



การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลอ่าวน้อย อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Development of Community-Based Tourism Relevant to the Local Identity of Ao Noi Subdistrict, Mueang District in Prachuap Khiri Khan Province

Received 15 January, 2024

Revised 20 March, 2024

Accepted 25 March, 2024

ปานชีวา มงคลภักโชติ¹ Panchiwa Mongkolapichot

ชยินทร์ธรร ฐาดาดุสิตา^{2*} Chayinthorn Tadadusita

ฉัตรดนัย ไจเสงี่ยม³ Chatdanai Jai Sa-ngiem

พิรารวรรณ งอกชัยภูมิ⁴ Pirawan ngokchaiyaphum

วรวิศ หมัดป่องตัว⁵ Waris Mudpongdua

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลอ่าวน้อย อำเภอมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) อัตลักษณ์ชุมชนตำบลอ่าวน้อย 2) แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามอัตลักษณ์ของชุมชนตำบลอ่าวน้อย

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Lecturer at Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

e-mail : Panchiwa.m@mail.rmutk.ac.th

^{2*} อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Lecturer at Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

e-mail : chayinthorn.t@mail.rmutk.ac.th

Corresponding author: Author

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Lecturer at Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

e-mail : chatdanai.j@mail.rmutk.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Lecturer at Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

e-mail : pirawan.n@mail.rmutk.ac.th

⁵ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Lecturer at Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

e-mail : waris.m@mail.rmutk.ac.th



โดยวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการประชุมสนทนากลุ่ม จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อประกอบการสรุปและอภิปรายผล จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนให้ความเห็นว่ามีความโดดเด่นสามารถนำมาต่อยอดในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีดังนี้ 1) วิถีชีวิตการเกษตร 2) อ่างเก็บน้ำคลองบึง อันเนื่องมาจากพระราชดำริที่บ้านย่านซื่อ 3) สหกรณ์การเกษตรโรงสีข้าวพระราชทานอ่าวน้อย 4) วัดอ่าวน้อย โดยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนตำบลอ่าวน้อย ควรมีแนวทาง 1) ค้นหาและระบุอัตลักษณ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ต่อนักท่องเที่ยวให้จดจำ 2) สร้างสรรค์กิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน 3) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น 4) พัฒนاتราสินค้าชุมชน 5) พัฒนาด้านการตลาด 6) พัฒนาด้านการสร้างควมมีส่วนร่วมตามแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวโดยชุมชน อัตลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลอ่าวน้อย

Abstract

This research examines the identity of the Ao Noi Subdistrict Community and provides guidelines for promoting community tourism through the qualitative research methods. Data were collected via observation, interviews, and group discussions, and were analyzed using content analysis. The study reveals the dominant of local identity, which plays a crucial role in driving further tourism development. Specifically, this identity encompasses various aspects, including the agricultural way of life; the Khlong Bueng Reservoir initiated under the Royal Projects of Ban Yan Sue; the Ao Noi Royal Rice Mill Agricultural Cooperative; and the Ao Noi temple. Based on these findings, guidelines are recommended to enhance community tourism. These include identifying and defining the local identity to create a memorable image for tourists, crafting tourism activities that align with the local identity, establishing community routes, branding local products, developing effective marketing strategies, and encouraging community-based tourism participation.

Keywords: community-based tourism, local identity, Ao Noi, Prachuap Khiri Khan Province



1. บทนำ

นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 มีกรอบแนวทางการพัฒนาเพื่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ สอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาล โดยมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจที่กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง สังคมที่มั่นคง และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ตามเป้าประสงค์ของการพัฒนาในด้านที่ 4 การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ ส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการแข่งขันพึ่งพาตนเอง เช่นเดียวกับในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับเพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ผู้วิจัยมีความเห็นถึงความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ในนโยบายและยุทธศาสตร์ที่สามารถตอบโจทย์ด้วยการพัฒนาตามหลักแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ยังเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นอาชีพและรายได้เสริม เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คุณภาพชีวิตของชาวชุมชนดีขึ้น โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตหรือทรัพยากรที่มีอยู่เดิม แต่มุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ ทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวโดยที่ยังคงอนุรักษ์และประยุกต์ตัวตนให้มีความสอดคล้องกับยุคสมัย ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการนำเสนอ โดยมีการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ตำบลอ่าวน้อย อำเภอมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเล็งเห็นในศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ด้านต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทั้งประเภทภูเขาและทะเล มีทิศเหนือติดกับตำบลบ่อนอก อำเภอมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทิศใต้ติดกับตำบลเกาะหลัก อำเภอมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทิศตะวันออกติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันตกติดกับสาธารณรัฐ



สังคมนิยมแห่งสหภาพเมียนมาร์ มีศักยภาพในเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับตำนานขุนรองปลัดชู มีอาชีพการทำเกษตรแบบผสมผสานอย่างโดดเด่น ได้แก่ ไร่สับปะรด สวนขนุน และอีกมากมาย จึงมีผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายหมุนเวียนตลอดทั้งปี และชุมชนมีความต้องการจะพัฒนาต่อยอดศักยภาพให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เข้มแข็งมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเมืองรองกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass Tourism) ในพื้นที่ใกล้เคียง คือ อำเภอหัวหินหรือด่านสิงขร ในตำบลคลองวาฬได้ โดยชุมชนอ่าวน้อย เป็น 1 ใน 19 ชุมชน ที่ได้รับมาตรฐาน CBT Thailand พ.ศ. 2563 (มติชนออนไลน์, 2563) ถือเป็นชุมชนที่มีศักยภาพ มีแนวโน้มสามารถสร้างเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นในมิติต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีประสิทธิภาพได้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อต่อยอดศักยภาพดังกล่าวโดยเน้นการนำเสนอถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน นำมาสู่การวิจัยครั้งนี้ที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) อัตลักษณ์ชุมชนตำบลอ่าวน้อย 2) แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนตำบลอ่าวน้อย อันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีเป้าหมายที่ชัดเจน รู้ถึงศักยภาพและอัตลักษณ์ตัวตน สามารถคงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนและปรับตัวได้อย่างเหมาะสม จนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเข้มแข็ง และมีความยั่งยืนสืบต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 1) ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนตำบลอ่าวน้อย
- 2) เสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลอ่าวน้อย

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ คำว่า อัตลักษณ์ (Identity) ตามความหมายของราชบัณฑิตยสถาน (2550) ได้บัญญัติคำว่า อัตลักษณ์ ประกอบด้วยคำว่า อัต หมายถึง ตน หรือ ตัวเอง และ ลักษณะ หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว ดังนั้นคำว่า อัตลักษณ์ (identity) มีความหมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ ในขณะที่ “อัตลักษณ์ชุมชน” หมายถึง ลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ก่อตัวขึ้นมา ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ถูกนำมาใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ อันก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้ขีดความสามารถ ธรรมชาติ ขนบธรรมเนียม ประเพณี



วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน นำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีความโดดเด่นจนกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนาควชูไปกับการคำนึงถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม เมื่อนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจะเกิดความประทับใจและจดจำทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีจุดขายที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร (อินทิรา พงษ์นาค และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 2558) โดยการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นหรืออัตลักษณ์ของชุมชนนั้นก็ขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบ เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นมีทรัพยากรที่แตกต่างกันไป ดังนั้นผู้คนในท้องถิ่นจึงต้องร่วมกันพิจารณาหาแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่นตนเอง และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธนภัส สนธิรักษ์, สร้อยสุดา ณ ระนอง, ยุพกา พุกขิมา, และกุลรัมภา เศรษฐเสถียร, 2566)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) การท่องเที่ยว คือ การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ไม่เกินกว่า 1 ปีติดต่อกัน โดยเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้ เป็นคำนิยามความหมายโดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวที่นานาชาติให้การยอมรับว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและชุมชน ทั้งในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรม สืบทอด เผยแพร่ และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้คนในชุมชนกับผู้มาเยือน สร้างความผูกพันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน กับทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560) โดยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. หน่วยงานหลักด้านการบริหารจัดการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว มีบทบาทในฐานะผู้ดูแลและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย โดยสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน (2557) ได้กำหนดหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน มีหลักการ ดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน



3.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารียา บุญทวี จินดา เนื่องจางค์ และวชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์ (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีจุดแข็ง ในด้านศาสนสถาน ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ด้านประเพณี ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านแหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งท่องเที่ยว และมีจุดอ่อน คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยผู้วิจัยได้ให้แนวทางในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ดังนี้ การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระดับตำบล สู่ระดับอำเภอและสู่ระดับจังหวัด การจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ ทุนทางวัฒนธรรม และนำของดีของแต่ละชุมชนมาวางจำหน่าย นุชนาฏ เชียงชัย (2558) ศึกษาการใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า เมื่อกล่าวถึงจังหวัดลำปาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึง "รถม้า" โดยสิ่งที่ดึงดูดใจให้เลือกท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ วัดพระธาตุลำปางหลวง กิจกรรมที่สนใจ คือ การเดินเล่นถนนคนเดินกาดกองต้า และตลาดจีนโบราณ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปางอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการตลาด แหล่งท่องเที่ยวอันซีน และสนับสนุนให้เชรามีเป็นสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์ของลำปาง วิไลวรรณ ทวีศรี (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ชุมชน : แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยหลักพุทธสันติวิธีของเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การควบคุมรักษาวัฒนธรรมชุมชนหรืออัตลักษณ์ชุมชน ต้องบริหารจัดการควบคุมด้วยการที่ชุมชนต้องมีส่วนร่วม ใช้หนทางในการปฏิบัติของการอยู่ร่วมกันด้วยหลักสาราณียธรรม ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งทางพุทธสันติวิธีที่จะช่วยเชื่อมประสานสมาชิกชุมชนให้มีทิศทางและแนวคิดในการรักษาอัตลักษณ์ชุมชนเป็นหนึ่งเดียวกันส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีความยั่งยืน อุทิศ สังขรัตน์ และธเนศ ทวีบุรุษ (2558) วิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์และวิถีชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งที่โดดเด่น ได้แก่ ภาษาพูดซึ่งมีสำเนียงโดดเด่น ความโดดเด่นด้านอาหาร คือ อาหารทะเล มีการประกอบอาชีพ ประมง และอาชีพชาวสวน มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ



ของแต่ละจังหวัด มีความหลากหลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน และภูมิปัญญา มีความน่าสนใจด้านความหลากหลายของศาสนาที่อยู่ร่วมกัน พร้อมเสนอนโยบาย และแผนกลยุทธ์ในการนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ที่มีการเชื่อมโยงกัน เป็นเครือข่ายทั้งฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน อินทรา พงษ์นาค และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2558) ได้ศึกษา เรื่อง อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า คนในพื้นที่มีความเห็น ว่า อัตลักษณ์ที่จับต้องได้ของชุมชนเมืองโบราณอู่ทอง ได้แก่ 1) ผังเมืองโบราณที่เป็นรูปวงรี มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ 2) หลักฐานที่แสดงถึงการเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาแรกเริ่ม 3) โบราณสถานและมีโบราณวัตถุสมัยทวารวดี และมีอัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ คือ ประเพณีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ 5 ชนเผ่าอู่ทอง ได้แก่ ไทยพื้นถิ่น ไทยจีน ไทยเวียง ไทยทรงดา และลาวครั่ง พร้อมนำเสนอข้อเสนอกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมและพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอู่ทอง เช่น จัดให้มีเส้นทางท่องเที่ยว ภายในเมืองโบราณ จัดตั้งศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์ต่างๆ และกลยุทธ์ การสื่อสารเพื่อการตลาด งานวิจัยของเจริญเนตร แสงดวงแข (2564) ศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง พบว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ชุมชนต้องการนำเสนอ ได้แก่ อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต คือ วิถีการทำประมงพื้นบ้าน ด้านอาหาร ได้แก่ ปลาบูตริ กุ้งหวาน ปลามิหลัง กุ้งห้วยมัน อัตลักษณ์ด้านท่องเที่ยว ได้แก่ แพนนาเที่ยว หินแร่ธรรมชาติ จุดชมวิวนางฟ้า จุดทอดแหบริเวณเกาะโคบ ในการศึกษาของธนภัส สนธิรักษ์, สร้อยสุตา ณ ระนอง, ยุพกา พุกขิมา และ กุศลธรรมา เศรษฐเสถียร (2566) ศึกษาแนวคิดเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ ท้องถิ่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น ประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก โดยกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปกระจายตัว ไปยังท้องถิ่นต่าง ๆ คือ การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นซึ่งเป็นเป้าหมายที่รัฐบาลญี่ปุ่นได้ให้ความสนใจ และทุ่มเทกับการวางนโยบาย ด้วยนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมถึงแนวทางการดำเนินงานของรัฐบาลญี่ปุ่นที่ไม่หยุดนิ่งและนำสิ่งใหม่ ๆ มาปรับใช้อยู่เสมอ แม้เกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในความหวังของชาวญี่ปุ่น ที่จะช่วยให้ประเทศญี่ปุ่นรวมทั้งท้องถิ่นกลับมามีชีวิตชีวาได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน และบริบทที่เกี่ยวข้อง



กับการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเป็นต้นทุนในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทาง และเป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัย

4. วิธีดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการประชุมสนทนากลุ่ม (focus group) จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อประกอบการสรุปและอภิปรายผล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการควบคู่กับการสังเกตเพื่อทำความเข้าใจสภาพชุมชน ทัศนคติความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลอ่าวน้อย จากประชาชนทั่วไปในตำบลอ่าวน้อย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) จำนวน 7 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่รัฐ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากนั้นมีการสรุปข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว และจัดประชุมสนทนากลุ่มเพื่อคืนข้อมูลสู่ชุมชนและเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชน ตำบลอ่าวน้อย ผู้เข้าร่วมจำนวน 25 คน โดยเป็นตัวแทนจากสมาชิกชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลอ่าวน้อย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากหลายภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชน

5. ผลการวิจัย

1. การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลอ่าวน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การศึกษาในส่วนนี้ศึกษาจากข้อมูลภาคสนาม (Field Study) เก็บข้อมูลโดยการสังเกต ร่วมกับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อให้คนในท้องถิ่นได้ถ่ายทอดข้อมูลทั่วไปของชุมชน ถ่ายทอดข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่น ก่อนนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อประกอบการสรุป และอภิปรายผลให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตำบลอ่าวน้อย ในแต่ละด้าน ผลการศึกษาโดยสรุป คนในพื้นที่เห็นว่าอัตลักษณ์ของชุมชนตำบลอ่าวน้อย สามารถแบ่งอัตลักษณ์ที่มีความสำคัญออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต อัตลักษณ์ด้านอาหารพื้นบ้าน อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี

1. อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ ชาวตำบลอ่าวน้อยบอกเล่าประวัติศาสตร์ของชุมชน
- 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ในหลวงรัชกาลที่ 9 และตำนานขุนรอนปลัดชู 1) ในหลวงรัชกาลที่ 9



ในความทรงจำของชาวอ่าวน้อย จุดเริ่มต้นจากโครงการอ่างเก็บน้ำคลองบึง อันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ บ้านย่านซื่อ นำมาซึ่งน้ำสำหรับอุปโภคบริโภคและต่อยอดมาสู่อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตการเกษตร รวมทั้งมีโรงสีข้าวพระราชทานอ่าวน้อย สถานที่ประวัติศาสตร์สำคัญที่ชุมชนต้องการอนุรักษ์ไว้ในฐานะเส้นทางตามรอยเสด็จฯ 2) ตำนานขุนรองปลัดชู เรื่องราวของกลุ่มวีรชนสมัยปลายกรุงศรีอยุธยาที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ส่วนหนึ่งในตำบลอ่าวน้อย จนมีแนวคิดที่จะจัดสร้างอนุสาวรีย์ขุนรองปลัดชู รวมมีการจัดงานรำลึกถึงวีรชนขุนรองปลัดชู

2. อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ได้แก่ การประกอบอาชีพการเกษตร และอาชีพประมงเรือเล็ก โดยในเขตพื้นที่ฝั่งติดภูเขาใกล้อ่างเก็บน้ำ ชาวชุมชนประกอบอาชีพเกษตรเป็นหลักมีผลผลิต ได้แก่ สับปะรด ขนุน มะม่วง มะพร้าว และพืชผักต่างๆ หมุนเวียนตลอดปี วิถีชีวิตการเกษตรถือเป็นวิถีชีวิตหลักของชาวอ่าวน้อยส่วนมาก ส่วนกลุ่มผู้อาศัยในฝั่งพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลจะประกอบอาชีพประมงชายฝั่งโดยใช้เรือขนาดเล็ก และประกอบอาชีพรับจ้าง ค้าขายหรือทำการเกษตรเป็นอาชีพเสริมในช่วงฤดูกาลที่สัตว์ทะเลมีน้อย

3. อัตลักษณ์ด้านอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ อาหารทะเล โดยชุมชนอ่าวน้อยมีวัฒนธรรมการบริโภคอาหารคล้ายคลึงกับภาคกลางของประเทศไทย คือ อาหารพื้นถิ่นภาคกลาง แต่เนื่องจากมีพื้นที่ติดทะเล มีการประกอบอาชีพประมงชายฝั่ง อาหารทะเลจึงเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่าย นิยมนำมาประกอบอาหาร นอกจากนี้ยังมีการนำผลผลิตการเกษตรภายในชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาหาร เพื่อบริโภคและเพื่อเป็นเมนูพิเศษดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิ แกงคั่วสับปะรด ซึ่งโครงหมูป่าสับปะรด เป็นต้น

4. อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของ 3 ศาสนา และมีกลุ่มชาติพันธุ์ ด้านประเพณี คือ การตักบาตรเพ็ญพุธ ในด้านความหลากหลายทางศาสนา ชุมชนมีวัฒนธรรมของ 3 ศาสนา และมีกลุ่มชาติพันธุ์ อ่าวน้อยมีผู้นับถือทั้งศาสนาพุทธ อิสลาม และคริสต์ มีศาสนสถานสำคัญหลายแห่ง อยู่อาศัยร่วมกันช่วยเหลือเกื้อกูลในทุกด้าน ด้านกลุ่มชาติพันธุ์ ในชุมชนมีผู้นับถือพหุมาจากหลากหลายพื้นที่ อาทิ ชุมชนชาวมอญในบริเวณวัดนิคมคุณราม กม.14 และอีกกลุ่มที่มีความโดดเด่นคือกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยทรงดำ เช่น ชุมชนร่มไทร เขตเทศบาลตำบล กม.5 หมู่ 6 บ้านเกตุเอน ที่มีความเข้มแข็งดำรงสืบทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยมีงานสำคัญเพื่อสืบสานวัฒนธรรมและประเพณีไทยทรงดำในวันที่ 14 เมษายนของทุกปี ในด้านประเพณีชุมชนจะประกอบประเพณีตามหลักศาสนาต่าง ๆ ตามวิถีชีวิตชาวไทยพุทธ มุสลิม และคริสต์ มีเพียงประเพณีตักบาตรเพ็ญพุธ



ที่ถือว่ามีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงที่สุด แม้ไม่ได้จัดในพื้นที่ของตำบลอ่าวน้อยโดยตรง แต่จัดขึ้นในพื้นที่ใกล้เคียง โดยกลุ่มผู้จัดเป็นชาวตำบลอ่าวน้อยร่วมกับชุมชนพื้นที่ใกล้เคียง ความโดดเด่น คือ เป็นการตักบาตรเที่ยงคืนพระอุทิศอุทิศพระเพลแห่งเดียวในประเทศไทย ในคืนขึ้น 15 ค่ำ ตรงกับวันพุธ เดือน สหมาสรวณียะ ในเขตอำเภอเมือง ในบางปีมีผู้เข้าร่วมจำนวนมากกว่า 2,000 คน เป็นการจำลองเหตุการณ์ พระอุทิศขึ้นจากเสด็จทะเล เพื่อมารับบิณฑบาตจากมนุษย์ มีความเชื่อว่าถ้าใครได้ใส่บาตรในวันเพ็ญพุธ จะได้รับอานิสงส์แรงกล้า ซึ่งคืนวันเพ็ญที่ตรงกับวันพุธนั้นในบางปีอาจมีหลายครั้ง ครั้งเดียวหรืออาจไม่มีเลย จึงเป็นประเพณีที่มีความพิเศษประเพณีหนึ่งของชาวอ่าวน้อย

2. การระบุอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลอ่าวน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลอ่าวน้อย ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ นำสู่การสรุปข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว จากนั้นจึงจัดกระบวนการ เพื่อค้นหาข้อมูลสู่ชุมชน รวมทั้งเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นจากหลากหลายภาคส่วนมีส่วนร่วมในการ ให้ความเห็นและตรวจสอบข้อมูล โดยใช้การประชุมกลุ่ม มีการนำเสนอข้อมูลด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของชุมชน และอภิปรายข้อสรุปอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของตำบลอ่าวน้อยที่ชาวอ่าวน้อย เห็นว่ามีความโดดเด่นและมีศักยภาพที่สามารถนำมาต่อยอดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) อ่างเก็บน้ำคลองบึง อันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ บ้านย่านซื่อ 2) วิถีชีวิตการเกษตร 3) สหกรณ์การเกษตร โรงสีข้าวพระราชทานอ่าวน้อย และ 4) วัดอ่าวน้อย

1) อ่างเก็บน้ำคลองบึงฯ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดของชุมชน เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิด กระแสการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในพื้นที่และกลายเป็นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชน ก่อนที่จะเชื่อมโยงส่งต่อนักท่องเที่ยวไปยังจุดอื่นๆ ในชุมชน และส่งผลให้เกิดอัตลักษณ์ด้านอื่นตามมา

2) วิถีชีวิตการเกษตร จากอ่างเก็บน้ำที่เป็นแหล่งน้ำหล่อเลี้ยงชุมชน ส่งผลให้ชาวอ่าวน้อยดำรงชีวิต และประกอบอาชีพการเกษตรเป็นอาชีพหลักตลอดทั้งปี นอกจากนี้ชุมชนยังมีความพยายาม ในการนำการเกษตรมาต่อยอดให้เกิดการท่องเที่ยว โดยสวนและไร่ต่าง ๆ ได้เปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ ด้านการเกษตรและการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตการทำเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ ตามแบบฉบับของตนเอง อาทิ บ้านไร่นาไทยโฮมสเตย์ ศูนย์เรียนรู้เกษตรรอบบ้านเศรษฐกิจพอเพียง ไร่อานวยชัย เป็นต้น



3) โรงสีข้าวพระราชทานอ่าวน้อย สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ในเส้นทางตามรอยเสด็จฯ ที่ชาวอ่าวน้อยภาคภูมิใจ เป็นโรงสีข้าวพระราชทานแห่งเดียวที่ยังคงดำเนินการและใช้งานเครื่องสีข้าวแบบโบราณอยู่จริง จึงมีแผนพัฒนาให้เป็นพิพิธภัณฑ์โรงสีข้าวชุมชน

4) วัดอ่าวน้อย แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ ทัศนียภาพอันงดงามเป็นวัดที่อยู่ติดกับชายทะเล มีทางบันไดเดินขึ้นถ้ำซึ่งด้านบนสุดมองเห็นวิวของทะเลอ่าวน้อย 1 ใน 3 สามอ่าวสำคัญที่เป็นชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวข้างต้นนำไปสู่การเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามอัตลักษณ์ของตำบลอ่าวน้อย ดังนี้

1) ค้นหาและระบุอัตลักษณ์ ชุมชนอ่าวน้อยระบุอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความตระหนักรู้ต่อนักท่องเที่ยวให้จดจำ โดยชุมชนยอมรับในแนวคิดดังกล่าวและได้ระบุอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ด้าน โดยใน 3 ด้านแรก คือ 1) อ่างเก็บน้ำคลองบึง อันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ บ้านย่านซื่อ 2) วิถีชีวิตการเกษตร และ 3) สหกรณ์การเกษตรโรงสีข้าวพระราชทานอ่าวน้อย ที่มีเรื่องราวสัมพันธ์กันและเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของชุมชนอ่าวน้อย ชุมชนมองว่าทั้ง 3 อัตลักษณ์มีความเชื่อมโยงระหว่างกัน และต้องการนำไปสู่อัตลักษณ์ท้องถิ่นทางการท่องเที่ยว ด้านที่ 4) วัดอ่าวน้อย แหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ชุมชนต้องการจะนำเสนอร่วมด้วย เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน ชุมชนต้องการนำอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านมาพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเส้นทางทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันระหว่างอัตลักษณ์ต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวตระหนักรู้และจดจำอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านของชุมชนได้ ผ่านภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของตำบลอ่าวน้อยด้วยแนวคิด ดังนี้ 1) ชุมชนอ่าวน้อยวิถีเกษตรตามรอยรัชกาลที่ 9 และ 2) จากภูผาสู่มหาสมุทร อ่าวน้อย ชุมชนที่ท่องเที่ยวได้ทั้งภูเขาจนถึงทะเล จากกระบวนการนี้ชุมชนอ่าวน้อยจึงสามารถระบุอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เป็นการนำเสนอให้เกิดภาพลักษณ์และสร้างความตระหนักรู้ต่อนักท่องเที่ยวให้จดจำ สอดคล้องกับอินทรา พงษ์นาค และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2558) กล่าวว่า “อัตลักษณ์ชุมชน” ถูกนำมาใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะมา



ท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ นำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีความโดดเด่นจนกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว เมื่อนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจะเกิดความประทับใจและจดจำ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีจุดขายที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร

2) การสร้างสรรค์กิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ชุมชนต้องการการสนับสนุนจากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดอบรมความรู้ และจัดเวทีเพื่อสร้างกระบวนการร่วมกัน ออกแบบและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน โดยไม่จำเป็นต้องสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา แต่เป็นการนำเสนอสิ่งที่ชุมชนมีอยู่แล้ว เช่น นำต้นทุนวิถีชีวิต วัฒนธรรม หรือสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ของชุมชนมาต่อยอดและสร้างจุดต่างให้น่าสนใจ เช่น กิจกรรมด้านการเกษตร การนำวิถีชีวิตการทำเกษตรกรรม ความรู้ด้านเกษตรกรรมหรือนำผลผลิตการเกษตรมาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมวิถีชีวิตด้านการทำประมงเรือเล็ก หรือกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อการผ่อนคลายในบริเวณพื้นที่อ่างเก็บน้ำคลองบึง โดยมุ่งเน้นให้เกิดการใช้เวลาท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีโอกาสในการสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างความทรงจำอันดีต่อชุมชน กิจกรรมรูปแบบนี้จะนำเสนอการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับหลักองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Richards, G (2010, pp.102) กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้า คือ “ทักษะและประสบการณ์” เปลี่ยนจากการขายเพียงทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้มาสู่การนำเสนอประสบการณ์และทักษะที่จะกลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว โดยชุมชนสามารถใช้วิถีชุมชนที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน มาเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

3) การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักไปกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการอื่น ๆ ในชุมชน โดยใช้วิธีการสร้างธีมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน เพื่อช่วยในการกำหนดและคัดสรรแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกัน เพื่อเป็นการเชื่อมโยง และทำให้เกิดการกระจายส่งต่อนักท่องเที่ยวภายในชุมชน และยังสามารถใช้เป็นจุดเด่นในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลสรุปในการประชุมกลุ่มย่อย จากกระบวนการในการระบุอัตลักษณ์ชุมชนตำบลอ่าวน้อย ได้ข้อสรุป คือ 1) ชุมชนอ่าวน้อยวิถีเกษตรตามรอยรัชกาลที่ 9 และ 2) จากภูผาสู่มหานที นำไปสู่การนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ดังนี้ 1) เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้เกษตรสร้างสุข 2) เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยเสด็จรัชกาลที่ 9 และ 3) เส้นทางท่องเที่ยวจากภูผาสู่มหานทีอ่าวน้อย



โดยในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ชุมชนอ่าวน้อย จะใช้อัตลักษณ์ชุมชนที่มีจุดร่วมกัน ในการสร้างเรื่องราวและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยเสด็จรัชกาลที่ 9 มีจุดเริ่มต้นที่อ่างเก็บน้ำคลองบึง อัตลักษณ์และจุดท่องเที่ยวหลักที่มีชื่อเสียงที่สุดของชุมชน เป็นลำดับแรกและยังเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของชุมชน คือ เรื่องราวเกี่ยวกับ ในหลวง รัชกาลที่ 9 ในจุดแรกนี้ชุมชนควรจัดทำป้ายสื่อความหมายบอกเล่าให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความสำคัญของอ่างเก็บน้ำแห่งนี้ รวมทั้งจัดทำแผนที่เพื่อกำหนด เส้นทางที่ส่งต่อนักท่องเที่ยวไปชมอัตลักษณ์ชุมชนด้านวิถีชีวิตการเกษตร อันเกิดขึ้นมาจากการมีน้ำกินน้ำใช้ จากอ่างเก็บน้ำคลองบึง ก่อนเดินทางไปยังโรงสีข้าวพระราชทานของชุมชนที่เกิดขึ้นจากพระราชดำริ เช่นเดียวกัน โดยในอนาคตโรงสีข้าวแห่งนี้ยังมีศักยภาพพัฒนาต่อยอดให้เป็นพิพิธภัณฑ์โรงสีข้าว พระราชทานของชุมชนหรือพัฒนาเป็นตลาดสินค้าชุมชนได้ โดยตลอดเส้นทางท่องเที่ยวสามารถ สอดแทรกกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับวิถีชีวิตเกษตรกรรมและแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตร รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวและบริการอื่น ๆ ของชุมชนในตลอดเส้นทาง สอดคล้องกับการศึกษา ของครุฑิต มาระโกชน์ และทักษิณา สมบูรณ์ (2566, น.220) เรื่องการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว โดยการกำหนดธีม คือ "สิ่งดีดีที่พนมสารคาม" เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวด้วยการหาจุดเด่น ของแหล่งท่องเที่ยวมาส่งเสริมเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวและเพื่อการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถนำสินค้า ทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมานำเสนอและใช้ประโยชน์ในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับ แนวทางการดำเนินการตามแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทราในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการ การท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีอัตลักษณ์

4) การพัฒนาตราสินค้าชุมชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การเพิ่มมูลค่า ตำบลอ่าวน้อย ควรมีการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการสร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสามารถออกแบบและกำหนดจากอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นจุดร่วม เพื่อนำเสนอและใช้ตราสินค้านี้ร่วมกัน โดยชุมชนมีการนำเสนอ อาทิ ตราสินค้า “สับปะรดอ่าวน้อย” ตราสินค้า “จากภูผาสู่มหานครของดี อ่าวน้อย” เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตำบลอ่าวน้อยให้เกิดภาพจำ ที่ชัดเจนมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและยังมีส่วนช่วยส่งเสริม การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในชุมชน สอดคล้องกับ Indahyani, Sofiana & Ari Yuniarso



(2018, pp290) กล่าวว่า อัตลักษณ์สามารถสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนในเชิงการท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ของชุมชนในฐานะของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์จะมีบทบาททำให้อัตลักษณ์มีความชัดเจนมากขึ้น โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในชุมชนและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์นั้นกลับไป

5) ส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาด หน่วยงานภาครัฐหรือส่วนที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมความรู้แก่ชุมชนให้มีความสามารถในการทำการตลาด เช่น การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การใช้สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อนำเสนอรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการ และโปรแกรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ และผลักดันให้มีการอัปเดตความเคลื่อนไหว การสร้างสรรค์คอนเทนต์ให้มีความน่าสนใจต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์โปรโมชันต่าง ๆ กระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ มาลินี ศรีไมตรี (2559) กล่าวว่า กิจกรรมที่ควรดำเนินการควบคู่กันไปกับการพัฒนาศักยภาพและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และการจัดทำเอกสารเผยแพร่สู่สาธารณะ เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลทั่วไป และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ และสอดคล้องกับ ฤดี เสริมชยุต (2563) ว่า การส่งเสริมการตลาดกับการท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่นำความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ด้วยการนำเสนอโปรโมชันต่าง ๆ

6) พัฒนาด้านการสร้างควมมีส่วนร่วมตามแนวคิดการท่องเที่ยว โดยชุมชนอ่าวน้อยเป็นตำบลขนาดใหญ่ มีหลากหลายกลุ่มองค์กรชุมชนด้านการท่องเที่ยวที่จัดตั้งขึ้น โดยแต่ละกลุ่มมีการจัดการในรูปแบบที่แตกต่างกันและมีศักยภาพแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันในระดับชุมชนค่อนข้างน้อย เน้นการบริหารจัดการตนเอง ขาดการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน ซึ่งเกิดจากการที่ชุมชนมีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีประชากรจำนวนมากมีทักษะ ความรู้ และการประกอบอาชีพหลากหลาย ภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ที่มีศักยภาพต่างกัน จึงค่อนข้างเป็นอุปสรรคในการรวมตัวกัน บางครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาอาจไม่ถูกส่งต่อไปยังส่วนอื่นเนื่องจากยังถูกมองว่าไม่มีความพร้อมเพียงพอหรืออยู่นอกไปจากกลุ่มเครือข่าย ส่งผลต่อการกระจายรายได้ และผลประโยชน์ที่ไม่ทั่วถึง ทำให้การบริหารจัดการในระดับชุมชนเกิดปัญหา เกิดความไม่เข้าใจกัน



และยังเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จในภาพรวมได้ ภาครัฐควรให้การสนับสนุน การให้ความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจหลัก และควรช่วยเป็นตัวประสานในการสร้างความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ อย่างจริงจัง เนื่องจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของ Dodds, R, Ali, A. & Galaski, K. (2018) ที่ศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่านอกเหนือจากการพัฒนาองค์ ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนในทั้ง 5 ด้านแล้ว ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนให้มีทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ กมลชนก จันทร์เกตุ (2560) พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมมีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในทุก ๆ มิติของการจัดการ และเป็นหัวใจของการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน หากประชาชนไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการจะไม่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของส่งผลให้ความสำเร็จอาจไม่เกิดขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก จันทร์เกตุ. (2560). *การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ครรชิต มาระโกชน และทักษิณา ภูมิบุญ. (2566). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 6(4), 210-223.
- เจริญเนตร แสงดวงแข. (2564). การสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 29(2), 1-23.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-46.
- ธนภัส สนธิรักษ์, สร้อยสุดา ณ ระนอง, ยุพกา พุกขิม่า และ กุลรัมภา เศรษฐเสถียร. (2566). การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 23(1), 570-585.
- นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). *การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มติชนออนไลน์. (16 กรกฎาคม 2563). *อพท.ชู 19 ชุมชนต้นแบบมาตรฐาน CBT Thailand 2020 การันตีคุณภาพบริการท่องเที่ยวชุมชน*.
https://www.matichon.co.th/economy/news_2269191
- มาลินี ศรีโมตรี. (2559). การพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่ นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 11(2), 53-65.
- ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(4), 51-61.



วิไลวรรณ ทวีศรี. (2557). *อัตลักษณ์ชุมชน : แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยว*

อย่างยั่งยืน โดยหลักพุทธสันติวิธีของเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ*

สังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550). *อัตลักษณ์* (16 มิถุนายน 2550)

<http://legacy.orst.go.th/?knowledges=อัตลักษณ์-16-มิถุนายน-2550>

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงาน

คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). *นโยบายและยุทธศาสตร์*

การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570.

<https://www.mhesi.go.th/index.php/stg-policy/930-2563-2570.html>

สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2557). *คู่มือเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว*

โดยชุมชน. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืน (องค์การมหาชน)

อารียา บุญทวี จินดา เนืองจันทน์ และวชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์. (2561). *แนวทางการพัฒนา*

ศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ อำเภอคลองเขื่อน จังหวัด

ฉะเชิงเทรา. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 20(1), 67-85.

อินทิรา พงษ์นาค และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2558). *อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัด*

สุพรรณบุรี. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social

Sciences and arts), 8(3), 511-523.

อุทิศ สังขรัตน์ และธเนศ ทวีบุรุษ. (2558). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การจัดการท่องเที่ยวตาม*

อัตลักษณ์ และวิถีชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้. สงขลา:

คณะศิลปศาสตร์และคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.



- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.
- Indahyani, T., Sofiana, Y. & Yuniarso, A. (2018). Reinforcement Identity of Tourism Village at Dusun Wangun-Bandung, *ICCD (International Conference on Community Development*, 1(1), 290-294.
- Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Local Development*. In Wurzburger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. (pp. 78–90). New Mexico. USA