

## การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี\*

เจนจิรา เงินจันทร์<sup>1</sup> สิริกาญจน์ ทวีพิธานนท์<sup>2</sup> ลักษมี งามมีศรี<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามอัตลักษณ์ชุมชน (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน และ (3) พัฒนาศักยภาพช่องทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนจำนวน 10 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชมชุมชนบ้านสนา จำนวน 50 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวตามบริบทชุมชนบ้านสนา โดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนประกอบด้วย ด้านภูมิศาสตร์ที่มีป่าที่อุดมสมบูรณ์ การพัฒนานักเลาเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน พิพิธภัณฑสถานชุมชน จัดกิจกรรมท่องเที่ยว และวิถีวัฒนธรรมชุมชน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสนา ได้แก่ กระเป๋าสะพายและที่คั่นหนังสือที่ออกแบบโดยใช้ลวดลายผ้าทอชุมชน การพัฒนาศักยภาพช่องทางการตลาด บรรจุภัณฑ์และของที่ระลึกชุมชนบ้านสนาสามารถสะท้อนข้อมูลชุมชนและเส้นทางท่องเที่ยวรวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนบ้านสนา ชุมชนมีแบรนด์สินค้าบ้านสนา และการพัฒนาด้านการตลาดออนไลน์

**คำสำคัญ:** การพัฒนา; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; อัตลักษณ์ชุมชน

**ประเภทบทความ:** บทความวิจัย

### การอ้างอิง:

เจนจิรา เงินจันทร์, สิริกาญจน์ ทวีพิธานนท์ และลักษมี งามมีศรี. (2567). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 14(1), 145-159.

<sup>1</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์  
398 หมู่ 9 ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 60000, ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: janejira.ngo@gmail.com

<sup>2,3</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

\*ทุนวิจัยงบประมาณด้าน ววน. ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565 (ผ่านหน่วยงาน)

## Identity-Based Creative Tourism Development by Ban Sanam Community, Ban Rai Subdistrict, Ban Rai District, Uthai Thani Province\*

Janejira Ngoenchan<sup>1</sup> Sirikan Thawipithanun<sup>2</sup> Laksamee Ngammeesri<sup>3</sup>

### Abstract

This research article aims to (1) develop creative tourism based upon community identity, (2) a tourism product upon community identity and (3) potential for marketing channels based upon community identity. The study was performed with participatory research method for qualitative and quantitative aspects. The key informants included entrepreneur in tourism in the local community of 10 persons and 50 tourists who travelled at Ban Sanam. The data collection was conducted with interview forms and questionnaire. The statistics for analysis was carried out with percentage, mean, standard deviation and content analysis.

Findings are as follows: The development of tourism based upon the community context of Ban Sanam with community identity including the geographical aspect of abundant forests, development of the community's history tellers, community museum, organizing tourism activities and community's cultural pathways. The products from creative tourism upon the community identity of Ban Sanam were backpacks and bookmarks which were designed from tracery of the community's local woven fabric. As for the development of potential development for marketing channels, it was found that the container and souvenir of Ban Sanam could reflect the story of the community and tourism routes and tourism activities of Ban Sanam. The community had its brand for the products and development of marketing online.

**Keywords:** Development; Creative Tourism; Community Identity

**Type of Article:** Research Article

### Cite this article as:

Ngoenchan, J., Thawipithanun, S., & Ngammeesri, L. (2024). Identity-based creative tourism development by Ban Sanam community, Ban Rai subdistrict, Ban Rai district, Uthai Thani province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 14(1), 145-159.

<sup>1</sup> Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University  
398 Moo 9, Nakhon Sawan Tok, Muang Nakhon Sawan, Nakhon Sawan 60000, Thailand  
Corresponding Author: Email: janejira.ngo@gmail.com

<sup>2,3</sup> Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University

\*Scholarship Support from Fundamental Fund Nakhon Sawan Rajabhat University, Fiscal Year 2022

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ที่คาดการณ์จากองค์การระดับโลกทำให้เกิดการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565) ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแผนแม่บทเฉพาะกิจของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ด้านการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายพัฒนาประเทศไทยให้สามารถพร้อมรับ (cope) ปรับตัว (adapt) และเปลี่ยนแปลง (transform) ร่วมกับแผนการปฏิรูปประเทศ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2564-2565) ที่เน้นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูงให้เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพผ่านโมเดล อารมณ์ดีมีความสุข (happy model) และขับเคลื่อน Medical and Wellness Hub เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว (National Tourism Policy Committee, 2021) ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญ ทั้งการสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ รวมทั้งการค้า และการลงทุนที่ช่วยเพิ่มการขยายตัว และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อ้างอิงจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account--TSA) ในปี พ.ศ. 2562 ดังนั้นคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) จึงพัฒนาและจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566- 2570) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพลิกฟื้นการท่องเที่ยวเพื่ออนาคตที่ดีกว่าสำหรับทุกคน (building forward a better tourism for all) โดยคำนึงถึงประโยชน์ของ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ประชาชน รายได้ และความยั่งยืน โดยกรอบการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มุ่งเน้นการดำเนินการ

เพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะความปกติถัดไป (next normal) เพื่อการเติบโตอย่างครอบคลุม ด้วยการพัฒนาแบบองค์รวม (National Tourism Policy Committee, 2023)

จากแนวโน้มทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน (Wisudthiluck, Saiphan, Teparakul, & Sindecharak, 2011) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวัฒนธรรมและสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ต่างๆ ได้อย่างอิสระและใกล้ชิดวัฒนธรรมมากขึ้น ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภาคธุรกิจทางการท่องเที่ยวควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ชุมชนพร้อมกับสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปอย่างยั่งยืน (Kaewyu & Pakdeepinit, 2014) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่าหาความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ และแบ่งปันชุมชนโดยยึดหลักการกระจายอำนาจและมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริงทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Dachum, 2013)

บ้านสะนา เป็นหมู่บ้าน หมู่ที่ 2 ของตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ในเขตตำบลบ้านไร่เป็นป่าดงที่อุดมสมบูรณ์ มีสัตว์ป่าชุกชุม มีลำคลองห้วยละหานไหลผ่านตลอดปี มีพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำไร่ทำนา เพาะปลูกพืชพันธุ์ธัญญาหารมาก พื้นที่ส่วนใหญ่มีภูเขาล้อมรอบ ชาวบ้านมีอาชีพเกษตรกรรม ปลูกอ้อย ปลูกข้าวโพด มีสวนสำหรับปลูก

พืชดั้งเดิมเช่น ข้าว หมาก ส้มโอ มะขาม ลำไย ฯลฯ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในหมู่บ้าน บ้านสะนา มี “ต้นไม้ยักษ์” เป็นมรดกทางธรรมชาติที่สำคัญของชุมชน เป็นดินแดนแห่งพื้นที่ “ป่าหมากล้านต้น” ถือเป็นมรดกแห่งแผ่นดิน แห่งสุดท้ายคนรุ่นหลังต้องอนุรักษ์ไว้ ซึ่งเป็นสิ่งมรดกที่ที่ยังหลงเหลือให้คนรุ่นหลังได้มองเห็น และในผืนป่าหมากแห่งนี้ มีสิ่งที่ยังมีชีวิตอยู่ ที่แผ่นดินมอบไว้เป็นมรดกที่ยังทรงคุณค่าให้ลูกหลานได้มองเห็น “ต้นไม้ยักษ์” ถือเป็น UNSEEN ของอำเภอบ้านไร่ เป็นไม้เนื้ออ่อน มีพุ่มไม้ไผ่ค้ำยันลำต้นให้คงอยู่ วัดเส้นรอบวงแนบตามพุ่มไม้ที่ยื่นออกมาจะได้จำนวน 97 เมตร แต่ถ้าใช้คนกางแขนโอบจะได้จำนวน 40 คน ในบริเวณใกล้เคียงกัน จะมีหอเจ้าบ้าน ซึ่งเป็น หอเล็ก ๆ 2 หลัง ที่เป็นที่เคารพบูชาของคนลาวที่นี่ทุกหมู่บ้าน ทุกๆ ปี ในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 6 จะมีพิธีเลี้ยงเจ้าบ้าน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เชื่อมโยงจิตวิญญาณ ทางวัฒนธรรม ในประเพณีปิดบ้านของชุมชนบ้านสะนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของคนอุทัยธานี เป็นแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมให้กับเยาวชน เป็นห้องเรียนที่มีชีวิต สานต่อลมหายใจของชุมชนให้คงอยู่อย่างงดงามป่าหมากล้านต้นและต้นไม้ยักษ์ ถือเป็นต้นทุนชีวิตที่สำคัญที่คนในชุมชนและคนในสังคม ต้องร่วมกันรักษาและกอบกู้ไว้เพื่อคนรุ่นหลัง (The Village Committee of Ban Sanam, 2018)

จากความสำคัญข้างต้น จะเห็นได้ว่าชุมชนบ้านสะนามีต้นทุนทางด้านธรรมชาติและด้านวัฒนธรรมที่เป็นจุดแข็งที่สำคัญที่เป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้ผ่านการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้คงอยู่และเป็นการตอบสนองความต้องการของชุมชน อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว และมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพช่องทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาช่องทางการตลาด
2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) ผู้แทนภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มผู้นำชุมชน และปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 5 คน (2) ผู้แทนภาคธุรกิจเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คน และ (3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชุมชนบ้านสะนา จำนวน 50 คน รวมตัวอย่าง จำนวน 60 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ชุมชนบ้านสะนา หมู่ 2 ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการวิจัยระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2564-มีนาคม 2566

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

2. นำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งเชิงมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

3. ก่อให้เกิดการพัฒนาช่องทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Thawornwisit and Wongmonta (2021) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเคลื่อนย้ายจากการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่ไม่มีการทำกิจกรรมใดๆ (passive consumption) มาเป็นการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่จะต้องมีการทำกิจกรรม (active consumption) ประเทศต่างๆ ทั่วโลก จะต้องปรับตัวตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของการทำกิจกรรม เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เป็นผู้วางนโยบาย ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ดำเนินธุรกิจ และคนในท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จะเป็นผู้สอน ผู้แนะนำ ผู้ให้เคล็ดลับในการสร้างสรรค์ต้องอาศัยวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปหัตถกรรมและการแสดงซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น

### การมีส่วนร่วมของชุมชน

Inthamon and Lersphoottharak (2019) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมหรือโครงการตั้งแต่ต้น มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และ

ตัดสินใจในการกำหนดนโยบายทั้งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ การวางแผนงาน ร่วมบริหารโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมการจัดการสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งการติดตามและประเมินผลตามนโยบายแผนงานโครงการหรือกิจกรรมนั้น เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ ส่วน Chompoopanya and Rojanatrakul (2022) ได้กล่าวว่า การดำเนินงานตามกระบวนการในการดำเนินกิจกรรมหรือการดำเนินการใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการดำเนินการร่วมกันของประชาชน ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตซึ่งทัศนคติของคนในชุมชนจะต้องให้ชุมชนร่วมมือกันดำเนินการ ติดตามประเมินผล และร่วมรับผิดชอบรวมถึงร่วมใช้ผลประโยชน์จากการดำเนินงาน หรือกิจกรรมนั้นๆ เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ จนกลายเป็นชุมชนที่เข้มแข็งจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการร่วมมือกัน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงควรมุ่งให้เกิดการรับรู้ของประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์แนวทางเพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการวางแผนการดำเนินงานหรือการวางแผนแก้ปัญหาในการดำเนินการ และการติดตามประเมินผลอย่างเป็นลำดับขั้นตอนต่อไป

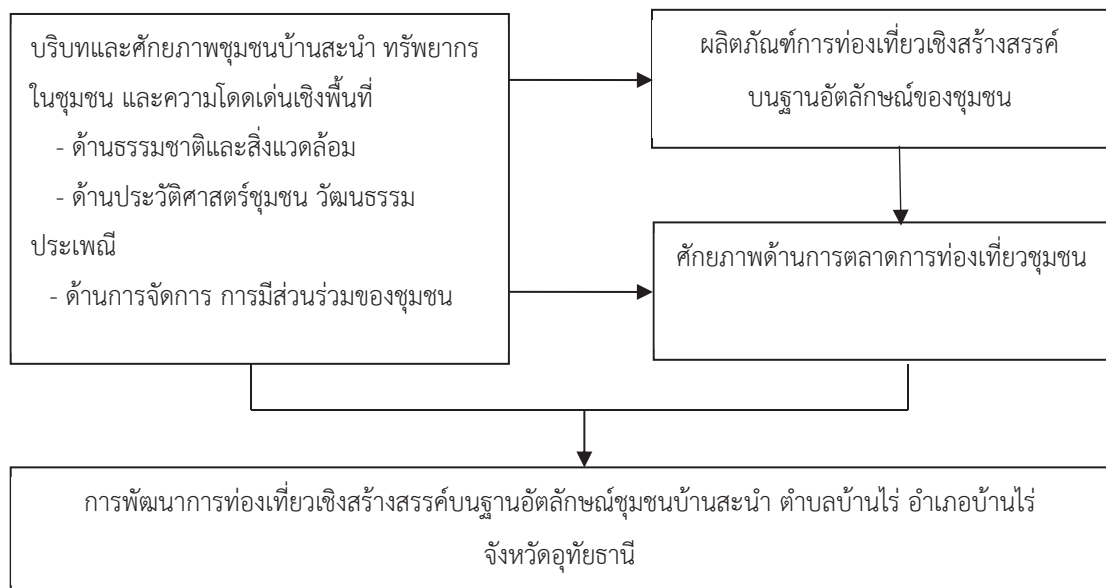
### แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่เกิดจากชุมชนเป็นผู้ดำเนินการจากทุนของชุมชนหรือองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะสมมาประกอบกับการใช้ทรัพยากรที่มีในชุมชนเป็นหลัก โดยมีรูปแบบและลักษณะเฉพาะ (Kaewsritong, 2022) โดยมีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรใช้การมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย (1) การสืบค้นทุน

ชุมชนเพื่อสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (2) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้จากแนวคิด เพื่อประเมินความเป็นไปได้และคัดเลือกแนวความคิดที่เหมาะสม (3) การพัฒนาและทดสอบความคิด พร้อมนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (4) การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจทางสังคม บริบท (5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการนำแนวความคิดที่ผ่านการพัฒนาและทดสอบการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ (6) การทดสอบตลาด โดยนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมาย เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนควรทำให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถสร้างเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ให้กับชุมชน เพราะเป็นสิ่งสำคัญต่อการเลือกซื้อ จึงจะสามารถดึงดูดใจลูกค้าและนักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความ

ยั่งยืนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Chaemchamrus, Erb-im, Phuanpoh, & Sermchayut, 2022) ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ยังหมายรวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ (2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (3) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (4) การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ (5) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา และ (6) การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ (Saokham, Keawnet, Sangwan, Saennumpol, & Srithong, 2018)

### กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดยการวิเคราะห์บริบทชุมชน ดำเนินกระบวนการสังเกตและการเข้าถึงชุมชน วิเคราะห์กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา การประชุมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) เพื่อให้ได้ประเด็นการวิจัยที่ครบถ้วน และการวิจัยแบบผสม (mixed methods research) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณตามแนวคิดของ (Creswell, 2009; Greene, Caracelli, & Graham, 1989) โดยสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม (quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants)

## ประชากรและตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) คือ จำนวน 60 คน โดยแบ่งเป็น (1) ผู้แทนภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มผู้นำชุมชน และราษฎรชาวบ้าน จำนวน 5 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์ และ (2) ผู้แทนภาคธุรกิจเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์ และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 50 คน ร่วมกับการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชุมชนบ้านสนา จำนวน 50 คน ใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้

สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรเกี่ยวกับศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา และ ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา

2. แบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกนักท่องเที่ยวที่อายุ 15 ปีขึ้นไปเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนบ้านสนา เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นแบบสอบถามในลักษณะคำถามแบบปลายปิด (close-end question) และคำถามปลายเปิด (open-end question) สามารถแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบ (multiple choices) ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิลำเนา ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี (multiple choices) จำนวน 19 ข้อ และ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี (check list) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนค่า (rating scale) มีระดับการวัด 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's scale) (Likert, 1932) จำนวน 10 ข้อ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ทำการ

วิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และทำการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญโดยมีการจัดทำข้อมูล คือ การจำแนกกลุ่มข้อมูลพร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูลที่รวบรวมมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและการเรียบเรียงข้อมูลและการจัดลำดับตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาวิจัย

3. นำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาผนวกกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้เกิดแนวทาง เพื่อสร้างให้เป็นแนวทางในการจัดการกับสภาพปัญหาต่อไป

## ผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลวิจัย คณะวิจัยขอนำเสนอเป็นภาพรวมและข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวตามบริบทชุมชนบ้านสะนา โดยใช้อัตลักษณ์ชุมชน ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา จากผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเจ้าของวัฒนธรรมชุมชนสะนา โดยในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย เบื้องต้นภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นหลัก ทำให้ในส่วนนี้ขาดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว บุคลากรในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนสะนา ยังขาดความรู้ ความรู้ยังมีน้อยที่จะถ่ายทอดข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ การขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ สาเหตุเกิดจากการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน เจ้าของพื้นที่ และงบประมาณควรมีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ โดย

การใช้ของที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาประดับตกแต่งภายในงาน เพื่อรักษาความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและเป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว

ด้านภูมิศาสตร์ชุมชนบ้านสะนา พื้นที่เป็นที่ราบลุ่มน้ำ สลับภูเขา มีพื้นที่ป่าที่อุดมสมบูรณ์ มีลำน้ำจากคลองกระเวน ที่เป็นต้นน้ำของลำน้ำกระเสียว และธารน้ำไหลผ่านในชุมชน มีต้นผึ้ง หรือ ต้นเชียง” เป็นต้นไม้ 1 ใน จำนวน 65 ต้น ในหนังสือ “รุกขมรดกของแผ่นดิน ใต้ร่มพระบารมี” อายุมากกว่า 400 ปี ลักษณะร่มรื่น รายล้อมด้วยป่าหมากล้านต้น เป็นมรดกแห่งแผ่นดิน สามารถสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ เช่นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ธรรมชาติ เส้นทางศึกษาธรรมชาติในชุมชน

ด้านแหล่งวัฒนธรรมชุมชนบ้านสะนา เป็นชุมชนชาติพันธุ์ลาวครั้งที่ยังคงวิถีชีวิต ด้วยภูมิปัญญาการจักสาน การละเล่น ที่สืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมและชาติ การปลูกบ้านเรือนยกสูง ใต้ถุนโล่ง และมีพิพิธภัณฑ์บ้านเล่าเรื่อง สามารถเรียนรู้การละเล่นพื้นบ้าน ของชุมชนลาวครั้งด้วยของเล่นพื้นเมืองที่ปราชญ์ชาวบ้านยังคงอนุรักษ์ไว้การพัฒนานักเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน พิพิธภัณฑ์ชุมชน จัดกิจกรรมท่องเที่ยว และวิถีวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้าน สะนา จากความร่วมมือในการพัฒนาจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน นักท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น โดยมีหลักให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความร่วมมือ ร่วมคิด ร่วมทำ ผ่านกิจกรรมของชุมชนด้านต่างๆ ได้แก่ โปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนบ้านสะนา และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของชุมชนสะนา ในรูปแบบของที่ระลึก เป็นกระเป๋าสะพายและที่คั่นหนังสือจากผ้าทอของชุมชน กระบวนการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านสะน้า พบว่า การระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยมีนำเสนอผลการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนจากผลการวิเคราะห์ความต้องการในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชน ควรสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์โดดเด่นเน้นเรื่องราวของชุมชน ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้ให้กับชุมชนมากยิ่งขึ้น การระดม

ความคิดเห็นมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นที่คั่นหนังสือ หลังจากได้กำหนดของที่ระลึกแล้ว ผู้วิจัยและชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่คั่นหนังสือ เพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชุมชน เกี่ยวกับรูปแบบจากผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาบนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะน้า ดังภาพ 2 และภาพ 3



ภาพ 2 แสดงแบบร่างตราสินค้า (logo) ของชุมชนบ้านสะน้า



ภาพ 3 แสดงด้านนอกและด้านในของที่ระลึกชุมชนบ้านสะน้า

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งเชิงมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 51-60 ปี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษานุปริญญา จำนวน 20 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 30,000-40,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนา มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านสะนา เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน สิ่งดึงดูดใจของชุมชนบ้านสะนา ส่วนใหญ่มีต้นไม้ยักษ์ “รุกขมรดกของแผ่นดิน แหล่งค้นคว้าข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านสะนา ส่วนใหญ่จากสื่อ

สังคมออนไลน์ เช่น ยูทูบ พาหนะสำหรับเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนา ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านสะนา ส่วนใหญ่ใช้เวลาภายในวันเดียว (ไป-กลับ) วันในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนา ส่วนใหญ่เดินทางวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย จำนวน 3,001-4,000 บาท การเดินทางส่วนใหญ่มากับเพื่อน รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านสะนา ส่วนใหญ่กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเอง ความต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนบ้านสะนาส่วนใหญ่ต้องการเดินชม สัมผัสธรรมชาติ ลักษณะของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อ ตัดสินใจซื้อสินค้าที่สื่อถึง

อัตลักษณ์ ภูมิปัญญาของชุมชน ใช้วิธีการเดินเท้าเที่ยวเรียนรู้ชุมชน ลักษณะที่พักแรมเลือกพักโรงแรมภายในหรือใกล้ชุมชน เลือกอาหารที่ตนเองเคยรับประทาน โปรแกรมค้นหา (search engine) ในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ใช้ apps เพื่อช่วยในการนำทาง ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว รูปแบบประเภทเนื้อหา (content) ของสื่อดิจิทัล ลักษณะเป็นภาพถ่าย/ภาพนิ่ง และข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา พบว่า ผลภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.739 และเมื่อพิจารณารายข้อเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ในประเด็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีเป็นธรรมชาติ ไม่ปิดเบือน หรือปรับเปลี่ยนมากเกินไป จนสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา ได้แก่ มีการจัดบรรยายภาคตลาดชุมชน ที่แสดงวิถีวัฒนธรรมของชุมชน และมีป้ายสัญลักษณ์แสดงจุดท่องเที่ยวที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพช่องทาง การตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสะนา โดยการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออฟไลน์และสื่อออนไลน์ จากการสำรวจและรวบรวมประวัติ สถานที่เด่นของชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย และนำมาพัฒนาเป็นแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนา และ e-book คู่มือการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนา ดังภาพ 4 และ 5



ภาพ 4 แสดงสื่อวีดิโอส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านสะนา



ภาพ 5 แสดง e-book คู่มือการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสะนา

### การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ได้ดังนี้

1. พื้นที่ที่เป็นที่ราบลุ่มน้ำ สลับภูเขา มีพื้นที่ป่าที่อุดมสมบูรณ์ มีลำน้ำจากคลองกระเวน ที่เป็นต้นน้ำของ

ลำน้ำกระเสียว และธารน้ำไหลผ่านในชุมชน มีต้นผึ้งหรือ ต้นเซียง” เป็นต้นไม้ 1 ใน จำนวน 65 ต้น ในหนังสือ “รุกขมรดกของแผ่นดิน ใต้ร่มพระบารมี” อายุมากกว่า 400 ปี ลักษณะร่มรื่น รายล้อมด้วยป่าหมาก ล้านต้น เป็นมรดกแห่งแผ่นดิน สามารถสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ วัฒนธรรมชุมชนบ้านสะนา เป็นชุมชนชาติพันธุ์ลาวครั่งที่ยังคงวิถีชีวิต

ด้วยภูมิปัญญา การละเล่น ที่สืบทอดและอนุรักษ์ วัฒนธรรมและธรรมชาติ การปลูกบ้านเรือนยกสูง ใต้ถุนโล่ง และมีพิพิธภัณฑ์บ้านเล่าเรื่อง สามารถเรียนรู้ วิถีวัฒนธรรมพื้น บ้านและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของ ชุมชนลาวครั่ง ที่ชาวบ้านยังคงอนุรักษ์ไว้ซึ่งเป็น อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนบ้านสะน้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี สอดคล้องกับงานวิจัย ของ Srirak (2022) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ชุมชนบ้านโนนทันเป็น ชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงที่มีการปรับตัว อาศัย สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติและกลายเป็น ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีลักษณะโดดเด่น นอกจากนี้ยังมี ร่องรอยประสบการณ์ต่อผู้สมัยคอมมิวนิสต์ทำให้มี อิทธิพลต่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชุมชนที่แตกต่าง จากชุมชนอื่นๆ ลักษณะดังกล่าวอภิปรายได้ว่า การที่ คนในชุมชนมีส่วนในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชุมชน แบบ “วิถีคนภู” ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะจากการผสม ผสานระหว่าง “ธรรมชาติ-ผิคน” ที่ประกอบด้วย ความ คิด ความเชื่อ และวัฒนธรรมที่แลกเปลี่ยนกันที่ ถ่ายทอดส่งต่อระหว่างกันทำให้เกิดการรับรู้และยอมรับ ในความเป็นตัวตนผสมผสานระหว่างคนในชุมชน จนกระทั่งเกิดความรู้สึกร่วมกัน ก่อให้เกิดแบบแผนทาง วัฒนธรรม อัตลักษณ์นี้ถูกกำหนดโดยชุมชน ลักษณะ ดังกล่าวสอดคล้องกับ Warunsub (2018) รูปแบบการ จัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ในประเทศไทย พบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม สืบสานรักษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่าง นักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน นักท่องเที่ยว คนต่างถิ่นเข้าไปเยี่ยมชมเห็นคุณค่า เจ้าของพื้นที่ที่จะ เกิดความภาคภูมิใจ อยากที่จะสงวนรักษาทุนทาง วัฒนธรรมของตนไว้ และพร้อมเรียนรู้ทำกิจกรรมที่มี คุณค่าของชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสะน้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี จากการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มีส่วน ร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านสะน้า ควรสะท้อน ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่นเน้นเรื่องราว ของชุมชน เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดรายจ่ายในการ ใช้ทรัพยากรในการผลิต สร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัย ของ Chumkate (2017) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการ ชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำดวน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมายที่เกิด มาจากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน ที่สามารถใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรภายในชุมชน นำมาสร้างสรรค์ และแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีการต่อยอดโดยใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยสิ่งที่ต้องคำนึงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ มูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ และคุณภาพ

3. ผลการพัฒนาศักยภาพช่องทางการตลาด ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของ ชุมชน มีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ ออฟไลน์ และสื่อออนไลน์ นักวิจัย จากการมีส่วนร่วม ของชุมชน โดยการสำรวจและรวบรวมประวัติ สถานที่ เด่นของชุมชนบ้านสะน้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจาก ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หลายฝ่าย และนำมาพัฒนาเป็นแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน บ้านสะน้า และ e-book คู่มือการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านสะน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Somnux- pong, 2017) แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย พบว่า การตลาดท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มี

เน้นการตลาดออนไลน์ (digital marketing) ถือเป็นการตลาดสังคมออนไลน์ (social media marketing) ที่เป็นการเปิดกว้างทางความคิด การมีส่วนร่วม และยังเป็นการยอมรับความแตกต่างของแต่ละบุคคลด้วย มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้ลูกค้ามีการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ตลอดจนการค้นหาข้อมูล ชื่อ ขาย สินค้าและบริการที่ไร้พรมแดน ด้วยการเชื่อมโยงการตลาดแบบออนไลน์ (online) ออฟไลน์ (offline) และการบริหารช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (omni channel) ส่งผลให้ผู้ประกอบการยุคนี้สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องในการทำการตลาดรูปแบบใหม่และสอดคล้องกับแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงในอนาคต

### ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนควรพัฒนาต่อยอดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องรวมถึงสร้างเอกลักษณ์ให้กับกิจกรรมที่มีทุนทางวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับพื้นที่อื่นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมถึงสร้างแรงดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน
2. ศึกษาผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์โดยชุมชน ในด้านแหล่งท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริงและนำไปปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น
3. ควรขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อให้ได้ทราบถึงความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการส่งเสริมการตลาดให้ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ในอนาคต

## References

- Chaemchamrus, K., Erb-im, N., Phuanpoh., Y., & Sermchayut, R. (2022). Upgrading and increasing value of souvenir products of tourist attractions: Experience the charm of the old city lifestyle, Phra Nakhon Si Ayutthaya province. *Journal of Arts Management*, 6(3), 1585-1603. [In Thai]
- Chompoopanya, A., & Rojanatrakul, T. (2022). The development potential of the community participation model to sustainable tourism community. *Journal of Modern Learning Development*, 7(8), 414-430. [In Thai]
- Chumkate, J. (2017). *Product development from local wisdom to increase an efficiency of community-based management with sustainability in Thai-Muslim village, Amphur Cha Am, Phetchaburi province*. Silpakorn University. [In Thai]
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage.
- Dachum, P. (2013). Creative tourism development: From concepts to practices for Thailand. *Silpakorn University Journal*, 33(2), 331-366. [In Thai]
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255-274.
- Inthamon, C., & Lersphoottharak, S. (2019). The management model of homestay innovation business in the community for tourists. *Silpakorn University E-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts)*, 43(3), 85-103. [In Thai]
- Kaewsritong, J. (2022). *Community product development*. Pibulsongkram Rajabhat University. [In Thai]
- Kaewyu, P., & Pakdeepinit, P. (2014). Guidelines for development creative tourism through adapter using hyacinth handicraft in Muang district, Phayao province, Thailand. In *Proceedings of the 4th Sustainable Rural Development Conference “ Rethink: Social Development for Sustainability in ASEAN Community” 11-13 June 2014* (pp. 321-329). Centara Hotel and Convention Centre, Khon Kaen. [In Thai]
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- National Tourism Policy Committee. (2021). *National tourism development plan (2021-2022)*. Retrieved from [https://anyflip.com/zzfck/gopk/#google\\_vignette](https://anyflip.com/zzfck/gopk/#google_vignette) [In Thai]

- National Tourism Policy Committee. (2023). *National tourism development plan version 3 (2023-2027)*. Retrieved from <https://online.anyflip.com/zzfck/rptc/mobile/index.html> [In Thai]
- Saokham, P., Keawnet, P., Sangwan, N., Saennumpol, N., & Srithong, P. (2018). Development of local product for hotel marketing business in Chiang Rai province. *Dusit Thani College Journal*, 12(1), 165-182. [In Thai]
- Somnuxpong, S. (2017). Identity of chakangrao from an ancient city to creative tourism development. *Srinakharinwirot Business Journal*, 8(2), 140-154. [In Thai]
- Srirak, C. (2022). Development of creative tourism based on community wisdom heritage of Ban Nonthan, Nongbua Lamphu. *Journal of International and Thai Tourism*, 18(1), 86-111. [In Thai]
- Thawornwisit, S., & Wongmonta, S. (2021). Approaches to the promotion of cultural tourism in Nan province. *Journal of the Association of Researchers*, 26(1), 244-256. [In Thai]
- The Village Committee of Ban Sanam. (2018). *Information village for quality of life development, fiscal year 2018*. Retrieved from <https://uthaithani.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/76/2018/09/หมู่บ้านสารสนเทศบ้านสนา-บ้านไร่.pdf>. [In Thai]
- Warunsub, D. (2018). *A cultural capital management model aimed at creative tourism in Thailand*. Doctoral Dissertation of Philosophy (Management for Development), Rajabhat Rajanagarindra University. [In Thai]
- Wisudthiluck, S., Saiphan, P., Teparakul, O., & Sindecharak, T. (2011). *Creative tourism model*. Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). [In Thai]