแบบใดบ้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในทุนวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน

กิจกรรมจะมีความแตกต่างในแต่ละชุมชนพื้นที่ เนื่องจากทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของ ชุมชนมีความโดดเด่นและแตกต่างกัน ซึ่งโดยรวมจะเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ วัฒนธรรมและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เป็นวิถีชาวบ้าน แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น โดยในพื้นที่ชุมชนโรงน้ำแข็งที่มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาในกระชัง และปลาธรรมชาติในแม่น้ำสะแกกรัง สามารถนำเสนอ

1. กิจกรรมที่เชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง เช่นการปั่นจักรยานท่องเที่ยวข้าม จังหวัด เพื่อให้นักปั่นได้มีโอกาสท่องเที่ยวในพื้นที่หลากหลาย

2. การเข้าไปทำกิจกรรมด้านท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวให้อาหารปลา มีประสบการณ์ในการ ชิมอาหารที่ปรุงจากปลาจากแม่น้ำสะแกกรัง หรือได้มีส่วนร่วมปรุงอาหาร และซื้อสินค้าแปรรูปเป็นของ ผাগ

3. กิจกรรม CSR คือการปล่อยปลาลงในแม่น้ำ พื้นที่ชุมชนท่าโพ สามารถเสนอกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมคือ

1. เรียนรู้การร้องเพลงพื้นบ้านเพลงพิษฐาน และการร้องเล่นเพลงแบบอื่นๆ

2. ลงมือทำอาหารไทยสำหรับคาวหวาน วัฒนธรรมด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นด้วย

พื้นที่ชุมชนสะนากิจกรรมที่นำเสนอ

1. การศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมในพื้นที่ เรื่องของผ้าทอลาย

2. เรียนรู้อาหาร เวียงลาวเวียงครั่ง มีอาหารพื้นถิ่นเช่น การทำเมนูแจ่วร่อยสำหรับ ซึ่งนักท่องเที่ยว สามารถมีส่วนร่วมในการทำอาหารโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่

3. เรียนรู้เรื่องของวัฒนธรรมประเพณี เช่นประเพณีปิดบ้าน ประเพณีการไหว้ต้นไม้ การบวช ต้นไม้นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน

4. การเรียนรู้วิถีชาวบ้าน เกษตรกร ชาวไร่ ในตลาดชาว

“กิจกรรมปั่นข้ามภาค ซึ่งปั่นจากชัยนาท (ภาคกลาง) ปั่นเข้าอุทัยธานี (ภาคเหนือ) นักท่องเที่ยวจะได้ปั่นจักรยานเที่ยววัดท่าซุง ข้ามเรือ ล่องเรือในแม่น้ำสะแกกรัง กิจกรรมที่จะมีส่วนร่วมในภูมิปัญญาท้องถิ่นชาวบ้านก็คือแวะบ้านผู้ใหญ่วันเพ็ญซึ่งเป็นเกษตรกรกลุ่มหนึ่งที่เลี้ยงปลาในกระชัง โดยนำนักปั่นจักรยานมาร่วมรับฟังความรู้เรื่องวิถีชุมชน วิถีเกษตรกร วิถีชาวแพ จากการเลี้ยงปลาในกระชัง แปรรูปปลา เช่น ปลาแรดมาแปรรูปเป็นแหนมปลา ปลาร้า ทอดมัน นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเรียนรู้วิถีชาวบ้าน มีการทำCSR โปรแกรมปล่อยปลาแรดในแม่น้ำสะแกกรัง คำถามทำไมต้องปล่อยปลาแรด ในแม่น้ำสะแกกรัง เกษตรกรจะเลี้ยงปลาแรดกันเยอะ เพราะฉะนั้นอาหารที่เขาจะใช้เลี้ยงปลาแรด ก็จะทำให้ปลาที่อยู่นอกกระชังได้กินด้วยกัน ซึ่งปลาแรดบางส่วนจะอยู่ในกระชังแต่ปลาแรดที่เราปล่อยก็อยู่นอกกระชัง ทำให้นักปั่นได้บุญ ได้เรียนรู้วิถีชาวแพจากกลุ่มเกษตรกรตัวอย่าง มีการสาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยที่ทางททท. ได้อาบน้ำปลาหรือทอดมันปลาไปใช้ในการจัดเบรคเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ช่วยลงมือทำอาหาร เพื่อให้เค้าได้ชิมรสชาติ ถ้าชอบ อร่อย ก็ซื้อกลับบ้านไปด้วย มันก็เป็นการก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชนโรงน้ำแข็ง อย่างชุมชนอื่นเช่นที่ท่าโพหรือสะพานา จริงๆแล้วก็ทำกิจกรรมปั่นจักรยานท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ อย่างสะพานักปั่นเที่ยววัดถ้าเขาง แล้วค่อยไปตลาดชาวไร่ ต้นไม้ยักษ์ ก็ทำไม่ได้ไม่ได้ไกลกัน แต่เค้าก็จะโดดเด่นที่วัฒนธรรมประเพณีลาวครึ่ง อย่างที่ตลาดชาวไร่ที่มีกิจกรรมการโชว์ดนตรี บางวันโอกาสพิเศษก็มีโชว์วัฒนธรรมการรำฟ้อนแบบลาว วัฒนธรรมอาหารแบบคนพื้นที่ มีสินค้าผ้าทอที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ นักท่องเที่ยวก็สามารถสนุกสนานกันไป พร้อมกับได้เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมของอำเภอบ้านไร่ด้วย”

“ที่ท่าโพมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ชม และมีส่วนร่วมเรียนรู้การร้องเพลงพื้นบ้านเพลงพิชฐาน และการร้องเล่นเพลงแบบอื่นๆ โดยจัดกิจกรรมแบบนี้ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมหลายกรุ๊ปแล้ว ทางชาวบ้านที่นั่นเค้าสนุกสนานสามัคคีและเป็นมืออาชีพมากๆ ด้านการแสดงเพลงพื้นบ้านที่หลากหลายและยังสอนนักท่องเที่ยวได้ด้วย ก็เป็นกิจกรรมที่สนุกสนานทั้งเจ้าของพื้นที่และผู้มาเยือน แล้วหากนักท่องเที่ยวนอนพักในโฮมสเตย์ก็ได้ลงมือทำอาหารไทยสำหรับควหาวนที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นด้วย ก็ถือว่านักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ดีๆ ได้เรียนรู้วิถีชาวบ้าน ที่สะพานาก็มีวัฒนธรรมประเพณีแบบชาวลาว มีอาหารท้องถิ่น มีประเพณีที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมเพราะเราก็เคยจัดเวลามีกุ๊มนักท่องเที่ยวจากพื้นที่อื่นมาศึกษาดูงาน ก็จัดทั้งประเพณีและอาหารอย่างแจ่วร่อยอย่าง มาสาธิตและให้ลองทำกันได้ วิถีชาวแพที่โรงน้ำแข็งก็สามารถทำกิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพแล้วมาขึ้นที่แพปลาเพื่อชมผลิตภัณฑ์จากปลาธรรมชาติได้”

“การศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมในพื้นที่ เรื่องของอาหาร เวียงลาวเวียงครั่ง มีอาหารพื้นถิ่น และมีเรื่องของ วัฒนธรรมประเพณีของเขา เช่น มีประเพณีปิดบ้าน คือ การไม่มีให้คนเข้าคนออกหมู่บ้านปีละครั้ง ประเพณีการไหว้ต้นไม้ การบวชต้นไม้ นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน หรือการ เรียนรู้เส้นทางธรรมชาติ ที่นั่นเขาจะมีการปลูกผักกูด เราเคยมีจัดทริปวันเดียวทริป จะมีการเดินชมผักกูด ในป่าอย่าง การเก็บผักมาทำกับข้าวแบบเมนูลาวครั่ง การเผาขี้ไก่ต้มยี่โง่ที่ใส่จุดไฟ เพราะมีต้น ยางเยอะ จะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำร่วมกับชาวบ้านได้ อีกก็คือตลาดชาวโฮ้ ก็จะมีกิจกรรม แสดงโชว์ ก็จะได้เรียนรู้วัฒนธรรมแบบลาวครั่งเขา เช่น การรำ ดนตรีภาษาถิ่นที่ร้องเป็นภาษากะเหรี่ยง แต่ถ้าเป็นวัฒนธรรมอาหารไทยไปที่ทำไฟได้ มีอาหารไทยสำหรับควา-หวาน มีการปรุงอาหารโดยใช้วัตถุดิบ ที่หาได้ในพื้นที่เช่นกัน”

ประเด็นที่ 4 ชุมชนมีส่วนร่วมในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการ จัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไร

4.1 ด้านการวางแผนและด้านการตัดสินใจ

ภาครัฐเห็นว่าในด้านการวางแผนงานเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รัฐบาลมีบทบาท มากกว่าชุมชน เนื่องจากหลายปัจจัยด้วยกัน ที่สำคัญคือปัจจัยด้านงบประมาณการพัฒนาจะเป็น งบประมาณจากส่วนกลาง ที่ทางภาครัฐได้รับการจัดสรรมาตามนโยบายการพัฒนาพื้นที่ในแต่ละโครงการ กิจกรรมแต่ละปี อีกทั้งด้านองค์ความรู้ในการพัฒนาในด้านต่างๆที่สอดคล้องกับนโยบาย และเป็นฝ่าย สนับสนุนชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนขั้นต่อไปจากการเปิดเวทีฟังความคิดเห็น

การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ จะใช้การตัดสินใจร่วมกันกับชุมชนในแต่ละพื้นที่ หลังจากการได้ นำเสนอแผนงาน การระดมความคิดเห็นในรูปแบบกิจกรรมที่สามารถทำได้ตามงบประมาณที่จำกัด แล้ว จึงร่วมกันตัดสินใจตามที่ทุกฝ่ายเห็นดีและพึงพอใจ เพื่อป้องกันความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น

“ส่วนมากเราเองจะมีบทบาทในด้านการวางแผนงาน หรือการจัดงาน หรือการจัดกิจกรรม เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ด้วยเหตุผลหนึ่งคือจากการที่ทางภาครัฐเป็นผู้ถืองบประมาณเป็นส่วน ใหญ่ ดังนั้นในส่วนองสโคปงาน รายละเอียดงานต่างๆที่เกี่ยวข้องก็จะต้องมีการกำหนดการวางแผนด้าน งบประมาณลงไป แต่ก็มีการถามความคิดเห็น การขอข้อเสนอจากทางชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนวางแผน นำภูมิปัญญาชาวบ้านแต่ละพื้นที่ว่าจะเอาอะไรมาโชว์ จะจัดกิจกรรมแบบไหนดี ที่สอดคล้องกับ งบประมาณที่มี และบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในแต่ละโครงการแล้วจึงร่วมกันตัดสินใจ”

“ไม่ว่าจะเป็นงานไหนที่จัดงานร่วมกับชุมชน ทางเราจะมีส่วนร่วมกับการวางแผนมากน้อย เพราะชาวบ้านเองเค้าอาจจะไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไรบ้าง ต้องพัฒนาตรงไหน ต้องทำยังไง แต่ทางเรา สามารถรู้ได้เพราะเรามีนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตั้งไว้ และงบประมาณที่สามารถเดินตามไป

กับนโยบายที่ถูกกำหนด โดยที่ภาพรวมเรากำหนด วางแผน ทั้งในเรื่องจุดประสงค์ของแต่ละงาน ระยะเวลาการจัดกิจกรรม กลุ่มเป้าหมาย แต่ในรายละเอียดงาน รายละเอียดกิจกรรมหลายๆ ครั้งก็มีการ คิดร่วมกัน กระตุ้นให้ชาวบ้านค้านำเสนอสิ่งที่เค้ามี สิ่งที่เค้าภูมิใจที่จะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก เพราะถ้ามันมาจากตัวเค้าเอง มาจากอัตลักษณ์ในแต่ละชุมชน เค้าภาคภูมิใจนำเสนอ ผลสรุปของงานมันก็จะแอปปีกันทุกฝ่าย เช่น การแสดงเพลงพื้นบ้านของชุมชนท่าโพ พ่อเพลงแม่เพลงทุกคนมีความรู้ ความสามารถและมีความภาคภูมิใจในการนำเสนอสิ่งนี้สู่สายตานักท่องเที่ยว ในบางครั้งคำตอบแทนที่ได้ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับที่เป็นตัวเงินก็ไม่ใช่ว่าจำเป็นเสมอไป”

“ถ้าภาพรวมเลยชุมชนจะมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงานในรายละเอียดกิจกรรม ทางรัฐเองจะเป็นผู้วางแผนตามงบประมาณที่ถูกจัดสรรมาให้ใช้ในการพัฒนาแต่ละด้านอยู่แล้ว แต่หน่วยงานเราจะเน้นไปที่การพัฒนาพื้นที่ หรือพัฒนาด้านอื่นๆ เช่นในตอนที่เราทำเรื่องนวัตวิถี เราก็จัดทำหลายอย่างตามวัตถุประสงค์ คือการเตรียมความพร้อมของชุมชน การค้นหาเสน่ห์ของชุมชน การจัดการด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการข้อมูลชุมชน การจัดทำแผนธุรกิจชุมชน การจัดการเส้นทางท่องเที่ยว การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว การออกแบบสัญลักษณ์และ สโลแกนของชุมชน การจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และยังมีเงื่อนไขระยะเวลาการใช้เงินตามปีงบประมาณอีกด้วย ดังนั้นเราจึงวางแผนใช้เงินในแต่ละช่วงเวลา แล้วจึงไปติดต่อกับชุมชน บอกเล่าวัตถุประสงค์ ระยะเวลาหรือรูปแบบงานที่สามารถทำได้ตามงบประมาณนั้นๆ แล้วก็ให้ค้านำเสนอ กิจกรรมต่างๆ ที่เค้าต้องการนำมาเผยแพร่ นำมาร่วมงาน หรือการสร้างสีสันให้แต่ละงาน แล้วจึงร่วมกันตัดสินใจตามที่ทุกฝ่ายสะดวกและเห็นพ้องกันว่าดี เหมาะสม และสามารถทำได้จริง”

“ทางเราจะมีแผนงานที่ต้องทำอยู่แล้วซึ่งเป็นแผนการพัฒนาในหลายๆด้าน แต่บางครั้งทางเราอาจขาดความรู้ลึกๆจริงในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือถึงแม้ว่าจะมีองค์ความรู้แต่ก็อาจจะไม่มากพอ ดังนั้นสิ่งที่เราต้องการคือความร่วมมือจากทางชุมชน ทำยังไงทุกฝ่ายจะอยากเข้ามาร่วมมือกัน ช่วยกัน แล้วทุกฝ่ายจะพึงพอใจ ไม่ขัดแย้งกัน ดังนั้นทางรัฐเหมือนจะต้องเป็นเจ้าของแล้วชวนหลายๆฝ่ายเข้ามาพูดคุย เช่นทางชาวบ้าน ทางผู้ประกอบการต่างๆ ได้มานำเสนอในส่วนของตนเอง สิ่งที่ตนเองต้องการ แล้วทุกฝ่ายก็ค่อยมาพิจารณาาร่วมกัน ให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดกับทุกฝ่าย”

4.2 ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างโดดเด่น ในด้านการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หรือเป็นผู้ส่งมอบประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งรัฐจะทำหน้าที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชน หรือคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆให้

มากที่สุด การให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และผลักดันให้การจัดงาน หรือการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ลื่นไหลและลุล่วง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ อีกทั้งดูแลในส่วนของการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เกิดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะเพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน สร้างความภาคภูมิใจให้เจ้าของภูมิปัญญานั้น อีกทั้งยังส่งผลในการเพิ่มรายได้แก่ประชาชนในชุมชนอีกด้วย

“เราสนับสนุนมากกว่า หรือการช่วยแก้ปัญหาหน้างาน เพราะเรื่องวัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน ชาวบ้านรู้ดีที่สุดเพราะเป็นวิถีชีวิตของตัวเอง ชุมชนชาวบ้านจึงมีส่วนร่วมในการดำเนินการในแต่ละโครงการ อย่างเช่นที่บ้านไร่ การที่ผู้คนเป็นชาวลาวครั้งลาวเวียงวิถีชีวิต ประเพณี ความเชื่อต่างๆ ของพวกเขาเค้าก็มีความไม่เหมือนใคร ดังนั้นการที่จะนำสิ่งใด กิจกรรมใด ประเพณีไหนมาเสนอให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเป็นประสบการณ์ดีๆ ทางชาวบ้านเองจะเป็นผู้ดำเนินการเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันหากประสบปัญหาใดๆ ที่หน้างาน ทางภาครัฐก็อาจช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ในส่วนนั้น เพื่อให้การจัดงาน หรือการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ลื่นไหลและลุล่วง ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจได้”

“ชุมชนมีส่วนร่วมด้านนี้เยอะ ในรายละเอียดต่างๆ บางครั้งเราก็มีส่วนร่วมในรูปแบบของวิทยากร ให้ความรู้ บางครั้งงบประมาณคืออาจารย์ที่ทำการวิจัย เราก็จะไปในส่วนของหน่วยงานภาครัฐมีส่วนช่วยในการเป็นวิทยากรจัดกิจกรรม หรือให้ความรู้ เช่น การจัดโปรแกรมการจัดกิจกรรม ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือการประชาสัมพันธ์ให้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น”

“ชาวบ้านในชุมชนจะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในทุกโครงการ เรามีส่วนร่วมในขั้นตอนการเตรียมงาน หรือเสิร์ฟงาน การประเมินผลงานมากกว่า เช่น การเตรียมงาน ต้องทำยังไงจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรม เราก็มาจัดสรรว่าในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบใดที่นักท่องเที่ยว สามารถมีส่วนร่วมได้ ต้องใช้วัตถุประสงค์อะไรเพิ่มเติมจากที่ชาวบ้านอาจมีใช้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว เราก็อาจใช้งบประมาณสนับสนุนเพิ่ม อย่างชุมชนโรงน้ำแข็งที่ทำสินค้า การถนอมอาหารเกี่ยวกับปลาแรด สินค้า G.I. ของจังหวัด หากนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ จะจัดกิจกรรมแบบใดได้บ้าง ต้องจัดเตรียมอุปกรณ์แบบใดเพิ่มเติม แต่ในการดำเนินกิจกรรมก็ต้องเป็นตัวชาวบ้านผู้มีความเชี่ยวชาญชำนาญการเป็นผู้นำในการแสดงให้ดู หรือชักชวนนักท่องเที่ยวมาร่วมเรียนรู้ โดยทางรัฐอยู่ช่วยซัพพอร์ต หรือเก็บภาพกิจกรรมต่างๆ และนำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชน กิจกรรม วิถีชีวิตแบบนั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น ชักชวนหรือดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เข้ามาทำกิจกรรมแบบเดียวกัน ก็เป็นการเพิ่มมูลค่า เพิ่มรายได้ให้ชาวบ้านไปด้วย อย่างที่จะจัด

กิจกรรมปั่นข้ามภาค จากชัยนาทปั่นเข้าอุทัยธานี ปั่นจักรยานเที่ยววัดท่าซุง ข้ามเรือ กิจกรรมที่บอกก็คือ แวะบ้านผู้ใหญ่วันเพ็ญซึ่งเป็นเกษตรกรกลุ่มหนึ่งที่เลี้ยงปลาในกระชัง โดยนำนักปั่นจักรยานมาร่วมรับฟัง ความรู้เรื่องวิถีชุมชน วิถีเกษตรกร วิถีชาวแพ จากการเลี้ยงปลาในกระชัง แปรรูปปลา เช่น ปลาแรดมา แปรรูปเป็นแหนมปลา ปลาร้า ทอดมัน มีการทำ CSR โปรแกรมปล่อยปลาแรดในแม่น้ำสะแกกรัง ซึ่ง หลังจากการดำเนินงานสำเร็จลงไปแล้ว เราก็จะทำในส่วนของการประเมินผล ใครได้อะไรเสียอะไร ตรงไหนดี ตรงไหนควรปรับปรุง”

4.3 ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

ภาคชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้งการจัดการแบ่งปันผลประโยชน์โดย ชุมชนเอง ทั้งการได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในหลายรูปแบบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ทั้งที่เป็นรูปแบบของรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจ หรือผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นเช่น ความ ภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถอนุรักษ์ไว้อย่างยั่งยืน หรือเป็นการสร้างความ ร่วมมือร่วมแรงร่วมใจในชุมชน โดยส่วนภาครัฐจะไม่เข้าไปจัดการผลประโยชน์ให้กับชุมชนโดยตรงเพื่อลด ข้อครหาด้านจริยธรรม ความไม่เป็นธรรม แต่มีส่วนร่วมในการเสนอแนะและให้ความรู้กับสมาชิกในชุมชน เกี่ยวกับวิธีการจัดการผลประโยชน์ให้ทั่วถึง เช่นการพาสมาชิกเดินทางไปศึกษาดูงานการจัดการด้านการ ท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ในจังหวัดอื่นๆ ในชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อป้องกันความขัดแย้งที่อาจ เกิดขึ้น และเสริมสร้างความสามัคคีของประชาชนในแต่ละพื้นที่ ดังนั้นผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นธรรมจึงมี ความสำคัญต่อการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

“ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ไปเต็มๆ ทั้งด้านรายได้ ตัวเงิน หรือความสามัคคี แต่ในบางครั้ง บางชุมชนการทำงานที่ใช้กลุ่มเดิม ๆ ทางเราก็แนะนำให้ฟังว่าชุมชนอื่นทำอะไรให้คนในชุมชนได้ กระจายรายได้อย่างไร แต่สุดท้ายคนในชุมชนก็ต้องตกลงกันเอง ถ้าเป็นเรื่องเงินเราจะไม่เข้าไปแตะ เราจะ แนะนำวิธีการบริหารจัดการอย่างไร อาจจะเข้าไปดูในเรื่องของรถรับจ้าง เรือรับจ้าง หรือเรื่องการ ทำอาหาร บ้านที่รับคนนอนแล้วอาจจะไม่ต้องทำอาหาร อาจจะให้บ้านที่ไม่ได้รับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนที่ ทำอาหารมาส่ง กระจายรายได้ไป เหมือนเรือควมมีการวางแผน จัดเวร จัดคิว รถก็เหมือนกันควมมีการจัด เวร จัดคิวกัน”

“ด้านผลประโยชน์เป็นด้านที่ชุมชน ชาวบ้านในพื้นที่จะได้มีส่วนร่วมอย่างมากที่สุด แต่เรื่องการ จัดการผลประโยชน์เป็นเรื่องที่ทางรัฐเองให้ความสำคัญมากๆ แต่เราไม่เข้าไปจัดการเองเพื่อป้องกันข้อ ครหาเกี่ยวกับความเป็นธรรมและจริยธรรม แต่ปฏิเสธไม่ได้เมื่อทุกครั้งที่มีการจัดงานเราทำเพื่อให้ชาวบ้าน ได้รับประโยชน์ ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือรายได้ ตัวเงิน นั่นแหละตัวปัญหา สิ่งที่เราทำคือ การคุยกันตั้งแต่ เบื้องต้นกับประชาชน โดยเฉพาะตัวผู้นำชุมชนที่จะสามารถจัดการเรื่องต่างๆได้อย่างเป็นธรรม”

“ให้ความรู้ก่อนเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น แต่ที่สำคัญคือต้องมีคนนำ มีผู้นำชุมชน ที่สามารถตกลงพูดคุย รวบรวมสมาชิก และทำความเข้าใจกับทุกคนได้ จากที่เราพาศึกษาดูงานการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ในพื้นที่จังหวัดอื่น ได้มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเข้าใจมากขึ้น ไม่ยุ่งยาก ไม่น่ากลัวอย่างที่คิด เขาจะแอบศึกษาขั้นตอนการต้อนรับนักท่องเที่ยว มีร้านค้าชุมชนก็เอาของมาขาย ร่วมกันเป็นการเพิ่มรายได้ชุมชน คนที่มาเขาพร้อมจ่ายเงินถ้าเรามีสินค้าของชุมชนพื้นถิ่น เขาก็จะเข้าใจแล้วว่าอาหารรายได้มันมีช่องทางแบบนี้ แล้วได้เรียนรู้ว่าที่อื่นมีการจัดการผลประโยชน์กันอย่างไรบ้าง”

“ผลประโยชน์ส่วนใหญ่เป็นในรูปแบบของตัวเงิน หรือความดีใจ ปลื้มใจ ภูมิใจของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งเรายกให้ทางชุมชนพื้นที่จัดการกันเอง แต่หากมองในส่วนของผลประโยชน์ด้านที่ไม่ใช่ตัวเงิน การประชาชนในพื้นที่มีความรู้ในการจัดการทรัพยากรของตนเองและนำมาใช้ในการท่องเที่ยว รูปแบบนี้เพิ่มมากขึ้น ทางเราเองก็รู้สึกมีส่วนร่วมในตรงนี้มากกว่า”

4.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ภาคชุมชนเข้ามีส่วนร่วมในการประเมินผลอย่างชัดเจนจากบทบาทการเป็นผู้ประเมินผลแต่ละกิจกรรม แต่ละโครงการ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่วนภาครัฐเกี่ยวข้องในการจัดทำระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่างบประมาณถูกใช้ไปในทิศทางที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นหนึ่งในกลไกของการจัดสรรงบประมาณ และการวางแผนนโยบาย

“ชุมชนเป็นผู้ประเมินให้เรา โดยททท. วางแผน สสำรวจ คุยกับพันธมิตร และประชุมร่วมกันทุกฝ่าย โดยกำหนดทิศทางในการดำเนินงาน ร่วมกันกำหนดรูปแบบตั้งแต่เริ่มต้นจบเริ่มโครงการจนโครงการเสร็จแล้วสิ้น และมีการประเมินผลการจัดโครงการ เราทำครบทุกขั้นตอนเพราะต้องรายงานสรุปโครงการ และมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าการประเมินผลเป็นปัจจัยที่สำคัญเพื่อจะได้ทราบว่ามีความผิดพลาดยังไง ตรงจุดไหน และจะจัดการให้ดีขึ้นได้อย่างไร เพราะเราทราบดีว่าในปีต่อไปก็จะมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอีก และควรทำให้ดีขึ้นเรื่อยๆ สร้างผลประโยชน์ให้กับประชาชนมากขึ้นเรื่อยๆ”

“แน่นอน การประเมินผลกิจกรรม โครงการต่างๆเป็นเรื่องสำคัญสำหรับหน่วยงานภาครัฐ เพราะต้องมีการพิสูจน์ให้ได้ว่า เงินงบประมาณที่นำมาใช้ ได้ถูกใช้อย่างประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์”

“ทางเราจะเป็นฝ่ายที่จัดการประเมินผลของการทำงานในแต่ละโครงการ หรือในแต่ละกิจกรรม แต่ชุมชนก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้ประเมินผลงาน ซึ่งเราก็จะทำการประเมินให้ครอบคลุมรอบด้านนะ จากทั้งทางนักวิชาการจากภาครัฐเองที่ลงไปช่วยจัดกิจกรรม จากทางผู้ประกอบการต่างๆ ที่มาเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการ จากนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมชมงานต่างๆ และจากตัวผู้คนในชุมชนเองใน

ฐานะที่มีบทบาทในการที่เป็นฝ่ายดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นเค้าก็จะรู้ว่าตรงไหนดี ไม่ดียังไง มีอะไร ควรปรับปรุงบ้าง เพราะเค้าอาจจะได้เจอปัญหาต่างๆที่หน้างาน เมื่อเราประเมินแล้ว เราก็เอาผลประเมิน นั้นมาสรุป จะได้ว่ามีสิ่งไหนที่ดีแล้ว ผู้มีส่วนร่วมชอบและเห็นว่ามีควรคงเดิมไว้ หรือมีส่วนใดที่เป็นปัญหา อุปสรรคของงานควรปรับปรุงอย่างไรบ้าง เพื่อที่ว่าหากมีการจัดกิจแบบเดียวกันขึ้นอีก เราไม่ได้ไม่เกิด ข้อผิดพลาดแบบเดิมๆ”

ประเด็นที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนทั้ง 3 แห่ง เกิดประโยชน์กับชุมชน และชาวบ้าน ในพื้นที่ในหลากหลายด้านทั้งด้านการสร้างรายได้เสริม การอนุรักษ์วัฒนธรรม การสร้างความภาคภูมิใจให้คนในท้องถิ่น การเห็นคุณค่าของปราชญ์ชาวบ้าน แต่มีประเด็นปัญหาที่ควรพิจารณา ซึ่งโดยรวมปัญหา อุปสรรคของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ทางภาครัฐมองไปในหลากหลายประเด็น ได้แก่

1. ด้านงบประมาณจากภาครัฐที่ไม่ต่อเนื่องจึงส่งผลให้บางโครงการที่ต้องการการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต้องหยุดไป เช่น โครงการโฮมอปนวัตวิถี อีกทั้งการทำประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารทางการตลาดก็มีความจำเป็นต้องใช้งบประมาณ
2. ด้านปัญหาการมีส่วนร่วมเล็กน้อยๆ ความพร้อมเพรียงและความตั้งใจเข้ามามีส่วนร่วม ในแต่ละกลุ่มจะมีความคิดเห็นที่ไม่ตรงกัน
3. ด้านองค์ความรู้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่ยังขาดไป เช่น การตลาด การจัดทำกิจกรรมหรือตัวสินค้า ที่อาจจะต้องมีการปรับปรุงปรับแต่งเพื่อให้มีรูปลักษณะที่สามารถทำการตลาดและทำการขายได้ ภาครัฐก็ได้ทำการพัฒนาในส่วนนี้เพราะมองว่าเป็นเรื่องสำคัญ
4. ด้านบุคลากร ทั้งในด้านการขาดบุคลากรที่ทันสมัย เนื่องจากคนที่อยู่ในชุมชนส่วนใหญ่ในปัจจุบันเป็นประชากรสูงอายุ เนื่องจากวัยรุ่น หรือคนรุ่นใหม่ มีการย้ายถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น หรือไปอยู่ในเมืองใหญ่ๆ ดังนั้นในพื้นที่จึงไม่ค่อยมีแรงงานที่ทันสมัย การเข้าใจและใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ จึงดูเป็นเรื่องที่ยาก และในด้านการขาดแคลนมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ โดยหากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวก็ไม่สามารถให้ข้อมูลต่างๆของชุมชนตนเองได้ แต่ก็กำลังมีการพัฒนาโดยการจัดอบรมให้ตามโครงการการพัฒนาบุคลากรในชุมชน

“อุปสรรคหรือปัญหาการมีส่วนร่วม เป็นปัญหาเล็กน้อยๆ เช่น บางทีมีการนัดเวลากันเรียบร้อยแล้ว แต่ก็ไม่มีมาตามนัด หรือบางทีก็มีความคิดเห็นไม่ตรงกัน อาจจะส่งนักท่องเที่ยวเข้าไปต่อยอดให้ชุมชน ทุกอย่างเป็นรูปภาพ พยายามผลักดันให้มันได้เกิดขึ้นจริง แล้วถ้ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาเราก็จะไปดูว่าฐาน

เขาเตรียมไว้มีข้อบกพร่องอะไร แล้วก็ประชุมกันว่าพื้นที่ควรมีมาตรการอย่างไร รวมถึงการบอกราคาว่า ถูกไปหรือแพงไป ชุมชนเขาจะยังไม่ได้รับงบใหญ่ ๆ เช่น การศึกษาดูงาน ส่วนมากจะเป็นกลุ่มแพมีลีมา กันเองหรือมารถคันหนึ่งอะไรประมาณนี้ซึ่งก็ไม่ได้มีบ่อยๆ หรือมีทุกวัน รายได้ก็ไม่มาก แต่ซึ่งพอมาเจอ กลุ่มใหญ่ ๆ ชุมชนก็จะยังรับมือไม่เป็น ถ้าสุดเราก็คงพาไปดูงาน ว่ารับยังไง มีฐานอย่างไร พอหลังจาก กลับมาเขาก็จะต้องทำเหมือนที่เขาไปดูงานมา ไปเรียนรู้มาแล้วกลับมาทำให้ได้จริง”

“ประเด็นนี้ก็ไม่ถึงกับว่าเป็นปัญหา หรืออุปสรรค อยากใช้คำว่าจุดอ่อนมากกว่า เพราะมัน สามารถพัฒนาต่อได้ สามารถกำจัดจุดอ่อนได้ คือในระดับชุมชนจะไม่ค่อยมีองค์ความรู้เรื่องการตลาด ยัง ไม่เข้าใจว่าการทำสินค้าเพื่อขายมันต้องเป็นแบบไหน ต้องปรับแต่งรูปลักษณ์ให้ขายได้ และบางทีที่เรา บอกแล้ว แต่สมาชิกเค้าก็ยังไม่เข้าใจ ดังนั้นก็ต้องใช้เวลาพัฒนาไปเรื่อยๆ แต่ในหลายชุมชนสมาชิกที่เข้า มาสนใจและทำเรื่องท่องเที่ยวก็เป็นผู้ช่วย คนในวัยอื่นไปทำงานอย่างอื่น แต่ส่วนใหญ่จุดแข็งคือผู้นำ ชุมชนกระตือรือร้น ปลุกกระตือรือร้นชาวบ้านให้มีความร่วมมือ มีความสามัคคีให้ชุมชนได้พัฒนา และสมาชิกใน ชุมชนก็ให้ความร่วมมือ เข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างดีด้วย”

“อุปสรรคคือเรื่องของงบประมาณพัฒนาชุมชน คือ โอท็อปสวัสดิการ ทำมาหลายปี แต่สถานการณ์ ตอนนี้ก็สภาพเศรษฐกิจที่มันถดถอย ทางรัฐบาลเองก็รายได้น้อยลง ส่งผลให้ไม่มีงบประมาณมาต่อยอด หรือสานต่อกิจกรรม เราก็ต้องยอมรับในจุดนี้เพราะมันควบคุมไม่ได้ แต่ก็ยังโชคดีที่สำหรับบางผลิตภัณฑ์ หรือตัวพื้นที่บางจุดยังสามารถต่อยอดได้ด้วยตัวเองเพราะเค้ามีเอกลักษณ์ห้าดาวจริง ติดตลาดแล้ว แต่พอ ภาครัฐไม่ได้สนับสนุนอย่างเดิม ไม่ได้ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เหมือนเดิม ทำการตลาดให้เหมือนเดิม บางทีลงไปเจอชาวบ้าน เราก็ตอบไม่ถูกว่าอนาคตจะเป็นยังไง จะได้ไปต่อหรือพอแค่นี้ ก็จะได้ยินเสียงตัด พ้อมาเหมือนกันว่า ทำมาตั้งนาน แล้วก็มาถูกทิ้ง ซึ่งทางเราก็อยากช่วยแต่พองบประมาณมันไม่มี มันก็ไป ช่วยเติมที่เหมือนเดิมไม่ได้

หลายกลุ่มชุมชนยังไม่ถนัดเทคโนโลยีเนื่องจากเป็นกลุ่มคนรุ่นบ่า ๆ เราพยายามหาคนให้ครบทุก วัยมาช่วยเพื่อมาต่อยอด แต่ก็หายาก หนุ่มๆสาวๆไปทำงานที่อื่นกันหมด แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิดมา จนถึงปัจจุบันยังมีวัยหนุ่มสาวกลับมาบ้านบ้าง ก็ยังดีที่มีบ้าง พอจะได้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มาบ้าง ดังนั้น พอเป็นรุ่นใหม่ก็จะเข้าใจและเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีได้ดีกว่า เร็วกว่า”

“อุทัยธานี เป็นเมืองรองหรือเป็นเมืองปิดยังไม่มีคนรู้จักเท่าไร นักท่องเที่ยวไม่เยอะ ยิ่ง นักท่องเที่ยวต่างชาติยิ่งมาท่องเที่ยวที่อุทัยธานีน้อยมากดังนั้นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเราก็ไม่มี คนยุโรป คนจีนจะน้อย แต่ถ้าเป็นกลุ่มทัศนศึกษาจะมีคนต่างชาติอยู่บ้าง กลุ่มนักศึกษาต่างชาติมีบ้าง เป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวทัศนอาจร เข้ามาท่องเที่ยวแต่ไม่ได้เข้าพัก ส่วนใหญ่ที่เดินทางมาก็มาท่องเที่ยววัดท่าซุง จะเป็นรถบัสคนจีนเข้ามากับทัวร์ มาไหว้หลวงพ่อก แล้วเดินทางกลับ ไม่ได้มาท่องเที่ยวจับจ่ายในจังหวัด

เท่าไร และเพราะส่วนใหญ่ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มากับทัวร์ต้องเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ แต่จังหวัด อุทัยธานีไม่ต่อรถไฟของนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยระบบขนส่ง ไม่มีเครื่องบิน ไม่มีรถไฟ และจังหวัด อุทัยธานีไม่ใช่จังหวัดทางผ่านที่จะนั่งรถไฟเชียงใหม่แล้วแวะเที่ยวได้ แต่ต้องเลี้ยวเข้ามา 16 กิโลเมตร จาก ถนนเส้นหลักที่รถสาธารณะวิ่ง ดังนั้นต่างชาติที่จะมาเที่ยวอุทัยธานีต้องตั้งใจมาจริงๆ

ปัญหาเรื่องไกด์ถ้ามียกท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามา ศักยภาพของพื้นที่ยังไม่เพียงพอ ไม่มีไกด์สำหรับ ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เราก็มีการอบรม พยายามส่งเสริมศักยภาพเพื่อให้พร้อมรองรับ นักท่องเที่ยวแต่ยังต้องใช้เวลาอีกมาก ทั้งด้านการดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาและการเตรียมความพร้อมให้ชุมชน”

ประเด็นที่ 6 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ภาครัฐมีแผนนโยบายและการสนับสนุนงบประมาณในหลากหลายโครงการและกิจกรรมเพื่อ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมองเห็นว่าเป็นโครงการที่มีความสำคัญ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวได้เอง และให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว จึงจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรักสามัคคีและรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว แต่การจะสามารถสร้าง ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวได้จำเป็นต้องมีพื้นฐานจากความต้องการและการมีส่วนร่วมของแต่ละชุมชน รวมถึงประชาชนในแต่ละพื้นที่ ทางภาครัฐเห็นว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทำได้ดังนี้

1. ส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่นที่มีภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลท้องถิ่น การ เสนอการแสดงที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน รวมถึงการสนับสนุนศิลปินท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน โดยส่งเสริมการใช้ศิลปะและงานฝีมือท้องถิ่นในการสร้างผลงานท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เช่น การสนับสนุน การจัดแสดงศิลปะและการแสดงของศิลปินท้องถิ่น ให้ประชาชนชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อสร้างความ ภาคภูมิใจให้คนเหล่านี้ด้วย

2. สร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิ ปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การสร้างสถานที่จัดแสดงศิลปะหรือการสร้างศูนย์กลางการเรียนรู้ที่ เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสดงสถานที่สำหรับเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน

3. การพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การสร้างสินค้าศิลปะท้องถิ่น หรือพัฒนาวัฒนธรรม การแต่งกายแบบท้องถิ่น หรือการพัฒนาสูตรอาหารพื้นเมือง เหมือนที่ชุมชนโรงน้ำแข็งพัฒนาอาหารแปรรู ปจากปลาแรด จนสามารถสร้างรายได้ให้เห็นได้ชัด

4. การสร้างเครือข่ายร่วมมือ สนับสนุนให้เกิดการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนและพัฒนาท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

5. การประชาสัมพันธ์ โดยเป็นการสร้างและโปรโมทพื้นที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์ของทางภาครัฐ และเอกชน ทั้งของจังหวัดและชุมชน

6. การจัดกิจกรรมฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ท่องเที่ยวเที่ยวชุมชนท้องถิ่น

“การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าคนในชุมชนไม่ลุกขึ้นมาทำเอง โดยการรอกภาครัฐมันจะเป็นการปรุงแต่ง เพราะการท่องเที่ยวมันจะเกิดจากผู้นำชุมชน จะเป็นการดีหากเกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งเอกชนผู้ประกอบการด้วย หน่วยงานราชการต้องการสนับสนุนชุมชนก็จะนำงบประมาณมาให้ แต่มันก็จะมีข้อเสียคือมันจะไม่เกิดความยั่งยืนอาจจะไม่ต่อยอดถึงอนาคต การท่องเที่ยวแบบใหม่ต้องให้คนในชุมชนยืนด้วยขาตนเอง แต่ก็ต้องพัฒนาความรู้ความเข้าใจให้คนในชุมชนด้วย จึงจะสามารถเป็นชุมชนเข้มแข็งบริหารจัดการเองได้ ต้องให้คนในชุมชนมีสิทธิ์ออกเสียง มีส่วนร่วมตั้งแต่แรก มีสิทธิ์ออกความเห็นต่อชุมชนต่อการท่องเที่ยว โดยให้คนในชุมชนแต่ละชุมชนฟื้นฟูวิถีชีวิตของตัวเองที่มีและเริ่มหายไปให้ได้ ให้เด็กเรียนรู้ ถ้าเด็กไม่รู้อดีตก็จะมีสิทธิ์รักชุมชน และในการพัฒนาของเรามุ่งเน้นจากอดีตถึงอนาคต ให้เขาไปถ่ายทอด พอเขาเข้าใจวิถีชุมชน การต่อยอดมันจะเกิดโดยเราไม่ต้องรอให้เขาสั่ง”

“เราพยายามส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในหลายกิจกรรม ทางรัฐเองก็พยายามสนับสนุนในเทศกาลงานประเพณีต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน การสนับสนุนปราชญ์ชาวบ้านให้เข้ามามีบทบาทในการท่องเที่ยว จริงๆก็ต้องการความหลากหลาย อยากให้มีส่วนร่วมกันจำนวนเยอะๆ เหมือนกันแต่ในความเป็นจริง กลุ่มที่สนใจทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะป็นกิจกรรมไหนๆ ก็จะเป็นแค่กลุ่มเดียว หรือสองกลุ่มแค่นั้น เป็นกลุ่มเดิมๆ เพราะมันต้องเอาคนที่เต็มใจมาทำงาน และต้องมีความสามารถในเรื่องนั้นๆ แล้วบางคนเค้าก็ไม่ได้สนใจด้านการท่องเที่ยว เค้าก็ทำมาหากินอะไรไป อย่างเช่นที่ ท่าโพชุมชนเค้าเด่นเรื่องร้องเพลงพื้นบ้าน สำหรับควา-หวาน ก็จะมาพ้องเพลงแม่เพลงมาโชว์ในทุกๆกิจกรรมที่เราจัดก็ถือว่าเราก็ได้สนับสนุนให้ปราชญ์ชาวบ้านเค้ามีความภูมิใจ แล้วกลุ่มแม่บ้านก็มาจัดให้บริการให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางมาศึกษาดูงาน”

“จัดการให้ความรู้ ให้ชุมชนให้ชาวบ้านมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าหากเค้าเข้ามามีส่วนร่วม จะได้รับผลประโยชน์อะไรบ้าง แต่ก็ต้องทำความเข้าใจว่าประโยชน์มัน

อาจจะไม่ใช่ตัวเงินที่มากมาย เพราะอุทัยเองก็ไม่ใช่อุ๊ยเก็ด เชียงใหม่ ที่จะมีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาจำนวนมากๆ เราเป็นจังหวัดเล็กๆ แต่การเข้ามามีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวจะสร้างประโยชน์ด้านการต่อยอดภูมิปัญญา หรือการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนไว้ให้ลูกหลาน และต้องทำให้ลูกหลานชาวบ้านอยากต่อยอดภูมิปัญญาพวกนี้ด้วย ซึ่งยาก เพราะทุกวันนี้ในแต่ละชุมชน ลูกหลานๆก็ย้ายไปทำงานในพื้นที่อื่น ๆ กันเกือบหมดแล้ว”

“ก่อนหน้านี้ที่ได้รับความร่วมมือมากมาย ชุมชนออกมามีส่วนร่วมกันเยอะ คือโครงการ OTOP นวัตกรรม ซึ่งตามถนนหลักจะมีสินค้า OTOP นวัตกรรมเป็นศูนย์ใหญ่ในการขายสินค้า OTOP ซึ่งก็เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยมีชาวบ้านเป็นส่วนร่วม รัฐจึงจะเหิงบมาสนับสนุน โดยการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมในพื้นที่ การสร้างสถานที่จัดแสดงศิลปะหรือการสร้างศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสดงสถานที่สำหรับเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน การทำประชาสัมพันธ์ ทำป้าย ทำสื่อให้คนในชุมชน ทำกิจกรรมร่วมกัน อีกทั้งยังมีการนำสินค้าต่าง ๆ ไปจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยว และชาวบ้านก็สามารถแนะนำสินค้ารวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเปรียบเสมือนมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แต่ต้องยอมรับว่าพอโควิดมา ทุกอย่างมันก็เปลี่ยนไป มันขาดช่วง แล้วพอหลังโควิดรัฐบาล เศรษฐกิจจะไรต่างๆมันก็ยังไม่ได้ดีขึ้น ทางรัฐเองก็มึงงบประมาณน้อยลงที่จะไปส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ในความเป็นจริงเลยคือถ้าจะพัฒนา ส่งเสริมอะไร เรื่องงบประมาณ เรื่องเงินมันสำคัญจริงๆ พอขาดไปมันก็ขับเคลื่อนอะไรๆได้ลำบาก แต่เราก็พยายามใช้งบประมาณที่มีให้เกิดประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ อย่างในบางโครงการก็อาจจะไม่ต้องใช้เงินมากมาย เช่นการส่งเสริมปราชญ์ชาวบ้านในแต่ละพื้นที่ เพื่อที่จะรักษาภูมิปัญญาที่ชาวบ้านในพื้นที่นั้นเค้ามี สร้างความภาคภูมิใจให้เค้า ให้เห็นความสำคัญของปราชญ์ชาวบ้าน คนรุ่นปู่ย่าตายายที่เป็นปราชญ์ก็จะมีภาคภูมิใจในตัวเอง เห็นว่าลูกหลานยังคงเห็นความสำคัญของเค้าก็มีแรงอยู่ต่อไป”

สรุปผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคชุมชนและประชาชน

ภาคชุมชนและประชาชน ซึ่งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีบทบาททางการท่องเที่ยว ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการในพื้นที่ รวมไปถึงประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในชุมชนให้ความเห็นในแต่ละประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นในชุมชน

1.ชุมชนสะนา เดิมเรียกว่าบ้านผักป่าเนา (หรือผักชะอม ที่เรารู้จัก) เหตุที่เรียกเช่นนี้เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ปลูกผักนี้ทุกบ้าน และชอบทำอาหารที่มีผักชะอมกินกัน คนที่นี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนลาว ครั้ง ผู้สูงอายุในหมู่บ้านเล่าว่าถูกกวาดต้อนจากสงครามเมื่อครั้งรัชกาลที่ 3 จากเวียงจันทน์ ทำให้ชุมชนที่นี้ยังมีวัฒนธรรมดั้งเดิมหลายอย่างที่เหมือนกับคนลาวอยู่

สถานที่โดดเด่น เช่น วัดถ้ำเขาวง ซึ่งเป็นวัดสวยสุดอันซีนแห่งอุทัยธานีที่ไม่ควรพลาด จุดเด่นคือ วัดเป็นมีเรือนไทยประยุกต์สวยงาม สร้างด้วยไม้ทั้งหลัง ตัววัดตั้งอยู่ติดริมน้ำ ทิวทัศน์บริเวณรอบๆ ด้านหลังเป็นภูเขาหินปูนขนาดใหญ่ นอกจากนี้หน้าวัดยังมีสระน้ำขนาดใหญ่ และมีสะพานข้าม มีจุดนั่งและยืนชมวิวที่สามารถมองเห็นตัววัดได้จากสะพานกลายเป็นภาพทิวทัศน์งาม พื้นที่โดยรอบเขียวชอุ่มต้นไม้ และสวนสวยงามอยู่ทั่วบริเวณ

ต้นไม้ยักษ์ ต้นไม้ยักษ์ต้นนี้ในอดีต ไม่ได้มีความสำคัญแค่เพียงความเป็นต้นไม้ใหญ่เท่านั้น แต่ยังเป็นต้นไม้ใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางแห่งจิตวิญญาณของชุมชน

ตลาดชาวไร่ แก่นมะกรูด (ในช่วงฤดูหนาว ประมาณ ธันวาคม)

วัฒนธรรมการแต่งกายท้องถิ่น รูปแบบผ้าทอลาวครั้ง ผ้าขึ้นดินแดง

อาหารพื้นบ้าน ที่เป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารของลาวครั้ง และการเป็นรับประทานอาหารตามฤดูกาล เช่น ในเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม เป็นหน้าฝน หน่อไม้ หลังฝนจะมี เห็ดโคน เห็ดเผาะ จะมีอาหารพื้นบ้าน คือ “หมก” เช่น หมกแคบ่า หมกชนิดนี้ จะไม่มีกะทิ และยังมี แก้วร้อยสำหรับ

วัฒนธรรมประเพณี เช่น การแสดงประเพณีเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เช่น เกี่ยวข้าว แห่ค้ำดอกไม้ เพื่อถวายเป็นพุทธบูชาในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีปิดบ้านเดือน 6 ชาตัพันธ์ขุมจะมีประเพณีปิดบ้านอยู่ 2 รอบ คือเดือน 6 และเดือน 12 ทั้งนี้ขณะที่ปิดบ้านจะมีการละเล่นผีนางตั้ง และจะมีการถวายเครื่องสักการะต่อผีบรรพบุรุษ ประเพณีดังกล่าว ชาวบ้านหากลูกหลานอยู่ต่างถิ่นไม่สามารถจะกลับมาพร้อมพิธีได้ ญาติพี่น้องที่อยู่ในพื้นที่จะต้องเตรียมอุปกรณ์สำหรับถวายสำหรับบุคคลคนนั้นๆ การแห่พระขึ้นถ้ำใหญ่วัดห้วยป่าปรก หมู่ 7 (มีพระไม้) เอ็นขวัญ (กะเป๋ะ) แห่ค้ำดอกไม้ (ช่วงสงกรานต์) บักโมบักแดง (คล้ายงูกินหางสมมุติการเก็บแดงโมในไร่) เตะไซ้เต่า เสือกินหมู และมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเชื่อ

2. ชุมชนท่าโพ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ปัจจุบันบ้านท่าโพมีศิลปวัฒนธรรม การละเล่นเพลงพื้นบ้านสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ที่สะท้อนให้เห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านสืบทอดเป็นตำนานควบคู่กับสังคมชนบทที่สามารถบอกความรู้สึกนึกคิด คติชีวิตของชาวบ้านได้อย่างใกล้เคียงความเป็นจริงได้แก่ เพลงเกี่ยวข้าว เพลงแห่นางแมว เพลงพิชฐาน เพลงซึกเยอ เพลงโลม เพลงฮินเลเล เพลงราวังโบราณ และเพลงบวช ชาวท่าโพได้พยายามฟื้นฟูอนุรักษ์เพลงและการละเล่นพื้นบ้านเอาไว้ โดยการจัดสอนให้นักเรียนและเยาวชนในบ้านท่าโพได้ฝึกร้องและเล่นเพลง จากพ่อเพลง แม่เพลงรุ่นเก่า และออกแสดงให้ได้ชมกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์

วิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมประจำถิ่นบ้านท่าโพ ในช่วงสงกรานต์ ชาวบ้านจะมาร่วมกันจัดการเล่นพื้นเมืองขึ้นที่วัดท่าโพ โดยจะเก็บดอกไม้แห่เข้าโบสถ์แล้วร้องเพลงพิชฐานโนโบสถ์ เสร็จแล้วจะ

ออกมาเล่นเพลงซึกกะเย่อ เพลงโลม เพลงราวังโบราณ ซึ่งเป็นประเพณีของชาวไทยที่รักษาไว้และปฏิบัติกันมานาน ซึ่งการละเล่นส่วนใหญ่ยังคงเนื้อเพลงที่ร้องแบบของเดิมไว้ ส่วนใหญ่เพลงที่ได้รับความนิยมได้แก่เพลงที่เล่นตามเทศกาลมักจะนิยมเล่นในวันสงกรานต์ โดยมีการเล่นตามลำดับหลังจากทำบุญตักบาตรเรียบร้อยแล้ว

อาหารพื้นถิ่น เรียกว่าอาหารไทยโบราณสำหรับคาว-หวาน ซึ่งเป็นประเพณีที่ยังสืบทอดกันมาแต่โบราณและคงเอกลักษณ์ไว้ในการต้อนรับแขกที่มาเยือน เป็นอาหารไทยโบราณที่แสดงถึงวิถีชีวิตโดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่เป็นหลัก มีรสชาติละมุน ประกอบไปด้วยอาหารคาว 6 ชนิด และหวาน 6 ชนิด เช่น 1.แกงบอน 2.ผัดหมี่ 3.ต้มส้มปลาแรด 4.แกงซี่เหล็ก 5. ต้มเค็มผัก 6.น้ำพริก ผักต้ม และขนมทั่วไปอีก 6 ชนิดเช่น ขนมต้มญวน ขนมแดงกา และหากนักท่องเที่ยวได้ลองมาพักโฮมสเตย์จะได้ลองทำอาหารพื้นบ้านด้วย

ยาหอม ยาสมุนไพรโบราณ โรงงานผลิตยาหอมทับทิมของหมอวิโรจน์หนึ่งในของดีเมืองอุทัยสรรพคุณคือ แก้ลม จุกเสียด หน้ามืด ตาลาย เวียนศีรษะ ท้องขึ้น ท้องเฟ้อ คลื่นเหียนอาเจียน ซึ่งหมอวิโรจน์เป็นลูกหลานชาวจีนเกิดในชุมชนอุทัยธานี ถูกส่งไปเรียนวิชาการแพทย์ที่ประเทศจีน และใช้วิชาความรู้ที่ร่ำเรียนมาตรวจรักษาคนไข้ หมอวิโรจน์รักษาคนไข้แบบนี้มานานหลายปีจนคิดค้นและเขียนตำราการปรุงยาหอม ผลิตออกขายจนถึงปัจจุบัน

วัดที่สำคัญคือวัดท่าโพ เนื่องด้วยมีปูชนียวัตถุคือพระพุทธรูปหลวงพ่อโพธิมงคล ศิลปะสมัยสุโขทัย ที่มีเรื่องราวจากจากตำนานพระ 3 พี่น้องเมืองอุทัย หลวงพ่อโพธิมงคล เป็นพระพุทธรูปที่ปรากฏในจดหมายเหตุรัชสมัยพระพุทธยอดฟ้าฯ ที่ทรงโปรดบูรณะซ่อมแซมแล้วให้ชะลอมาจากหัวเมืองฝ่ายเหนือ

3. ชุมชนโรงน้ำแข็ง

บ้านโรงน้ำแข็ง ถูกจัดให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง ที่มีความโดดเด่นคือชีวิตชาวแพชาวประมงซึ่งเป็นกลิ่นอายวิถีชีวิตแบบชาวบ้านริมแม่น้ำสะแกกรังอุทัยธานี อาศัยความอุดมสมบูรณ์ของสายน้ำในการปลูกต้นเตยและประกอบอาชีพทำการประมงน้ำจืด โดยการเลี้ยงปลาในกระชัง มีทั้งปลาสวาย ปลาแรด ปลาเทโพ โดยเฉพาะปลาแรดที่เลี้ยงในกระชังของชุมชนบ้านโรงน้ำแข็งถือว่าขึ้นชื่อเรื่องเนื้อนุ่ม หวาน อร่อยกว่าที่อื่น ๆ จนกรมประมงต้องยกให้เป็นปลาน้ำจืดประจำ จ.อุทัยธานี นอกจากนี้ชาวเรือแพก็ยังจับปลาจากในลำน้ำสะแกกรังมาทำเป็นปลาแห้ง ปลาเค็ม แล้วย้ายไปขายในตลาด และยังมี การปลูกผักสวนครัวบนแพเป็นอาชีพเสริม

เครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในหมู่บ้านโรงน้ำแข็ง คือ ศาลเจ้าคุณตา –คุณยาย อันศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพนับถือของประชาชนในหมู่บ้านแห่งนี้ เป็นที่ทำบุญ ทอดกฐิน ฝ่าป่า ในวันเข้าพรรษา และวันออก

พรรษา รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ ประเพณีแห่เทียนจำนำพรรษา ประเพณีทอดกฐิน-ผ้าป่า งานบวช ประเพณีแห่ธงวันสงกรานต์ ประเพณีรดน้ำขอพรผู้สูงอายุ บ้านโรงน้ำแข็ง มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเรียบง่ายรวมทั้งยังมีลานตะโก ลานจัดกิจกรรมงานบุญต่างๆ ของหมู่บ้าน และบ้านโรงน้ำแข็งยังมีกลุ่มผู้ประกอบการต่อเรือ ซ่อม เรือโบราณ ซึ่งเป็นอาชีพที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษจนเป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านอีกด้วย

การทำหัตถกรรมจักสานที่บ้านโรงน้ำแข็ง เริ่มตั้งแต่การนำไม้ไผ่มาจักตอกเป็นเส้นบางก่อนจะนำมาเรียงร้อยสอดสานเป็นพัดขนาดต่างๆอันสวยงาม ซึ่งจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวผู้สนใจได้ร่วมทดลองสานพัด เรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้วยการทำเวิร์คชอป อีกด้วย

พื้นที่ชุมชน มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาก่อนหรือไม่ นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมอะไรบ้าง

โปรแกรมท่องเที่ยววันวิถีทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ บ้านสน่า จังหวัดอุทัยธานี 3 วัน 2 คืน (วันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์) ราคาตกประมาณ 300 บาท

วันที่ 1

- เดินทางมาถึง พานักท่องเที่ยวไปยังสำนักสงฆ์ จัดพิธีต้อนรับบายศรีสู่ขวัญ (เย็นขวัญ)
- จัดพิธีไหว้ศาลเจ้าบ้าน (จำลอง-(เพื่อเตรียมขायประเพณีไหว้ศาลเจ้าบ้านของจริงในเดือน 6)
- จัดพิธีปิดบ้านรำผีนางตั้ง (ซึ่งนางปัญญา ขุนณรงค์ เป็นผู้ทำกิจกรรมนี้มาดั้งเดิม) หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ชุมชนเลือกมานำเสนอ

- เข้าที่พัก พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2

- รับประทานอาหารพื้นถิ่น หมก แจ่ว หลาม ต้ม ซึ่งจะต้องไปรับประทานอาหารที่ โฮมสเตย์ที่รับผิดชอบ

- เริ่มเรียนทอผ้าฝ้ายพื้นถิ่นอย่างง่าย (ลาวครั้ง) รอบที่ 1 (อาจจะทอไปได้สักครึ่งหนึ่ง)

- บ่ายไปสถานที่ท่องเที่ยว

- กลับมารับประทานอาหารเย็น (ไปตามบ้านที่รับผิดชอบ) ทอผ้าฝ้ายต่อ รอบที่ 2 จนเสร็จ 1 ผืนเล็ก ๆ เป็นของที่ระลึก

- เข้าที่พัก พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 3

- รับประทานอาหารพื้นถิ่น หมก แจ่ว หลาม ต้ม ซึ่งจะต้องไปรับประทานอาหารที่ โฮมสเตย์ที่รับผิดชอบ

- เข้าสู่บทเรียนการย้อมผ้า และทำการตากผ้าไว้ให้แห้งทันเย็น
- บ่ายไปสถานที่ท่องเที่ยว
- กลับมารับประทานอาหารเย็น (ไปตามบ้านที่รับผิดชอบ) กิจกรรมอำลาอาลัย ส่งขึ้นรถกลับ

ภูมิลำเนา

โปรแกรมท่องเที่ยววันวิถีทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ บ้านท่าโพ จังหวัดอุทัยธานี

โดยนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้ามาศึกษาดูงานสามารถเลือก และแจ้งโปรแกรมที่ต้องการล่วงหน้า ชุมชนเตรียมการและจัดบริการตามที่ต้องการ ซึ่งมีโปรแกรมให้เลือก 10 โปรแกรม ที่พยายามจัดรวมสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ควบคู่ไปกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ สร้างความรู้ สร้างอาชีพ ดังนี้

โปรแกรมที่ 1 ศูนย์เรียนรู้และอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านท่าโพ ขนมหาดหงาย (แหดหงายหน้าไม้ขาว) ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลาดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 200 บาท/คน ผู้ประกอบการ : นางสมจิตร ทิพย์ศิริ

โปรแกรมที่ 2 รมโพธิ์นวดแผนไทย กระเป๋าผ้า (กระเป๋าแสนสวย ใช้แล้วรำรวย) ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 100 บาท/คน ผู้ประกอบการ : นางสาวมาลา ว่องกสิกรรม

โปรแกรมที่ 3 วัดท่าโพ พิมเสนน้ำ (สมุนไพรใช้แล้วห่างไกลโรค) ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 100 บาท/คน ผู้ประกอบการ : นางอำไพ นารถานนท์

โปรแกรมที่ 4 ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 100 บาท/คน กิจกรรม : ไข่เค็มใบเตย (อร่อย สะอาด รูปสวย กินแล้วรวย) ผู้ประกอบการ : นายจินดา เกิดน้อย

โปรแกรมที่ 5 กลุ่มทำพริกแกงบ้านท่าโพ ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 100 บาท/คน กิจกรรม : พริกแกง (เผ็ด หอม พร้อมใช้) ผู้ประกอบการ : นางปรารถนา ศรีพงษ์สุทธิ

โปรแกรมที่ 6 กลุ่มโฮมสเตย์บ้านท่าโพ ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45

นาที่ ราคา : 50 บาท/คน กิจกรรม : พรหมเช็ดเท้า (เท้าสะอาด ไม่ขาตงาย) ผู้ประกอบการ : นางสนธิ์ สุขสุวรรณ นางดารา สุขสุวรรณ

โปรแกรมที่ 7 ศาลพ่อปู่ลำพู่ – พลับพลาสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 500 บาท/คน กิจกรรม : ตะกร้าหวายเทียม (หัตถกรรมหวายเทียม หลากสีส้น) ผู้ประกอบการ : นางรัชดาวรรณ ว่องธัญกิจ

โปรแกรมที่ 8 ศาลเจ้าแม่ตะเคียนวัดพันสี ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 100 บาท/คน กิจกรรม : ไม้กวาดดอกหญ้า (แน่นหนา ไม่หลุดร่วง) ผู้ประกอบการ : นางสาวอานา อนันตริกษ์

โปรแกรมที่ 9 ศูนย์พลังงานทดแทน ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 50 บาท/คน กิจกรรม : กล้วยฉาบ (เรื่องกล้วยๆ ก็รวยได้) ผู้ประกอบการ : นางวันดี ศรีลัมภ์

โปรแกรมที่ 10 ต้นโพธิ์กลางบ้าน ดำเนินการ : เสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ดำเนินการ : 09.00 น. - 18.00 น. เงื่อนไขการเข้าร่วม : 5 - 10 คน / รอบ ระยะเวลา / รอบ : 30 - 45 นาที ราคา : 50 บาท/คน กิจกรรม : หมี่กรอบโบราณ (เชิญชิมหมี่กรอบ ของชอบอาหารโบราณ) ผู้ประกอบการ : นางลัดดาวัลย์ ชัยนุกสิกรรม

“เมื่อก่อนมีการจัดทำการท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรม ก็เหมือนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมเรามีคณะกรรมการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม มีสมาชิก 15 คน มีประธาน มีรองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก กรรมการ และประสานงานต่าง ๆ แต่มาสะดุดตอนติดโควิดสองปี จึงทำให้ไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง โปรแกรมท่องเที่ยวของเราตอนนั้นก็จะเป็นเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน มาดูวิถีชีวิตแบบที่มีวัฒนธรรมความเป็นลาวครั้ง แล้วก็พักค้างคืน โดยที่จะรวมอาหารการกินทั้งหมดไว้ ซึ่งเราก็ได้จัดอาหารแบบผสมทั้งที่เป็นอาหารแบบชาวลาว ชาวไทย ทั้งเช้า เที่ยง เย็น วันละ 150 บาท อาหารว่าง 25 บาทต่อมื้อ ที่พัก 150 บาท รวม ๆ แล้ว ประมาณ คนละ 300 บาท แต่จริงๆแล้วราคาแบบนี้ก็ไม่เพียงพอต่อการต้องมาจัดเตรียม ค่าวัสดุต่าง ค่าแรง แต่เราก็ทำนะ ได้น้อยก็ไม่เป็นไร”

“ก่อนหน้านี้นักท่องเที่ยว ผู้ที่มาศึกษาดูงานบ้านท่าโพ ก็จะได้พักโฮมสเตย์ร่วมกับชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการ โดยในตอนค่ำก่อนที่จะรับประทานอาหารเย็น จะมีการแสดงเพลงพื้นบ้านท่าโพ รวมไปถึง

การหาบสำหรับคาวหวานบริการนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงาน ในส่วนของกิจกรรมช่วงกลางวัน นักท่องเที่ยวสามารถไปเยี่ยมชมจุดเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านและหมู่บ้านข้างเคียง เช่น กลุ่มทำอาหารคาวหวาน ศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมทำโป โรงงานทำยาหอมทับทิมวัดพันสี เทียววัดท่าโพ อีกทั้งในช่วงบ่ายถึงเย็นยังสามารถปั่นจักรยานท่องเที่ยวไปในที่ใกล้ๆ ได้เช่น ไปอำเภอเมืองเที่ยวตรอกโรงยา ซึ่งระยะทางไม่ไกลกันมากสามารถปั่นจักรยานไปตามเส้นทาง ธรรมชาติได้อีกด้วย”

“ส่วนใหญ่ไปเที่ยววัดกัน วัดท่าซุง วัดโบสถ์ เที่ยวรอบชุมชนชาวแพ แล้วมาชมกระชังเลี้ยงปลาแรดซึ่งเป็นสินค้า G.I. ได้ชิมอาหารที่ใช้วัตถุดิบในพื้นที่ ปลาจากแม่น้ำสะแกกรัง และปลาแรดที่มีเอกลักษณ์ที่เนื้อปลานุ่มเหนียวไม่เหมือนที่ไหน แล้วได้เลือกซื้อสินค้า OTOP เป็นของฝากไปฝากญาติพี่น้องคนที่บ้านก็จบโปรแกรม เกือบๆหนึ่งวัน”

ประเด็นที่ 2 นโยบายและงบประมาณการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เป็นบทบาทของทางภาครัฐเป็นหลัก เนื่องจากแต่ละชุมชนเองไม่ได้มีงบประมาณของตนเอง ซึ่งถึงแม้จะมีอบต.หรือการรวมกลุ่มต่างๆ ทั้งกลุ่มการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน หรือกลุ่มผู้เลี้ยงปลาในกระชัง แต่ก็ได้ไม่ได้มีบทบาทด้านการวางแผนนโยบายหรือบริหารงบประมาณ ทางภาครัฐจะเป็นฝ่ายมาดำเนินโครงการตามนโยบายต่างๆ เพื่อนำงบประมาณแต่ละส่วนมาใช้พัฒนาตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

“เรื่องเงินงบประมาณก็เป็นเรื่องที่ทางราชการเค้าจัดสรรมา เราเองก็มีหน้าที่ในการช่วยในกิจกรรมต่างๆ ตามงบประมาณที่ได้มา”

“นโยบายและงบประมาณ เราให้ทางราชการเค้าจัดสรรมา เนื่องจากเราไม่ได้มีงบประมาณที่จะมาจัดสรรเรื่องของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบนี้ ก่อนหน้านี้เราก็ทำเรื่อง OTOP นวัตกรรม ก็เป็นการที่ทางพัฒนาชุมชนเค้าดำเนินงานตามนโยบายของรัฐ นำงบประมาณมาช่วยให้ชาวบ้านมีความรู้เพิ่มขึ้น มีการไปศึกษาดูงานพื้นที่อื่น อบรมการบริการ ช่วยกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อเป็นสินค้าของฝาก”

“เรื่องเงินเราไม่ได้จัดการเลย เพราะชุมชนไม่ได้มีเงินเพื่อพัฒนาส่วนนี้มากเท่าไร เรามี อบต.ที่ดูแลเรื่องงบประมาณแต่ส่วนมากก็ถูกใช้ด้านการพัฒนาพื้นที่ทั่วไป ถนน น้ำ ไฟ แม่น้ำลำคลองนะ เท่าที่ผมรู้”

ประเด็นที่ 3 รูปแบบการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โดยรวมเห็นว่า เป็นการดีหากนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการเกิดประโยชน์หลายประเด็นจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอัตลักษณ์แต่ละชุมชนท้องถิ่น ทั้งในด้านรายได้เพิ่มเติมและมีความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นวัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาดั้งเดิม ไม่ใช่เป็นการเสริมแต่งเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งภาครัฐที่ช่วยเหลือเรื่องการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสนใจ ที่สำคัญต้องให้คนรุ่นใหม่มองเห็นความสำคัญด้วย เนื่องจากชุมชนมองว่าปัจจุบันสัดส่วนของผู้ที่เข้ามีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วยผู้สูงอายุมากกว่าคนรุ่นใหม่ และหากคนรุ่นใหม่ วัยรุ่นไม่สนใจสานต่อวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นก็จะค่อยๆหายไป ซึ่งในแต่ละชุมชนมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ด้านทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างกัน

“เห็นว่ามันดี ถ้าหากชุมชนมีรายได้หมุนเวียน มีการแบ่งรายได้ให้ชุมชน แต่จุดอ่อนคือหลายครั้งไม่สามารถเชิญชุมชนมาทำกิจกรรมร่วมกันได้ เมื่อมีรายได้หมุนเวียนเพียงพอต่อการยังชีพ อาจจะต้องมีการร่วมมือกันหลายๆด้านทั้งรัฐก็ต้องเข้ามาช่วยเหลือ และมอบให้กลุ่มวัยรุ่นได้ทำงานในพื้นที่ด้วย ช่วยด้านประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม ทำให้กลุ่มวัยรุ่นไม่เข้าไปทำงานในเมือง และอยู่พัฒนาชุมชนแทน”

“มันจะดีกว่าถ้าเราทำให้มันเป็นวัฒนธรรมของชุมชนจริงๆ เก็บรักษาความดั้งเดิมไว้ ไม่ใช่การปรับแต่งจนมันไม่ใช่ มันจะทำให้เจ้าของวัฒนธรรมนั้นไม่รู้สึกภูมิใจอะไร เพราะหลายๆครั้งเวลารัฐเข้ามาแล้วขอให้เราปรับเปลี่ยน แค่ว่าบอกว่าความดั้งเดิมมันขายยาก มันไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เราก็รู้สึกนะ ถ้าขายยากก็ไม่อยากขาย อยากเก็บไว้เอง ถ้าอยากให้ขายแต่ต้องเปลี่ยนไป เราก็ไม่อยากทำ เพราะจะให้เราปรับให้เข้านักท่องเที่ยวตลอดมันไม่ได้ ประเพณีหลายอย่างที่เรายังทำกันของเรามันมีความศักดิ์สิทธิ์นะ คนอื่นที่เค้าไม่ใช่คนพื้นถิ่นนี้เค้าอาจไม่เชื่อ แต่เรายังเชื่อมั่นอยู่ เราก็อยากให้มันยังคงศักดิ์สิทธิ์ ไม่ใช่ทำเพื่อมาโชว์ หรือพวกลายผ้า ลายเก่าแก่ แค่ว่าบอกว่ามันทำยาก ขายยาก มันแพง แล้วให้เราปรับทำง่ายๆ เราก็ทำได้นะอยากให้ความร่วมมือกับเค้า”

“ทุกอย่างมันเปลี่ยนไปหมดแล้ว เราก็ไม่มีคนรุ่นใหม่ๆเข้ามาทำ ใช้คำว่ามีน้อยดีกว่าที่มาสโนใจเรียนรู้อันนี้ ทำต่อ เค้าไปทำงานที่อื่นกันหมดงานที่มันดูสบายกว่า ในห้องแอร์อะไรแบบนี้ แต่ก็พยายามดึงๆวัยรุ่นให้เข้าสนใจอยู่ การทำกระชังปลา มันไม่ง่าย แต่มันก็ไม่ยาก เพราะเราทำมานานแล้ว มีภูมิปัญญาที่สะสมมาเค้าแค่ทำตาม และต่อยอดตรงไหนที่มันจะดีขึ้น อย่างเอาเทคโนโลยีมาช่วยตรงไหนได้ ถ้าเราทำได้ตั้งแต่แรกๆมันก็จะดีกว่าที่นักท่องเที่ยวนักศึกษาคุณานนะ เพราะทางการตลาดประชาสัมพันธ์อะไรเราก็มีทางหน่วยงานรัฐ ททท. พช. พวกนี้เค้าช่วยทำให้เราอยู่”

3.2 ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของชุมชนมีอะไรบ้าง

แต่ละชุมชนมีทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน ต่างมีเอกลักษณ์ของชุมชนตนเอง ดังนี้

ชุมชนสะพาน ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ผ้าทอ ผ้าทอลายสุพรรณนิกาที่เป็นเอกลักษณ์ของลาวครั้ง ทั้งที่เป็นผ้าชิ้น ผ้านุ่ง วัฒนธรรมด้านอาหารคือการนำเสนอแจ่วร้อยสำหรับ หมก หลาม รวมไปถึงประเพณีและวิถีชีวิตของชาวลาวที่ย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากอยู่ที่ชุมชนสะพาน เช่นการรำนางดั่ง ประเพณีปิดบ้าน

ชุมชนท่าโพ ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การแสดง การเล่นเพลงพื้นบ้าน ซึ่งมีหลากหลายเพลง และใช้เล่นเพื่อประกอบวิถีชีวิตและประกอบกับเทศกาลประเพณีต่างๆในชุมชน เช่น เพลงบวชนาค เพลงพิชฐาน เพลงเกี่ยวข้าว เพลงระบำบ้านไร่ เพลงฮิลเลเล เพลงกรุ่น เพลงโลม เพลงร้าว อีกทั้งวัฒนธรรมการประกอบอาหารโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อทำสำหรับคาวหวาน ที่ปรุงสำหรับการต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมเยือนในพื้นที่

ชุมชนโรงน้ำแข็ง ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ วิถีชีวิตชาวแพ การเลี้ยงปลาในกระชัง และการแปรรูปปลาเป็นผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่เป็นสินค้า G.I. คือปลาแรด กลุ่มกิจกรรมเครื่องจักสาน ที่ทำอุปกรณ์ที่ไว้ใช้สอยในชีวิตประจำวัน

“การรำนางดั่ง เป็นวิถีชีวิตหนึ่งเกี่ยวกับการเกี่ยวข้าว การตีข้าว หยอดข้าว วิถีชีวิตเกี่ยวกับข้าว พอเกี่ยวข้าวเสร็จ มาปิดบ้าน พอเดือน 6 เก็บข้าว เป็นวิถีชาวไร่ แต่นักท่องเที่ยวต้องมาให้ถูกเวลาถึงจะได้เห็นประเพณีพวกนี้ มันอาจจะไม่ได้รำไม่ได้เต้นทั้งหมด เราก็มีวิถีของเรา อย่างประเพณีปิดบ้านมีเกือบทุกหมู่บ้าน มีศาลเจ้าบ้าน มีสะไภ้คนใหม่ มีลูกเขยคนใหม่ เอามารวมกัน เอามารวมเป็นจุดศูนย์กลาง ทำขนมมารวมกันแล้วก็แบ่งกัน มีจับข้าวสาวกับไข่เสียดหาย ผนไม่ตก มันเป็นประเพณีความเชื่อทางจิตใจ อันนี้น่าสนับสนุน มันเป็นพิธีกรรมจับต้องไม่ได้ อันนี้มันเป็นความเชื่อแต่มันได้ประโยชน์เยอะมากเลยนะ”

“ผ้าทอลายสุพรรณนิกาที่เป็นเอกลักษณ์ของที่นี่ อาหารพื้นถิ่นสะพานเรามี แจ่วร้อยสำหรับ แจ่วคือน้ำพริก มีหลายอย่าง เห็ดโคน ข้อดีของแจ่วก็คือมีเครื่องเคียงที่เป็นผัก ผักสด ที่เอามาจิ้ม ที่อื่นจะไม่เหมือนบ้านเรา แจ่วปลาต้องกินปลาสด แจ่วแต่ละอย่างมีการจับคู่ผักที่ต้องกินด้วยกัน มันมีเรื่องราวสามารถเล่าได้เรียนรู้ได้ แล้วยังมี หมก หลาม วิถีแบบเรา อาหารหลากหลาย แต่ปัญหาคือ นักท่องเที่ยวไม่รู้จัก ไม่กล้าซื้อ ไม่กล้าลองกิน”

“ของเรานักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเรียนรู้ ร่วมแสดงด้วยก็มี เพลงพื้นบ้าน มีเพลงหลายอย่าง ไว้ใช้หลายโอกาสนะ อย่างเพลงบวชนาค เพลงพิชฐาน เพลงเกี่ยวข้าว เพลงระบำบ้านไร่ เพลงฮิลเลเล เพลงกรุ่น เพลงโลม เพลงร้าว ทุกคนก็ร่วมร้องร่วมแสดงได้”

“หมู่บ้านที่มีการเลี้ยงปลากระชัง วิธีชาวแพกับการเลี้ยงปลาในกระชัง เป็นวิถีชาวบ้านริมน้ำ สะแกกรัง เราไม่ได้มีอะไรมากแต่เป็นความดั้งเดิมและความจริง เราอยู่แบบนี้กันจริงๆ เลี้ยงปลาทำมาหากิน ทำสวนทำไร่ จักสาน แล้วปัจจุบันก็ปรับปรุง มีการทำเพื่อขายเป็นสินค้าที่ระลึกของจังหวัดอุทัยธานี”

3.3 สามารถทำกิจกรรมแบบใดบ้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน

โดยรวมภาคชุมชนและประชาชน ชาวบ้านเห็นว่านักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยสามารถมีส่วนร่วมในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนได้หลากหลายกิจกรรม ขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในชุมชนใด

ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง กิจกรรมที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวคือ

1. การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวแพ การเลี้ยงปลาในกระชัง และการแปรรูปปลาเป็นผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่เป็นสินค้า G.I. คือปลาแรด

2. ชิมอาหารจากการแปรรูปปลาแรด ชื่อผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นของฝาก

3. กิจกรรมเรียนรู้การผลิตเครื่องจักสาน การทำอุปกรณ์ที่ไว้ใช้สอยในชีวิตประจำวัน

4. ทำกิจกรรมกลุ่ม CSR. การให้อาหารปลาในแม่น้ำสะแกกรัง

ชุมชนบ้านท่าโพ กิจกรรมที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวคือ

1. การเรียนรู้การแสดง การเล่นเพลงพื้นบ้าน ซึ่งมีหลากหลายเพลง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมร้องร่วมรำ พร้อมไปกับการได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม

2. เรียนรู้ประกอบอาหารโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อทำสำหรับคาวหวาน ที่ปรุงสำหรับการต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมเยือนในพื้นที่

ชุมชนบ้านสะนำ กิจกรรมที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวคือ

1. การเรียนรู้การทำทอลายที่เป็นเอกลักษณ์ของลาวครั้ง ซึ่งสามารถทอผ้าไว้เพื่อเก็บเป็นที่ระลึกได้

2. เรียนรู้และร่วมปรุงอาหาร เช่น แจ่วร่อยสำหรับ หมก หลาม

3. การเข้าร่วมทำกิจกรรมตามประเพณีและวิถีชีวิตของชาวลาวที่ย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากอยู่ที่ชุมชนสะนำ ในช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่นการเข้าร่วมประเพณีแห่ค่างดอกไม้ในช่วงสงกรานต์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาช่วยกันตกแต่งค่างดอกไม้ก่อน ไปช่วยกันเก็บดอกไม้ เก็บใบสวย ๆ แล้วก็ไปวัดทำบุญด้วยกันกับชาวบ้าน และเข้าร่วมเรียนรู้ประเพณีอื่นๆได้ เช่นร้านางตั้ง ประเพณีปิดบ้านในเดือน 6 และเดือน 12

“นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ แค่มาคืนให้ถูกช่วงเวลาจะได้มีส่วนร่วมด้วย ถ้าแค่มาคืน เวลาแค่นี้ก็ไม่มีเจอ แค่นี้ดูในรูปมาทำไมมันไม่เหมือนในรูป อย่างประเพณีแห่คางคอกไม้ของเราที่ทำกันช่วง สงกรานต์ โดยไปหาดอกไม้ต่างๆที่หาเก็บได้ในท้องถิ่นมาจัดประดับที่คางคอกไม้ที่เป็นรูปทรงคล้ายเจดีย์ให้มีความสวยงามและแห่เข้าไปที่วัดเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา ซึ่งในขบวนแห่มีการแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาช่วยกันตกแต่งคางคอกไม้ก่อน ไปช่วยกันเก็บดอกไม้ เก็บใบสวย ๆ มา ทำกันเสร็จแล้วก็ไปวัดทำบุญด้วยกัน”

“เรียนรู้การปรุงแจ่วร่อยสำหรับก็ได้ ไม่ยาก แล้วยังนักท่องเที่ยวทำได้ทุกคน ไม่ต้องใช้ทักษะอะไรมาก ใครไม่อยากจะอยู่ครัวก็ออกไปเดินช่วยกันเก็บผักจิ้มชมสวน ชมธรรมชาติได้”

“ทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของเรานี้แหละ ผ้าทอ สีขาว เป็นผ้าฝ้าย สามารถทอหลายพื้นฐานได้ ใช้เวลาประมาณ 2 วัน แต่ถ้าแคเอาเป็นที่ระลึกก็ไม่ต้องทำเสร็จก็ได้ หรือ ทางชาวบ้านก็ทอผ้าต่อให้เสร็จแล้วส่งให้เป็นของที่ระลึกที่หลังก็ได้ ส่งถึงบ้านเลย นักท่องเที่ยวแคก็มีส่วนร่วมด้วย”

“ก็เรียนรู้เรื่องการละเล่นเพลงนี้แหละ นักท่องเที่ยวแคก็จะสนุกสนานกับการมีส่วนร่วม แล้วยังเรียนรู้วัฒนธรรมของท่าโพเรา วิธีการละเล่นของเรา การฉลองเทศกาลปีใหม่แบบเรา พอเรียนรู้กันเรียบร้อยแล้วอาจพักผ่อนหย่อนใจ แล้วย่อยเริ่มลงมือเรียนรู้เรื่องอาหารอีก ก็ช่วยกันทำสำหรับอาหารกลางวัน หรืออาหารเย็นได้”

“ลองเรือได้ ชมวิถีชีวิตชาวแพ แล้วชมกระชังเลี้ยงปลา ทำกิจกรรมกลุ่ม CSR. การให้อาหารปลา ในแม่น้ำสะแกกรัง ร่วมทำ ร่วมชิมเมนูอาหารจากปลาแรดของเรา แล้วเลือกซื้อสินค้า OTOP เป็นของฝากได้”

“เที่ยววัด ลองเรือชมธรรมชาติ ให้อาหารปลา ชมกระชังปลา แล้วซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากปลาแรด แล้วย้อนพักบนแพก็ได้ เป็นประสบการณ์ใหม่ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว”

ประเด็นที่ 4 ชุมชนมีส่วนร่วมในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไร

4.1 ด้านการวางแผนและด้านการตัดสินใจ

แต่ละชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเอง เนื่องจากว่าทุกชุมชนมีอัตลักษณ์ที่เฉพาะของตนเอง สามารถทำกิจกรรมและส่งต่อกันและกันได้ แม้ว่าการเริ่มต้นโครงการจะมีที่มาจากทางราชการเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากภาครัฐต้องดำเนินโครงการตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด แต่ทางภาคชุมชนและประชาชน ชาวบ้านสามารถวางแผนในรายละเอียดการดำเนินงาน รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการโชว์วัฒนธรรม หรือความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์

และนำเสนอให้ทางภาครัฐทราบเพื่อมีการปรับให้เหมาะกับวัตถุประสงค์และงบประมาณของแต่ละโครงการ จากนั้นก็สามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้

“เราวางแผนการทำงานกันเองนะ ประชุมกัน พูดคุยกัน แบ่งงานกัน ให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมทำงานตามแต่ละคนถนัด อย่างแม่ครัว หรือพ่อเพลงแม่เพลง เค้กก็ถนัดในกิจกรรมที่ไม่เหมือนกัน”

“แต่ละโครงการ ถ้าเริ่มต้นเลยก็จะมีที่มาจากทางราชการเป็นส่วนใหญ่ เพราะทางราชการเค้ามีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด แล้วเค้าก็จะมาถาม หรือมาแจ้งว่าเค้าต้องเข้ามาทำโครงการอะไร อยากให้ชุมชนเข้าไปช่วยทำอะไรตรงไหน ดังนั้นการวางแผนที่เราจะไม่ค่อยได้ได้วางแผน แต่จะตัดสินใจทำอะไร กิจกรรมอะไร จะขายอะไร เราก็ช่วยๆกัน ตัดสินใจด้วยกัน”

“แผนตอนแรกอาจจะมาจากทางภาครัฐ ก็จะมาแจ้งเราว่าเค้ามีแผนโครงการจัดกิจกรรมอะไร แผนเค้าเป็นยังไง มีจุดประสงค์อะไร มีงบประมาณสนับสนุนให้แค่ไหน แล้วทางชุมชนเราก็มาร่วมกันโดยมีผู้นำชุมชน หรือบางที่เป็นอบต. เป็นเหมือนเจ้าภาพ ชาวบ้านก็มาร่วมกันคิด วางแผนงานกิจกรรมที่จะทำ เพราะเรารู้จักพื้นที่ของเราดีที่สุดแล้ว ด้านการตัดสินใจก็ทำร่วมกันกับทางภาครัฐเพราะเค้าต้องพิจารณา กิจกรรมของเราด้วยว่าเหมาะสมมั้ย งบประมาณเพียงพอที่จะทำมั้ย”

“เราก็ได้วางแผนการทำงานของพวกเขาเองด้วย เพราะส่วนใหญ่เค้าก็จะมึงงบประมาณมาให้ และทางชุมชนเราก็มาร่วมกันว่าเราจะทำกิจกรรมอะไร ตามเอกลักษณ์ที่เรามี ตามวัตถุดิบที่เรามี ตามกำลังคนที่มี ทุกคนมีสิทธิ์ออกความคิดเห็น แล้วเราก็ตัดสินใจสรุปแล้วอะไรที่มันเหมาะสม”

4.2 ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

โดยรวมชุมชนแสดงบทบาทหลักในด้านการดำเนินการ จะเป็นผู้ดำเนินการทำกิจกรรมต่างๆในการท่องเที่ยว ในส่วนของรายละเอียด การเตรียมงาน การปฏิบัติงาน เนื่องจากชุมชน ชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด ดังนั้นทางภาครัฐจะเพียงเข้ามาเสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน ส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม แต่ผู้ที่ลงมือปฏิบัติจะอยู่ในภาคส่วนของชุมชน และชาวบ้านในพื้นที่

“ในโครงการหรือกิจกรรมที่จัดส่วนใหญ่ชุมชน ชาวบ้าน จะเป็นส่วนหลักในการดำเนินงาน ในรายละเอียด เราจะเป็นคนนำในการทำกิจกรรมต่างๆในการท่องเที่ยว อย่างเช่น การให้นักท่องเที่ยว เรียนรู้การทำอาหารเมนูแจ่วร่อยสำหรับ ทางเราเองก็เป็นฝ่ายดำเนินการจัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อม จัดเตรียมแม่ครัวมาดำเนินการปรุงอาหารพร้อมสอนให้นักท่องเที่ยวทำด้วย หรือการทอผ้าลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ก็มีแต่ช่างทอของชุมชนที่ทำได้”

“ถ้าหมายถึงรายละเอียดต่างๆ ในกิจกรรมต่างๆของการท่องเที่ยวหรือการจัดงานเพื่อโปรโมทประชาสัมพันธ์อะไรพวกนั้น ทางชุมชน ชาวบ้านก็จะมีส่วนร่วมมากอยู่ เพราะเป็นฝ่ายที่ลงมือทำ เพราะ

เรื่องพวกนี้ทางราชการเค้าก็จะมาบอกกล่าว และแนะนำว่า ทำแบบไหน แต่เค้าจะไม่ได้ลงมือเอง เพราะ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่จะโชว์ มันก็เป็นของชาวบ้าน ชาวบ้านก็จะรู้ดีสุด เชี่ยวชาญสุด”

“เราช่วยกันดำเนินงานค่ะ ทั้งชาวบ้านทั้งทางราชการที่เข้ามาส่งเสริมให้ทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว อย่างเวลามีคนมาศึกษาดูงานเค้าก็จะแจ้งมา ว่าทางนักท่องเที่ยวอยากดูในส่วนไหนบ้าง เรามีอะไรจะโชว์บ้าง ก็ต้องคุยกันก่อน เราอยากทำทุกอย่างไม่ได้เพราะมันก็ใช้เงิน เราต้องดูงบประมาณที่มี ที่หาได้ด้วย ทำแบบไหนมันจะคุ้มค่าที่สุด”

“ส่วนร่วมดำเนินงานเราก็ทำ ชาวบ้านเราทำในรายละเอียดเป็นคนลงมือทำจริง ทางราชการอาจจะเน้นวางแผนแล้วก็มาแจ้งทางชุมชน ทางชาวบ้านให้ทำ เพราะเราเข้าใจวัฒนธรรมของเราดีที่สุด เราก็ต้องนำเสนอเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวให้ดีที่สุด”

“ส่วนนี้ทางชุมชนรับผิดชอบ ประชุมกัน แสดงความคิดเห็นว่าเราจะทำอะไรดี บางทีก็ใช้คนเยอะ บางทีก็ไม่เยอะแล้วแต่ว่างานที่จัดเป็นแบบไหน งานเล็ก งานใหญ่ แต่เราก็มีส่วนร่วมหมด”

4.3 ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

เนื่องจากผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบแตกต่างกัน หลายชุมชนมองว่าการที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้านที่ได้มีโอกาสถ่ายทอดความรู้ ดังนั้นผลประโยชน์ไม่ได้หมายความถึง รายได้ที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งทางชุมชนมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับทุกคนที่เข้ามา มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะอยู่ในส่วนใดก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ก็ควรมีการกระจายเรื่องผลประโยชน์ที่แน่ชัดในชุมชน ชุมชนต้องเห็นประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเพราะรายได้เสริมก็มีความสำคัญเช่นเดียวกันกับการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง ชุมชนโรงน้ำแข็งเกิดการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มเลี้ยงปลากระชังบ้านโรงน้ำแข็ง ขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มโอท็อปกับกรมการพัฒนาชุมชน ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้สินค้าเพื่อนำมาขาย ซึ่งการท่องเที่ยวก็มีส่วนสนับสนุนตัวสินค้าสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ทุกคนในกลุ่มได้รับผลประโยชน์

“มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในพื้นที่มันเป็นการกระจายรายได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลประโยชน์สำหรับชุมชนเนี่ยนอกจากเงินที่ได้ จะมากหรือน้อย มันก็มีเรื่องของกำลังใจด้วย มีคนมาเยี่ยมมาชม มาเห็นค่าของอาหารเรา ของผ้าพื้นเมืองเราเราก็มีความสุข”

“ควรมีการชี้แจงเรื่องผลประโยชน์ที่แน่ชัดในชุมชน ชุมชนต้องเห็นประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น แต่บางกลุ่มในชุมชนไม่สนใจเข้าร่วมเนื่องจากมีผลประโยชน์ส่วนบุคคลคาบเกี่ยวด้วย เช่น ตลาดต้นไผ่ยักษ์ ชมต้นไผ่ยักษ์และเดินตลาดตรงนั้นเลย ซึ่งเค้าเป็นพื้นที่ของเอกชนอยู่แล้ว เค้ามีนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว เค้าก็ไม่ได้ต้องการให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมอะไรเพราะไม่จำเป็น”

“แต่ละคนที่เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่วนนี้ผมว่าค่อนข้างโอเคนะกับผลประโยชน์ที่ได้รับ เพราะว่าส่วนใหญ่มองว่า ตอนที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาก็อยู่ว่างๆอยู่แล้ว เพราะส่วนนี้ก็เป็นผู้สูงวัยกันแล้ว พอมีนักท่องเที่ยวเข้ามาก็ดีใจ ยินดีมาเป็นส่วนหนึ่งของโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ พอเพลงแม่เพลงได้มาถ่ายทอดบทเพลงพื้นบ้าน ได้มาร้องรำทำเพลงมันคือความสุขนะ ได้พบปะพูดคุย ได้ออกกำลังกายไปด้วย ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินก็ส่วนหนึ่ง”

“เราไม่มีปัญหาเรื่องแบ่งผลประโยชน์กันนะ ไม่เคยมีปัญหาเรื่องนี้ คนที่เข้าร่วมเค้าก็ได้ คนที่ไม่เข้าร่วมก็ไม่ได้ มันก็ชัดเจน เพราะเราคุยกันตกลงกันก่อน เพราะแต่ละงานแต่ละกิจกรรม เงินที่ได้รับอาจจะไม่เท่ากัน มากบ้างน้อยบ้างก็แล้วแต่”

“จริงๆต้องขอบคุณทางราชการที่เค้าเข้ามาช่วย ช่วยเรื่องการติดต่อสื่อสาร ช่วยในเรื่องเครือข่ายการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น ทำให้เค้ารู้ว่า ถ้าอยากได้ผลิตภัณฑ์แปรรูปปลาที่ดีๆมีคุณภาพ ต้องเข้ามาซื้อที่นี่ มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ทางชุมชนก็ได้รับผลประโยชน์มากขึ้น แต่เราก็ต้องให้ความร่วมมือซึ่งทุกครั้งที่มีการทางอาจารย์ ทางหน่วยงานอะไรเค้าอยากจะทำวิดีโอ ขอข้อมูลต่างๆ เรายกช่วย”

“ที่นี่เกิดการรวมกลุ่ม เป็นกลุ่มเลี้ยงปลากระชังบ้านโรงน้ำแข็ง และเราขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มโอท็อป กับ กรมการพัฒนาชุมชน เราร่วมกันออกแบบ แปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีในกลุ่ม คือ ปลาแรดที่เลี้ยงในกระชัง จนได้สินค้าเพื่อนำมาขาย ซึ่งการท่องเที่ยวก็มีส่วนสนับสนุนตัวสินค้า แล้วเราก็พูดคุยกันเพื่อให้ทุกคนในกลุ่มเราได้รับผลประโยชน์ ก่อนนี้ที่ยังไม่รวมกลุ่มก็มีปัญหาบ้างเพราะขาดการสื่อสารกัน แต่ตอนนี้ทุกคนก็มีรายได้เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อสินค้าของชุมชน”

4.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ชุมชนมีบทบาทหลักในด้านการประเมินผล มีส่วนร่วมในฐานะผู้ประเมินผล เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในแต่ละชุมชน เนื่องจากทางราชการจะเป็นผู้จัดทำแบบประเมินผลแบบเป็นทางการ มีใบประเมินผลเพื่อให้นักท่องเที่ยวช่วยตอบ และทางชุมชนมีส่วนร่วมโดยทางภาครัฐมีการประชุมเพื่อสอบถามชุมชนเกี่ยวกับผลการดำเนินงานเป็นครั้งคราว อีกทั้งชุมชนเองก็ประเมินผลโดยการสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย

“มีการประเมินผลจากการสอบถาม สัมภาษณ์ รูปถ่าย อาจจะต้องมีการพัฒนาในเรื่องการประเมินผลเป็นรูปธรรม มีสถิติเข้ามาเกี่ยวข้อง และเผยแพร่สู่สาธารณะชนเพื่อให้สังคมรับทราบผลการประเมินผล”

“เราก็ถามๆเอาจากคนที่มาเที่ยวนะ ว่าอะไรดี ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร แต่ทางราชการเค้าก็น่าจะทำการประเมินแหละ แต่เราไม่ค่อยรู้ผลเพราะส่วนใหญ่เสร็จงานก็เลิกกันไป”

“ก็มีที่เราถามจากนักท่องเที่ยวนะ เพราะก็อยากรู้ว่ามันดีมัย แต่บางที่ไม่ต้องถามเค้าก็บอกออกมาเองนะ แต่คนไทยบางทีข้อเสนอแนะ ข้อเสียอะไรบางทีเค้าก็ไม่กล้าบอกเราตรงๆ”

“ทางราชการเค้าก็มีมาถามเรานะ บางทีก็อยากฟังจากทางเราบ้าง มีบ้างเป็นบางครั้ง แต่จริงๆ เค้าน่าจะมามีถามจากคนที่เข้ามาเที่ยว เข้ามาดูงานแหละ ว่าผลการทำงานเป็นแบบไหน ทางเราก็กถามเองจากคนที่เข้ามาเที่ยวแหละ ว่าอะไรอร่อย อะไรสวย อะไรดีไม่ดียังไง เพราะเราเองก็อยากรู้ด้วย”

ประเด็นที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนทั้ง 3 แห่ง สามารถนำมาซึ่งประโยชน์มากมาย ทั้งในด้านการอนุรักษ์ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความภาคภูมิใจ และการสร้างรายได้ แต่ก็ยังมีปัญหาและอุปสรรคที่ต้องพิจารณาด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะที่สามารถช่วยให้การจัดการเป็นไปได้ดีขึ้น โดยรวมปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะจากทางภาคชุมชนและประชาชน ได้แก่

1. การขาดความรู้และทักษะ ชุมชนบางแห่งอาจขาดความรู้ในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ขาดความเข้าใจในการนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

2. ผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยที่การท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม และวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยว หรือความเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยึดอัดไม่ต้องการ

3. การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ จากการโยกย้าย การเปลี่ยนผู้บริหารส่งผลต่อแผนนโยบาย และงบประมาณในการสนับสนุนและพัฒนาชุมชน บางกิจกรรมที่จัดทำไปแล้วแต่ไม่มีการสานต่อ ดังนั้น การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องอาจทำให้การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยากลำบาก

4. การตลาด การขาดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพอาจทำให้ชุมชนไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้การทำงานไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านรายได้ตามที่คาดหวัง

5. ความร่วมมือจากทุกฝ่ายโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ การร่วมมือจากทุกส่วนเป็นเรื่องสำคัญทั้งทางภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาชนต้องร่วมมือกัน ทั้งในด้านการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว ไปจนถึงการตลาดและการประชาสัมพันธ์

6. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ การเชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง หรือยูทูบเบอร์ที่เป็นผู้ถ่ายทำรายการเชิงท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเผยแพร่ออกไป สามารถสร้างรายได้จาก แพนคลับที่เป็นฐานเสียงติดตามมายังสถานที่ที่ไปร่วมกิจกรรมหรือไปถ่ายทำ

“ประชาสัมพันธน้อยมาก ไม่กระตือรือร้น ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวรู้จักหรือสนใจ ส่วนใหญ่ก็รู้จักแต่วัดท่าซุงกับถนนคนเดิน ในเมืองเน้นเที่ยววัด บ้านโบราณ ชิว ๆ ส่วนมากมักเป็นครอบครัว ผู้สูงอายุ หรือ ลูกศิษย์วัดท่าซุงจะต้องมางานวัดท่าซุง ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวสนใจเที่ยววัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิต แม้กระทั่งงานตักบาตรเทโวที่คนเคยมาเที่ยวเยอะแม่ค้าอยากมาขายของ ตอนหลังขายไม่ดี ไม่มีร้านค้า ผู้คนเลี่ยนน้อย ส่วนมากเน้นประชาสัมพันธแค่ในจังหวัด ไม่รู้เหตุผลที่คนน้อยเป็นเพราะการประชาสัมพันธ หรือเป็นเพราะงานประเพณีตักบาตรเทโวมีทั่วไป หรืออาจจะเพราะคนสมัยใหม่ไม่ค่อยทำบุญงานบุญแบบ คนสมัยก่อน พอนักท่องเที่ยวไม่มาส่งผลให้ของก็ขายไม่ได้ มันก็กระทบไปทั่ว เพราะฉะนั้นทุกฝ่ายต้อง ช่วยกันหมด รัฐ เอกชน ชาวบ้าน ต้องชวนคนมาให้ได้”

“บางที่ไม่ได้มีการพัฒนา ถึงพัฒนาก็ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม สถานที่ท่องเที่ยวบางที่ ปรับใหม่ไม่เหลือคงเดิม การซ่อมแซมทำได้ สมควรต้องทำแต่ก็ต้องยึดคืออดีต ยึดความดั้งเดิมด้วย เพราะ เน้นเป็นรอยต่อของอดีต ไม่ได้ทำใหม่เพื่อดึงนักท่องเที่ยวอย่างเดียว ปรับเปลี่ยนจนไม่มีรากเหง้า นี่คือ จุดอ่อน เช่นการทอผ้าแบบลาว การปรับเปลี่ยนวิธี ปรับลายในการทอ เพราะนักท่องเที่ยวต้องการแบบ นั้น บางที่มันก็ไม่ใช่ ทำแบบนี้ไปมันไม่ได้ มันทำให้เจ้าของภูมิปัญญานั้นอึดอัดใจ”

“ขาดความรู้ในการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากทุนวัฒนธรรม เหมือนกับ เราก็กังไม่รู้ว่าทำแบบนี้มันถึงจะเป็นการท่องเที่ยว เพราะนี่คือวิถีชีวิตเรานะ ประเพณีเราก็ทำแบบนี้มา ตั้งแต่บรรพบุรุษแล้ว พอเค้ามาบอกให้ปรับให้นักท่องเที่ยวบางที่เราก็ไม่รู้ว่าปรับอะไร หรือไม่ปรับได้มัย เพราะเอาจริงๆบางอย่างมันจับต้องไม่ได้ มันเป็นเรื่องความเชื่อ ความศักดิ์สิทธิ์ที่เราเชื่อกัน แต่เค้าก็บอก ว่ามันจับต้องไม่ได้ก็ขายยาก มันต้องปรับเป็นอะไรที่จับต้องได้จริง นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเค้าก็ไม่ได้ สนใจเรื่องชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรมชุมชนอะไรนัก สิ่งที่เราเจอคือ เราทำอาหารแบบท้องถิ่นไปขาย พวกอาหารลาวครึ่ง ก็มีที่ตลาด แต่คือทำออกมาแล้ว แม่ค้าขายไม่ได้ นักท่องเที่ยวมาก็จะบอกไม่เคยกิน อย่างดอกแคเขาจะไม่ซื้อ ทั้งที่ปีหนึ่งมีครั้งหนึ่ง เขายังไม่ทันได้รู้เลยว่า อันนี้ของเราคืออะไร อ้อยไม่เคยกิน ดอกแคเอามาจากไหน เพื่อสุขภาพไหม นักท่องเที่ยวเขาจะไม่สนใจ เค้าไม่ได้มีความรู้หรือสนใจ จะเป็น กลุ่มเล็ก ๆ ที่สนใจเท่านั้น”

“บางกลุ่มในชุมชนไม่สนใจเข้าร่วมเนื่องจากมีผลประโยชน์ส่วนบุคคลคาบเกี่ยว เค้าให้เหตุผลว่า มีชื่อเสียงอยู่แล้ว ไม่ต้องมาประชาสัมพันธอะไรให้อีก ไม่ต้องมีส่วนร่วม กับใครถึงไม่มีกลุ่มของชุมชน ก็ สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง

“เคยมีการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชน มีการบริหารจัดการเป็นรูปธรรม แต่ติดปัญหาโควิดระบาดจึงทำให้หยุดไป และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการโยกย้ายทำให้ไม่ต่อเนื่องกัน และเมื่อคนใหม่มาก็ต้องมาเริ่มใหม่อีก หรือบางทีแผนงานนโยบายเปลี่ยนไป”

“ความต่อเนื่องในการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่เคยเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนให้ทำหลายอย่างเลย เราก็จัดทำวันนี้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แล้วก็หายไป”

“ขาดกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาช่วยทำ กลุ่มวัยรุ่นจะสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์ โปรแกรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ได้ และช่วยประชาสัมพันธ์ Soft Power ต่าง ๆ ของชุมชนได้ แต่เราไม่มีส่วนใหญ่อีกมีแต่ผู้ใหญ่ วัยเกษียณ”

ประเด็นที่ 6 หากต้องการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ควรทำอย่างไร

ภาคชุมชนและประชาชน ซึ่งประกอบไปด้วยชุมชนที่มีบทบาททางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รวมไปถึงประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความเห็นในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1. การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการนักท่องเที่ยว, การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวบ้านมีเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งมีทักษะความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ

2. การส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีที่แท้จริง สนับสนุนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว สร้างความภาคภูมิใจและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน

3. การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้าน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ความสนิทสนม ที่จะส่งผลให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ผู้นำชุมชนเข้มแข็งและสามารถส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

5. การประชาสัมพันธ์และการตลาด ช่วยชาวบ้านในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของพวกเขา เช่น การใช้สื่อออนไลน์, การเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า, และการสร้างแบรนด์ท้องถิ่น

“น่าจะต้องชี้แจงประโยชน์และคุณค่าที่จะเกิดขึ้นกับตัวบุคคล และชุมชนให้ชัดเจน เพราะในบางที่เรามาทำกันโดยไม่รู้ว่าจะทำอะไร บางที่ไม่คุ้ม จากนั้นเค้าก็ไม่อยากมาเข้าร่วมแล้ว”

“หน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนต้องเข้ามาช่วยดูแลและประสานงานอย่างจริงจัง มีความร่วมมือการสร้างเครือข่าย มีความต่อเนื่อง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนหรือโยกย้ายตำแหน่งของราชการ ควรมีการส่งมอบงานและคนใหม่สามารถเข้ามาดำเนินงานต่อได้ทันที โดยไม่ทิ้งช่วงให้หายไป แล้วต้องเริ่มใหม่ เพราะเป็นผู้บริหารคนใหม่ แบบนี้มันไม่เวิร์ค มันเป็นการทำงานซ้ำซ้อน หากชุมชนเห็นว่าทางราชการมันคง ตั้งใจดี จริงจัง มันก็ระดมคนเข้ามามีส่วนร่วมได้”

“ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนโดยแท้จริง ที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ เพื่อส่งเสริมให้เป็นของดีประจำชุมชนที่มีที่เดียวในประเทศ และจัดให้มีร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการบริหารจัดการโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม”

มีการอนุรักษ์ เผยแพร่ ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดีงาม อย่างเป็นระบบ โดยจัดตั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีหน่วยงานทุกภาคส่วนสนับสนุน ตลอดจนสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้”

“ส่งเสริมให้เด็กๆ คนรุ่นใหม่ในพื้นที่ที่มีความสนใจ และมีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความต้องการเข้ามาช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน อีกทั้งหากการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมก็น่าจะส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่สนใจเข้าร่วมจัดการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น แต่ต้องมีความเข้าใจในทุกเรื่องก่อน”

“สร้างกระบวนการความเข้าใจในในวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายใต้อำนาจเดียวกันอย่างเช่นเรื่องเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์ หรือเป้าหมายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่”

“ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ประเพณีของท้องถิ่นเป็นกลไกในการขับเคลื่อน โดยให้มีความจริงแท้ เช่น เทศกาลอาหาร เทศกาลประเพณีแห่ค่างดอกไม้”

“ควรส่งเสริมทักษะด้านการประชาสัมพันธ์งานวัฒนธรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเน้นให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นนักประชาสัมพันธ์ชุมชน”

“ควรมีกลุ่มองค์กรอิสระที่จัดตั้งโดยชุมชนและดูแลขับเคลื่อนพันธกิจดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการส่งเสริมความสมัครสมานสามัคคีกันภายในชุมชนซึ่งส่งผลต่อการเป็นชุมชนเข้มแข็ง”

“ต้องให้เห็นภาพของการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนได้จริง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวก็ขับเคลื่อนชุมชน”

จากการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปผลในแต่ละประเด็นตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4-18 สรุปผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ภาครัฐและภาคประชาชน

ประเด็น	สรุปผล
<p>1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ</p>	<p>ชุมชนบ้านสน่าฝีมือนุญญาท้องถิ่นคือ ผ้าทอ ที่สืบทอดจากลาวเวียงลาวครั้ง จะมีอายุเกิน 100 ปี ที่มีการสืบทอดตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายในอดีตผลิตเป็นแค่ผ้าถุง ผ้าซิ่น แต่ปัจจุบันมีการปรับและพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงอาหารลาวครั้ง</p> <p>ชุมชนบ้านท่าโหมมีศิลปวัฒนธรรม การละเล่นเพลงพื้นบ้านสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ที่สะท้อนให้เห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านสืบทอดเป็นตำนานได้แก่ เพลงเกี่ยวข้าว เพลงแห่นางแมว เพลงพิชฐาน อาหารไทยโบราณสำหรับคว-หวาน ซึ่งเป็นประเพณีที่ยังสืบทอดกันมาแต่โบราณและคงเอกลักษณ์ไว้ในการต้อนรับแขกที่มาเยือน</p> <p>ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็งมีความโดดเด่นคือชีวิตชาวแพขาวประมงซึ่งเป็นกลิ่นอายวิถีชีวิตแบบชาวบ้านริมแม่น้ำสะแกกรังอุทัยธานี โดยการเลี้ยงปลาในกระชัง โดยเฉพาะปลาแรดที่เลี้ยงในกระชังขึ้นชื่อเรื่องเนื้อนุ่ม หวาน จนกรมประมงต้องยกให้เป็นปลาน้ำจืดประจำ จ.อุทัยธานี นอกจากนี้ชาวเรือแพก็ยังพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อขายเป็นของฝาก เช่นปลาแห้ง ปลาเค็ม</p>
<p>2. นโยบายและงบประมาณการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญและมีส่วนร่วมในด้านนโยบายและงบประมาณการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน โดยที่ทางภาคชุมชนและประชาชนมีบทบาทด้านการให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามโครงการต่างๆ ตามงบประมาณของภาครัฐ โดยนโยบายและงบประมาณมีหลายด้าน ได้แก่ การสนับสนุนโครงการท้องถิ่น การพัฒนาทักษะการบริการและการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว การสนับสนุนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน</p>
<p>3. รูปแบบการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน</p> <p>3.1 ความคิดเห็นต่อการนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>ความคิดเห็นโดยรวมเห็นว่าการนำทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นเรื่องที่ดี สมควรได้รับการสนับสนุน ด้วยการเกิดประโยชน์หลายประเด็นจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอัตลักษณ์แต่ละชุมชนท้องถิ่น ทั้งในด้านรายได้เพิ่มเติมและมีความภาคภูมิใจของชนในพื้นที่ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นวัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาดั้งเดิมต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งภาครัฐที่ช่วยเหลือ เรื่องการตลาดและการ</p>

	<p>ประชาสัมพันธ์ให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาสนใจ ที่สำคัญต้องให้คนรุ่นใหม่มองเห็นความสำคัญด้วย</p>
<p>3.2 ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>ทั้ง 3 ชุมชนมีทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำมาใช้มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน ซึ่งต่างมีเอกลักษณ์ของชุมชนตนเอง ดังนี้</p> <p>ชุมชนบ้านสะนาโดดเด่นในวัฒนธรรมของชาวลาวที่ย้ายถิ่นฐาน ซึ่งปรากฏให้เห็นในวัฒนธรรมอาหาร ประเพณี ความเชื่อ และมีความโดดเด่นด้วยวัฒนธรรมการแต่งกายด้วยผ้าทอลายสุพรรณนิภาที่เป็นเอกลักษณ์ของลาวครั้ง ซึ่งยุคปัจจุบันมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มทุกวัย ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น จำต้องได้วัฒนธรรมด้านอาหารคือการนำเสนอแจ่วร้อยสำหรับ หมก หลาม รวมไปถึงประเพณีและวิถีชีวิตของชาวลาวที่ย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากอยู่ที่ชุมชนสะนา เช่นการรำนางดั่ง ประเพณีปิดบ้าน</p> <p>ชุมชนบ้านท่าโพโดดเด่นในวัฒนธรรมการละเล่นเพลงพื้นบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับชม และสามารถมีส่วนร่วม ซึ่งมีหลากหลายเพลง และใช้เล่นเพื่อประกอบวิถีชีวิตและประกอบกับเทศกาลประเพณีต่างๆในชุมชน เช่น เพลงบวชนาค เพลงพิชฐาน เพลงเกี่ยวข้าว เพลงระบำบ้านไร่ เพลงฮิลเลเล เพลงกรุ่น เพลงโลม เพลงรำวง อีกทั้งวัฒนธรรมการประกอบอาหารโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อทำสำหรับควหาวน ที่ปรุงสำหรับการต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมเยือนในพื้นที่</p> <p>ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็งโดดเด่นด้วยวิถีเดิม ๆ ของชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน คือวิถีชาวแพ การเลี้ยงปลาในกระชัง การปลูกพืชลอยน้ำ วัฒนธรรมด้านอาหารคือการทำอาหารจากปลาในแม่น้ำ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของจังหวัดคือปลาแรดในแม่น้ำสะแกกรังที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์</p>
<p>3.3 กิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน</p>	<p>นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยสามารถมีส่วนร่วมในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนได้หลากหลายกิจกรรม โดยในแต่ละพื้นที่นำเสนอกิจกรรมที่หลากหลายดังนี้</p> <p>ชุมชนบ้านสะนา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเรียนรู้การผ้าทอลายที่เป็นเอกลักษณ์ของลาวครั้ง ซึ่งสามารถทอผ้าไว้เพื่อเก็บเป็นที่ระลึกได้ 2. เรียนรู้และร่วมปรุงอาหารเวียงลาวเวียงครั้ง มีอาหารพื้นถิ่นเช่น การทำเมนูแจ่วร้อยสำหรับ หมก หลาม โดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่

	<p>ชุมชนบ้านท่าโพ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.กิจกรรมที่เชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง เช่นการบัน จักรยานท่องเที่ยวข้ามจังหวัด ข้ามเขตอำเภอใกล้เคียงเช่นจากท่าโพเข้าเมือง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสท่องเที่ยวในพื้นที่หลากหลาย 2.การเรียนรู้ การแสดง การเล่นเพลงพื้นบ้าน ซึ่งมีหลากหลายเพลง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมร้อง ร่วมรำ พร้อมไปกับการได้เรียนรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรม 3. เรียนรู้ประกอบอาหารโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อทำสำหรับคาวหวาน ที่ปรุง สำหรับการท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนในพื้นที่ <p>ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวแพ การเลี้ยงปลาในกระชัง และการแปรรูปปลาเป็น ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่เป็นสินค้า G.I. คือปลาแรด 2.ชิมอาหารจากการแปรรูปปลาแรด ชื่อผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นของฝาก 3. กิจกรรมเรียนรู้การผลิตเครื่องจักสาน การทำอุปกรณ์ที่ไว้ใช้สอยใน ชีวิตประจำวัน 4. ทำกิจกรรมกลุ่ม CSR. การให้อาหารปลาในแม่น้ำสะแกกรัง
<p>4. ชุมชนมีส่วนร่วมในการใช้ต้นทุน ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์</p> <p>4.1 ด้านการวางแผนและด้านการ ตัดสินใจ</p>	<p>ชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการวางแผนงานเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ไม่มากเท่าภาครัฐเนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณที่ทางภาครัฐได้ รับการจัดสรรมาตามนโยบายการพัฒนาพื้นที่ อีกทั้งด้านองค์ความรู้ในการพัฒนา ในด้านต่างๆที่สอดคล้องกับนโยบาย จึงเป็นส่วนทำให้ภาครัฐแสดงบทบาทใน ด้านการวางแผนที่ชัดเจน การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ และจะใช้การ ตัดสินใจร่วมกันกับชุมชนในแต่ละพื้นที่</p> <p>ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเอง ในส่วนของการ วางแผนรายละเอียดการดำเนินงาน รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว จากนั้นก็สามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้</p>
<p>4.2 ด้านการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินการ</p>	<p>ชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมมาก แสดงบทบาทหลักในด้านการดำเนินการ ในด้านการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเป็นผู้ดำเนินการทำกิจกรรมต่างๆในการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชน เนื่องจากชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุน วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด ภาครัฐมักอยู่ใน บทบาทของฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชน หรือคนในชุมชนได้มีส่วน</p>

	<p>ร่วมกับกิจกรรมต่างๆให้มากที่สุด รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน อีกทั้งการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ</p>
<p>4.3 ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์</p>	<p>ชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในผลประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การที่มือนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้นผลประโยชน์ไม่ได้หมายความถึงรายได้ที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ก็ควรมีการชี้แจงเรื่องผลประโยชน์รายได้ที่แน่ชัดในชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงและเป็นธรรมก็เป็นส่วนจำเป็น ในทางภาครัฐไม่ได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และไม่เข้าไปจัดการผลประโยชน์ให้กับชุมชนโดยตรงเพื่อลดข้อครหาด้านจริยธรรม ความไม่เป็นธรรม แต่มีส่วนร่วมในการเสนอแนะและให้ความรู้กับสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับวิธีการจัดการผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม</p>
<p>4.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล</p>	<p>ชุมชนและประชาชนนั้นมีบทบาทหลักด้านการประเมินผล มีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้ประเมินผลงานเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งชุมชนเองก็ทำการประเมินผลโดยการสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย ส่วนภาครัฐมีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดทำระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่างบประมาณถูกใช้ไปในทิศทางที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นหนึ่งในกลไก ตัวชี้วัดของการจัดสรรงบประมาณ และการวางแผนนโยบาย</p>
<p>5. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน</p>	<p>ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน</p> <ol style="list-style-type: none"> ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาและสนับสนุน การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ การเปลี่ยนผู้บริหารส่งผลต่อแผนนโยบาย งบประมาณในการสนับสนุนและการพัฒนาชุมชน บางกิจกรรมที่จัดทำไปแล้วแต่ไม่มีการสานต่อ เช่น OTOP นวัตกรรม ด้านขาดองค์ความรู้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เช่น ด้านการตลาด การขาดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพอาจทำให้ชุมชน

	<p>ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้การทำงานไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านรายได้ตามที่คาดหวัง รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ให้ไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย</p> <p>3. ด้านบุคลากร การขาดบุคลากรที่ทันสมัย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ การเข้าใจและใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นเรื่องยาก อีกทั้งส่งผลต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน</p> <p>4. ผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยที่การท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมและวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยว หรือความเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยึดอัดไม่ต้องการ</p> <p>5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยียุคปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง หรือยูทูบเบอร์ที่เป็นผู้ถ่ายทำรายการเชิงท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเผยแพร่ออกไป สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างแบบไวรัลและส่งผลต่อการสร้างรายได้จากแฟนคลับที่เป็นฐานเสียงติดตามมาท่องเที่ยว</p>
<p>6. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดย</p> <p>1. การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ การรวมกลุ่ม กลุ่มองค์กรอิสระที่จัดตั้งโดยชุมชนและดูแลขับเคลื่อนพันธกิจอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้าน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างรากฐานให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและสามารถจัดการตนเองได้ เกิดความเชื่อถือ ที่จะส่งผลให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2. ส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการสนับสนุนศิลปินท้องถิ่น ราษฎ์ชาวบ้าน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน</p> <p>3. การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการนักท่องเที่ยว, การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวบ้านมีเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งมีทักษะความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ</p>

	<p>4. สร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การสร้างสถานที่จัดแสดงศิลปะหรือการสร้างศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสดงสถานที่สำหรับเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งการสร้างสินค้าจากศิลปะท้องถิ่น หรือการพัฒนาสูตรอาหารพื้นเมือง เช่น ชุมชนโรงน้ำแข็งพัฒนาอาหารแปรรูปจากปลาแรด จนสามารถสร้างรายได้ อย่างเห็นได้ชัด</p> <p>5. การประชาสัมพันธ์และการตลาด ช่วยชุมชนในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มโอกาสด้านเศรษฐกิจ สร้างรายได้ เสริมจากการท่องเที่ยวได้จริง เช่น การใช้สื่อออนไลน์, การเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า, และการสร้างแบรนด์ท้องถิ่น</p>
--	--

สรุปผลการศึกษาจากการทำสนทนากลุ่ม (focus group)

โดยผู้วิจัยนำผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาเป็นหัวข้อในการสนทนากลุ่ม เพื่อนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเป็นข้อคิดเห็นจากผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มใน 3 ชุมชนดังกล่าว ผลเป็นดังนี้

1. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ประเด็นด้านการใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการท่องเที่ยว

ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการท่องเที่ยวที่ถูกนำเสนอมาล้วนเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นการรักษาความดั้งเดิมเป็นคุณค่าของชุมชน ทั้งเรื่องความเชื่อ พิธีกรรม การละเล่นต่างๆ ที่มีความศักดิ์สิทธิ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ควรปรับเปลี่ยนเพื่อความสำเร็จด้านการตลาดหรือเปลี่ยนแปลงเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกสบาย หรือเพื่อให้ทันตามยุคสมัย สิ่งที่ต้องเพิ่มเติมคือ ยังไม่รู้จักแพร่หลายในวงกว้าง หรือแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ วัฒนธรรม เปรียบกับการที่มีสินค้าที่ดีมีคุณภาพมากๆ แต่ผู้บริโภคไม่รู้ จึงทำให้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่เป็นรูปธรรมในการกระตุ้นเศรษฐกิจตามที่ชุมชนต้องการ

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.1 ควรมีการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันพัฒนา โดยเฉพาะการดึงความสนใจจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วม เพราะคนรุ่นเก่าก็ยังคิดแบบเก่าตามความคุ้นเคยที่ทำกันมานาน ดังนั้นหากมีคนรุ่นใหม่ช่วยกันก็สามารถมองเห็นศักยภาพแบบอื่นๆ การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบใหม่ที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่นการปั่นจักรยานเที่ยว

2.2 สร้างสรรค์กิจกรรมในรูปแบบที่สามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับคนรุ่นใหม่ และเหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบัน

2.3 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของทั้ง 3 ชุมชนสร้างความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้น การสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจึงสำคัญ

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในหลายด้านในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาาร่วมกัน

3.1 สร้างสถานการณ์ที่มีความท้าทาย เพื่อเป็นการดึงคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาขับเคลื่อน เข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ รวมไปถึงเป็นการร่วมอนุรักษ์ความดั้งเดิมและจริงแท้ของชุมชน ซึ่งอาจเป็นการจัดประกวด แข่งขันเพื่อตั้งศักยภาพคนรุ่นใหม่ เช่นประกวดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวให้โดนใจ ประกวดการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น

3.2 ควรได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากภาครัฐ ทั้งในด้านงบประมาณ การเพิ่มพูนความรู้ทางการท่องเที่ยว หรือการตลาด จนกว่าจะมีความเข้มแข็งบริหารจัดการด้วยชุมชนเองได้

3.3 ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการประเมินผลกิจกรรมเพิ่มขึ้น และใช้ผลจากการประเมินมาพัฒนาต่ออย่างจริงจังขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี โดยวิเคราะห์ผลที่ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปผลโดยแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแยกเป็นรายด้านดังนี้

ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนในด้านการดำเนินการจากบทบาทเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆ ในการท่องเที่ยวเนื่องจากชุมชน ชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด มีส่วนร่วมผลประโยชน์มาก เนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่นและยังมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวด้วย และส่วนร่วมการประเมินผล ในมิติของการประเมินผลเอง จากการสอบถามโดยตรงกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรมท่องเที่ยว และเป็นผู้ทำการประเมินผลให้กับภาครัฐอีกที

ชุมชนมีบทบาทไม่มากนักในด้านการวางแผน เนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณที่ทางภาครัฐได้รับการจัดสรรมา การวางแผนตามกรอบนโยบายการพัฒนาพื้นที่ แต่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผน และตัดสินใจเอง ในส่วนของการวางแผนรายละเอียดของแผนงานย่อย รายละเอียดการดำเนินงาน จากนั้นก็สามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้

โดยรายละเอียดการมีส่วนร่วมเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านการวางแผนและด้านการตัดสินใจ

ชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการวางแผนงานเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่มากเท่าภาครัฐเนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณที่ทางภาครัฐได้รับการจัดสรรมา การวางแผนตามกรอบนโยบายการพัฒนาพื้นที่ อีกทั้งด้านองค์ความรู้ในการพัฒนาในด้านต่างๆที่สอดคล้องกับนโยบาย จึงเป็นส่วนทำให้ภาครัฐแสดงบทบาทในด้านการวางแผนที่ชัดเจนในแผนใหญ่ภาพรวม การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ และจะใช้การตัดสินใจร่วมกันกับชุมชนในแต่ละพื้นที่

แต่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเอง ในส่วนของการวางแผนรายละเอียดของแผนงานย่อย รายละเอียดการดำเนินงาน รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว จากนั้นก็สามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้

2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

ชุมชนมีส่วนร่วมมาก แสดงบทบาทหลักในด้านการดำเนินการ ในด้านการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆในการท่องเที่ยวเนื่องจากชุมชน เนื่องจากชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด ภาครัฐมักอยู่ในบทบาทของฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชน หรือคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆให้มากที่สุด รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน อีกทั้งการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เกิดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ

3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

ชุมชนมีส่วนร่วมในผลประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้นผลประโยชน์ไม่ได้หมายความถึงรายได้ที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ก็ควรมีการชี้แจงเรื่องผลประโยชน์รายได้ที่แน่ชัดในชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงและเป็นธรรมก็เป็นส่วนจำเป็น ในทางภาครัฐไม่ได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และไม่เข้าไปจัดการผลประโยชน์ให้กับชุมชนโดยตรงเพื่อลดข้อครหา

ด้านจริยธรรม ความไม่เป็นธรรม แต่มีส่วนร่วมในการเสนอแนะและให้ความรู้กับสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับวิธีการจัดการผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ชุมชนนั้นมีบทบาทหลักด้านการประเมินผล ในฐานะเป็นผู้ประเมินผลงานเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งชุมชนเองก็ทำการประเมินผลโดยการสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย ส่งผลให้ชุมชนได้ทราบถึงผลสะท้อนกลับจากผู้ให้บริการได้ทันที ส่วนภาครัฐมีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดทำระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่างบประมาณถูกใช้ไปในทิศทางที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นหนึ่งในกลไก ตัวชี้วัดของการจัดสรรงบประมาณ และการวางแผนนโยบาย

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาและสนับสนุน การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ การเปลี่ยนผู้บริหารส่งผลต่อแผนนโยบายงบประมาณในการสนับสนุนและการพัฒนาชุมชน บางกิจกรรมที่จัดทำไปแล้วแต่ไม่มีการสานต่อ เช่น OTOP นวัตกรรม

2. ด้านขาดองค์ความรู้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เช่น ด้านการตลาด การขาดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพอาจทำให้ชุมชนไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้การทำงานไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านรายได้ตามที่คาดหวัง รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ไปให้ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

3. ด้านบุคลากร การขาดบุคลากรที่ทันสมัย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ การเข้าใจและใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นเรื่องยาก อีกทั้งส่งผลต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

4. ผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยที่การท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมและวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยว หรือความเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยึดอัดไม่ต้องการ

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยียุคปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง หรือยูทูบเบอร์ที่เป็นผู้ถ่ายทำรายการเชิงท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเผยแพร่ออกไป สามารถ

สร้างการรับรู้ในวงกว้างแบบไวรัลและส่งผลต่อการสร้างรายได้จากแฟนคลับที่เป็นฐานเสียงติดตามมา
ท่องเที่ยว

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการ
จัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการ
จัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดย

1. การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ การรวมกลุ่ม กลุ่มองค์กรอิสระที่จัดตั้งโดยชุมชนและดูแล
ขับเคลื่อนพันธกิจอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้าน และผู้ประกอบการ
ท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการ
สร้างรากฐานให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและสามารถจัดการตนเองได้ เกิดความเชื่อถือ ที่จะส่งผลให้การ
ทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมี
ส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริงรวมถึงการสนับสนุนศิลปิน
ท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและรักขามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถ
สร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมคนรุ่นใหม่เข้ามาส่วนร่วม ซึ่งหากระดมสมองกันก็อาจ
สามารถมองเห็นศักยภาพแบบอื่นๆ การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบใหม่ที่ตรงกับ
ความสนใจของนักท่องเที่ยว

3. การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการ
นักท่องเที่ยว, การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวบ้านมี
เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งมีทักษะความรู้ในการบริหาร
จัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ

4. สร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างสถานที่
ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การสร้างสถานที่จัดแสดงศิลปะหรือการ
สร้างศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสดงสถานที่สำหรับเรียนรู้ประวัติศาสตร์และ
วัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งการสร้างสินค้าจากศิลปะท้องถิ่น หรือการพัฒนาสูตรอาหารพื้นเมือง เช่น
ชุมชนโรงน้ำแข็งพัฒนาอาหารแปรรูปจากปลาแรด จนสามารถสร้างรายได้ให้เห็นได้ชัด

5. การประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยเฉพาะการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายต้องสนับสนุนชุมชนในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว

เพื่อเพิ่มโอกาสด้านเศรษฐกิจ สร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวได้จริง เช่น การใช้สื่อออนไลน์, การเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า, และการสร้างแบรนด์ท้องถิ่น

6. ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยสร้างสถานการณ์ที่มีความท้าทาย เพื่อเป็นการดึงคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาขับเคลื่อน เข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ละพื้นที่ รวมไปถึงเป็นการร่วมอนุรักษ์ความดั้งเดิมและจริงแท้ของชุมชน ซึ่งอาจเป็นการจัดประกวดแข่งขันเพื่อดึงศักยภาพคนรุ่นใหม่ เช่น ประกวดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวให้โดนใจ ประกวดการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น

7. ควรได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากภาครัฐ ทั้งในด้านงบประมาณ การเพิ่มพูนความรู้ทางการท่องเที่ยว หรือการตลาด จนกว่าแต่ละชุมชนจะมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะสามารถบริหารจัดการด้วยชุมชนเองได้

4.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี

จากวัตถุประสงค์ ในข้อ 3 เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี สามารถสรุปผลวิจัยเป็นสองประเด็นได้แก่ (1) เพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี และ (2) เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว

1. เพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี

สรุปสถานการณ์ทางการตลาดท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี (ช่วงปีทำการวิจัย 2565-2567) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นชาวไทย เนื่องจากเป็นเมืองรอง หรือจุดแวะผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวมุ่งเป้าชัดเจนที่ วัฒนธรรมท้องถิ่นและธรรมชาติ เสน่ห์ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไทยมาท่องเที่ยว คือ ทำเลที่ตั้ง ที่ไม่ไกลจากกรุงเทพ ค่าครองชีพไม่สูงมาก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทำได้ง่าย สะดวกและปลอดภัย และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางหลากหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเดินทางเพื่อการศึกษาหรือการเดินทางคนเดียว

สำหรับผลตัวเลขเชิงสถิติด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวและใช้จ่ายที่จังหวัดอุทัยธานี จากข้อมูลสัมภาษณ์ทางภาครัฐ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าต่างชาติ เนื่องจากสื่อต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ยังเป็นในลักษณะกลุ่มเฉพาะทางการ

ท่องเที่ยว และข้อมูลเป็นภาษาไทย จึงทำให้การตลาดท่องเที่ยวไทยเติบโตไวกว่า แต่ก็มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาประปรายเพื่อการท่องเที่ยวแบบเฉพาะ อาทิ มาเลือกซื้อสินค้า (ผ้าไทย) หรือมาร่วมการจัดอีเวนต์ต่างๆ ในจังหวัด ตามข้อมูลสัมภาษณ์ดังกล่าว เปรียบเทียบอ้างอิงตามสถิติของกรมการท่องเที่ยว นับรวมจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนและท่องเที่ยว (ชาวไทย) ในจังหวัดอุทัยธานี ปี 2566 ทั้งหมด คิดเป็น 980,977 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากในปี 2565 ที่มีจำนวน 896,167 คน คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ +9.46 ทั้งนี้มีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด จะเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้มาเยือนในปี 2566 จำนวน 1,129 คน และในปี 2565 มีจำนวน 387 คน แต่ทั้งนี้ก็มีข้อสังเกตในเชิงสถิติว่า แม้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะน้อยกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่มีอัตราค่าวกะโดดที่สูงกว่าจากจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2565 จนถึงจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2566 คิดเป็นอัตราเติบโตของนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ + 191.73 อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบการสรุปตัวเลข รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้รับจากการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่ารายได้นักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2566 อยู่ที่ 1,673.46 ล้านบาท และ รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีจำนวนน้อยกว่า ในปี 2566 มีรายได้อยู่ที่ 1,670.84 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนถึง การนำรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอำนาจในการซื้อสูงมาก แม้ในจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยกว่าหลายเท่าตัว ดังนั้น ผลการวิจัยในเชิงการวิเคราะห์ทางการตลาดและ รายได้จากสถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีนี้ สรุปถึงแนวโน้มในอนาคต ที่ควรจะทำการตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีกำลังซื้อสูง แม้จำนวนนักท่องเที่ยวจะน้อย อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อย ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวอุทัยธานีอีกด้วย

สรุปแนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จากข้อมูลการสัมภาษณ์และการลงพื้นที่การท่องเที่ยวของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาการตลาดได้ดังนี้

เน้นกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผลวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ นับเป็นตัวกระตุ้นทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี จากผลการสัมภาษณ์ ภาครัฐบาล ระบุว่า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเน้นจุดเด่นของจังหวัดอุทัยธานี และจัดเทศกาลการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับฤดูกาล จะช่วยดึงนักท่องเที่ยวมาได้จำนวนมาก

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ตัวอย่างกิจกรรมที่ทางภาครัฐบาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) จัด และสามารถสร้างความสนใจและกระตุ้นรายได้จากการท่องเที่ยวได้มาก ได้แก่ เทศกาลวันวานอุทัย โดยจัดเป็นครั้งที่ 1 ปลายเดือนเมษายน 2566 (อ้างอิงจากข้อมูลสัมภาษณ์ ปี 2666) ลักษณะการจัดงาน เป็นการจัดตลาดในรูปแบบของการย้อนวันวาน การละเล่นไทย และการรำวง การฉายหนังกลางแปลง รวมถึงอาหารดีเด็ด ของฝากเมืองอุทัยธานี นอกจากนี้ภายในงานยังรังสรรค์งานในบรรยากาศของ

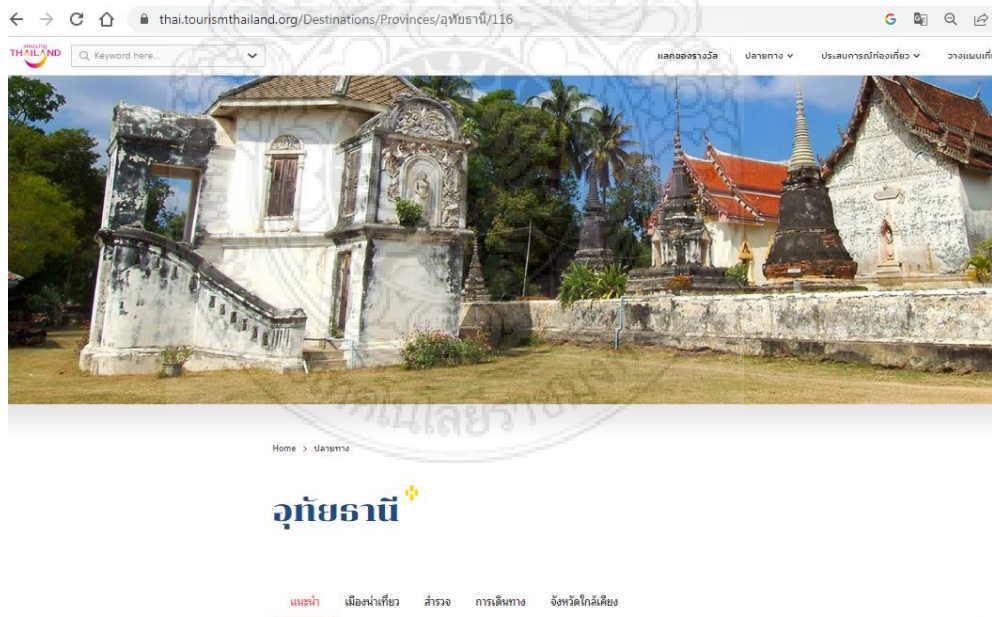
การย้อนยุค เน้นความสนุกสนาน ตลอดจนรณรงค์ให้ประชาชนที่มาร่วมงาน ร่วมแต่งกายย้อนยุคอีกด้วย ผลตอบรับการจัดงานพบว่า ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในได้ดี และมีคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมาร่วมงานจำนวนมาก

เทศกาลบอลูน Balloon Festival จัดขึ้นในช่วงปลายปี บริเวณหุบป่าตาด อำเภอลานสักร จังหวัดอุทัยธานี โดยงานดังกล่าว ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

เทศกาลทุเรียน (เทศกาลอิมไม่อันทุเรียน) จัดในช่วงเดือนพฤษภาคม โดยทาง ททท. ได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และสวนผลไม้) จัดเป็นแพ็คเกจท่องเที่ยวค้างคืน เป็นลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยว ผนวกกับการทางบุฟเฟ่ต์ทุเรียนซึ่งกิจกรรมดังกล่าว ภาครัฐกล่าวว่า ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี ทั้งในด้านเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว และรายได้จากนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและตอบรับ ชื่อโปรแกรมทัวร์เป็นจำนวนมาก

ช่องทางการตลาด และความสำเร็จ ของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จากผลการสัมภาษณ์ภาคีรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง มีข้อสรุปดังนี้

(1) ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่าน เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็น การให้ข้อมูลพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวนิยมของจังหวัด ชุมชนนำเที่ยวและตลาด



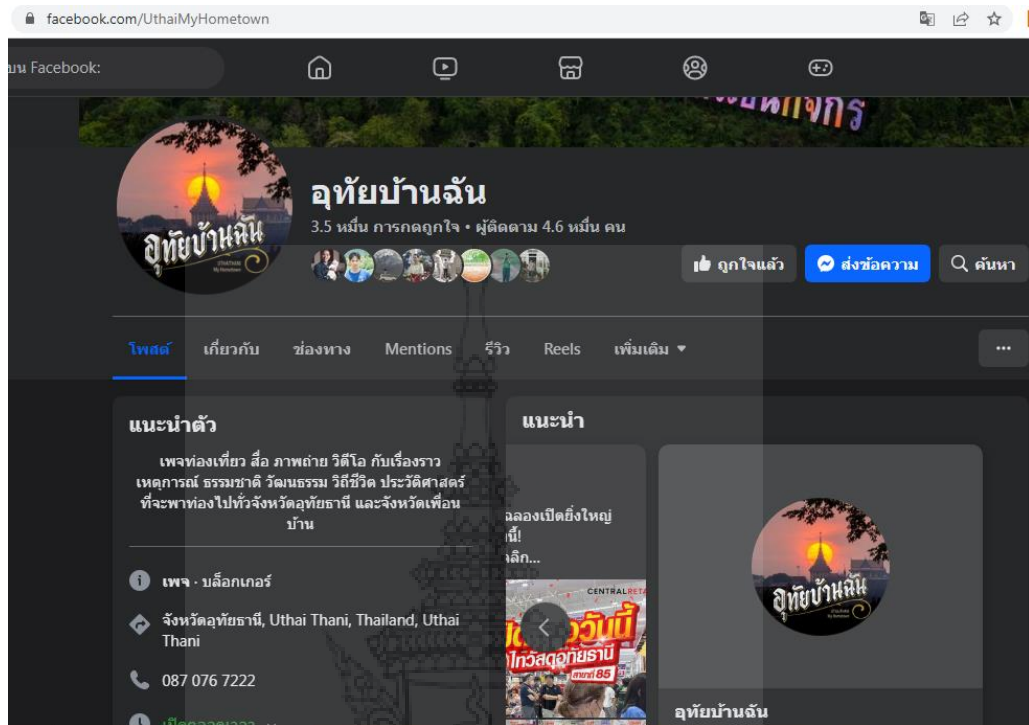
ภาพที่ 4-1 เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุทัยธานี
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2567)

(2) ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านพันธมิตรท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โรงแรมในเครือพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจร่วมกัน ช่องทางนี้ นับว่า เป็นการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนภายในพื้นที่อย่างจริงจัง จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ให้คำยืนยันว่า การพัฒนาภาคีเครือข่ายร่วมกัน เป็นวิธีที่สัมฤทธิ์ผล ในเชิงการตลาดท่องเที่ยว สำหรับผลตอบรับการจัดงานที่ผ่านมาที่มีความร่วมมือกัน ได้แก่ โครงการท่องเที่ยวสวนทุเรียนบุฟเฟ่ต์ โดยภาครัฐเข้าดำเนินการเป็นส่วนกลาง ประสานงานกับภาคเอกชนธุรกิจที่พัก และร้านอาหาร ตลอดจนชาวสวนเกษตรกรสวนทุเรียน จัดแพ็คเกจท่องเที่ยวทุเรียนบุฟเฟ่ต์ ผลตอบรับมีคิไนทยจำนวนมากให้การตอบรับอย่างล้นหลาม



ภาพที่ 4-2 ตัวอย่างการจัดโปรแกรมทุเรียนอุทัย ความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่าย
 ที่มา : สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอุทัยธานี (2566)

(3) ช่องทางสื่อเทคโนโลยีพื้นฐานต่างๆ ได้แก่ ช่องทาง Social media ต่างๆ ของทั้งภาครัฐบาลภาคเอกชน กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่น และชุมชน ตลอดจนกลุ่มคนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เปิดเผยว่าทางช่องทางนี้ มีจุดเด่นทางด้านการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งของทุกภาคส่วน ในการช่วยกันบอกต่อ ประชาสัมพันธ์ ข่าวดูความเคลื่อนไหวและกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนคนอุทัยธานี อีกทั้งอุทัยธานีเป็นเมืองเล็กๆ ที่เครือข่ายติดต่อกันได้ ทำให้มีการร่วมมือกันอย่างสัมฤทธิ์ผลในการประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4-3 ตัวอย่างเพจแนะนำแหล่งท่องเที่ยว “อุทัยบ้านฉัน”

ที่มา : เพจ Facebook อุทัยบ้านฉัน (2566)

(4) การประชาสัมพันธ์แบบเพื่อนแนะนำกันมา เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบปากต่อปาก นักท่องเที่ยวบางราย เมื่อมาท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ นำกลับไปเขียนเรื่องราว (Review) การท่องเที่ยวในพื้นที่ส่วนตัวทางออนไลน์ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่คนอื่นๆ อยากจะกลับมาเที่ยว หรือ หลายครั้งเกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวซ้ำ แต่พาเพื่อนและครอบครัวมาเมืองอุทัยธานีอีกครั้ง

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของภาครัฐบาลและชุมชน ที่มิวิจัยสามารถนำมาสรุปเป็นบทสรุปทางการตลาด โดยอ้างอิงและปรับจากทฤษฎี IMC (Integrated Communications in Marketing) ซึ่ง IMC โดย (Percy 1997) เป็นการประยุกต์ใช้ 7Ps ประยุกต์ได้เป็น แนวทางการสื่อสารการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งสื่อสาร ผสมผสานศาสตร์ และยุทธศาสตร์ของการสื่อสารวิธีต่างๆ ไปยังลูกค้า ให้เกิดประสิทธิผลสำหรับการตลาดองค์กร ซึ่งที่มิวิจัยได้ประยุกต์และใช้ศาสตร์ดังกล่าว มาสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี ดังรายละเอียดแผนผังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.4 แสดงแผนภาพสรุปโมเดลแนวทางการตลาดของการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี
ที่มา ผู้วิจัย (2567)

จากแผนภาพ 4.4 สรุปโมเดลทางการตลาด โดยอ้างอิงและปรับจากทฤษฎี การทำการสื่อสาร การตลาด สามารถอธิบายโมเดลดังกล่าวเพื่อสรุป ประยุกต์ใช้กับแนวทางการตลาดของการท่องเที่ยว ชุมชนสร้างสรรค์ในจังหวัดอุทัยธานีดังนี้

(1) Branding strategy เป็นการมุ่งตระหนักถึงการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองอุทัยธานีที่เหมาะสม(Positioning) บนพื้นฐานของทรัพยากรท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของอุทัยธานี (Product) อาทิ การกำหนดเมืองอุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชนและวิถีชีวิตเรียบง่าย Slow life ใกล้เคียงธรรมชาติ การสร้าง Branding นี้ นับเป็นวิธีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิผลในระยะยาว เนื่องจากทำให้นักท่องเที่ยวจดจำภาพของเมืองอุทัยธานี ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีกิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ ไม่ไกลจากตัวเมืองให้เยี่ยมชม นอกจากนี้ที่วิจัยสามชุมชนที่ทีมวิจัยเลือกเป็นต้นแบบแล้ว อุทัยธานียังมีอีกหลายชุมชนที่มีเสน่ห์ ให้รังสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาชุมชน สร้างสรรค์ยั่งยืน

(2) Public Relations การประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางพื้นฐานในการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยว สืบเนื่องจากภูมิศาสตร์ทำเลที่ตั้งอุทัยธานีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง และเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่น แต่มีจุดเด่นของเมืองคืออยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้เน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านทำเลที่ตั้งได้ อาทิ เป็นเมืองรองต้องห้ามพลาด หรือเมืองรองที่ต้องแวะเที่ยว ตามการตลาดที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เคยทำมาเดิมจนปัจจุบัน และจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์ที่สัมฤทธิ์ผล จะเกิดจากการพัฒนาเครือข่ายเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ และประชาสัมพันธ์ เช่นการจัดโปรแกรมนำเที่ยวตามฤดูกาลที่น่าสนใจ การนำอัตลักษณ์ที่มีเสน่ห์ของชุมชนคนอุทัยมาทำการตลาดประชาสัมพันธ์ การใช้เครือข่ายความร่วมมือในส่วนภาคต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล เอกชน และชุมชน ทำการประชาสัมพันธ์ ร่วมกันผ่านโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

(3) Social media การทำการตลาดผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ในสื่อช่องทาง (Place) ที่เหมาะสม อันเป็นที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากเราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เข้าถึงผู้ชมหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เร็วที่สุด ข้อเสนอแนะของการทำการตลาดสำหรับเมืองอุทัยในวิธีการนี้คือ การให้สื่อผู้มีอิทธิพล (Influencer/ Youtuber) มาท่องเที่ยวชุมชนและร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวตามวิถีอุทัยที่มีเสน่ห์

(4) Advertising การโฆษณาที่น่าสนใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาใช้จ่ายท่องเที่ยวเมืองอุทัยธานี ทั้งนี้การโฆษณา เพื่อกระตุ้นยอดขายทางผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว สามารถนำเสนอโฆษณาได้ ทั้งแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ เนื่องจาก อุทัยธานี มีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น น่าสนใจทำการโฆษณานักท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ผ้าทอลาวครั้งอุทัยธานี ยาหอมอุทัย ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาแรดที่ขึ้นชื่อ ขนมปังสังขยาอุทัยและข้าวเกรียบกุ้ง รวมถึงตลาดชุมชนที่ขึ้นชื่อของเมืองอุทัยธานี สำหรับการโฆษณาที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดโปรโมชั่น (Promotion) เพื่อการส่งเสริมการขายทำการโฆษณาได้ เพื่อสร้างความรู้สึกคุ้มค่าในการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะสำหรับการจัดทำ Promotion เพื่อส่งเสริมการขายและการโฆษณาที่ได้ผล อาจจะต้องเกิดจากความร่วมมือกันระหว่างภาคีท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ การร่วมมือการกำหนดโปรแกรม “ทุเรียนไม่อ้วน” ตามที่ ททท. อุทัยธานี ได้เคยจัดทำไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) Direct Selling การขายตรง ข้อเสนอแนะเป็นลักษณะขายตรงจาก ชุมชน สู่กลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยว จากผลการวิจัยเบื้องต้น พบช่องว่างของการทำการสื่อสารประเภท Direct selling กล่าวคือ วิถีชุมชนอุทัย ที่มีการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ยังคงรักษาวินัยชีวิตในรูปแบบเดิม ที่ทักษะในการใช้

เทคโนโลยียังอยู่ในระดับเริ่มต้นพื้นฐาน หรือยังไม่สามารถสร้างหรือจัดการเทคโนโลยีของชุมชนตนเองให้ส่งอิทธิพลในการทำการตลาดแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ส่วนใหญ่ชุมชนจะมีการขายโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนผ่านความร่วมมือภาคีรัฐบาลส่วนท้องถิ่น หรือ การบอกต่อของนักท่องเที่ยว และเครือข่ายท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวเท่านั้น ทั้งนี้จากจุดช่องว่างนี้ ในข้อเสนอแนะทางการตลาดจึงสรุปข้อเสนอให้เกิดการพัฒนาทักษะชุมชน ทางด้านการขายตรงผ่านเทคโนโลยีที่เหมาะสม

โดยสรุป จากผลวิจัยด้านสรุปแนวคิดทางการตลาดเพื่อการสื่อสารนี้ สามารถปรับใช้ในบางข้อตามความพร้อมของเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชุมชน และการพัฒนาทักษะชุมชนเพื่อความพร้อมในการทำการตลาดเพื่อสื่อสารขายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนด้วยตนเอง และสิ่งสำคัญในการให้วงจรการตลาดสื่อสารนี้เกิดประสิทธิผลมากที่สุดคือ ความร่วมมือในการผลักดันส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ระหว่างภาคีเครือข่ายท่องเที่ยว เนื่องจากความเข้มแข็งระหว่างภาคี จะช่วยสร้างสรรค์โปรแกรม สื่อต่างๆ และช่องทางการนำเสนอขายเพื่อการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนเป็นการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง ทางด้านบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนอีกด้วย

(2) พัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว

ผลการวิจัย ที่วิจัยร่วมกันสร้างผลผลิตจากการวิจัย จำนวน 2 ระบบ ซึ่งเป็นไปตามผลผลิตวิจัยที่ตั้งเป้าไว้ และการออกแบบระบบเทคโนโลยีดังกล่าว เป็นผลมาจากการสัมภาษณ์สอบถาม ตามความต้องการของกลุ่มชุมชนและภาครัฐ ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล และเสนอแนะแนวทางหลัก ดังนี้

ระบบที่ 1 การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ แนะนำการท่องเที่ยวชุมชน ที่วิจัยพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ ภายใต้กรอบการสนับสนุน “การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์” ของอุทัยธานี ตามแผนพัฒนากรอบงานวิจัยท่องเที่ยวเมืองอุทัย โดยมีกรอบในการพัฒนาดังนี้

1. ด้านเนื้อหา (Video Content) เนื้อหารายละเอียด เป็นการเจาะลึกถึงการท่องเที่ยวชุมชน ทั้ง 3 ชุมชน ในพื้นที่วิจัยได้แก่ ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง และชุมชนบ้านไร่ อำเภอเสนา และเนื้อหาภายในสื่อคลิปวีดิโอ จะมุ่งเน้นการแสดงให้เห็นชัดถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน และให้ชุมชนมีบทบาทหลักในการนำเสนออย่างธรรมชาติ ตามวิถีชีวิตและเสน่ห์ของชุมชน เน้นการมุ่งสร้างเนื้อหาความสัมพันธ์และมิตรไมตรี ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของชุมชน การต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ตลอดจนนำเสนอผลิตภัณฑ์เด่น หรือสินค้าของชุมชนเด่นๆ (หากมี)

2. ด้านการดำเนินเนื้อเรื่อง (Story-telling) จากข้อมูลการสัมภาษณ์โดยภาคีรัฐบาล มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดทำเนื้อหาของสื่อคลิปดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

2.1 นำเสนอความเป็นเมืองเนิบช้า (Slow life) เนื่องจากเมืองอุทัยธานี เป็นเมืองรองท่องเที่ยวเล็กๆ ไม่มีความล้ำสมัยหรือมีวิถีเร่งรีบวุ่นวายมากนัก เมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวหลักอื่นๆ เน้นการท่องเที่ยวเนิบช้า Slow tourism ต้องการให้สื่อการดำเนินเรื่องมีความช้าเนิบ เหมาะกับบริบทของเมืองเล็กๆ แต่มีความน่ารัก และมีเสน่ห์ในการท่องเที่ยว

2.2 การเล่าเรื่องวิถีชีวิตชุมชน กิจกรรมสร้างสรรค์ ผนวกกับนำเสนอ บทบาทของตัวชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ในวิจัยนี้ เน้นการท่องเที่ยวชุมชน ที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ นอกจากเน้นการสื่อถึงกิจกรรมในชุมชนที่เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้ว ข้อเสนอแนะคือ ต้องการให้ทีมวิจัยสื่อถึง บทบาทของเจ้าบ้าน (ชุมชน) วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นอุทัยธานีที่เรียบง่าย มีความกินอยู่แบบพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น ความมีมิตรไมตรีของชุมชน และของดีในชุมชนที่เป็นจุดขาย ตลอดจนเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนคนอุทัยธานี

2.3 ดำเนินเนื้อเรื่อง นำเสนอเรื่องราว เรื่องเล่า หรือเสน่ห์ของการท่องเที่ยวของอุทัยธานีในมุมมองอื่นๆ ข้อเสนอแนะจากภาครัฐ สรุปว่า ในคลิปสื่อวิดีโอที่ทางทีมวิจัยจัดทำขึ้น ควรมีการนำเสนอถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่จะนำเสนอความเป็น “เมืองอุทัย” ด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่น น่าสนใจ อาทิ วิถีชีวิตริมแพ เรือนแพ ตลาดเช้าอุทัย ตลาดชุมชนยามเย็น ของกินของฝาก หรือสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะของขึ้นชื่อของเมืองอุทัย ได้แก่ ปลาแรด ปลาแม่น้ำต่างๆ ทั้งปลาสดและแปรรูป เมนูปลาแรดขึ้นชื่อ ขนมปังสังขยาอุทัย และผ้าไทยลาวครั้ง ที่ขึ้นชื่อของอำเภอบ้านไร่

2.4 จัดทำสื่อสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดทางการท่องเที่ยววิถีชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี เป็นชาวไทย ร้อยละ 90 ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะภาครัฐ สรุปเพิ่มเติมว่า สำหรับกลุ่มการตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ อาทิ ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น หรือชาวต่างชาติ มีเข้ามาประปรายบ้าง ในแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ของจังหวัด มีความสนใจเฉพาะทางวิถีชีวิต หรือสินค้าท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยเฉพาะผ้าลาวครั้ง ทางทีมวิจัยสามารถพัฒนาต่อยอด เพื่อทำการวิจัยพัฒนาท่องเที่ยวกับกลุ่มตลาดต่างชาติได้ในอนาคต

3. ด้านกำหนดองค์ประกอบอื่นๆ ในการนำเสนอ จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ภาคีรัฐและส่วนที่เกี่ยวข้อง ทีมวิจัยร่วมกันสรุป Concept ในการนำเสนอ คลิปสื่อวิดีโอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 Theme concept ของคลิปสื่อวิดีโอที่ค้น เน้น วิถีชีวิตกิจกรรมชุมชนที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารพื้นบ้าน สินค้าที่น่าสนใจของชุมชน และสินค้าของที่ระลึกประจำจังหวัดที่ขึ้นชื่อ

3.2 การเลือกใช้สีสัน กำหนดสีพื้นหลังเป็นสีสันโทนอบอุ่นกลางๆ ไม่ฉูดฉาด เพื่อต้องการสื่อถึงความเรียบง่าย สบาย แต่อบอุ่น ของชุมชนท่องเที่ยวในเมืองอุทัย

3.3 ตัวละครและการใช้ภาษา มุ่งเน้นผู้ดำเนินรายการในสื่อเป็นตัวชุมชน ผู้นำชุมชน หรือผู้เกี่ยวข้องในชุมชน ที่ชุมชนต้องการนำเสนอ นำเสนอโดยการใช้ภาษาไทยเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นชาวไทย ใช้ภาษาท้องถิ่นที่เรียบง่าย

3.4 มีรายละเอียดข้อมูลกำกับครบถ้วน เพื่อสะดวกในการติดต่อข้อมูลสำหรับงานวิจัยและสำหรับนักท่องเที่ยว

จากการเก็บข้อมูลเพื่อกำหนดเนื้อหาเนื้อเรื่อง Theme concept และองค์ประกอบในการนำเสนอ ทีมวิจัยประสานงานกับทีมไอที กำหนดคลิปสื่อวีดิทัศน์เผยแพร่ Youtube “ชุมชนสร้างสรรค์ ณ อุทัยธานี” กำหนดความยาว 5.00 นาที จากข้อมูลสรุปกลุ่มย่อย ทีมวิจัยได้วิเคราะห์ และร่วมกันกำหนดร่างรายละเอียด Concept ของสื่อ เพื่อทำการสื่อสารการตลาดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังรายละเอียดตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-19 แสดงถึงการกำหนดรายละเอียดสื่อ เพื่อทำการตลาดประชาสัมพันธ์

กำหนดช่วงระยะสื่อ	กำหนดรายละเอียดข้อมูลที่ปรากฏในสื่อ
1. ช่วงเปิด	นำเสนอข้อความ “กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จากทุนวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ของชุมชน จังหวัดอุทัยธานี” (เพื่อนำเสนอชื่อ ที่สอดคล้องกับโครงการวิจัย และแผนโครงการวิจัย)
2. แนะนำ 3 ชุมชนพื้นที่วิจัย พร้อมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน	รายละเอียด นำเสนอ ข้อมูลชุมชนและกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน โดยเน้นบทบาทของคนในชุมชน หรือหัวหน้าชุมชนเป็นผู้นำเสนอ พร้อมบรรยายภาคโดยรอบชุมชน หรือการเดินทาง ชุมชนที่ 1 ณ ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง นำเสนอภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การขับร้องเพลงพื้นบ้านท่าโพ ชุดการร้องและแสดง การละเล่นพื้นบ้าน ตลอดจนนำเสนอวัฒนธรรมอาหารถิ่น

	<p>ชุมชนที่ 2 ณ ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง อุทัยธานี นำเสนอสภาพแวดล้อมชุมชน เน้นให้เห็นถึงวิถีชีวิตริมน้ำ การเลี้ยงปลาในกระชัง</p> <p>ต้นทุนและภูมิปัญญาการถนอมอาหารและการแปรรูปอาหารขึ้นชื่อ “ปลาแรดอุทัย” เป็นเมนูต่างๆ ช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประกอบอาหารชุมชน</p> <p>ชุมชนที่ 3 ณ ชุมชนบ้านสะนำ อำเภอบ้านไร่ อุทัยธานี นำเสนอภูมิปัญญา และวิถีความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่ผูกพันกับธรรมชาติ ชุมชนบ้านต้นไม้ยักษ์ พิพิธภัณฑที่รวบรวมข้าวของเครื่องใช้โบราณ และมุ่งเน้นจุดสำคัญได้แก่ วัฒนธรรมผ้าไทยลาวครั้ง และการทอผ้าพื้นเมือง นำเสนอบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมการอนุรักษ์ผ้าไทย การสืบทอดภูมิปัญญาทอผ้าไทย และการบริหารจัดการจำหน่ายสินค้าผ้าไทยลาวครั้ง</p>
<p>3. ตลาดชุมชน</p>	<p>นำเสนอ ตลาดชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อ ในบริเวณละแวก ใกล้เคียงชุมชน หรืออยู่จุดศูนย์กลางสำคัญของเมืองอุทัย ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสน่ห์ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง นำเสนอ วิถีชีวิตชุมชนตลาดเช้าตรู การตักบาตรพระทางน้ำ วิถีชุมชนริมแม่น้ำสะแกกรัง - สีสันยามเย็น ถนนคนเดินตรอกโรงยา อุทัยธานี - สินค้าทางการเกษตรและผ้าทอ ณ ตลาดชาวไฮ้
<p>4. สินค้าของที่ระลึกขึ้นชื่อของชุมชน หรือสินค้าของฝากขึ้นชื่อของจังหวัด</p>	<p>นำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน และสินค้าของที่ระลึก (ของฝาก) ขึ้นชื่อจังหวัดอุทัยธานีต่างๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาแรด ขนมปังสังขยาเมืองอุทัย</p>
<p>5. ช่วงปิดท้ายคลิป นำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยและทีมวิจัย รวมถึงตราสัญลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการวิจัย ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 2. ตรากระทรวง อว. 3. ตราสัญลักษณ์ สกสว 	<p>คลิปวิดีโอชิ้นนี้เป็นผลผลิตของ แผนงานวิจัย เรื่อง “การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี” ตามผลผลิตของโครงการวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี”</p>

	งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน ทุนอุดหนุนการวิจัย ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) (Fundamental Fund; FF) ปีงบประมาณ 2566 หน่วยงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
--	---

จากตาราง 4-19 กำหนดรายละเอียดสื่อ โดยทีมวิจัย สรุปลงวิจัยได้ทำการผลิตสื่อประเภทคลิปวิดีโอ ตามเว็บไซต์ ลิงค์ Youtube นี้ <https://www.youtube.com/watch?v=gEkAYWiYmtw> โดยทำการประชาสัมพันธ์ลิงค์นำเสนอตั้งกล่าว ในระบบ Youtube และเว็บไซต์ของคณะศิลปศาสตร์ โดยมีตัวอย่างรายละเอียดแสดงดังภาพต่อไปนี้







ภาพที่ 4-5 แสดงภาพชุดตัวอย่างสื่อวีดิทัศน์ ประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์อุทยานิ
หมายเหตุ: ทีมวิจัยได้รับอนุญาตการเผยแพร่ เปิดเผยตัวตนของชุมชนลงสื่อเพื่อการตลาดเรียบร้อยแล้ว

ระบบที่ 2 ระบบแพลตฟอร์ม เว็บไซต์ท่องเที่ยว “อุทัยธานี” สำหรับระบบแพลตฟอร์ม เว็บไซต์ท่องเที่ยว ได้จัดนำเข้าสู่ข้อมูล การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ อย่างเป็นระบบ ภายใต้ชื่อเว็บไซต์

<https://www.creativetourism-uthai.com>

ในกระบวนการสร้างแพลตฟอร์มเว็บไซต์ ทีมวิจัยมีกระบวนการในการตกปึกชุดข้อมูลของเว็บไซต์ได้มาเป็นผลวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลจากภาครัฐ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีข้อเสนอแนะในการจัดทำ แพลตฟอร์มเว็บไซต์ดังนี้ ควรนำเสนอหลักเป็นข้อมูลภาษาไทย ที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย เพราะกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หากมีการพัฒนาภาษาอื่นๆ ด้วยในอนาคต เสนอแนะเป็น ภาษาจีน หรือญี่ปุ่น เพราะมีกลุ่มตลาดจีนและญี่ปุ่นเข้ามาท่องเที่ยวในอุทัยจำนวนหนึ่ง และสนใจในผลิตภัณฑ์ของอุทัย อาทิ ตำรับยาหอมอุทัย และผ้าไทยลาวครั่ง ซึ่งเป็นงานฝีมือของชุมชน มีคุณค่าและราคาสูง สำหรับด้านเนื้อหาทางภาครัฐให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการลงรายละเอียดสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ อยากให้ทีมวิจัยนำเสนอเนื้อหาจุดเด่นของวิถีชีวิตริมแพ เรือแพ ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของคนอุทัยในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับชุมชน เช่น ตลาดชุมชน ของกินของฝากเมืองอุทัยธานี

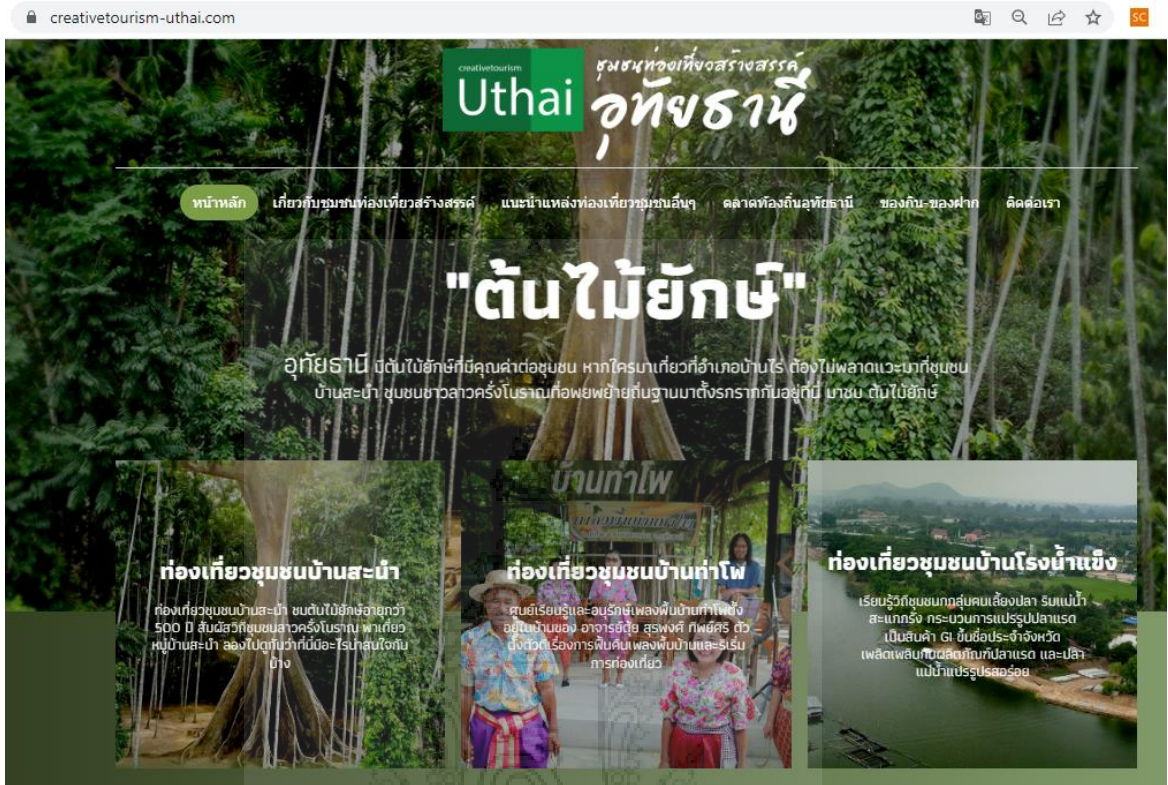
2. ข้อมูลจากชุมชนที่เกี่ยวข้อง ทีมวิจัยสรุปข้อเสนอแนะจากทีมชุมชนที่เกี่ยวข้องทั้งสามพื้นที่ ให้สัมภาษณ์ระบุ การจัดทำเว็บไซต์ ควรเน้นเนื้อหาบทบาทของชุมชน แหล่งทำเลที่ตั้งชุมชน เพื่อแนะนำนักท่องเที่ยว การดึงจุดเด่นของเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ในวิถีชุมชนมานำเสนอ ทั้งในด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ด้านวิถีแห่งความพอเพียง ด้านภูมิปัญญาชาวบ้านต่างๆ ของชุมชน อาหารท้องถิ่นชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงความมีมิตรไมตรีของชุมชนในการเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เว็บไซต์ เป็นสื่อช่องกลางในการนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชน และสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวติดต่อชุมชนเพื่อมานอนพักและท่องเที่ยวในชุมชน

3. ข้อมูลจากนักวิชาการและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ข้อเสนอแนะในการจัดทำแพลตฟอร์มระบบเว็บไซต์ มีข้อเสนอว่า ทีมวิจัยควรจัดทำแพลตฟอร์มเว็บไซต์ที่ทุกคนเข้าถึงได้ อ่านเนื้อหาเข้าใจง่าย นำไปท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เนื่องจากอุทัยธานีเป็นเมืองรองท่องเที่ยวที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนวัยทำงานพักผ่อน กลุ่มครอบครัว ให้เว็บไซต์ รวบรวม จุดเช็คอินสถานที่ยอดนิยมในเมืองอุทัย รวมถึงสินค้าที่น่าสนใจ เพื่อช่วยดึงความสนใจให้นักท่องเที่ยวไปใช้จ่าย กระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ เน้นการนำเสนอบทบาทการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญของบุคคลในชุมชน เพราะชุมชนคือเสน่ห์ของกิจกรรมการท่องเที่ยว

จากข้อมูลสรุปผลวิจัย และข้อเสนอแนะดังกล่าว ทีมวิจัย ได้ค้นคว้าและเรียบเรียงข้อมูล เป็นชุดข้อมูล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-20 สรุปรายละเอียด เว็บไซต์ “Creative Uthai”

หัวข้อหลักในหน้าเพจ	รายละเอียดเบื้องต้น
1. ข้อมูลท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	หน้าแรก หลักแสดงรูปภาพ วิวูทัยธานี ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง หรือวิวูทัยธานีต่างๆ ที่น่าสนใจ
2. ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	จำนวน 3 ชุมชน 1.ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง ตำบลท่าซุง อำเภอเมือง 2.ชุมชนบ้านท่าโพ ตำบลท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง 3.ชุมชนบ้านสะน้า อำเภอบ้านไร่
2.1 กิจกรรมท่องเที่ยว	กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชน และรูปภาพ ข้อมูลติดต่อชุมชน
2.2 สินค้าชุมชน	แสดงภาพถ่าย และข้อมูลแนะนำสินค้าชุมชนที่น่าสนใจ
2.3 ข้อมูลติดต่อชุมชน	แสดงรายละเอียดข้อมูลติดต่อชุมชน ผู้นำชุมชน
3. ตลาดชุมชน	แสดงแนะนำท่องเที่ยวอื่นที่น่าสนใจใกล้เคียงชุมชนพร้อมรูปภาพ และรายละเอียดสั้นๆ - ถนนคนเดินตรอกโรงยา - ตลาดเข้าอุทัยธานี - ตลาดชาวไฮ
4. ของฝากเมืองอุทัย	แสดงของฝากเมืองอุทัย รายละเอียดสั้นๆ และรูปภาพ - ข้าวกุงกรอบ แม่ป่วยลั้ง ข้าวเกรียบปลาทราย แม่ป่วยลั้ง - ยาหอมทับทิม หมอวิริติ - ยาหม่องวัดท่าซุง - ปลาน้ำจืดสะแกกรัง อาทิ ปลาสร้อย ปลาแรด - ขนมปังสังขยา ไผ่พรรณ - น้ำพริก และของฝากอื่นๆ
5. ข้อมูลติดต่อ	แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับทีมวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร และความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ



ภาพที่ 4-6 ภาพเว็บไซต์ ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อูทัยธานี (หน้าหลัก)

ทิมา ผู้วิจัย (2567)

จากภาพที่ 4-6 แสดงถึงหัวข้อในหน้าหลักของเว็บไซต์ ซึ่งในหน้าเพจหน้าแรกดังกล่าว จะมีการแบ่งย่อยหัวข้อเป็น หน้าหลักเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (จากพื้นที่วิจัย 3 ชุมชน) แนะนำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่นๆ ที่น่าสนใจ ตลาดท้องถิ่นอุทัยธานี หัวข้อแนะนำของกิน ของฝาก และระบบติดต่อแสดงข้อมูลการติดต่อชุมชน และผู้จัดทำแพลตฟอร์มเว็บไซต์นี้ (ทิมาผู้วิจัย) ทั้งนี้การออกแบบหัวข้อหลักมาจากการสอบถามความต้องการของผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและทิมาผู้วิจัย เนื่องจากตระหนักถึงความเรียบง่ายของหัวข้อ แต่ครบครันด้วยข้อมูลสำคัญที่จะช่วยทำการตลาดท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อ



Creative Tourism UTHAI ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี



วิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมประจำถิ่นบ้านท่าโพ

โดยชาวบ้านในหมู่บ้านท่าโพและหมู่บ้านพันสี จะมาร่วมกันจัดการละเล่นพื้นเมืองขึ้นที่วัดท่าโพ โดยจะเก็บดอกไม้แห้งเข้าโบสถ์แล้วร้องเพลงพืชมานในโบสถ์ เสร็จแล้วจะออกมาเล่นเพลงชักกะเย่อ เพลงโลม เพลงวางโบราณอย่างสนุกสนานแต่ละเพลงมีทำร ประกอบเฉพาะ ผลิตกันเล่นมอญซ่อนผ้า เจียบๆ จ้อย ลูกช่วงลูกช้อย เสือกินวัว และแม่ศรี ตามแต่จะแข่งขันกัน ซึ่งเป็นประเพณีของ

ชาวไทย ที่รักษาไว้และปฏิบัติกันมาหลายชั่วอายุคน การละเล่นต่างๆ ในหมู่บ้านแห่งนี้ส่วนใหญ่ยังคงเนื้อเพลงที่ร้องแบบของเดิมไว้

ภาพที่ 4-7 ภาพเว็บไซต์ ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (เกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์)

ที่มา ผู้วิจัย (2567)

จากภาพที่ 4-7 แสดงตัวอย่างข้อมูล ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กลุ่มเป้าหมาย ตระหนักถึงคุณค่าและความหมายของการท่องเที่ยวในรูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ในการทำกิจกรรมร่วมกัน บนฐานวัฒนธรรมชุมชน ทั้งนี้ ในหน้าเพจนี้ยังมีการนำเสนอ ภาพกว้างของการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ (พื้นที่วิจัย) ทั้งสามชุมชน เพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวตามความสนใจ



หลายคนคงคุ้นเคยกับชื่อ วัดท่าสูง เป็นวัดดังของจังหวัดอุทัยธานี ภายในมีจุดให้ชมอีกหลายจุด ทั้งวิหารแก้ว วิหารสมเด็จพระองค์ปฐม ปราสาททองคำ พิพิธภัณฑ์สมเด็จพระพุฒาจารย์ (เขมมานิลเมธี) รูปหล่อหลวงพ่อบ้าน หลวงพ่อเงินไหลมาเทมา จุดพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมไม่ขาดสายคือ วิหารแก้วภายในประดับไปด้วยโบสถ์แก้ว ทำให้มีความระยิบระยับสวยงามตระการตา นอกจากนี้ภายในวิหารแก้วยังประดิษฐานพระพุทธรูปราชเจ้าหลวง ให้นักท่องเที่ยวได้มาสักการะ วิหารแก้ว เปิดให้เข้าชม 2 รอบต่อวันคือ 09.00-11.30 น. และ 13.00-16.00 น.

ภาพที่ 4-8 ภาพเว็บไซต์ ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (12 แหล่งท่องเที่ยว อุทัยธานี) ที่มา ผู้วิจัย (2567)

จากภาพที่ 4-8 แสดงถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่น่าสนใจ (Slow life) ในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งตั้งอยู่แวดล้อม หรือใกล้เคียงกับชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ภาครัฐ ให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำเว็บไซต์ หรือการทำสื่อประชาสัมพันธ์ ให้แนะนำเสน่ห์ของเมืองอุทัยธานีอื่นๆ ที่นอกเหนือจากชุมชนในพื้นที่วิจัย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และของฝากที่ขึ้นชื่อประจำจังหวัด เพื่อเป็นการแนะนำให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ได้เดินทางท่องเที่ยวตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตนเอง (Lifestyle) และช่วยกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวให้ทั่วอุทัยธานีอีกทางหนึ่งด้วย

ตลาดท้องถิ่นอุทัยธานี



เดินเที่ยว ตลาดข้าวไร่ อุทัยธานี

ตลาดข้าวไร่ ตลาดท้องถิ่นจ.อุทัย นำवेशิกแล้ววตลาดข้าวไร่ บ้านไร่ บ้านแฮะ farmer's market baanrai organic จ.อุทัยธานี มาเที่ยวอุทัยทั้งที ต้องลองแวะ ตลาดข้าวไร่ ตลาดของชาวบ้านที่มีความเป็นท้องถิ่นแบบไม่มีอะไรมาปน เป็นตลาด เล็กๆที่ไม่เล็ก เพราะทุกทีในตลาดเป็นคนของชุมชนบ้านไร่ จ.อุทัยธานี

📅 15 Mar 2024

เดินเที่ยวตลาดอุทัยธานี



ถนนคนเดิน ตรอกโรงยา อุทัยธานี

ถ้าพูดถึงอุทัยธานี เมืองเล็ก ๆ ที่ต้องบอกเลยว่าไปก็ ที่ไม่เคยเบื่อเลย โดยเฉพาะตรอกโรงยาอีกหนึ่ง โลกทัศน์สุดเก๋ที่เราสามารถแต่งตัวเก๋ ๆ มาถ่ายรูป ชิค ๆ ให้เข้ากับบรรยากาศของ "ตรอกโรงยา" ย่าน การค้าเก่าแก่ของอุทัยธานีกันครับ

📅 15 Mar 2024



ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง (Sakae Krang Riverside Morning Market) เป็นตลาดท้องถิ่น ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานี ชาวบ้านจะตั้งแผง กันตั้งแต่ในช่วงเช้ามืด โดยมีสินค้าจำหน่าย มากมายไม่ว่าจะเป็นพืชผักสวนครัว อาหาร ขนม



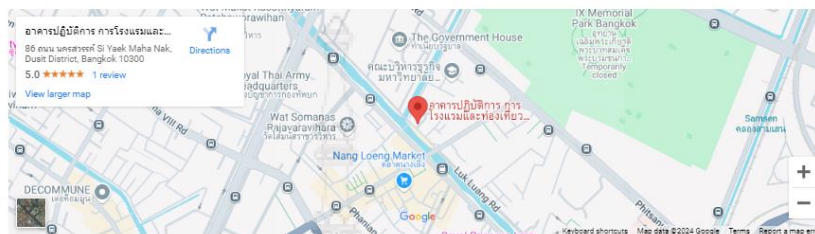
ตลาดลานรมสังข์ ตลาดชุมชนคน ลานสังข์ อุทัยธานี

อุทัยธานี เมื่อ 27 ธันวาคม 2565 เปิดตลาดลานรมสังข์ ภายใต้ความร่วมมือภาคีทุกส่วนงาน ทั้งหน่วย งานภายในและภายนอก โดยมีนายอำเภอลานสังข์ ร่วมให้กำลังใจคนในชุมชน และขอขอบคุณหน่วยงาน ที่ประสานความร่วมมือให้เกิดตลาดชุมชนคน

ภาพที่ 4-9 ภาพเว็บไซต์ ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุทัยธานี (ตลาดท้องถิ่นอุทัยธานี)

ที่มา ผู้วิจัย (2567)

จากภาพที่ 4-9 แสดงถึงเสน่ห์ของตลาดท้องถิ่นในเมืองอุทัยธานีที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ตลาดข้าวไร่ จำหน่ายผักผลไม้ทางการเกษตร ของกลุ่มเกษตรกรในราคาประหยัด ตลาดเช้าริมน้ำ สะแกกรัง วิถีชีวิตคนเรือแพ และตลาดปลาที่ใหญ่ที่สุดในอุทัย รวมถึงของสดของแห้ง อาหารเช้า และ สภากาแฟ ถนนคนเดินตรอกโรงยาเย็น ที่จำหน่ายอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารขึ้นชื่อ และสินค้า ท้องถิ่นของอุทัยธานี และตลาดลานสังข์ ตลาดที่น่าเสนอเป็นตลาดชุมชนสีเขียว



การจัดการด้านการวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี
โดยทีมวิจัย : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ดร.สุภาภรณ์ เสือถาวร หัวหน้าโครงการวิจัย
โทรศัพท์ : 02-665-3555 ต่อ 1002, 8327, 8329
Fax : 02-665-3535
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เลขที่ 86 ถนนพหลโยธิน แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

ภาพที่ 4-11 ภาพเว็บไซต์ ชุมชนท่องเที่ยวสร้างสรรค์ อุตัยธานี (ข้อมูลติดต่อทีมวิจัย)
ที่มา ผู้วิจัย (2567)

จากภาพที่ 4-11 แสดงถึงข้อมูลและรายละเอียดการติดต่อทีมวิจัย รวมถึง ข้อมูลในการติดต่อชุมชนสำหรับเป็นแนวทางให้นักท่องเที่ยว ทำการติดต่อ สำรองที่พัก และกิจกรรมชุมชน โดยกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักวิชาการที่สนใจและนักท่องเที่ยว สามารถติดต่อขอข้อมูลการวิจัยได้ที่รายละเอียดตามปรากฏหน้าเพจนี้

สรุปผลประโยชน์วิจัยและการส่งมอบผลวิจัย

ทีมวิจัยได้ดำเนินการตามผลผลิตวิจัย (Output) และวัตถุประสงค์ ตามกำหนดไว้ ได้แก่ กำหนดแนวทางการตลาด และโมเดลทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ เมืองอุทัยธานี โดยผลประโยชน์ดังกล่าวนี้ จะส่งมอบข้อมูลแนวทางการตลาดดังกล่าวให้แก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย หรือวางแผนนโยบายที่เกี่ยวข้องในเชิงการตลาดท่องเที่ยวอุทัยธานี สำหรับผลผลิตด้านระบบเทคโนโลยี 2 ระบบ ได้แก่ สื่อคลิปลีวีดีทัศน์ สื่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนอุทัยธานี และแพลตฟอร์มเว็บไซต์ Creative Uthai ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ข้อมูลท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่วิจัยที่มีองค์ประกอบหลักเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ รวมถึงแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของฝาก ของที่ระลึกเมืองอุทัย จะทำการส่งมอบให้แก่ ภาครัฐบาล และชุมชนที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมวิจัยนี้ เพื่อประโยชน์เชิงนโยบาย และเชิงสังคมในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี 2) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี 3) เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสำรวจชุมชน การประเมินศักยภาพชุมชน การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การประชุมกลุ่มย่อย และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว คือ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคประชาชน และภาคเอกชน รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี

ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยภาพรวมทั้งหมด 3 แห่ง สามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพ ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสนะนำ อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง

อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสนะนำ อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง

อำเภอมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง ตามลำดับ

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ได้ 1 กลุ่ม คือ

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 3 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง บ้านสน่า อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง ตามลำดับ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านโรงน้ำแข็ง

ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจปานกลาง ชุมชนมีการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง (สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จังหวัดอุทัยธานีหรือสินค้า GI) ชุมชนมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวลักษณะเด่นประเภทที่พบได้น้อยแห่งในประเทศไทย เพราะเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำสะแกกรังและแม่น้ำเจ้าพระยาช่วงปลายแม่น้ำสะแกกรังที่ไหลบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยา ชุมชนมีเอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป วิถีชีวิตเกษตรกรรม และการแปรรูปสินค้าจากวัตถุดิบท้องถิ่น มีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ต่อเนื่องกันไม่ต่ำกว่า 10 ปี

ความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน ยังคงมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมที่มีการปรุงแต่งน้อย ยังปรากฏวิถีชีวิตดั้งเดิมให้เห็น โดยคนในชุมชนมีการใช้วิถีชีวิตการเลี้ยงปลาในกระชังเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและการทัศนศึกษาดูงาน ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยชุมชน ชุมชนมีเรือเก่า

มีศาลตายายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำชุมชน และชุมชนใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนสูงมาก โดยการนำ วัตถุประสงค์ปัญหาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างรายได้กับชุมชน การแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆ

ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สามารถประกอบกิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว 2-3 กิจกรรม เช่น การทำอาหารท้องถิ่น การเรียนรู้การเลี้ยงปลาแรดใน กระชัง และการเรียนรู้วิถีเกษตรชุมชน ชุมชนมีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิ ปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชนอยู่ในชุมชนระดับมาก โดยนำสินค้าภูมิปัญญา ท้องถิ่นการเลี้ยงปลาแรดในกระชังมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เช่น การทำปลาต้ม น้ำพริกปลาแรด แหนม ปลาแรด นอกจากนี้การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว จะเกิดการมีระดับ การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูง นักท่องเที่ยวจะเกิดความเข้าใจวิถีชีวิตของคนในชุมชน เมื่อเกิดการเดิน ทางเข้ามาเยี่ยมชมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการ คิด วางแผน และตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้ภายในชุมชนอย่างเท่าเทียม ทัวถึง และสร้างรายได้เสริมจากอาชีพหลักให้กับคนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง และการ ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว และชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคอื่นๆ ภายในชุมชน และสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาในชุมชน

ด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ชุมชนมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมดีเนื่องจากยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและจำนวน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนมากนัก ชุมชนมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและมีการปฏิบัติอย่าง ต่อเนื่องทุกปี ผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีความ พร้อมในการพัฒนาชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม ไม่ทำให้ เกิดปริมาณขยะและของเสีย

ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ ชุมชนมีการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมและบริการใน ชุมชนที่เป็นข้อเท็จจริงกับบุคคลภายนอก แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานซึ่งสามารถ รองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ แต่ต้องมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต และมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรท้องถิ่นร่วมกันให้การสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการส่งเสริมพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มโดยชุมชนเพื่อกำหนดนโยบายวางแผนทางการจัดการท่องเที่ยวแต่ยังไม่สัมฤทธิ์ผลหรือมีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดการการท่องเที่ยว

จุดเด่นบ้านโรงน้ำแข็ง

- 1.ชุมชนมีความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตชนบทและการประกอบอาชีพเกษตรกรรม
- 2.ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน
- 3.ชุมชนมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างเป็นธรรมแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
- 4.ความสามารถของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

จุดควรพัฒนา

- 1.ความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ต้องทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชนที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ และทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักของคนภายนอกหรือนักท่องเที่ยวมากขึ้น
- 2.เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
- 3.ชุมชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่
- 4.การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านท่าโพ

ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจปานกลาง มีกิจกรรมการเรียนรู้เพลงพื้นบ้าน และการทำสำรับคาวหวาน ชุมชนมีลักษณะเด่นประเภทที่พบได้น้อยแห่งในประเทศไทย เป็นชุมชนที่มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน มีการสืบสานเพลงพื้นบ้านในวันสงกรานต์ การสาธิตให้กับกลุ่มศึกษาดูงาน และการแสดงในงานสำคัญของจังหวัดและกระทรวงวัฒนธรรม ชุมชนมีเอกลักษณ์ระดับจังหวัดเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ใช้เพลงพื้นบ้านเป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว และวิถีชีวิตชนบทเรียบง่าย และชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ชุมชนมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

ชุมชนมีความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตมีการปรุงแต่งน้อย ยังปรากฏวิถีชีวิตดั้งเดิมให้เห็น ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงมาก

เนื่องจากชุมชนมีศูนย์อนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน มีคนในชุมชนเป็นผู้ดูแลและสืบสาน ชุมชนมีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวและวันสงกรานต์เป็นประจำ

ชุมชนความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย ชุมชนมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยนำเพลงพื้นบ้านมาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนคือภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาบริเวณใกล้เคียง

ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

ชุมชนสามารถประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ 2-3 กิจกรรม เช่น การเรียนรู้เพลงพื้นบ้าน การทำสาธิตควาหวาน การเรียนรู้วิถีเกษตรชุมชน การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชนระดับสูง และกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว การเรียนรู้เพลงพื้นบ้านทำให้มีระดับการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูงมาก โดยคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความผูกพันกัน ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ชุมชนมีการจัดตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆที่เกิดจากชุมชนในท้องถิ่นและมีบทบาทหลักในการจัดการการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้ภายในชุมชนจากการให้บริการการท่องเที่ยวให้กับผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคีอื่นๆ ภายในและภายนอกชุมชน สมาชิกกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาในชุมชน มีการจัดสรรรายได้ของกลุ่มเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น การสอนเพลงพื้นบ้านให้กับเด็กประถมศึกษาในโรงเรียนของชุมชน

ด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาดี ชุมชนมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีความพร้อมในการพัฒนาชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่และไม่ขัดต่อกฎหมายศีลธรรมอันดีหรือวัฒนธรรมของชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสีย

ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ บริเวณชุมชนมีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง และป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และชุมชนมีการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมและบริการที่เป็นข้อเท็จจริง ใช้การสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่เพื่อกระตุ้นการถ่ายทอดทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและมีชุมชนออนไลน์

แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบายและยังสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก มีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต ในประเด็นเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบทอดเพลงพื้นบ้านต่อ และการประยุกต์เพลงพื้นบ้านให้ร่วมสมัยเพื่อนำมาปรับใช้กับกิจกรรมการท่องเที่ยว การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนรุ่นใหม่และพ่อเพลงแม่เพลง นอกจากนี้ชุมชนมีหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่นร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบายงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนาชุมชน วัฒนธรรมจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และธนาคารออมสิน

จุดเด่นบ้านท่าโพ

- 1.ชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต การอนุรักษ์ประเพณี ภูมิปัญญาเพลงพื้นบ้าน และองค์ความรู้การทำอาหารในชุมชน
- 2.ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาเพลงพื้นบ้าน และชุมชนมีผู้นำและกลุ่มอนุรักษ์
- 3.ชุมชนมีการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยว
- 4.ชุมชนมีการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

จุดควรพัฒนา

- 1.การต่อยอดเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชน เนื่องจากการตีความคุณค่าและความหมายของเพลงพื้นบ้านที่มีความแตกต่างของบุคคลภายนอกชุมชน รวมทั้งการตระหนักถึงคุณค่า การเล็งเห็นความสำคัญของเพลงพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันมีความงามทางสุนทรียภาพของชุมชน ซึ่งชุมชนต้องจงใจให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากขึ้น
- 2.ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเพลงพื้นบ้านเป็นความสนใจเฉพาะกลุ่ม ชุมชนอาจต้องพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในอำเภอหนองขาหย่างหรือเชื่อมโยงกับอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอเมือง อำเภอหนองฉาง เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. การติดตามผลและประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวและการศึกษาดูงาน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านสน่า

ด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในชุมชน อาทิ ต้นไม้ยักษ์ ตลาดชาวไฮ โฮมสเตย์สำหรับเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น กลุ่มทอผ้า เป็นต้น ชุมชนมีลักษณะเด่นเนื่องจากที่ตั้งของชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่ราบระหว่างภูเขา อากาศดี และมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ความสนใจไปเที่ยวชม ชุมชนมีกลุ่มชาติพันธุ์ ความเชื่อและประเพณีท้องถิ่น มีอาหารท้องถิ่น งานฝีมือท้องถิ่น และชุมชนความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ชุมชนมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องกันทุกปีโดยจัดมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

วิถีชีวิตมีการปรุงแต่งน้อย ยังปรากฏวิถีชีวิตดั้งเดิมให้เห็น อาทิ การแต่งกายผ้าทอลาวครั่ง ประเพณีปิดบ้าน และประเพณีแห่ดอกไม้ เป็นต้น ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับชุมชนสูง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ในชุมชน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชน และมีชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานหรือกิจกรรมประเพณีของชุมชน นอกจากนี้ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกัน และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย ชุมชนมีการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยว โดยอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนและมีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเต็มที่

ด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว

ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สามารถประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลาย 4-5 กิจกรรม เช่น การทำอาหารท้องถิ่น การทำงานฝีมือเกี่ยวกับผ้าทอ การเรียนรู้วิถีเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และเรียนรู้ประเพณีความเชื่อท้องถิ่น ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้เกิดระดับการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูง โดยนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจคนในชุมชน เข้าใจวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น หากเกิดการเรียนรู้ร่วมกันหรือการทำกิจกรรมร่วมกัน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว คนในชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนมีการกระจายรายได้ภายในชุมชนและสร้างรายได้เสริมจากอาชีพหลักให้กับคนในชุมชนที่ส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวเข้าร่วม

กิจกรรมการพัฒนาในชุมชน ชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคีอื่นๆ ภายในและภายนอกชุมชน และมีการผลักดันให้แผนการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ชุมชนการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาดี มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว ชุมชนผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม ชุมชนมีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบ

ชุมชนมีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง มีแผนที่ชุมชนเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ชุมชนมีการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมและบริการที่เป็นข้อเท็จจริง ใช้การสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่เพื่อกระตุ้นการถ่ายทอดทอดประสบการณ์การท่องเที่ยวยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและมีชุมชนออนไลน์ ชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบายและยังสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก และชุมชนมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบายงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

จุดเด่นบ้านสน่า

1.ชุมชนมีความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในชุมชน และชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในชุมชน ได้แก่ อาหารท้องถิ่น งานฝีมือการทอผ้าลาวครึ่ง ประเพณีปิดบ้านและประเพณีแห่ค่างดอกไม้ เป็นต้น

2.ชุมชนมีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมได้ด้วยตนเอง เช่น ต้นไม้ยักษ์ ตลาดชาวไร่ รวมทั้งเลือกทำกิจกรรมการท่องเที่ยวกับชุมชนได้ เช่น อาหารและงานฝีมือ

3.ชุมชนมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนในท้องถิ่น

4.ชุมชนมีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน

จุดควรพัฒนา

1.การนำเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบัน

2. พัฒนาการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยให้คนชุมชนในท้องถิ่นหรือคนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การให้ความรู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีทั้งหมด 3 ชุมชน สรุปประเด็นสำคัญ 4 ประเด็น ดังนี้

1. จังหวัดอุทัยธานีมีความหลากหลายของวิถีวัฒนธรรม มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในอำเภอบ้านไร่ และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จประพาสต้นเมืองอุทัยธานี เป็นจุดเด่นและสิ่งดึงดูดใจที่สามารถสร้างเรื่องราวการท่องเที่ยวและพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

2. ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง และมีความร่วมมือของชุมชนในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตน รวมถึงการมีหน่วยงานจากภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงาน ชุมชนต้องพัฒนาศึกษาและประชาสัมพันธ์กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะให้เพิ่มขึ้น

4. แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน แต่ในบางแหล่งต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

5.1.2 สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

การศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี โดยวิเคราะห์ผลที่ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปผลโดยแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแยกเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านการวางแผนและด้านการตัดสินใจ

ชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการวางแผนงานเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่มากเท่าภาครัฐเนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณที่ทางภาครัฐได้รับการจัดสรรมา การวางแผนตามกรอบนโยบายการพัฒนาพื้นที่ อีกทั้งด้านองค์ความรู้ในการพัฒนาในด้านต่างๆที่สอดคล้องกับนโยบาย จึงเป็นส่วนทำให้ภาครัฐแสดงบทบาทในด้านการวางแผนที่ชัดเจน การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ และจะใช้การตัดสินใจร่วมกันกับชุมชนในแต่ละพื้นที่

ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเอง ในส่วนของการวางแผนรายละเอียดการดำเนินงาน รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว จากนั้นก็สามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้

2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

ชุมชนมีส่วนร่วมมาก แสดงบทบาทหลักในด้านการดำเนินการ ในด้านการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆในการท่องเที่ยวเนื่องจากชุมชน เนื่องจากชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด ภาครัฐมักอยู่ในบทบาทของฝ่ายสนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชน หรือคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆให้มากที่สุด รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน อีกทั้งการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เกิดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ

3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

ชุมชนมีส่วนร่วมในผลประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้นผลประโยชน์ไม่ได้หมายถึงรายได้ที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ก็ควรมีการชี้แจงเรื่องผลประโยชน์รายได้ที่แน่ชัดในชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงและเป็นธรรมก็เป็นส่วนจำเป็น ในทางภาครัฐไม่ได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และไม่เข้าไปจัดการผลประโยชน์ให้กับชุมชนโดยตรงเพื่อลดข้อครหาด้านจริยธรรม ความไม่เป็นธรรม แต่มีส่วนร่วมในการเสนอแนะและให้ความรู้กับสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับวิธีการจัดการผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ชุมชนนั้นมีบทบาทหลักด้านการประเมินผล ในฐานะเป็นผู้ประเมินผลงานเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งชุมชนเองก็ทำการประเมินผลโดยการสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย ส่งผลให้ชุมชนได้ทราบถึงผลสะท้อนกลับจากผู้ให้บริการได้ทันที ส่วนภาครัฐมีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดทำระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่างบประมาณถูกใช้ไปในทิศทางที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นหนึ่งในกลไก ตัวชี้วัดของการจัดสรรงบประมาณ และการวางแผนนโยบาย

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของชุมชนในการจัดใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความต่อเนื่องในการพัฒนาและสนับสนุน การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ การเปลี่ยนผู้บริหารส่งผลต่อแผนนโยบายงบประมาณในการสนับสนุนและการพัฒนาชุมชน บางกิจกรรมที่จัดทำไปแล้วแต่ไม่มีการสานต่อ เช่น OTOP นวัตกรรม

2. ด้านองค์ความรู้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่ยังขาดไป เช่น การตลาด การขาดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพอาจทำให้ชุมชนไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้การทำงานไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านรายได้ตามที่คาดหวัง รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ไปไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

3. ด้านบุคลากร การขาดบุคลากรที่ทันสมัย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ การเข้าใจและใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพจึงดูเป็นเรื่องยาก อีกทั้งส่งผลต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

4. ผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยที่การท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมและวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยว หรือความเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยึดอัดไม่ต้องการ

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยียุคปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง หรือยูทูบเบอร์ที่เป็นผู้ถ่ายทอดรายการเชิงท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเผยแพร่ออกไป สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างแบบไวรัลและส่งผลการสร้างรายได้จากแฟนคลับที่เป็นฐานเสียงติดตามมาท่องเที่ยว

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอุทัยธานี

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดย

1. การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ การรวมกลุ่ม กลุ่มองค์กรอิสระที่จัดตั้งโดยชุมชนและดูแลขับเคลื่อนพันธกิจอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้าน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการ

สร้างรากฐานให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและสามารถจัดการตนเองได้ เกิดความเชื่อถือ ที่จะส่งผลให้การ
ทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมี
ส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริงรวมถึงการสนับสนุนศิลปิน
ท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถ
สร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมคนรุ่นใหม่เข้ามาส่วนร่วม ซึ่งหากระดมสมองกันก็อาจ
สามารถมองเห็นศักยภาพแบบอื่นๆ การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบใหม่ที่ตรงกับ
ความสนใจของนักท่องเที่ยว

3. การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการ
นักท่องเที่ยว, การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวบ้านมี
เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งมีทักษะความรู้ในการบริหาร
จัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ

4. สร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างสถานที่
ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การสร้างสถานที่จัดแสดงศิลปะหรือการ
สร้างศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสดงสถานที่สำหรับเรียนรู้ประวัติศาสตร์และ
วัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งการสร้างสินค้าจากศิลปะท้องถิ่น หรือการพัฒนาสูตรอาหารพื้นเมือง เช่น
ชุมชนโรงน้ำแข็งพัฒนาอาหารแปรรูปจากปลาแรด จนสามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดี

5. การประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยเฉพาะการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายต้องสนับสนุนชุมชนในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว
เพื่อเพิ่มโอกาสด้านเศรษฐกิจ สร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวได้จริง เช่น การใช้สื่อออนไลน์, การเข้า
ร่วมในงานแสดงสินค้า, และการสร้างแบรนด์ท้องถิ่น

6. ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยสร้างสถานการณ์ที่มีความท้าทาย เพื่อเป็น
การดึงคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาขับเคลื่อน เข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
แต่ละพื้นที่ รวมไปถึงเป็นการร่วมอนุรักษ์ความดั้งเดิมและจริงแท้ของชุมชน ซึ่งอาจเป็นการจัดประกวด
แข่งขันเพื่อดึงศักยภาพคนรุ่นใหม่ เช่น ประกวดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวให้โดนใจ ประกวดการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น

7. ควรได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากภาครัฐ ทั้งในด้านงบประมาณ การเพิ่มพูน
ความรู้ทางการท่องเที่ยว หรือการตลาด จนกว่าแต่ละชุมชนจะมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะสามารถ
บริหารจัดการด้วยชุมชนเองได้

5.1.3 สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี

1. แนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี ทีมวิจัย สรุปแนวทางการตลาด โดยยึดทฤษฎีอั่งอิงโมเดล IMC (Integrated Communications in Marketing) ซึ่ง IMC โดย (Percy 1997) เป็นการประยุกต์ใช้ 7Ps ประยุกต์ได้เป็นแนวทางการสื่อสารการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นรายละเอียดแนวทางดังนี้

(1) Branding strategy ข้อเสนอแนะในการมุ่งตระหนักถึงการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองอุทัยธานีที่เหมาะสม (Positioning) บนพื้นฐานทรัพยากรท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Product) อาทิ การกำหนดให้อุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่โดดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน บนวิถีชีวิตเรียบง่าย Slow life และใกล้ชิดธรรมชาติ การสร้างแบรนด์นี้ เป็นวิธีการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิผลในระยะยาว เนื่องจากทำให้นักท่องเที่ยวจดจำภาพของเมืองอุทัยธานี ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีกิจกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ ไม่ไกลจากตัวเมืองให้เยี่ยมชม

(2) Public Relations การประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางพื้นฐานในการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยว สืบเนื่องจากภูมิศาสตร์ทำเลที่ตั้งอุทัยธานีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง และเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่น แต่มีจุดเด่นของเมืองคืออยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้เน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านทำเลที่ตั้งได้ อาทิ เป็นเมืองรองต้องห้ามพลาด หรือเมืองรองที่ต้องแวะเที่ยว ตามการตลาดที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เคยทำมาเดิมจนปัจจุบัน รวมถึงการรวมตัวของภาคีเครือข่ายท่องเที่ยวในการทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมร่วมกัน

(3) Social media การทำการตลาดผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ในสื่อช่องทาง (Place) ที่เหมาะสม อันเป็นที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากเข้าถึงผู้ชม หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เร็วที่สุด ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ การให้สื่อผู้มีอิทธิพล (Influencer/ Youtuber) มาท่องเที่ยวชุมชนและร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวตามวิถีอุทัยที่มีเสน่ห์ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยวิถีท่องเที่ยว

(4) Advertising เน้นการโฆษณาที่น่าสนใจ สามารถนำเสนอโฆษณาได้ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ในข้อเสนอแนะนี้อาจเสริมการทำ Promotion ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการจับจ่ายใช้สอยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

(5) Direct Selling การขายตรง ข้อเสนอแนะเป็นลักษณะการขายตรงจาก ชุมชน สู่อุปกรณ์เป้าหมายนักท่องเที่ยว จากผลการวิจัยเบื้องต้น พบช่องว่างของการทำการสื่อสารประเภท Direct selling กล่าวคือ วิถีชุมชนอุทัย ที่มีการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ยังคงรักษาวิถีชีวิตในรูปแบบเดิม ที่

ทักษะในการใช้เทคโนโลยียังอยู่ในระดับเริ่มต้นพื้นฐาน หรือยังไม่สามารถสร้างหรือจัดการเทคโนโลยีของชุมชนตนเองให้ส่งอิทธิพลในการทำการตลาดแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ส่วนใหญ่ชุมชนจะมีการขายโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนผ่านความร่วมมือภาครัฐบาลส่วนท้องถิ่น หรือ การบอกต่อของนักท่องเที่ยว และเครือข่ายท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวเท่านั้น ทั้งนี้จากจุดช่องว่างนี้ ในข้อเสนอแนะทางการตลาดจึงสรุปข้อเสนอให้เกิดการพัฒนาทักษะชุมชน ทางด้านการขายตรงผ่านเทคโนโลยีที่เหมาะสม

2. พัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว ทีมวิจัยร่วมกันสร้างผลผลิตจากการวิจัย จำนวน 2 ระบบ ซึ่งเป็นไปตามผลผลิตวิจัยที่ตั้งเป้าไว้ ตามรายละเอียดนี้

ระบบที่ 1 การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ แนะนำการท่องเที่ยวชุมชน เป็นสื่อตามรายละเอียดลิงค์แนบดังนี้

<https://www.youtube.com/watch?v=gEkAYWiYmtw>

ที่มาลิงค์: ทีมวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร

ทีมวิจัยพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ ภายใต้กรอบการสนับสนุน “การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์” ของอุทัยธานี ตามแผนพัฒนากรอบงานวิจัยท่องเที่ยวเมืองอุทัย เนื้อหารายละเอียด เป็นการเจาะลึกถึงการท่องเที่ยวชุมชน ทั้ง 3 ชุมชน ในพื้นที่วิจัยได้แก่ ชุมชนบ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง ชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง และชุมชนบ้านสะนอ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และเนื้อหาภายในสื่อคลิปวิดีโอจะมุ่งเน้นการแสดงให้เห็นชัดถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ด้านการดำเนินเนื้อเรื่อง (Story-telling) เน้นการนำเสนอวิถีชีวิตที่เนิบช้า และมีเสน่ห์ของเมืองอุทัย ซึ่งเป็นไปตามข้อเสนอแนะจากภาครัฐบาล รวมถึงนำเสนอมิตรไมตรี วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน มีการเชื่อมโยงเนื้อเรื่องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน ตลอดจนวิถีอัตลักษณ์อุทัยธานี

นอกจากประเด็นสำคัญของผลผลิตการวิจัยในการสร้างระบบสื่อวีดิทัศน์ในการมุ่งนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้งสามชุมชนแล้ว ทีมวิจัยมุ่งนำเสนอในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ใกล้เคียง เพื่อให้ครบสในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองอุทัยธานี ตามข้อเสนอแนะของภาครัฐบาลและชุมชน ได้แก่ นำเสนอเสน่ห์ของเมืองอุทัยในฐานะเมืองรองท่องเที่ยวที่นำแวะท่องเที่ยว นำเสนอเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตเรือนแพ เรือนแพซึ่งมีเพียงหนึ่งเดียวที่ยังคงอยู่ในเมืองอุทัยธานี วิถีชุมชนของตลาดยามเช้าอุทัยริมแม่น้ำสะแกกรัง นำเสนอสีสันทนของคนเดินที่เป็นตลาดชุมชนยามเย็นขึ้นชื่อสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงตลาดวิถีเกษตรที่อำเภอบ้านไร่ ตอนท้ายของคลิปวิดีโอ เน้นการนำเสนอสินค้า

ท้องถิ่น และของฝากของที่ระลึกขึ้นชื่อของเมืองอุทัย สินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน อาทิ ปลาแรด ปลาแม่น้ำต่างๆ ทั้งปลาสดและแปรรูป ขนมปังสังขยาเมืองอุทัย เป็นต้นฯฯ

สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิต สื่อคลิปวีดิทัศน์ดังกล่าว ทีมวิจัยได้นำลงในช่องทางเว็บไซต์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และทีมวิจัยได้จัดนำส่งมอบต่อไปยังหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องตามระบุในผลผลิตวิจัยได้แก่ ส่งมอบชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 พื้นที่ชุมชน รวมถึงเครือข่ายภาครัฐบาล ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี) การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี และพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี เพื่อประโยชน์แก่ภาครัฐในการทำตลาด เผยแพร่ ให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจที่เกี่ยวข้อง และใช้ข้อมูลวิจัยเป็นพื้นฐานในการต่อยอดเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเมืองอุทัย หรือพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนใกล้เคียงได้ในลำดับต่อไป

ระบบที่ 2 พัฒนาระบบแพลตฟอร์มเว็บไซต์ สำหรับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้ชื่อแพลตฟอร์มเว็บไซต์

<https://www.creativetourism-uthai.com>

เกี่ยวกับการสร้างผลผลิตแพลตฟอร์มเว็บไซต์ ทีมวิจัยทำการเก็บข้อมูลจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน ได้ข้อสรุปความต้องการ และข้อแนะนำให้มีการพัฒนาแพลตฟอร์มเว็บไซต์ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในหลายกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการนำเสนอสื่อภาษาควรใช้ภาษาที่เรียบง่าย เหมาะสม ด้านภาพถ่าย ทีมวิจัยได้เก็บข้อมูลภาพถ่ายของทีมวิจัยด้วยตนเอง (เพื่อป้องกันลิขสิทธิ์ด้านภาพถ่าย) ในการนำเสนอมุมมองภาพ เน้นการนำเสนอภาพที่คมชัด เน้นภาพถ่ายของวิถีชุมชนอย่างเป็นธรรมชาติ และกรอบเนื้อหายังคงมุ่งประเด็นนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวของทั้งสามชุมชนตามกรอบแผนงานโครงการวิจัย การนำเสนอรายละเอียดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ในชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ชุมชน ตลอดจนข้อมูลในการติดต่อชุมชน ข้อมูลสำคัญในการติดต่อทีมวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวที่สนใจ หรือนักวิจัย นักวิชาการที่สนใจขอข้อมูลจากทีมวิจัยเพิ่มเติม นอกจากนี้ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยว ในระบบแพลตฟอร์ม ได้นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สำคัญนำแวะท่องเที่ยวในเมืองอุทัยธานีอีกด้วย อาทิ วัดในจังหวัดอุทัยธานีที่สวยงาม ท่องเที่ยวตลาดชุมชน ชุมชนท่องเที่ยวอื่นใกล้เคียงที่น่าสนใจ จุดเด่นของวิถีชีวิตริมน้ำสะแกกรังในอุทัยธานี รวมถึงสินค้าของฝากของที่ระลึกเมืองอุทัยธานีที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชาวบ้าน เส้นห่มของผู้คนและวิถีที่เรียบง่ายของจังหวัดอุทัยธานี

ในด้านเนื้อหาประกอบภาพของแพลตฟอร์มระบบเว็บไซต์ ทีมวิจัยได้สืบค้นและสรุปข้อมูลโดยทีมวิจัย และมีบางส่วนที่นำมาจากเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (โดยอ้างอิงที่มาข้อมูลของเว็บไซต์

นั้น) เว็บไซต์ดังกล่าว มีทีมนักวิจัยที่สามารถเพิ่มเติมข้อมูลให้ทันสมัยได้ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และเทศกาลท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ในจังหวัดอุทัยธานี

จากผลผลิตวิจัย ทั้งแนวทางการตลาด และระบบเทคโนโลยีทั้ง 2 ระบบ (ระบบคลิกสื่อวีดิทัศน์ และระบบแพลตฟอร์มเว็บไซต์) ดังกล่าวนี้ ทีมวิจัย จะนำส่งผลผลิตดังกล่าว ส่งมอบแด่ผู้เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ ชุมชน และภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ข้อมูลเป็นประโยชน์ในด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวเมืองอุทัยธานี รวมถึงมิติของการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้คลิปสื่อเทคโนโลยีดังกล่าว มุ่งเป้าในการประชาสัมพันธ์ ชุมชนท่องเที่ยว และจังหวัดอุทัยธานี เพื่อกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยวที่สนใจ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อันจะส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจของชุมชน ให้มีรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาสังคม ชุมชนต่อไป

สรุปผลการวิจัยภาพรวม

ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยภาพรวมทั้งหมด 3 แห่ง สามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก คือ บ้านท่าโพ อำเภอนองขาหยา และแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ บ้านสะนา อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอมือง ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บ้านท่าโพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมากจาก 3 ใน 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น โดยศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยวมีระดับศักยภาพสูง

จุดเด่นของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ชุมชนมีความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตชนบทและการประกอบอาชีพ ชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา องค์ความรู้ในชุมชน มีการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน ชุมชนมีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับสภาพของชุมชน

จุดควรพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ความหลากหลายของวิถีวัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สามารถสร้างเรื่องราวการท่องเที่ยวและพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ชุมชนที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้แก่คนในชุมชน ชุมชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

ท่องเที่ยวจากคนรุ่นใหม่ การพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว และการศึกษาและประชาสัมพันธ์ กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะ

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการวางแผนและด้านการตัดสินใจ ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเอง ในส่วนของการวางแผนรายละเอียดการดำเนินงาน รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว จากนั้นสามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ชุมชนมีส่วนร่วมมาก แสดงบทบาทหลักในการดำเนินการในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจะเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆในการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชน เนื่องจากชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ชุมชนมีส่วนร่วมในผลประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การมีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ชุมชนนั้นมีบทบาทหลักด้านการประเมินผล ในฐานะเป็นผู้ประเมินผลงานเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งชุมชนเองก็ทำการประเมินผลโดยการสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ได้แก่ ความต่อเนื่องในการพัฒนาและสนับสนุน การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ ด้านองค์ความรู้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่ยังขาดไป รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ไปไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ด้านบุคลากร การขาดบุคลากรที่ทันสมัย ขาดการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ การท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมและวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยว หรือความเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนยึดถือไม่ต้องการ และการเชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงหรือยูทูบเบอร์ที่เป็นผู้ถ่ายทำรายการเชิงท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเผยแพร่ออกไป สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างแบบไวรัลและส่งผลกระทบต่อการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวกับชุมชนได้

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดยการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้าน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริงรวมถึง

การสนับสนุนศิลปินท้องถิ่น การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยเฉพาะการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นให้มีส่วนร่วมเรียนรู้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ และการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากภาครัฐ ทั้งในด้านงบประมาณ การเพิ่มพูนความรู้ทางการท่องเที่ยวหรือการตลาดจนกว่าแต่ละชุมชนจะมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะสามารถบริหารจัดการด้วยชุมชนเองได้

แนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี มีแนวทาง ดังนี้ Branding strategy ข้อเสนอแนะในการมุ่งตระหนักถึงการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองอุทัยธานีที่เหมาะสมบนพื้นฐานทรัพยากรท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว อาทิ การกำหนดให้อุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่โดดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบนวิถีชีวิตเรียบง่าย การประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางพื้นฐานในการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยว สืบเนื่องจากภูมิศาสตร์ทำเลที่ตั้งอุทัยธานีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง และเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นแต่มีจุดเด่นของเมืองคืออยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้เน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านทำเลที่ตั้งได้ การทำการตลาดผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ในสื่อช่องทางที่เหมาะสมอันเป็นที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากเข้าถึงผู้ชมหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เร็วที่สุด เน้นการโฆษณาที่น่าสนใจสามารถนำเสนอโฆษณาได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ และการขายตรงเป็นลักษณะการขายตรงจากชุมชนสู่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 อภิปรายผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

จากผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สร้างประโยชน์อย่างไรให้กับชุมชน การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามชุมชน คนในชุมชนสามารถใช้ชีวิตตามปกติ ไม่ต้องเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันเพราะชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนาเป็นกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ชุมชนยังคงรักษาความเป็นตัวตนที่แท้จริงเพราะชุมชนต้องใช้ความจริงแท้ นำมาเป็นจุดขายในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ การทำอาหารท้องถิ่น การทำงานฝีมือท้องถิ่น การร่วมเรียนรู้เพลงพื้นบ้านของจริงในชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่นด้วยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างมาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว

เช่น การเลี้ยงปลาแรดซึ่งชุมชนอื่นในประเทศไทยไม่มีหรือไม่ได้โดดเด่นเท่าชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง จังหวัดอุทัยธานี เพราะเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในแม่น้ำสะแกกรัง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นมาเรียนรู้ ทำความเข้าใจวิถีชุมชน เข้าใจวิถีการเลี้ยงแรดในกระชังบ้านโรงน้ำแข็ง เข้าใจวิถีลาวครั่งเกี่ยวกับอาหารการกินและงานฝีมือบ้านสะน้า ได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนร่วมร้องเพลงพื้นบ้าน ทานอาหารสำหรับคาวหวานบ้านท่าโพ เกิดประสบการณ์ที่ประทับใจได้เรียนรู้สิ่งใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวและสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ไม่ต้องรอช่วงเทศกาล นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน สร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนให้ดำรงอยู่ต่อไปอีกทางหนึ่งด้วย จากแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับสร้างประโยชน์อย่างไรกับชุมชนตามแนวคิดทฤษฎีทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ เรียนรู้วิถีสะแกกรัง ผ่านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ บ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานี เรียนรู้เพลงพื้นบ้าน สืบสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี และเรียนรู้วิถีชีวิตชาติพันธุ์ลาวครั่งผ่านอาหารและงานฝีมือ บ้านสะน้า อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี สอดคล้องกับกระบวนการออกแบบการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยเรื่องราว ธรรมชาติ และลีลาของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) ดังนี้

กิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานของทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่นำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาในชุมชน นำมาพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมในลักษณะการลงมือทำอาหารด้วยเมนูต่างๆที่ใช้ปลาแรดเป็นวัตถุดิบหลักในการเรียนรู้ลงมือทำอาหาร เป็นกิจกรรมที่นำภูมิปัญญาเพลงพื้นบ้านมาสาธิตให้นักท่องเที่ยวได้รับชม เรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาและความหมายของเนื้อเพลง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมร้องเล่นเต้นรำ การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านสะน้า สามารถพัฒนาได้ 2 กิจกรรม คือ 1.การเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่น และ 2.การทำงานฝีมือเกี่ยวกับผ้าทอ

ชุมชนมีปราชญ์/ศิลปิน หรือ คนเล่าเรื่อง ที่สามารถออกแบบเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจและเกิดความดึงดูดความน่าสนใจในการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ผลงาน ทั้งสามชุมชนมีปราชญ์ มีศิลปิน และคนเล่าเรื่อง แต่ชุมชนต้องมีการพัฒนา การค้นหาบุคคลสำคัญที่จะมาเป็นผู้ดำเนินการหรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนในอนาคตเพิ่มเติม เช่น ศิลปินท้องถิ่น ช่างฝีมือท้องถิ่น คนเล่าเรื่อง คนสอนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม คนจัดการการตลาด เป็นต้น

การออกแบบกิจกรรมเป็นการได้เรียนรู้จากผู้รู้ที่มีประสบการณ์จริง ได้ร่วมทำสัมผัสจริง ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และได้ความสนุก ทั้งการทำอาหารท้องถิ่น การทำงานฝีมือ และการเรียนรู้เพลงพื้นบ้าน กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้มีส่วนร่วมพูดคุยโต้ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรม ได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปินทุกกิจกรรมทั้งสามชุมชน

กิจกรรมออกแบบโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (สุนทรียภาพ) คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อย่างครบถ้วน เช่น การทำอาหารท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสครบถ้วนทั้งประสาทสัมผัสทั้ง 5 การทำงานฝีมือได้เห็นทั้งรูปร่างของชิ้นงาน ได้กลิ่นของวัสดุอุปกรณ์ ได้ยินเสียงการทำ และสัมผัสชิ้นงานที่ได้เรียนรู้ลงมือทำ เป็นต้น แต่สิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องคำนึงถึงคือสถานที่จัดกิจกรรมมีการออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการเรียนรู้แลกเปลี่ยนและทำกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว จากผลการวิจัยการสำรวจชุมชนต้องพัฒนาเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว รวมทั้งการออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบัน นอกจากนี้การได้ลงมือทำงานฝีมือผ้าทอท้องถิ่น สอดคล้องกับการออกแบบกิจกรรมเปิดโอกาสผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวให้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจจะถึงขั้นสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งผู้มาเยือนและเจ้าของบ้านหรือศิลปิน

ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง ประเด็นสำคัญจากผลการศึกษาด้านศักยภาพด้านพื้นที่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวของบ้านท่าโพ คือ มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสะนา อำเภอบ้านไร่ คือ มีการสืบทอดวิถีชีวิต รวมถึงภูมิปัญญาของชาวลาวครั้ง มีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย เช่นเดียวกับชุมชนบ้านท่าโพ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง มีจุดเด่น คือ มีการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง (สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จังหวัดอุทัยธานีหรือสินค้า GI) รวมถึงมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์โดดเด่นทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวลักษณะเด่นประเภทที่พบได้น้อยแห่งในประเทศไทย เพราะเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำสะแกกรังและแม่น้ำเจ้าพระยาช่วงปลายแม่น้ำสะแกกรังที่ไหลบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยา มีการนำวัตถุภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างรายได้กับชุมชน การแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆ

จากศักยภาพของทั้ง 3 ชุมชนจะเห็นได้ว่าแต่ละชุมชนมีอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเองในการนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากความร่วมมือของคนในชุมชนแล้ว การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และการสร้างเครือข่ายเป็นสิ่งสำคัญที่มีส่วนช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวรจรรย์ เสภาเกลียว และคณะ (2565) ที่ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี กล่าวคือ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานีนั้น ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนควรร่วมมือกันสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว บริหารจัดการ และปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมนำไปสู่การพัฒนาจังหวัดปทุมธานีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับยุทธพงษ์ ลีลาภิกไพศาล (2567) ได้ศึกษาการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตรในลักษณะแหล่งเรียนรู้ในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาสรุปว่าหนึ่งในแนวทางสำคัญที่มีส่วนช่วยในการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตรในลักษณะแหล่งเรียนรู้ในจังหวัดสุพรรณบุรี คือ การเสริมสร้างบทบาทการมีส่วนร่วม การรวมกลุ่มที่เข้มแข็งเปรียบเสมือนตัวจักรสำคัญในการกำหนดกรอบทิศทางและการขับเคลื่อนกลไกการบริหารจัดการในทิศทางที่เป็นประโยชน์ ผลักดันการบูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ควบคู่กันไป

ศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง ประเด็นสำคัญของชุมชนบ้านท่าโพ คือ ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชนระดับสูง และกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสน่าน้ำ อำเภอบ้านไร่ สอดคล้องกับชุมชนบ้านท่าโพ คือ ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้เกิดระดับการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสูง โดย นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจคนในชุมชน เข้าใจวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น หากเกิดการเรียนรู้ร่วมกันหรือการทำกิจกรรมร่วมกัน และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง ชุมชนมีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ทักษะ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชนอยู่ในชุมชนระดับมาก โดยนำสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นการเลี้ยงปลาแรดในกระชังมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว จะเกิดการมีระดับการเรียนรู้มีส่วนร่วม

ร่วมสูง นักท่องเที่ยวจะเกิดความเข้าใจวิถีชีวิตของคนในชุมชน เมื่อเกิดการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ชุมชนทั้ง 3 ชุมชน มีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมถึงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เพื่อเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ที่ต่อกันระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาของ ฐุมจารี ปาลอภิ ไตร (2562) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของชุมชน กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ทำให้การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป การท่องเที่ยวเชิงทางเลือกอย่างการท่องเที่ยวชุมชน จึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมและรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการ การดำเนินกิจกรรม การกำหนดทิศทางและตัดสินใจ เพื่อส่งเสริมความภาคภูมิใจในชุมชนของตน โดยมีการนำวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวมาจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และมีปฏิสัมพันธ์ทางบวกผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ รุ่งทิศา ทาน้ำ และอชิป จันท์สุริย์ (2563) ที่ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นบนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ซึ่งผลการศึกษาได้กล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นบนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า ด้านการมีส่วนร่วม (Participation) นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเยี่ยมชมวิถีชีวิตผ่านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในชุมชน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Learning and Knowledge Sharing) โดยชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเห็นคุณค่าในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงด้านประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน (Experience) การท่องเที่ยววิถีถิ่นทำให้เกิดประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เพราะนักท่องเที่ยวมาด้วยใจที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิต ได้รับประสบการณ์ที่มีความแตกต่าง และซึมซับความหลากหลายของชาติพันธุ์ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ที่ต้องการสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมเพื่อตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมาก มี 1 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง ซึ่งจุดเด่นของชุมชนบ้านท่าโพ คือ ชุมชนมีการจัดตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่าง ๆ ที่เกิดจากชุมชนในท้องถิ่น

และมีบทบาทหลักในการจัดการการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้ภายในชุมชนจากการให้บริการการท่องเที่ยวให้กับผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคีอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 2 แห่ง ได้แก่ บ้านสะพาน อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอมือง มีความสอดคล้องกับชุมชนบ้านท่าโพที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้ภายในชุมชนและสร้างรายได้เสริมจากอาชีพหลักให้กับคนในชุมชนที่ส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนมีการทำงานร่วมกันร่วมกับภาคีอื่น ๆ ภายในและภายนอกชุมชน

จุดเด่นของทั้ง 3 ชุมชนในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น คือ ทุกชุมชนเป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และยังได้รับความร่วมมือในการพัฒนาทั้งจากคนภายในชุมชนและหน่วยงานภายนอกชุมชนเป็นอย่างดี ทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน จากการศึกษาของ นนทวรรณ ส่งเสริม (2562) ที่ศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมโดยชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : พื้นที่ศึกษาในประเทศไทย กล่าวว่า การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีการปฏิรูปแนวทางการจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการกลุ่ม ทั้งการสร้างกลุ่ม การพัฒนาศักยภาพ และการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชนที่เป็นรูปธรรมในเชิงการเรียนรู้ ทำให้นักท่องเที่ยวได้มาซึ่งประสบการณ์ ในขณะที่สมาชิกในชุมชนสามารถรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับอันนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่นเดียวกับเสาวรจรรย์ เสภาเกลียว และคณะ(2565) ที่ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชน จังหวัดปทุมธานี ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่าชุมชนที่เข้มแข็งและเครือข่ายที่พร้อมสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการรองรับด้านการท่องเที่ยว ได้ 1 กลุ่ม คือ

- แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มี 3 แห่ง ได้แก่ บ้านท่าโพ อำเภอนองขาหย่าง บ้านสะพาน อำเภอบ้านไร่ และบ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอมือง ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ชุมชน มีศักยภาพที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะอาดขั้นพื้นฐานซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และยังสามารถพัฒนาต่อไปในอนาคตได้ โดยเฉพาะปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด หากมีการบริหารจัดการที่ดีจะส่งผลต่อประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย อีกทั้งยังส่งผลต่อความคาดหวังที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน โดย สนธิสัญญา สุวรรณราช และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เพื่อการอนุรักษ์และสืบสานวิถีชีวิตชุมชน บ้านทุ่งมานเหนือ ตำบลบ้านเป้า อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยสำคัญตามหลัก 6A's ของการจัดการการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ซึ่งหนึ่งในปัจจัยนั้นเป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อมสะอาด ที่ประกอบไปด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านกิจกรรม ด้านที่พัก ด้านสิ่งแวดล้อมสะอาด และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว หากการบริหารจัดการเป็นไปในทิศทางที่ไม่ดี ทางชุมชนต้องนำไปพิจารณาและปรับปรุงแก้ไข เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และคณะ (2563) ที่ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดตรังอย่างมีส่วนร่วม และผลการศึกษาสະท้อนให้เห็นว่าด้านสิ่งแวดล้อมสะอาดนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวแล้วกลับไม่เป็นที่คาดหวังไว้ เนื่องจากสิ่งแวดล้อมสะอาด เช่น ร้านค้าชุมชน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ ที่คอยให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารยังมีไม่เพียงพอ ส่งผลต่อความคาดหวังและประสบการณ์ในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

5.2.2 อภิปรายผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นเพื่ออภิปรายผลได้ดังนี้ การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยพบว่าชุมชนมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนในด้านการดำเนินการจากบทบาทเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆ ในการท่องเที่ยวเนื่องจากชุมชน ชาวบ้านเป็นภาคส่วนที่รู้จักและเข้าใจในทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนพื้นที่มากที่สุด ชุมชนมีส่วนร่วมผลประโยชน์มากเนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่นและยังมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวด้วย สอดคล้องกับกันตชา ศรีอยุธยา (2564) การมีส่วนร่วมในด้านผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการเป็นชุมชนท่องเที่ยวโดยรายได้กระจายสู่ชุมชนโดยแท้จริงเพราะชุมชนเป็นผู้ประเมินค่าบริการในการทำกิจกรรมด้วยตนเองและรับค่าบริการจากนักท่องเที่ยวด้วยตนเองไม่ผ่านทางภาครัฐหรือหน่วยงานใดและยังเป็นการสร้างอาชีพเสริมให้กับประชาชนและผู้สูงอายุภายในชุมชนโดยการทำผลิตภัณฑ์ขายภายในศูนย์การเรียนรู้ และช่วยส่งเสริมให้เยาวชนภายในชุมชนมีกิจกรรมในช่วงวันหยุดมี

รายได้เสริม และส่วนร่วมการประเมินผล ในมิติของการประเมินผลเอง จากการสอบถามโดยตรงกับนักท่องเที่ยวนในแต่ละกิจกรรมท่องเที่ยว และเป็นผู้ทำการประเมินผลให้กับภาครัฐอีกที

ชุมชนมีบทบาทไม่มากนักในด้านการวางแผน เนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณที่ทางภาครัฐได้รับการจัดสรรมา การวางแผนตามกรอบนโยบายการพัฒนาพื้นที่ แต่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเองในส่วนของการวางแผนรายละเอียดของแผนงานย่อย รายละเอียดการดำเนินงาน จากนั้นก็สามารถร่วมกันตัดสินใจกับภาครัฐได้ ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษฎีวัชร วลีตานนท์ และเพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ (2565) ศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร สรุปด้านปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนแสดงให้เห็นถึงบุคคลต่าง ๆ ในชุมชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนของการพัฒนาชุมชนด้วยความสมัครใจ ตั้งแต่เข้ามาศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ถึงสาเหตุและที่มาของปัญหา ร่วมกันวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาของตนเอง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แสดงออกในรูปแบบของการสร้างความร่วมมือ ร่วมปฏิบัติงาน ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนร่วมกับวิทยาการที่เหมาะสม รวมถึงการเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม ตลอดจนติดตามประเมินผล และรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือแผนการดำเนินงาน และจากการศึกษาของรัชติยาพร อภิวรรณรัตน์ ทรงพร อ่อนนาเรนทร์ และภูริวัจน์ เดชอ่อม (2560) ซึ่งศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตามคำคืนของเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งพบว่ารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตามคำคืนของเกาะรัตนโกสินทร์ นั้น การมีส่วนร่วมในขั้นการตัดสินใจหน่วยงานภาครัฐจะเรียกประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อหารือร่วมกัน แต่พบว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกนำไปพัฒนาจริง เนื่องจากชุมชนไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ ในขั้นการปฏิบัติ หน่วยงานภาครัฐมีความสามารถที่จะปฏิบัติตามแผนงานที่ได้รับมอบหมายไว้ได้ ส่วนชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการปฏิบัติโดยการสนับสนุนด้านต่างๆ ในขั้นรับผลประโยชน์ หน่วยงานภาครัฐไม่ได้มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ทางตรง ในขณะที่ชุมชนที่เป็นย่านการค้าจะได้รับผลประโยชน์จากรายได้ที่เข้ามาจากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ และในขั้นการติดตามผลและประเมินผลสรุปได้ว่าการติดตามและประเมินผลขึ้นอยู่กับภาครัฐเป็นหลัก ในขณะที่สิรินภา จงเกษกรณ์ (2564) ศึกษาการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวาย ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับและแบ่งผลประโยชน์ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94) ด้านการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูล มีส่วนร่วมอยู่ในระดับ

น้อย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07) ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06) และต่ำที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73)

ปัญหา อุปสรรค ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน สามารถสรุปได้ดังนี้ปัญหา คือขาดการพัฒนาและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ การเปลี่ยนผู้บริหารส่งผลต่อแผนนโยบายงบประมาณในการสนับสนุนและการพัฒนาชุมชน บางกิจกรรมที่จัดทำไปแล้วแต่ไม่มีการสานต่อ ชุมชนขาดองค์ความรู้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การขาดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพอาจทำให้ชุมชนไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมาย รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจ และขาดการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ วันโชค หุ่นผดุงรัตน์ (2564) การศึกษาทุนทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหอย่อมบ้านวังไผ่ ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าหมู่บ้านหอย่อมวังไผ่เป็นชุมชนที่มีศักยภาพเป็นอย่างมาก และมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน อย่างไรก็ตามชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยว เช่น การใช้ระยะเวลาที่นานเกินไปในการล่องแพ การคิดค่าบริการล่องแพที่ไม่เหมาะสม และขาดทักษะการทำแพที่คงทนเป็นต้น ในส่วนของการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นพบว่า มีชาวบ้านเพียงบางส่วนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามชาวบ้านทุกคนสนับสนุนและเห็นด้วยต่อการจัดการท่องเที่ยว และอยากมีส่วนร่วมแต่เนื่องจากขาดความพร้อมในการเข้าร่วม เช่น อยากทำโฮมสเตย์แต่ที่พักไม่มีความพร้อม หรือในกรณีที่บ้านพักมีความพร้อมแต่ก็ไม่มีแรงงานคอยดูแลเป็นต้นและเงินทุนสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งขาดหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้และพัฒนาชุมชนอย่างจริงจัง ซึ่งแม้จะมีความตั้งใจที่จะพัฒนาชุมชนแต่เมื่อขาดปัจจัยและทุนทรัพย์ก็ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างลำบากทั้ง ๆ ที่มีศักยภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล (2561) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ที่พบว่าปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานีเกิดจากการเศรษฐกิจเติบโตอย่างช้าๆ เนื่องจากรายได้ในชุมชนน้อย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือในการสร้างจุดสนใจ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและจริงจัง ขาดการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ด้านการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการใช้เทคโนโลยี คนรุ่นใหม่ไม่มาสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในส่วนของข้อเสนอแนะของชุมชนเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยียุคปัจจุบัน ในยุคดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง หรือยูทูบเบอร์ที่เป็นผู้ถ่ายทำรายการเชิงท่องเที่ยวใน

พื้นที่เพื่อเผยแพร่ออกไป สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างแบบไวรัลและส่งผลต่อการสร้างรายได้จากแฟนคลับที่เป็นฐานเสียงติดตามมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานของวีระ แก่นเพชร (2564) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล ซึ่งมีผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลของประเทศไทยประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1. การปรับกระบวนการทำงานเข้าสู่ระบบดิจิทัล โดยการจัดทำโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบการสื่อสารและระบบดิจิทัลให้แก่ผู้บริโภค 2. การผลักดันการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยการกระตุ้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบการสื่อสารและระบบดิจิทัล 3. ทำการตลาดบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมในเชิงออนไลน์ เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย ให้ความสอดคล้องกับกิจกรรมที่ออกแบบออนไลน์ และ 4. การสื่อสารบนช่องทางที่หลากหลาย โดยการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดย

1. การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ การรวมกลุ่ม กลุ่มองค์กรอิสระที่จัดตั้งโดยชุมชนและดูแลขับเคลื่อนพันธกิจอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้าน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างรากฐานให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและสามารถจัดการตนเองได้ เกิดความเชื่อถือ ที่จะส่งผลให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐชา ลี้ปัญญาพร และปริญญารุจน์โพธิ์ (2564). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครึ่งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน บ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม พบว่าแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชน ประชาชน และประชาชนในชุมชน รวมทั้งต้องมีแรงสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ พร้อมทั้งมีดำเนินการอย่างต่อเนื่องถึงจะยั่งยืน ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับการศึกษาของนิจพร แสงสุขเอี่ยม(2565) ศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมกรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร พบว่ามีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมเพื่อรับฟังความเห็น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การให้บริการชุมชนและนักท่องเที่ยว กิจกรรมด้านการศึกษาและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมด้านการพัฒนาพื้นที่ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรในชุมชน กิจกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด และกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือคนใน

ชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว สอดคล้องกับกลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน เนื่องจากให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วม มีการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และคำนึงถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยว

2. ส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น สร้างสินค้าจากศิลปะท้องถิ่น หรือการพัฒนาสูตรอาหารพื้นเมือง โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริงรวมถึงการสนับสนุนศิลปินท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมคนรุ่นใหม่เข้ามาส่วนร่วม ซึ่งหากระดมสมองกันก็อาจสามารถมองเห็นศักยภาพแบบอื่นๆ การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบใหม่ที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นพรัตน์ ทรงสายชลชัย ผกามาศ ชัยรัตน์ และ ชมพูนุช จิตติถาวร (2565) พบว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พัฒนาให้เป็นเมืองที่รักษาความเป็นมรดกของท้องถิ่นไว้ ส่งเสริมงานประเพณีที่ขึ้นชื่อของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเพื่อสร้าง จุดสนใจ ช่วยกันสร้างวัฒนธรรมที่มีอยู่แต่เดิมให้มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายเข้าถึงง่ายโดยการร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและคนในท้องถิ่น ส่งเสริมสินค้า OTOP เพื่อเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมบูรณ์และยั่งยืน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวทางการทำการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2559 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2559) ที่มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความรักและความภูมิใจในความเป็นไทยให้แก่คนไทย กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ เจาะกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพการซื้อสูง โดยนำเสนอสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่ม

3. การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การบริการนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี การประชาสัมพันธ์และการตลาด และการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวบ้านมีเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งยังมีทักษะความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ สอดคล้องกับกันตชา ศรีอยู่ (2564) โดยพบว่าแนวทางสร้างการมีส่วนร่วม ของชุมชนโอท็อปวิถี บ้านต้นโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ การสร้างความรู้ ความเข้าใจในด้านของการท่องเที่ยวแก่ประชาชนและพัฒนาศักยภาพประชาชนเพื่อให้ประชาชนภายในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและสามารถรองรับ นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

4. ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยสร้างสถานการณ์ที่มีความท้าทาย เพื่อเป็นการดึงคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาขับเคลื่อน เข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ละพื้นที่ รวมไปถึงเป็นการร่วมอนุรักษ์ความดั้งเดิมและจริงแท้ของชุมชน ซึ่งอาจเป็นการจัดประกวดแข่งขันเพื่อดึงศักยภาพคนรุ่นใหม่ เช่น ประกวดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวให้โดนใจ ประกวดการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น สอดคล้องกับอิสระพงษ์ พลธานี (2560) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน ที่พบว่าควรส่งเสริมการรณรงค์ให้พ่อแม่ ผู้ปกครองชักชวนบุตรหลานให้มีความตระหนักหรือสำนึกรักบ้านเกิดมากขึ้น โดยการนำเสนอจุดเด่นในการชักจูงให้กลุ่มเยาวชนที่ถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสู่ความยั่งยืนสนใจที่มาร่วมและช่วยทำงานให้กับตลาดสามชุก ต้องมีการจัดกิจกรรมหรือให้คนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเห็นถึงความล้มสลายหากคนในชุมชนและพ่อค้า แม่ค้า ยังให้ความร่วมมือในระดับน้อย ควรมีการจัดการอบรมหรือจัดกิจกรรมภายในชุมชนเพื่อเป็นการปรับความเข้าใจ พัฒนาจิตใจ และจิตสำนึก เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

5. ควรได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากภาครัฐ ทั้งในด้านงบประมาณ การเพิ่มพูนความรู้ทางการท่องเที่ยว หรือการตลาด จนกว่าแต่ละชุมชนจะมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะสามารถบริหารจัดการด้วยชุมชนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐชา ลีปัญญาพร และปริญญา หุ่นโพธิ์. (2564). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน บ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม พบว่าควรมีภาครัฐเข้าการบูรณาการร่วมกันของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างงานและกิจกรรมที่ต่อเนื่อง

5.2.3 อภิปรายผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

จากผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ ที่วิจัยสามารถสรุปข้ออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 ได้เป็น 2 ประเด็นหลักดังนี้

ประเด็นที่ 1 เกี่ยวกับแนวทางการตลาด ในผลวิจัย กรอบแนวทางการตลาดที่ประยุกต์โมเดล IMC สำหรับการสื่อสารการตลาดองค์กร มาใช้กับการสื่อสารการตลาดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน สามารถวิเคราะห์และอภิปรายผลดังกล่าวได้ว่า แนวทางการตลาดที่ดีเหมาะสม สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภท การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนของเมืองอุทัย คือ การสร้าง Branding ให้อุทัยธานี เป็นเมืองที่มีเสน่ห์การท่องเที่ยวประเภท กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนที่น่าสนใจ บนความเรียบง่ายในวิถีชีวิตชุมชนแบบ Slow life อีกทั้งอัตลักษณ์ต่างๆ ของคนเมืองอุทัย ที่ใกล้ชิดความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ การทำสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นเนื้อหาไปที่ตัวชุมชน (บุคคลทางการท่องเที่ยว: People) มีบทบาทสำคัญในการทำประชาสัมพันธ์ข้อมูลในด้านต่างๆ ของชุมชน (Tourism

Product) นำเสนอเรื่องราวประเภท จุดเด่นของชุมชนที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เน้นให้ชุมชน นำเสนอแหล่งท่องเที่ยว และภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบแท้จริงที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน โดยมีต้องทำการ สร้างสิ่งใดเพิ่มเติมเพื่อความสมบูรณ์ เนื่องจากบางครั้ง เสน่ห์ในการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว คือ “ความ บิดแห่ง” ของชุมชนในท้องถิ่น ที่วิถีชีวิตคนเมืองไม่มี นอกจากนี้ กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ที่ มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่าง “เจ้าบ้าน” และ “ผู้มาเยือน” ช่วยสร้างความ น่าสนใจในชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้แนวทางการตลาดที่จะสำเร็จเพื่อสร้างแบรนด์ให้นักท่องเที่ยว ตระหนักรับรู้ถึง Positioning การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ชุมชนได้นั้น จะต้องมีพื้นฐานของความร่วมมือกัน ระหว่างภาคีท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ในการทำความร่วมมือกัน จัดทำโปรแกรม การนำสื่อเผยแพร่เพื่อการ ขยาย การทำโปรโมชันเพื่อประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว กระตุ้นการเดินทาง และการกลับมาซื้อซ้ำของกลุ่ม นักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์เบื้องต้นดังกล่าวเกี่ยวกับผลวิจัยทางด้านแนวทางการตลาด ที่เกี่ยวกับหลักใน การดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านกายภาพแวดล้อมชุมชน ความน่าสนใจของชุมชน และมิตรไมตรีของ ชุมชน สอดคล้องกับผลวิจัยในงานวิจัยของ ฤดี (2563) ที่มีประเด็นสำคัญในงานวิจัยกล่าวว่า การส่งเสริม การตลาดในการท่องเที่ยวชุมชน ตัวชุมชนจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยการนำเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ที่เด่นของชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว มีการแบ่งส่วน ประสมทางการตลาดท่องเที่ยวเหมาะสม รวมถึงมีการจัดเทศกาลท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมฤดูกาลท่องเที่ยว มี การพัฒนาตัวชุมชนหรือบุคคลากร เพื่อให้มีความรู้ในพื้นที่ชุมชน บริหารจัดการได้ การให้บริการทางการ ท่องเที่ยวชุมชนต้องเรียบง่าย เป็นระบบ โดยเครื่องมือสำคัญของการประสบความสำเร็จในการท่องเที่ยว ชุมชนคือ การส่งเสริมการตลาด เน้นการสร้างแบรนด์ที่เป็นจุดขาย ตราสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ลูกค้าจดจำ ประทับใจและกลับมาซื้อซ้ำตามวงจรทางการตลาด เช่นเดียวกับ ศรีัญญา (2559) ที่ ได้ทำการได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวยั่งยืน พบที่น่าสนใจในผลวิจัย เกี่ยวกับ การจัดวาง Marketing Mix ในด้านราคา (price) ที่เหมาะสมกับคุณภาพ การประชาสัมพันธ์ (Public relation) ที่จะต้องทำการอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับข้อเสนอแนะแนวทางการตลาดในผลวิจัย ที่สรุปว่า จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ Public relation รวมถึงการ โฆษณา Advertising เพื่อสร้าง Branding ของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนที่นับเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism product) อย่างมีคุณภาพ

นอกจากการวิเคราะห์ผลวิจัยในเบื้องต้นนั้น แนวทางที่น่าสนใจจากผลวิจัย อันเป็น จุดช่องว่างที่ พบในงานวิจัยนี้ (Gap of development) คือ การมุ่งพัฒนาบุคลากร (ชุมชน) ให้มีความรู้และทักษะที่

เหมาะสม ทางด้านเทคโนโลยี เพื่อใช้เทคโนโลยีมาส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยววิถีชุมชน และกิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชน

สำหรับข้อเสนอแนะเสริมจากการอภิปรายที่น่าสนใจจากประเด็นดังกล่าวที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะนำมาปรับใช้ได้ ได้แก่ แนวทางในการทำการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในช่วงปี 2559 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2559) ที่มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความรักและความภูมิใจในความเป็นไทยให้แก่คนไทย กระตุ้นค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ เจาะกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพการซื้อสูง ได้แก่ตลาดสูงวัย กลุ่ม GEN Y ให้เดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายมากขึ้น โดยนำเสนอสินค้า บริการทางการท่องเที่ยว ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ตอบโจทย์ความต้องการ การใช้ชีวิต กลยุทธ์กระจายพื้นที่และช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางคือ ส่งเสริมตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ให้เดินทางวันธรรมดาควบคู่กับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในวันธรรมดา และสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม มีแนวทางคือ เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Green tourism ในกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน จากในประเด็นผลวิจัย จะเห็นได้ว่า ทีมวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน เพื่อเน้นในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน และผนวกด้วยการกระตุ้นการท่องเที่ยวในจุดอื่นใกล้เคียงชุมชน รอบจังหวัดอุทัยธานี ผ่านแพลตฟอร์มสื่อคลิป์วีดีโอ และเว็บไซต์ สำหรับเนื้อหา ประกอบไปด้วย การนำเสนอเรื่องราวของชุมชน เสน่ห์ชุมชน และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่ละชุมชน ผ่านตัวละครหลักในการนำเสนอคือ ตัวชุมชนที่มีมิตรไมตรี ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังเสริมเนื้อหารายละเอียดเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในแหล่งน่าสนใจอื่นๆ ภายในจังหวัดอุทัยธานี ทั้งนี้เนื้อหาและการกำหนดออกแบบสื่อดังกล่าว มาจากความร่วมมือระหว่างทีมวิจัยและผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง นำเข้าข้อมูลโดย ทีมงานไอทีตามข้อสรุปจากการวิจัย การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ระบบเทคโนโลยี ทั้งสองระบบนี้ ทำการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ของคณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร และทำการส่งมอบแก่ภาครัฐบาลและชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อเผยแพร่สื่อดังกล่าว

จากการวิเคราะห์ผลวิจัย จะเห็นได้ว่าการออกแบบเทคโนโลยีทั้งสองระบบ เป็นการเริ่มต้นการปรับกระบวนการแนวทางการตลาด หรือวิถีชุมชนให้ผลนับเป็นการผลักดันการนำเสนอสื่อ ข้อมูลข่าวสารให้เข้าสู่ระบบดิจิทัล เน้นการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องไปตามกรอบงานวิจัยโดย วีระ แก่นเพชร (2564) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล ซึ่งมีผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวข้องเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลของประเทศไทย ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ (1) การปรับกระบวนการทำงานเข้าสู่ระบบ

ดิจิทัล โดยการจัดทำโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบการสื่อสารและระบบดิจิทัลให้แก่ผู้บริโภค (2) การผลักดันการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยการกระตุ้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบการสื่อสารและระบบดิจิทัล (3) ทำการตลาดบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมในเชิงออนไลน์ เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย ให้ความสอดคล้องกับกิจกรรมที่ออกแบบออนไลน์ และ (4) การสื่อสารบนช่องทางที่หลากหลาย โดยการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจากผลการวิจัยทั้ง 4 ข้อนี้ ตรงประเด็นกับความมุ่งหมายของทีมนักวิจัยในการสร้างผลผลิตเพื่อผลประโยชน์ในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชน ด้วยสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยี

นอกจากนี้ ตามข้อมูลวิจัยโดย กิรติ ประเสริฐยิ่ง (2560) ที่สะท้อนผลวิจัย ในรูปแบบการสร้างผลผลิตประเภทเว็บไซต์ ว่าจะต้องมีความน่าสนใจ ซึ่งกิรติ จะทำการศึกษาในเชิงการปรับตัวของนิตยสารที่เข้าสู่รูปแบบการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ พบข้อที่น่าสนใจว่า การนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารและเว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นข้อมูลเดียวกัน ไม่แตกต่างกันที่รูปแบบของการนำเสนอ รูปแบบของนิตยสาร และเว็บไซต์ จะต้องนำเสนอไปคู่กันเพื่อทำการสื่อสารถึงลูกค้าในทุกช่องทาง และประเด็นที่สำคัญสำหรับเว็บไซต์คือ เนื้อหารายละเอียดที่ปรากฏบนเว็บไซต์จะต้องมีความน่าสนใจ มีคุณภาพที่ดี เพราะถ้าผลิตสื่อเนื้อหาและภาพที่ดี จะส่งผลให้ลูกค้า หรือผู้อ่าน แคร่ข้อมูลออกไปได้มาก นับเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีมาก และเมื่อเว็บไซต์ หรือองค์กร เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในวงกว้าง ก็อาจจะมีสปอนเซอร์เข้ามาร่วมลงทุนด้วยเป็นหนทางการสร้างรายได้แก่เว็บไซต์ และในการสร้างเว็บไซต์ ผู้อ่านมักจะให้ความสำคัญต่อเว็บไซต์ที่สวยงามเป็นหลัก การให้ข้อมูลที่เข้าใจ ข้อมูลเนื้อหาครบถ้วน และชื่อเสียงหรือความเชื่อถือได้ของผู้ผลิตสื่อ ก็เป็นอีกปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความเชื่อใจของผู้อ่าน เพราะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ โดยผลวิจัยดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวทางการสร้างผลผลิตประเภทสื่อเว็บไซต์ และคลิพวิดีโอ ที่มุ่งเน้นการนำเสนอตัวบุคคลชุมชน สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน มุ่งเน้นกิจกรรมสร้างสรรค์ของชุมชนที่น่าสนใจ ผ่านการสร้างเรื่องเล่า และภาพและสื่อที่มีความสวยงาม ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

อภิปรายผลการวิจัยภาพรวม

ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยภาพรวมทั้งหมด 3 แห่ง พบว่าจุดเด่นของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ชุมชนมีความจริงแท้และดั้งเดิมของวิถีชีวิตในชุมชน วิถีชีวิตชนบทและการประกอบอาชีพ ชุมชนมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา องค์ความรู้ในชุมชน มีการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น ชุมชนมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในชุมชน

สอดคล้องกับชัยณรงค์ ศรีรักษ์ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านโนนทันเป็นชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงมีมรดกภูมิปัญญาโดดเด่น 6 ด้าน คือ 1) ด้านศิลปกรรม 2) ด้านพิธีกรรม ประเพณีและความเชื่อ 3) ด้านเกษตรกรรม 4) ด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น 5) ด้านหัตถกรรม และ 6) ด้านการแพทย์พื้นบ้าน และชุมชนในจังหวัดอุทัยธานีมีความเป็นมาและความต่อเนื่องของการสืบทอดวิถีชีวิตภูมิปัญญา องค์ความรู้ในชุมชน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2565) ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนลาวครึ่งบ้านกุดจอกเป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่โดดเด่นและมีทุนทางสังคมที่น่าสนใจ ประกอบไปด้วยทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ชุมชนมีศักยภาพในด้านการจัดการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีแบบดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่ง รวมทั้งจากงานวิจัยของญาณภา บุญประกอบ และคณะ (2560) พบว่ากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครึ่งในจังหวัดชัยนาทมีภูมิปัญญาอาหารตำรับลาวครึ่งมากมายเช่น ปลาจ๋า ปลาตุ๋นต้มปลาจ๋า แจ่วไก่แกงเห็ดตระไคร้ และขนมแตกข้าวโพด การศึกษานี้ได้นำเสนอขั้นตอนการนำอัตลักษณ์อาหารลาวครึ่งเข้าสู่กระบวนการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์ เพื่อสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่จะช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอตัวอย่างกิจกรรมการทำอาหารแก่ชุมชนลาวครึ่งตามหลักแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุดควรพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ความหลากหลายของวิถีวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สามารถสร้างเรื่องราวการท่องเที่ยวและพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชนที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้แก่คนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของวงศ์ธีรา สุวรรณิน และสุรเชษฐ์ โสวเกียรติรุ่ง (2562) ผลการวิจัยพบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างอาชีพและรายได้ ตลอดจนกิจกรรมการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าชุมชน สามารถนำไปประยุกต์ในพื้นที่อื่นๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวงศ์ธีรา สุวรรณิน และสุรเชษฐ์ โสวเกียรติรุ่ง (2562) เรื่องการพัฒนาชุมชนต้นแบบบนฐานคติวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดหนองคาย ซึ่งผลวิจัยพบว่าการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นต้องเริ่มต้นจากทุกฝ่ายในหมู่บ้านที่ตระหนักถึงความสำคัญในภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละประเภทและมีการถ่ายทอดองค์ความรู้กันอย่างต่อเนื่องทุกระดับ

ศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่าชุมชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจากคนรุ่นใหม่ การพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวและการศึกษาและประชาสัมพันธ์กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะ สอดคล้องกับงานวิจัยของพลฤทธิ์พงศ์ ไชยพหล และอาแว มะแส (2563) เรื่องการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการดำรงชีพในการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่ชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่าชุมชนคีรีวงได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ผ่านการพัฒนากระบวนการผลิต การตลาด และการรวมกลุ่มอาชีพขึ้นอย่างหลากหลายในชุมชน ทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน โดยเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มาจำหน่าย ซึ่งช่วยยกระดับการดำรงชีพ ก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการพัฒนาไปสู่การเป็นชุมชนเข้มแข็ง ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม สิ่งที่ทำทลายสำหรับชุมชนคีรีวง คือ การหาแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ดำเนินควบคู่ไปกับยุทธวิธีการดำรงชีพที่และสามารถรักษาความเป็นชุมชนที่เข้มแข็งได้อย่างยั่งยืน และงานวิจัยของสุนิตา สุตริยะชนาภา และคณะ (2566) เรื่องการยกระดับภูมิปัญญาผ้าทอชุมชนสู่การค้าเชิงพาณิชย์ กรณีศึกษาผ้าทอไทลื้อ บ้านหลวงเหนือ ตำบลหลวงเหนือ อำเภอต๋อยสะแกก๊ก จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันคนในชุมชนมีต้องการต่อยอดผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยทางกลุ่มต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ด้วยการต่อยอดทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ถุงย่าม หมวก มาส์ก และกระเป๋า โดยมีแนวทางในการยกระดับผ้าทอไทลื้อโดยเน้นคุณภาพของผ้าทอให้ดีขึ้นจากเดิม แต่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทลื้อบ้านหลวงเหนือ

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการวางแผนและด้านการตัดสินใจ ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเอง ในส่วนของการวางแผนรายละเอียดการดำเนินงาน รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ แสดงบทบาทหลักในด้านการดำเนินการในด้านการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ชุมชนมีส่วนร่วมในผลประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากมองว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ การมีนักท่องเที่ยวเข้ามาให้ความสนใจ เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นคือความสุข ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ชุมชนนั้นมีบทบาทหลักด้านการประเมินผลในฐานะเป็นผู้ประเมินผลงานเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

สอดคล้องกับงานวิจัยของพระครูใบฎีกาอภิชาติ พรสุทธิชัยพงศ์ และคณะ (2565) เรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและยกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากยกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้ ได้แก่ ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ และงานวิจัยของฐิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2565) เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท ผลการวิจัยพบว่าสิ่งสำคัญที่จะทำให้การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมของลาวครั้ง บ้านกุดจอกให้ประสบผลสำเร็จ คือ ทุกคนจะต้องร่วมกันในการวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนให้มากที่สุดเช่นกัน

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ได้แก่ ความต่อเนื่องในการพัฒนาและสนับสนุน การบริหารภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่องก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในหลายพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชา ลีปัญญาพร และปริญญา หรุ่นโพธิ์ (2564) ซึ่งมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยพบว่าควรมีภาครัฐเข้าการบูรณาการร่วมกันของภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างงานและกิจกรรมที่ต่อเนื่อง ด้านองค์ความรู้ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนที่ยังขาดไป ต้องมีการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมสอดคล้องกับฐิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2565) ผลการวิจัยให้ข้อเสนอแนะว่ารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท ต้องประกอบไปด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน ขั้นที่ 2 ต้องเสริมและยก ระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ ขั้นที่ 3 การจัดกิจกรรมใหม่ ๆ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เชิงผสมผสานวิถีถิ่นและวิถีไทยเข้าด้วยกันอย่างสร้างสรรค์ และขั้นที่ 4 การท่องเที่ยวควรจะเป็นไปในลักษณะการสร้างสรรคที่จะส่งผลบวกและเกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนให้มากที่สุด

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดยการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้านและผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชา ลีปัญญาพร และปริญญา หรุ่นโพธิ์ (2564) เรื่องการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน บ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม ผลวิจัยพบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมต้องอาศัยความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชน ปราชญ์ และประชาชนในชุมชน รวมทั้งต้องมีแรงสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ พร้อมทั้งมีดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ถึงจะยั่งยืนเพราะในชุมชนมีทั้งจุดเด่น จุดแข็ง ของทุนทางวัฒนธรรมลาวครั้ง ที่สามารถพัฒนาและต่อยอดเป็นสินค้าสร้างสรรค์นำไปสู่เศรษฐกิจชุมชน พร้อมทั้งส่งเสริมและพัฒนากลุ่มอาชีพสามารถนำรายได้เข้าสู่ชุมชน เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อการใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม

นอกจากนี้การส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่น งานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริง การฝึกอบรมให้ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และการตลาด การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นให้มีส่วนร่วมเรียนรู้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ และการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิทเอก สว่างจิตร และคณะ (2566) เรื่องการถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่าการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นมี 4 ศักยภาพ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ชุมชน 2) ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 3) ศักยภาพด้านการบูรณาการหน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 4) ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และปัจจัยในการหนุนเสริมยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ผู้นำชุมชน 4) มีนักท่องเที่ยวจริง 5) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม 6) การหนุนเสริมเชิงวิชาการ 7) หน่วยงานภาคีเครือข่าย และ 8) การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายในชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี มีแนวทาง ดังนี้ Branding strategy ข้อเสนอแนะในการมุ่งตระหนักถึงการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองอุทัยธานีที่เหมาะสมบนพื้นฐานทรัพยากรท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว อาทิ การกำหนดให้อุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่โดดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนบนวิถีชีวิตเรียบง่าย การประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางพื้นฐานในการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยว สืบเนื่องจากภูมิศาสตร์ทำเลที่ตั้งอุทัยธานีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง และเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นแต่มีจุดเด่นของเมืองคืออยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้เน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านทำเลที่ตั้งได้ การทำการตลาดผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ในสื่อช่องทางที่เหมาะสมอันเป็นที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากเข้าถึงผู้ชมหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เร็วที่สุด เน้นการโฆษณาที่น่าสนใจสามารถนำเสนอโฆษณาได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ และการขายตรงเป็นลักษณะการขายตรงจากชุมชนสู่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของจิราพร มะโนวัง และคณะ (2565) เรื่องการศึกษา

และยกระดับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาในตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย ผลวิจัยพบว่าการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายได้ทั่วไปและมีผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง โดยต้องมีการพัฒนาเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย ได้แก่ ร้านค้า เฟซบุ๊ก และสามารถส่งสินค้าทางสื่อออนไลน์ได้ รวมทั้งงานวิจัยของศุภมร ชมภูมิ่ง และภานุวัฒน์ ภักดีวงศ์ (2565) เรื่องกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ สามารถพัฒนาและส่งเสริมได้โดยการสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อและการสร้าง Startup บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพา ผอมขำ (2566) เรื่องทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาแพลตฟอร์มการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนริมคลองปากประ จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนปากประออกแบบเป็น 3 แพลตฟอร์ม คือ แพลตฟอร์มพื้นที่สร้างการเรียนรู้ผ่านการจัดกิจกรรม แพลตฟอร์มพื้นที่สร้างการรับรู้ผ่านการผลิตสื่อสารโฆษณา และแพลตฟอร์มพื้นที่สร้างการปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาแพลตฟอร์มทั้ง 3 ทำให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้และสนใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

(1) การพัฒนาคู่มือกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์ เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมสามชุมชน จังหวัดอุทัยธานีโดยภายในคู่มือระบุประวัติความเป็นมาของแต่ละชุมชน จุดเด่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละชุมชน รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ห้องสุขา การติดตั้งป้ายบอกทางที่ชัดเจน และข้อมูล ชื่อสถานที่ ทิศทาง นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในด้านการขนส่งสาธารณะ เป็นข้อจำกัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มียานพาหนะเป็นของตนเอง

(2) ภูมิปัญญาของชุมชนแต่ละแห่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ แต่ชุมชนต้องมีบุคคลสำคัญที่จะมาเป็นผู้ดำเนินการหรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ศิลปินท้องถิ่น ช่างฝีมือท้องถิ่น คนเล่าเรื่อง คนสอนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม คนจัดการการตลาด เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องค้นหาหรือพัฒนาบุคคลเหล่านี้ให้พร้อมกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต

(3) ความต่อเนื่องในการพัฒนาและสนับสนุนจากภาครัฐที่สนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ทั้งด้านนโยบายและงบประมาณ รวมทั้งการพัฒนาด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของคนในชุมชน การพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ที่ทันสมัยทางการท่องเที่ยว การสร้างความตระหนักให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ และการประชาสัมพันธ์ไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

(4) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวบ้านและผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมจัดกิจกรรมชุมชนท้องถิ่นโดยการสนับสนุนศิลปินท้องถิ่น การจัดงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่นโดยสนับสนุนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองอย่างแท้จริง

(5) การพัฒนาชุมชนด้านเทคโนโลยีในข้อนี้เป็นข้อเสนอแนะจากทีมวิจัยต่อการพัฒนาการตลาดด้วยเทคโนโลยีเกี่ยวกับจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตามที่ได้วิเคราะห์เบื้องต้น บุคคลที่สำคัญที่สุดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวคือ “ชุมชน” และจากการวิจัย ทีมวิจัยพบ Gap of research เป็นทักษะด้านเทคโนโลยี ของชุมชน ยังอยู่ในระดับพื้นฐานที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ในเบื้องต้นเท่านั้น แต่ยังขาดทักษะด้านการสร้างสรรค์และบริหารจัดการ หรือต่อยอดเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการตลาดและการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชน ทีมวิจัยขอเสนอแนะ การจัดการโครงการบริการชุมชน หรือการพัฒนาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะชุมชน ให้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาชุมชน การพัฒนาเทคโนโลยี และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการชุมชน เพื่อให้ชุมชนเตรียมความพร้อมรองรับการขยายตัวและการเติบโตของเทคโนโลยีที่มีต่อการท่องเที่ยวและบริการ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

(6) การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าท่องเที่ยวของชุมชนในรูปแบบออนไลน์ นอกจากประเด็นการพัฒนาผลผลิตวิจัยด้าน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแหล่งท่องเที่ยวอื่นใกล้เคียงในชุมชน อันเป็นผลประโยชน์วิจัยเล่มนี้แล้ว ทีมวิจัยตระหนักว่า ชุมชนมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น สะท้อนถึงอัตลักษณ์ในวิถีชุมชน หรือเป็นสินค้าระดับจังหวัดที่มีคุณค่า ข้อเสนอแนะคือ ควรมีการพัฒนาช่องทางจำหน่ายออนไลน์ให้กับ Tourism product ของอุทยานนี้ให้มากขึ้น หรือมีการพัฒนาในระดับสากล สำหรับนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและชุมชน

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564*. วิโอพี กอปปี้ปรีน.
- กรมการท่องเที่ยว. (2566). *เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กฤษฎิ์วัชร ขวลิขิตานนท์ และเพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2565). ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร. *วารสารวิทยาการวิจัย*, 11(2), 82-90.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)*. คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2564 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด) (Domestic Tourism Statistics Q1-Q4 (Classify by region and province))*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2566, จากเว็บไซต์:
<https://www.mots.go.th/news/category/741>
- กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2560). *แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (ปี 2560-2574)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.rmutp.ac.th/แผนพัฒนามหาวิทยาลัย>
- กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ. (2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 11(1), 77-93.
- กุลแก้ว คล้ายแก้ว, ภัทริศร์ ถนอมสิงห์ และรพีพงศ์ อินต๊ะสีบ (2564). ท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและการพัฒนาโมเดลการจัดการท่องเที่ยวโดยเครือข่ายชุมชนบ้านไม้ขาวเชื่อมโยงภูเก็ตเมืองมรดกโลกเมืองสร้างสรรค์วิทยาการอาหาร. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 8(4), 83-94.
- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมืองรองชุมชนชะชอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 76-86.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2557-2559 (ฉบับทบทวน ปี 2559)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2566, จากเว็บไซต์:
<http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T24958.pdf>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2566, จากเว็บไซต์:
https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf
- กิตติภักดิ์ ฐิโณทัย (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางม่วงฝั่ง จังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- กีรติ ประเสริฐยิ่ง. (2560). การปรับตัวสาระนิตยสารท่องเที่ยวสู่สาระของการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล. (การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2566, จากเว็บไซต์:
http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/2696/3/keerati_pras.pdf
- เกรียงไกร เกิดศิริ. (2564). เมืองเก่าอุทัยธานี: ภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์และมรดกทางสถาปัตยกรรม. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เกรียงไกร เกิดศิริ. (2564). แผนที่มรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าอุทัยธานี. กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้วิกฤติโควิด 19. วารสารท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 17(2), 1-18.
- จิรวรรณ ดีประเสริฐ และ อรุณาเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ. (2566). การสื่อสารการตลาดแนวใหม่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในชุมชนเกาะลัดอีแท่น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 13(1), หน้า.88-101.
- จิราพร มะโนวัง วาสนา เสภา และกนกวรรณ ปลาศิลา. (2565). การศึกษาและยกระดับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาในตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 16(1), 162-175.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนาภา แบสท์, รชต สวนสวัสดิ์, เบญญาภา โสอุบล, ประนมพร ขำขันมาลี, และเสกศิลป์ มณีศรี. (2567). การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฐานรากสร้างสรรค์กุดหมากไฟ, JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY, 6(3), 62-75.

- ชวดี โกศล. (2561). การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, 6 (2), 64-73.
- ชัยณรงค์ ศรีรักษ์. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(1), 86-111.
- ญาณภา บุญประกอบ และคณะ. (2560). อาหารพื้นถิ่นกับกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้ง จังหวัดชัยนาท. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(พิเศษ), 93-108.
- ฐมาจรี ปาลอภิไทร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของชุมชน. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 16(2), 58-68.
- ฐิติภา บำรุงศิลป์ และคณะ. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(1), 45-61.
- ฐิติมา อังกรวัชรพันธุ์ และกิ่งกนก เสาวภาวงศ์. (2561). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดอ่างทอง. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 10(20), 29-42.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). “การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน”. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 13(2), 25-46.
- ณัฐชา ลีปัญญาพร และปริญญา หรุ่นโพธิ์. (2564). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน บ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 13(2), 176-195.
- ณัฐธา วินิจนัยภาค. (2556). *ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมกับการเมืองภาคประชาชน*. กรุงเทพฯ: โกลเด้นไทม์ พรินติ้ง.
- ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(3), 1237-1253.
- ดร.รชนี เอมพันธุ์. (2549). *หลักนันทนาการและการท่องเที่ยว*. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดร.รชนี เอมพันธุ์. (2560). *หลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*. เอกสารประกอบการสอนวิชา 3083511. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ดรรรชนี เอมพันธ์. (2562). การจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าไม้. เอกสารประกอบการสอน
ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการทรัพยากรเพื่อการป่าไม้และสิ่งแวดล้อม หน่วยที่ 5.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ไทยโพสต์ออนไลน์. (2564). *Amazing อุทัยธานี" #อุทัยธานีไม่ยอมแพ้ ททท.ชูพลังออนไลน์ฟื้นฟูธุรกิจ
ท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566, จากเว็บไซต์ :
<https://www.thaipost.net/main/detail/114309>
- ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ. (2540). *หลักการพัฒนาชุมชน*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชนกฤต ภัทร์ธราธร และเกรียงศักดิ์ สร้อยสุวรรณ. (2565). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐาน
ทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาไทดำ บ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*,
22(3), 141-157.
- ธนัญญา โชคปริดาพานิช. (2562). ชีตความสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนชาติ
พันธุ์ไทยทรงดำ เขาย้อย เพชรบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 101-116.
- ธนาวดี ปิ่นประชานันท์ และคณะ. (2565). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์
วัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโวจ ในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. *วารสารศิลปการจัดการ*,
6(3), 1348-1368.
- ธนิดา จอมยิ้ม และคณะ. (2567). การสร้างอัตลักษณ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงเส้นทาง
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ครั้ง (ลาวครั้ง) ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารศิลป
การจัดการ*, 8(1), 57-78.
- นพรัตน์ ทรงสายชลชัย ผกามาศ ชัยรัตน์ และชมพูนุช จิตติถาวร. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 14(1),
115-131.
- นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์ และบุญทวารณ วิงวอน. (2564). รูปแบบกิจกรรมพื้นฐานแบบมีส่วนร่วมของ
ชุมชนคนลำปางเพื่ออนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมผ่านวิถีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: บ้านสบ
ถีน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(2), 47-63.
- นฤมล อรุโณทัย และคณะ. (2564). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
บนฐานวัฒนธรรมแห่งการอนุรักษ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและ
นวัตกรรม (สกว.).

- นาฬิกาอติภัก แสงสนิท. (2558) *การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวไทย*. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- นิจกานต์ หนูอุไร. (2562). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชุมชนลุ่มน้ำคลองป่าพะยอม-คลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 12(2), 53-65.
- นิจพร แสงสุขเอี่ยม. (2565). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม จังหวัดสมุทรสาคร*. (วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยธิดา ปาลรังษี. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะพงษ์ นาไชย และธาวีช ถนอมจิตต์. (2566). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแพหนองหาร ไชยบุรี จังหวัดนครพนม. *วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา*, 14(1), 29-42.
- พา ผอมขำ. (2566). ทูทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาแพลตฟอร์มการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนริมคลองปากประ จังหวัดพัทลุง. *วารสารอินทนิลทักษิณสาร*, 18(2), 33-64.
- พจนา สนวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พระครูใบฎีกาอภิชาติ พรสุทธิชัยพงศ์ และคณะ. (2565). การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและยกระดับเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความมั่นคงทางรายได้. *วารสารศิลปการจัดการ*, 6(2), 932-948.
- พฤทธิพงษ์ ไชยพหล และอาแว มะแส. (2563). การประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการดำรงชีพในการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่ชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารพัฒนาสังคม*, 22(1), 48-68.
- ภัทรพงษ์ อินทร์กำเนิด และคณะ. (2553). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรายงานการวิจัย เรื่อง ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สำนักงานด้านนโยบายการศึกษามหาภาค.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 33(2), 331-366.
- ยุวดี นรินทร์ตระกูล. (2551). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง. *จุลสารวิชาการท่องเที่ยว*, 5 (4), 1-10.

- รัฐพล วงศาโรจน์. (2564). *นวัตกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับโอกาสการพลิกฟื้นหลังวิกฤตโควิด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.nia.or.th/traveltechaftercovid>
- รัฐพล วงศาโรจน์. (2565). *8 เทคโนโลยีตอบโจทย์รูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.nia.or.th/8-Travel-Technologies>
- รัชติยาพร อภิวรรณรัตน์, ทรงพร อ่อนนาเรนทร์ และ ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2560). *รูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตามคำคืนของเกาะรัตนโกสินทร์*. เรื่องเต็มการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 14: ตามรอยพระยุคลบาท เกษตรศาสตร์กำแพงแสน. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 14: ตามรอยพระยุคลบาท เกษตรศาสตร์กำแพงแสน. (หน้า 3371-3391). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน สำนักงานวิทยาเขตกำแพงแสน กองบริหารวิชาการและนิสิต.
- ระพีพรรณ จันทร์สา. (2565). การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นการท่องเที่ยวโดยใช้ นวัตกรรม กรณีศึกษาตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี. *วารสาร มจร อุบล ประิทรศน์*, 7(1), 843-854.
- ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. *วารสารสังคมวิจัยและ พัฒนา*, 2(4), 51-61.
- วงศ์ธีรา สุวรรณิน และสุรเชษฐ์ โสวเกียรติรุ่ง. (2562). การพัฒนาชุมชนต้นแบบบนฐานคติวิถีชีวิต เศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนใน จังหวัดหนองคาย. *The BU Academic Review*, 18(1), 34-49.
- วันชัย วัฒนศัพท์. (2544). *คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจของชุมชน*. โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท.
- วันโชค หุ่นผดุงรัตน์. (2564). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหอยมบ้านวังไผ่ ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสาร การวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 11(3), 460-470
- วิทเอก สว่างจิตร และคณะ. (2566). การถอดบทเรียนการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิง สร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 15(2), 164-176.
- วีระ แก่นเพชร (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 6(1), หน้า 148-160.

- วีระพล ทองมา. (2555). *การท่องเที่ยวสีเขียว: เรื่องจริงหรือแค่ภาพลวงตา*. รายงานผลการดำเนินโครงการสัมมนาวิชาการระดับชาติด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 2 จังหวัดเชียงใหม่.
- ศรัญญา เนียมฉาย. (2559). *กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2558). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: แฉวาว.
- ศรีศุภร์ นิลกรรณ และคณะ. (2556). *การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง*. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศุภมร ชมภูมิ่ง และภานุวัฒน์ ภักดีวงศ์. (2565). กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(7), 2893-2906.
- ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2564). *ก้าวทัน 11 กระแสเทคโนโลยีใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2566, จากเว็บไซด์: <https://tatacademy.com/th/articles/article/c037c111-1fee-44b2-9114-3aee7fdd93a2>
- สาริยา นุชอนงค์. (2560). การออกแบบเว็บไซต์สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 9(2), หน้า 155-172.
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุธาวี กลิ่นอุบล (2562). *การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี*. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุนิตา สุตียะชนาภา และคณะ. (2566). การยกระดับภูมิปัญญาผ้าทอชุมชนสู่การค้าเชิงพาณิชย์ กรณีศึกษาผ้าทอไทลื้อ บ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารช่วงฝน*, 17(1), 28-41.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist): ความหมายและความสำคัญในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- สุดสันต์ สุทธิพิศาล. (2555). *การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- แสงสรรค์ ภูมิสถาน ภูริวัจน์ เดชอ้อม และนพรัตน์ มานวกุล. (2558). *การศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด*. รายงานการวิจัย สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สิรินภา จงเกษกรณ์ และกนกกานต์ แก้วนุช. (2564). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ย่านเมืองเก่าภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 17(2), 19-40.
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี (พ.ศ.2561-2564)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.uthaithani.go.th/basedata/statigyplan61-64.pdf>
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ.2566 – 2570*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.uthaithani.go.th/knowledge/planUthai66-70final.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จากเว็บไซต์: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาสถิติระดับจังหวัดอุทัยธานี (พ.ศ.2566 – 2570)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://province.nso.go.th/uthai/images/plan-2566-2570.pdf>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ. (2564). *โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (5) ประเด็น การท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561-2580)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2566, จากเว็บไซต์: <http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2019/04/05%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97>

%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 “พลิกโฉมประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” (Transformation to Hi-Value and Sustainable Thailand)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.ldd.go.th/PDF/DevelopmentPlanNo.13.pdf/>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (5) ประเด็นการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566, จากเว็บไซต์: <http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2019/04/05-%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7.pdf>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566, จากเว็บไซต์: https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_Final.pdf

ห้าวหาญ ทวีแสง, ปานแพร เขาวนัประยูร และคณะ. (2563). *ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดสตูล. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 15(1), 3-16.*

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2565). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2565, จากเว็บไซต์: <https://tis.dasta.or.th/stisdasta/creative-tourism>.

องค์การบริหารพิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ปี พ.ศ. 2564-2566*. องค์การบริหารพิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. บริษัท บิ๊กพลัส พับลิชซิ่ง จำกัด.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี. (2566). *แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 – 2570) ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566, จากเว็บไซต์: <https://www.uthaipao.go.th/home/wp-content/uploads/2021/12/local-development-plan-2566-2570.pdf>

- อิสระพงษ์ พลธานี. (2560). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดสามชุกอย่างยั่งยืน*.
เรื่องเต็มการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่
14: ตามรอยพระยุคลบาท เกษตรศาสตร์กำแพงแสน. การประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 14: ตามรอยพระยุคลบาท
เกษตรศาสตร์กำแพงแสน. (หน้า 1395-1403). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
สำนักงานวิทยาเขตกำแพงแสน กองบริหารวิชาการและนิสิต.
- Duxbury, N., & Richards, G. (Eds.) (2019). *A research agenda for creative tourism*. Edward
Elgar Publishing Ltd.
- Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to
the serial reproduction of culture?. *Tourism Management* 27: 1408-1413.
- Richards, G. (2005). Textile tourists in the European periphery: New markets for
disadvantaged areas? *Tourism Review International*, 8(4), 323 – 338.
- Richards, G. (2008). Creative tourism and local development. In *Creative Tourism, global
conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide*. edited
by Wurzbarger, R., Aageson, T., Pattakos, A., and Pratt, S.. Santa Fe, New Mexico:
Sunstone Press.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism
Research*, 38(4), 1225 – 1253.
- Richards, G. and Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism. *Journal of Tourism
Consumption and Practice*, 4(2), 1-11.
- Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News* 23: 16–20.
- Richards, G. and Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*. London:
Routledge.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI.
- Richards G. (2001). The market for cultural attractions. In Richards G. (Ed.), *Cultural
attractions and European tourism* (pp. 31-53). CABI.
- Richards, G. (2005). Textile tourists in the European periphery: New markets for
disadvantaged areas? *Tourism Review International*, 8(4), 323 – 338.

- Richards, G. (2008). Creative tourism and local development. In *Creative Tourism, global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide*. Edited by Wurzbürger, R., Aageson, T., Pattakos, A., and Pratt, S. Santa Fe, New Mexico: Sunstone Press.
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. In: Wurzbürger, R., Pattakos, A. & Pratt, S. (Eds.), *Creative Tourism: A global conversation*. (pp. 78-90). Santa Fe: Sunstone Press.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Richards G. (2013). *Declaration on the future of creative tourism: The art of the possible* [Paper presentation]. First Brazilian Conference on Creative Tourism, Porto Alegre.
- Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 119–144.
- Richards, G. (2016). The Development of Creative Tourism in Asia. In Silver, C., Marques, L., Hanan, H. & Widiastuti, I. (Eds.), *Proceedings of the 6th International Conference of Arte-Polis* (pp. ix-xiv). Springer.
- Richards, G. (2017) Tourists in their own city – considering the growth of a phenomenon. *Tourism Today*, 16, 8-16.
- Richards, G. (2017a). *Imagining Experience: Creative Tourism and the Making of Place* (C. Silver, L. Marques, H. Hanan, & I. Widiastuti, Eds.). Springer Science+Business Media.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(SI), 7-10.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85(10292210).
- Richards, G. (2021). Business Models for Creative Tourism. *Journal of Hospitality & Tourism*, 19(1), 1-13.

- Richards, G. (2021a). Creative Placemaking Strategies in Smaller Communities. In K. Scherf (Ed.), *Creative Tourism in Smaller Communities: Place, Culture, and Local Representation* (1st ed., pp. 283–298). University of Calgary Press.
- Richards, G. (2021b). Developing craft as a creative industry through tourism. *Brazilian Creative Industries Journal*, 1(1), 03–22.
- Richards, G. (2021c). *Rethinking Cultural Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Richards, G. (2021d). The Value of Event Networks and Platforms: Evidence from a Multiannual Cultural Program. *Event Management*, 25(1), 85-97.
- Richards, G., & Duif, L. (2019). *Small Cities with Big Dreams: Creative Placemaking and Branding Strategies*. New York: Routledge.
- Richards, G., & Duxbury, N. (2019). *Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics*. In book: *A Research Agenda for Creative Tourism*. DOI: 10.4337/9781788110723.00008
- Richards, G., & Duxbury, N. (2021). Trajectories and trends in creative tourism: Where are we headed? In N. Duxbury, P. Claudia, & S. Carvalho (Eds.), *Creative Tourism: Activating Cultural Resources and Engaging Creative Travellers* (pp. 53–58). CABI.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1-11.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23(8), 16-20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*. London: Routledge.
- Wurzburger, R., Ageson, T., Pattakos, A. and Pratt, S. 2009. *Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide*. New Mexico, USA: Sunstone Press.
- Richards, G., Wisansing, J. & Paschinger, E. (2019). *Creating Creative Tourism Toolkit* (2nd ed.). Bangkok: DASTA.
- Smith, M. K. (2007). Space, place and placelessness in the culturally regenerated city. In

- Richards, G. (ed.). Cultural Tourism: Global and local perspectives. Haworth: Binghampton, pp. 91-112.
- Stipanovic, C. and Rudan, E. (2014). Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination. Tourism and Hospitality Industry 2014, Congress Proceedings: Trends in Tourism and Hospitality Industry: 507-517.
- Tan. S.K., Kung, S.F., and Luh, D.B. (2013). A Model of creative example in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174.
- UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008. International Conference on Creative Tourism. Santa Fe, New Mexico, USA October 25-27, 2006.
- United Nations. (1981). *Yearbook of International Trade Statistics*. United Nations: UN Press.
- UNWTO. (1995). Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics. UNWTO, Madrid.
- Wurzbürger, R., Aageson, T., Pattakos, A. and Pratt, S. (2009). *Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide*. New Mexico, USA: Sunstone Press.





แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)

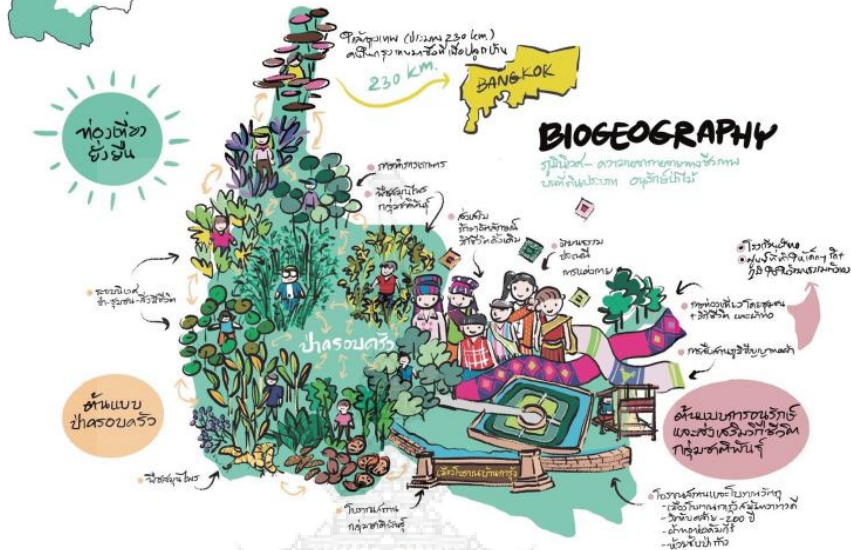
แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี (พ.ศ. 2566 – 2570) จัดทำขึ้นเพื่อให้จังหวัดอุทัยธานีมีทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน สอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล แผนรายสาขาต่าง ๆ ข้อเสนอการนายกรัฐมนตรื แผนพัฒนาภาค และบริบทที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานและการติดตามประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาพันธกิจ ประเด็นการพัฒนา เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาและแนวทางการพัฒนาจังหวัด

เป้าหมายการพัฒนาจังหวัด : “เมืองเกษตรปลอดภัย ท่องเที่ยวเชิงนิเวศสุขใจ สังคมอุทัยสาสุข”

ประเด็นการพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี

- ประเด็นการพัฒนาที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานการผลิตเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ให้มีมูลค่าเพิ่ม
- ประเด็นการพัฒนาที่ 2 : สร้างคุณค่าด้านการท่องเที่ยว ควบคู่วิถีชีวิตอัตลักษณ์ และวัฒนธรรมของจังหวัดสู่สากล
- ประเด็นการพัฒนาที่ 3 : ยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างความมั่นคงภายในและความสงบเรียบร้อย
- ประเด็นการพัฒนาที่ 4 : การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีสมดุลแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

บ้านไร่ : ภูมิเวศ-ความหลากหลายทางชีวภาพบนที่ดินประเภท อนุรักษ์ป่าไม้ ระดับอำเภอ

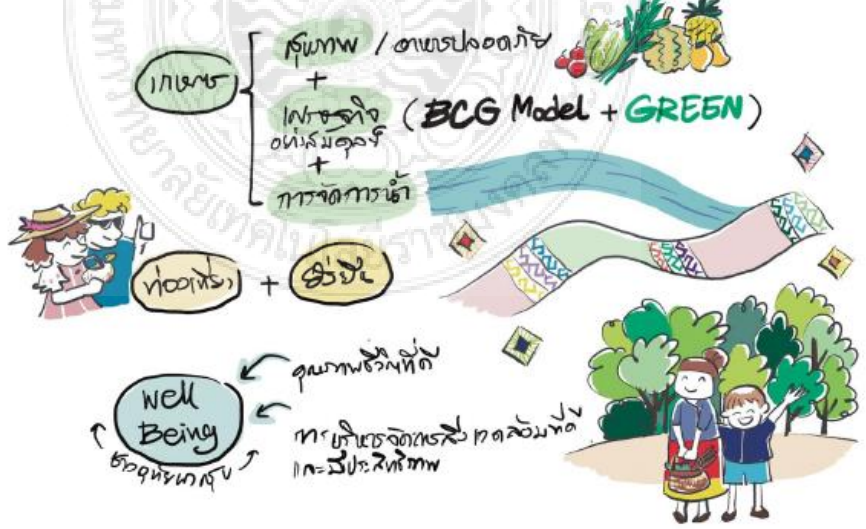


อำเภอบ้านไร่
ภูมิเวศ-ความหลากหลายทางชีวภาพบนที่ดินประเภท อนุรักษ์ป่าไม้

Future UTHAI in 2585

เป้าหมายพัฒนาจังหวัด 20 ปี

เมืองต้นแบบความยั่งยืน ที่มุ่งเน้นนิเวศน์ด้านสิ่งแวดล้อม หรือ มลพิษ เพื่อเกษตรอินทรีย์
 ปลอดภัย ไร้สารพิษ รักษาวิถีชีวิตคนสูง ฟื้นฟูการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ



อุทัยธานี สู่ต้นแบบเมืองยั่งยืน

SUSTAINABLE TOWN ROADMAP 2566-2585

เมืองต้นแบบความยั่งยืน ที่มุ่งเน้นในมิติด้านสิ่งแวดล้อม
พร้อมขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ ต่อยอดเศรษฐกิจฐานชีวภาพ
รักษาวิถีอุทัยหลากหลาย ใส่ใจการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

2566-2570

เตรียมความพร้อมสู่ top 100 Green Destination

จัดตั้งคณะทำงาน
และสร้างการมีส่วนร่วม

1

- จัดทำแผนขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกรอบ GSTC/ เมืองสิ่งแวดล้อมยั่งยืน+ระดับโลก
- จัดตั้งคณะทำงานและโครงสร้างการทำงาน
- พัฒนาระบบติดตาม ประเมินผลพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและเมืองยั่งยืนแก่บุคลากร
- พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล
- ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/เป้าหมายเมืองยั่งยืน
- สร้างเครือข่ายและชุมชนสัมพันธ์
- พัฒนาแผนแม่บทมุ่งเป้าในระดับของแต่ละอำเภอ
- สร้างการมีส่วนร่วมนำเสนออำเภอที่พร้อมขับเคลื่อนตามแผน และจัดสรรงบประมาณ
- รักษาวิถีการเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ
- เตรียมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมืองสมุนไพร และบ้านอุทัยเกษตรยั่งยืน

2

- ผู้ประสานงานความยั่งยืน
- รายการสิทธิประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว
- นโยบายการท่องเที่ยว - การมีส่วนร่วม
- การปกป้องธรรมชาติ
- กฎที่กินและกัญชาภาพ-การดูแลและปกป้องพื้นที่
- การลดปริมาณขยะ-ระบุเป้าหมาย ติดตามผลการดำเนินงาน
- การลดการปล่อยมลพิษจากการเดินทางท่องเที่ยว
- การลดการใช้พลังงาน
- มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
- ผู้ดูแลพื้นที่ส่วนร่วมในการวางแผน
- การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น
- การส่งเสริมสินค้าและบริการท้องถิ่น
- การป้องกันภัยและสุขภาพและการตอบสนอง
- การส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจเพื่อชุมชน
- การจัดการน้ำ

2571-2575

Creative city of Crafts & Folk Arts + Herbal city

3

- จัดเตรียมคณะทำงานเพื่อรวบรวมข้อมูลในการนำเสนอเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน Creative city : City of Crafts & Folk Arts
- นโยบาย ด้านความมั่นคงด้านอาหารเป็นยา และ อดทนทางวัฒนธรรมด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน
- สร้างเครือข่ายสร้างสรรค์ เพื่อวางแผนประจำปี ในการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมร่วมกับชุมชนในพื้นที่
- การพัฒนาเขตออก การท่องเที่ยวชุมชน ด้วยแนวคิด BCG และนวัตกรรมสร้างสรรค์จากองค์ท้องถิ่น
- ยื่นเสนอเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านโดย UNESCO
- ประเมินผลสำเร็จด้านตัวชี้วัด
- มุ่งเป้ารองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ+เกษตร

2576-2580

ชูความเป็นเมืองยั่งยืน รักษามาตรฐานสากล (ระดับพื้นที่สู่ระดับจังหวัด)

4

- รักษามาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน/เมืองสิ่งแวดล้อมยั่งยืน/เมืองสร้างสรรค์
- เสริมตัวชี้วัด GSTC-D เพื่อยกระดับการเป็นต้นแบบ
- ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม เพื่อเปิดขีดศักยภาพ และวิถีชีวิตชาวอุทัย
- สร้างกลไกรางวัลแห่งความสำนึกในระดับพื้นที่เพื่อเชิญชวนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
- ทบทวนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเก็บข้อมูลและพัฒนาเมือง

2581-2585

สร้างองค์ความรู้ และทบทวนแผน ทุกๆ 5 ปี

5

- ทบทวนการจัดทำแผนความร่วมมือ (Collaborative management revision)
- ทบทวน วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และความสำนึก รวมถึงยึดถือหลักการที่ควรปรับปรุงพัฒนา
- กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายระยะต่อไป เพื่อสร้างกลไกในการขับเคลื่อนอย่างยั่งยืน
- ถอดบทเรียน และสร้างชุดความรู้ เพื่อเผยแพร่ในประเด็นตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่สามารถถ่ายทอดให้พื้นที่อื่นได้

GSTC
Global Sustainable Tourism Council



ที่มา โครงการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาจังหวัด ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๖ - ๒๕๘๕) ของจังหวัดอุทัยธานี
โดยคณะทำงาน มหาวิทยาลัยมหิดล

ความโดดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ในแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2566-2570

ความโดดเด่นของการท่องเที่ยว

จังหวัดอุทัยธานีมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วิถีชุมชน วัฒนธรรม สุขภาพ และ
การเกษตร

๑) ด้านธรรมชาติ (เชิงนิเวศ)

จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มรดกโลกผืนป่าห้วยขาแข้งใน
อำเภอลานสัก หุบป่าตาด ป่าดงดิบยุคไทรโนเสาร์ภายในถ้ำหินย้อยในอำเภอลานสัก น้ำตกมาร่มเย็น
สายน้ำสีขาวที่ทิ้งตัวลงมาจากป่าที่บออยู่เบื้องล่าง คือภาพความงดงามของน้ำตกอุทัยธานีใน
อำเภอบ้านไร่ ถ้ำพุหวาย หนึ่งในสถานที่ถ่ายทำละครและชวนไปเที่ยวชมหินงอกหินย้อยสุด
อลังการในถ้ำพุหวาย ภายในวนอุทยานถ้ำเขาวงในอำเภอบ้านไร่ เขาพระยาพายุเรือ เขาหินปูน
ลูกเล็ก ๆ ที่ร่มรื่นล้อมรอบไปด้วยน้ำ มีถ้ำน้อยใหญ่เชื่อมต่อทะเลถึงกันหลายสิบถ้ำ ภายในมีหิน
งอกหินย้อยที่สวยงามรูปร่างแปลกตาในอำเภอลานสัก น้ำตกไซเบอร์ เป็นน้ำตกที่อยู่ใกล้หมู่บ้าน
ไซเบอร์ บ้านซับแม่บือ ตำบลคอกควายในอำเภอห้วยคต เขาปฐวี เขาที่มีลักษณะเป็นเทือกเขา
ที่มีหินเรียงซ้อนกันเป็นยอดค่อนข้างสูงชัน รูปร่างสวยงามแปลกตาในเขตอำเภอทัพทัน บ่อน้ำพุร้อน
สมอทอง เป็นน้ำพุร้อนที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอห้วยคต จังหวัดอุทัยธานี

๒) ด้านวิถีชุมชน วัฒนธรรม

จังหวัดอุทัยมีแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์วิถีชุมชน วัฒนธรรม เช่น พระชนกจักรี ตั้งอยู่บน
ยอดเขาสะแกกรัง วัดท่าซุง และวัดอุโบสถารามประเพณีตักบาตรเทโว ณ วัดสังกัสรัตนคีรี
ในช่วงเทศกาลออกพรรษา ที่ตรงตามพุทธประวัติมากที่สุดวิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง
ชุมชนคนบนน้ำแหล่งสุดท้ายที่สมบูรณ์ที่สุดของเมืองไทย วิถีตลาดเช้า เย็น ริมแม่น้ำสะแกกรัง
อาหารการกินมีชื่อเสียงในเรื่องอาหารประเภทปลาแม่น้ำรสชาตอร่อย ขนมหวานมีชื่อเสียงและ
ถือเป็นต้นตำรับของเมืองไทย ถนนคนเดินชุมชนตรอกโรงยา ของชุมชนชาวจีนแห่งลุ่มน้ำสะแกกรัง
สำนักสงฆ์ถ้ำเขาวงในเขตอำเภอบ้านไร่ เขาปลาร้า ซึ่งมีภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์อายุ
ประมาณ ๓,๐๐๐ ปีในเขตอำเภอลานสัก เมืองโบราณบึงคอกช้างในอำเภอสว่างอารมณ์ หอกแซตั้ง
ร้านขายยาเก่าแก่ซึ่งตั้งอยู่กลางเมืองอุทัยธานี และการท่องเที่ยวหมู่บ้านวัดวิถี (OTOP) ผ้าทอ
มือพื้นเมืองที่มีชื่อเสียง มีดพับ มีดพก หัวเข็มขัด กรรไกรตัดแต่งกิ่งไม้และ เครื่องการเกษตร
หัตถอุตสาหกรรมเหล็กกล้า ศูนย์วงเดือนอาคมสุรทัศน์ การท่องเที่ยวภูมิวัฒนธรรมชนเผ่าพื้นที่
แก่นมะกรูด

๓) ด้านสุขภาพ และการเกษตร

จังหวัดอุทัยมีแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพ และการเกษตร เช่น เส้นทางจักรยานให้นักท่องเที่ยว
เก็บเกี่ยวประสบการณ์แห่งความสุขในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเส้นทางจักรยานรอบเกาะเทโพ
ชมเสน่ห์ชุมชนในแบบสโลว์ไลฟ์ ด้วยการปั่นจักรยานชมสวน ลืมลองส้มโอ เกษตรปลอดสารพิษ
ปลาย่าง และปลากระชัง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรพืชเมืองหนาว แก่นมะกรูด ศูนย์พัฒนาราชภู
บนพื้นที่สูงจังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น



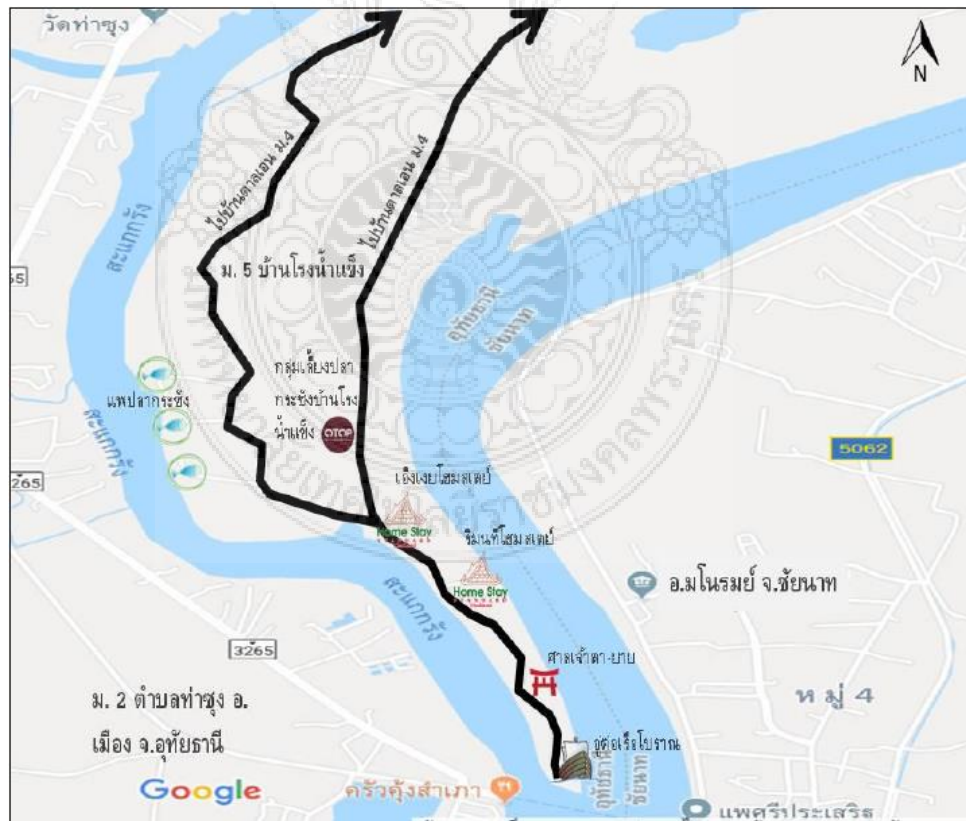
แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จัดทำโดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุทัยธานี







ที่ตั้งบ้านโรงน้ำแข็ง ตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำสะแกกรัง (ซ้าย) และแม่น้ำเจ้าพระยา (ขวา)



แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง แหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และเส้นทางเชื่อมโยง



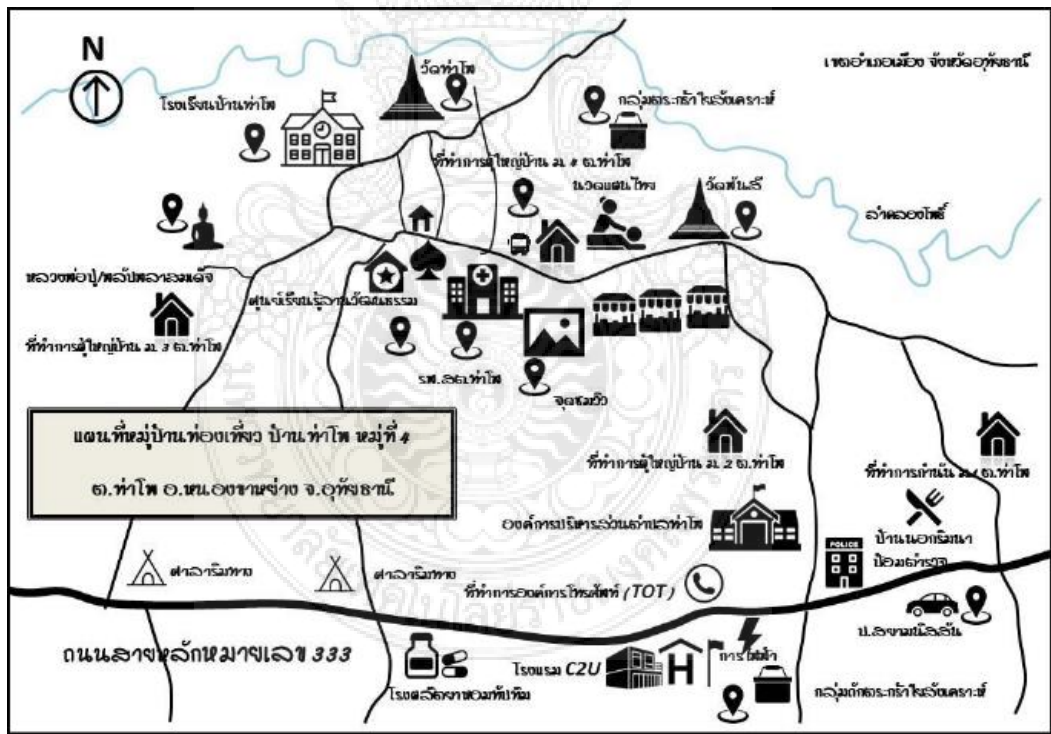


ต้นทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิทัศน์โดยรอบชุมชนบ้านโรงน้ำแข็ง และกิจกรรมการท่องเที่ยว
ที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาต่อยอดได้ พื้นที่บ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี





ที่ตั้งบ้านท่าโพ อำเภอนองขาหยาง



แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าโพ แหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และเส้นทางเชื่อมโยง





ต้นทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิทัศน์โดยรอบชุมชนบ้านท่าโพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถพัฒนาต่อยอดได้ พื้นที่บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี



ที่ตั้งชุมชนบ้านสะนำ อำเภอบ้านไร่



แผนที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะน้า





ต้นทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิทัศน์โดยรอบชุมชนบ้านสะน้า และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถพัฒนาต่อยอดได้ พื้นที่บ้านสะน้า อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี





bantungshow



bantungshow



bantungshow



pattakambantung



ผ้าชิ้นลาวครึ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นบ้านสน่านำ



bantungshow



bantungshow



bantungshow



pattakarnbantung

แจ่วพืโพง ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นบ้านสะนอ



อาหารพื้นบ้านบ้านสะนอ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี



ประเพณีแห่คางดอกไม้ อำเภอบ้านไร่



ประเพณีเลี้ยงปิดบ้าน บริเวณต้นไม้ยักษ์ บ้านสะน้า



ต้นไม้ยักษ์ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญบ้านสนา



ตลาดชาวไฮบริดชุมชนบ้านสนา สถานที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดในอนาคตได้

แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านโรงน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี





แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านท่าโพ
อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี



เที่ยว บ้านท่าโพ อุทัยธานี

2วัน 1คืน



แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านสะนำ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี





ประวัติย่อผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

นายญาณาทธ ธีียรถาวร

Mr.Yanatorn Teanthaworn

สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาวชิราลงคมเทคโนโลยีราชมวงคลพระนศร

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ: 085 8778385

E-mail: yanatorn.t@rmutp.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิและสถานศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาเอก	การจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร	2566
ปริญญาโท	ศศ.ม.การบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2552
ปริญญาตรี	บธ.บ.การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2548
ปริญญาตรี	ศศ.บ.ไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	2554

สมรรถนะด้านการวิจัย

- ผลงานตีพิมพ์

ลำดับ	ชื่อบทความ	ชื่อวารสาร	ระดับชาติ/ นานาชาติ	ปีที่ตีพิมพ์
1	การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท	วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	ชาติ TC12	2563
2	การพัฒนาสวนประสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติภาคกลาง	วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ชาติ TC12	2563
3	พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	วารสารวิชาการธรรมทรรศน์	ชาติ TC12	2566

4	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี	วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์	ชาติ TC12	2566
---	---	---	-----------	------

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องของการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

ลำดับ	ชื่อโครงการ / แผนงาน	ปีงบประมาณ	แหล่งทุน	งบประมาณ (บาท)	หน้าที่ความรับผิดชอบ (หัวหน้าโครงการ/ผู้ร่วมวิจัย)
1	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท	2562	มทร.พ ระนคร	30,000	หัวหน้าโครงการวิจัย
2	แนวทางการพัฒนาการตลาดแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติภาคกลาง	2562	มทร.พ ระนคร	30,000	หัวหน้าโครงการวิจัย
3	การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	2564	มทร.พ ระนคร	30,000	หัวหน้าโครงการวิจัย
4	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี	2565	มทร.พ ระนคร	30,000	ผู้ร่วมโครงการวิจัย
5	การอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนมรดกมรดกน้ำ ทัศนศึกษา ชุมชนเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง อำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานี	2565	มทร.พ ระนคร	30,000	หัวหน้าโครงการวิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

นางสาวไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม

Ms.Baifern Wongbuangam

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : ██████████

ตำแหน่งปัจจุบัน : หัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยว

หน่วยงาน : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก : 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ : 02-2829002, 089-7809990

E-mail: baifern.w@rmutp.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาเอก	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม	2564
ปริญญาโท	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว	2551
ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว	2541

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย
หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

- 1.การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโครงการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงภาคการเกษตรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- 2.ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ร่วมวิจัย

ผศ.ดร.นิตินันท์ ศรีสุวรรณ

Asst.Prof.Dr.Nitinan Srisuwan

ตำแหน่งปัจจุบัน: อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว (พนักงานมหาวิทยาลัย)

สถานที่ติดต่อ: สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เลขที่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02 282 9102 ต่อ 1222

โทรศัพท์(มือถือ) 098 897 1750

E-mail: nitinan.s@rmutp.ac.th

สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ: การจัดการท่องเที่ยว เทคโนโลยีการท่องเที่ยว

ผลงานวิจัย

ปี (งบประมาณ)	สถานภาพ	งานวิจัย
2565 (ทุน วช.)	หัวหน้า โครงการวิจัย	การพัฒนาเทคโนโลยีระบบไกด์อัจฉริยะในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสงคราม
2565 (ทุนงบรายได้ คณะ)	หัวหน้า โครงการวิจัย	การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยว ตำบลถนนมะพร้าว อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
2562 (ทุน วช.)	หัวหน้า โครงการวิจัย	การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรองจากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม
2561 (ทุน วช.)	หัวหน้า โครงการวิจัย	แนวทางการอนุรักษ์ขนบดั้งเดิมในพระพุทธศาสนา เมื่อนำมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2560 (ทุนงบรายได้ คณะ)	หัวหน้า โครงการวิจัย	แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผู้ร่วมวิจัย

นางสาวปภาดา สืบพลาย

Ms.Paphada Suebplai

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน ██████████

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)

สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

86 ถนนพินธุโลภ แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 090-9579997 e-mail: paphada.s@mutp.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับ ปริญญา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบันอุดมศึกษา	ปีที่ สำเร็จ
ปริญญาตรี	ศศ.บ. การท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี	2549
ปริญญาโท	วท.บ. อุทยาน นันทนาการ และการ ท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2553

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการ
ทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

ชื่อผลงานวิจัย	สถานภาพ	แหล่งทุน/ปี
การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนารูจรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในท้องถิ่นเพื่อสร้าง รายได้ของชุมชนและส่งเสริมบทบาทโครงการพื้นที่สาธิตจังหวัดตราด	ผู้ร่วมวิจัย	ม. เกษตรศาสตร์
การประเมินผลการใช้ป้ายสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา จังหวัดปทุมธานี	ผู้ร่วมวิจัย	มทร.พระนคร
แนวทางการพัฒนาการตลาดแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติภาคกลาง	ผู้ร่วมวิจัย	มทร.พระนคร

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย

การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 10 มทร.ศรีวิชัย จ.ตรัง
เรื่อง การประเมินผลการใช้ป้ายสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวนิพพิภนธ์ธรรมชาติวิทยา จังหวัด
ปทุมธานี



ผู้ร่วมวิจัย

นายนเรศ กันธะวงศ์

Mr.Naret Kuntawong

หน่วยงาน: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ: 081 2898231

E-mail: naret.k@rmutp.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิและสถานศึกษา	สถาบันอุดมศึกษา
ป.เอก	ปร.ด. จิตวิทยาการปรึกษา	มหาวิทยาลัยบูรพา
ป.โท	ศม. จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ป.ตรี	ศบ.การแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยา	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ป.ตรี	ศบ.การเรียนรู้ตลอดชีวิต	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ป.ตรี	ศบ.ดนตรีคีตศิลป์ไทยศึกษา	สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมรรถนะด้านการวิจัย

- ผลงานตีพิมพ์

ลำดับ	ชื่อบทความ	ชื่อวารสาร	ระดับชาติ/ นานาชาติ	ปีที่ ตีพิมพ์
1	ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตและรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว	Pacific Rim	นานาชาติ	
2	ผลของโปรแกรมการเตรียมตัวสู่โลกแห่งอาชีพเพื่อเพิ่มความพร้อมในการสมัครงานสำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี	การประชุมวิชาการนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 7	นานาชาติ	2558
3	แนวทางการใช้กิจกรรมนันทนาการเพื่อพัฒนาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกสำหรับนักศึกษาวัยรุ่น	การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ ครั้งที่ 4	ชาติ	2563
4	การพัฒนาการจัดการความโกรธของนักศึกษาวัยรุ่น ด้วยการปรึกษากลุ่มเชิงบูรณาการ ทฤษฎีและเทคนิคโดยมีทฤษฎีพิจารณาเหตุผล อารมณ์ พฤติกรรมเป็นฐาน	วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์) Volume 8, Issue 1, 2022, pp. 380-396	ชาติ	2565

5	การจัดการตนเอง: ทักษะในการพัฒนาตนเองอย่างยั่งยืน	วารสารคณะศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มทร.พระนคร ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย. 64)	ชาติ	2564
6	แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมเยาวชนดีเด่นทางการกีฬาและนันทนาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	วารสารคณะศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มทร.พระนคร ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค. 64)	ชาติ	2564

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

ลำดับ	ชื่อโครงการ / แผนงาน	ปีงบประมาณ	แหล่งทุน	งบประมาณ (บาท)	หน้าที่ความรับผิดชอบ (หัวหน้าโครงการ/ผู้ร่วมวิจัย)
1	ศึกษาผลของโปรแกรมการเตรียมตัวสู่โลกแห่งอาชีพเพื่อเพิ่มความพร้อมในการสมัครงานของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	2556	งบประมาณรายได้คณะศิลปศาสตร์	30,000	หัวหน้าโครงการ

ผู้ร่วมวิจัย

นายสรাত্রา เล่งไพบูลย์

Srattra Lengpaiboon

หน่วยงาน: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ: 095 7419288

E-mail: srattra.l@mutp.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิและสถานศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
ป.เอก	ปร.ด. การจัดการกีฬาและนันทนาการ	2567
ป.โท	วท.ม. การจัดการนันทนาการ	2554
ป.ตรี	วท.บ. นันทนาการ (การจัดการ)	2549

สมรรถนะด้านการวิจัย

- ผลงานตีพิมพ์

ลำดับ	ชื่อบทความ	ชื่อวารสาร	ระดับชาติ/ นานาชาติ	ปีที่ ตีพิมพ์
1	รูปแบบการจัดการนันทนาการประเภทละครและการละคร ด้านศิลปวัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาไทย : กรณีศึกษา การแสดงโจนประจำปีการศึกษา 2551 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม)	การประชุมวิชาการนานาชาติ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ครั้งที่ 1	นานาชาติ	2554
2	แนวทางการใช้กิจกรรมนันทนาการเพื่อพัฒนาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกสำหรับนักศึกษาวัยรุ่น	การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 4	ชาติ	2563
3	แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมเยาวชนดีเด่นทางการกีฬาและนันทนาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	วารสารคณะศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มทร.พระนคร ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค. 64)	ชาติ	2564

ผู้ร่วมวิจัย

นายปรีบุญญาวิตย์ ธนนาถเชาวรินทร์

Mr.Puripunyawit Thananatchaowarin

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : ██████████

ตำแหน่งปัจจุบัน นักวิชาการการศึกษา ปฏิบัติหน้าที่งานวิจัยและพัฒนา

หน่วยงาน : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หมายเลขโทรศัพท์มือถือ : 085 278 3181

E-mail: Puripunyawit.t@mutp.ac.th , Puripunyawit@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาตรี	นิเทศศาสตรบัณฑิต การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	2554
ปริญญาโท	ครุศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารการศึกษา	2556

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ผู้ร่วมวิจัย ดังนี้

- ผู้ร่วมวิจัย ในโครงการวิจัย เรื่อง ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น (วิจัยสถาบัน ปี 2562) โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ โพธิ์พลภูษานันท์ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศึกษาทั่วไป กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร เป็นหัวหน้าโครงการ

- ผู้ร่วมวิจัย ในโครงการวิจัย เรื่อง กรณีศึกษา: รูปแบบการจัดกิจกรรมการรับน้อง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (วิจัยสถาบัน ปี 2563) โดยมี ดร. มณฑรัตน์ รุ่งเรืองธรรม อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ คณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร เป็นหัวหน้าโครงการ

- ผู้ช่วยนักวิจัย ในโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรองจากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมี ผศ. ดร.นิตินันท์ ศรีสุวรรณ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มทร.พระนคร เป็นหัวหน้าโครงการ