

# บทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี

กัญญพัตส บุญกล้า<sup>1</sup>  
อังคณา อุดมพันธ์<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้นำที่มีบทบาทสำคัญด้านการบริหารจัดการจากภาครัฐ ผู้ประกอบการ และตัวแทนชุมชนเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบสโนว์บอลล์ (snowball sampling) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการบรรยายเชิงพรรณนา ผลวิจัยพบว่าผู้นำโดยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ผู้นำมีบทบาทที่สำคัญในการบริหารจัดการที่นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการบ่งชี้ความรู้, การสร้างและแสวงหาความรู้, การจัดความรู้ให้เป็นระบบ, การประมวลและกลั่นกรองความรู้, การเข้าถึงความรู้, การแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้, Bone (1992, p. 579-583) การทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และพบว่าปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ ปัจจัยด้านพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative space) ที่มีบรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้สร้างสรรค์ ปัจจัยด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative spectacles) และปัจจัยด้านกลุ่มผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative cluster) (UNESCO, 1978, p. 38) ทั้งนี้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น ร้อง รำ ทำโฮว์บนพื้นฐานความหลากหลายของสินค้าที่มีคุณภาพจากชุมชนในพื้นที่ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคนให้มีความรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ และคนในชุมชนร่วมกันวางแผนพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์ เกิดการกระจายรายได้จากพื้นที่ธรรมดาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**คำสำคัญ :** บทบาทผู้นำ การบริหารจัดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

<sup>1</sup> อาจารย์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี  
อีเมล : kunkung1984@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ ดร.สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี  
อีเมล : angkana.udompan@gmail.com

# Leadership's Role in Managing Creative Tourism at Hua Pli Market, Saraburi Province

Kanyaphat Bunlum<sup>1</sup>

Angkana Udompan<sup>2</sup>

## Abstract

This study investigated the leadership's role in managing creative tourism at Hua Pli Market, Saraburi Province, and examined the key success factors in this area. The research adopted a qualitative approach of 15 persons consisting of leaders from the government, entrepreneurs, and community representatives as informants. The study utilized purposive and snowball sampling methods, collecting data through in-depth interviews and descriptive analysis. The research results found that the majority of leaders, predominantly women with bachelor's degrees, were native to Saraburi Province. Leaders were instrumental in various aspects of creative tourism management Bone (1990, p. 579-583.) including knowledge identification, creation, organization, filtration, access, sharing, exchange, and integration of learning into work. Critical success factors UNESCO (1978, p. 38) included fostering a creative learning environment, offering diverse tourism activities, such as sensing, dancing and establishing creative clusters showcasing quality local products. Leaders were pivotal in nurturing knowledgeable individuals through collaborative efforts among the government, entrepreneurs, and community members to drive effective development, enhance sector-wide benefits, and redistribute income form ordinary areas to develop creative tourism hubs.

**Keywords:** leadership, management, creative tourism

---

<sup>1</sup> Lecturer, Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thepsatri Rajabhat Universit  
e-mail: kunkung1984@gmail.com

<sup>2</sup> Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thepsatri Rajabhat Universit  
e-mail: angkan-a.udompan@gmail.com

## บทนำ

สังคมโลกมีการปรับเปลี่ยน นานาประเทศมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการร่วมมือแบบพลวัต มากยิ่งขึ้นทั้งในภูมิภาคทั้งในระดับทวีปและระดับพหุภาคี โลกาภิวัตน์ (globalization) เกิดการเผยแพร่ องค์ความรู้จนก่อให้เกิด “สังคมฐานความรู้” (knowledge-based society) ที่หลากหลาย ประเทศไทย มีจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจและเป็นพลังขับเคลื่อนการเสริมสร้างการกินดีอยู่ดี มีความสุขร่วมกันของคนในชาติ มีทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาล สะท้อนจุดแข็งของเราว่ามีต้นทุนวัฒนธรรมที่ชัดเจน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่ง ภาคส่วนที่สำคัญในการสร้างรายได้และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศเป็นเครื่องมือ การตลาดและเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย

จังหวัดสระบุรีเป็นพื้นที่ที่ได้รับการกระตุ้นจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย TDRi ประเมิน ศักยภาพเบื้องต้นของพื้นที่ของผู้เชี่ยวชาญใน TDRi สามารถจัดกลุ่มจังหวัดได้เป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์วิถีกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัด เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน บนวิถีพอเพียงตลาดหัวปลีมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ของชุมชนเกษตร พืชผักปลอดสารเคมี และการน้อมนำศาสตร์ พระราชามาเป็นต้นแบบ ตลาดหัวปลีมีการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ วิถีท่องเที่ยวชุมชนบนวิถีความพอเพียง วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นรากฐานสำคัญของวัฒนธรรมของชาติ เพราะเป็น สิ่งที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จารีต ประเพณี พิธีกรรม และภูมิปัญญา ของคนในชุมชน อันบ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ อันสะท้อนถึงวิถีชีวิตอันเรียบง่ายเป็นสังคมที่พัฒนา ชุมชนให้ก้าวไปสู่สังคมที่มีคุณภาพ โดยสร้างคุณธรรม และจริยธรรม อีกทั้งยังดำรงความเป็นชาติพันธุ์ แต่ปัจจุบันวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นถูกกลืนหาย ลบเลือน เพราะไม่ได้รับการเอาใจใส่สืบสาน ทำนุบำรุงให้เจริญงอกงามจากผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรม ผู้นำมีบทบาทสำคัญที่จะสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรม ของผู้ตามหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อบรรลุเป้าหมาย (Goal Achievement) ผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญระดับต้นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านการพัฒนา ผู้นำที่มีความสามารถในการมองเห็นปัญหาของชุมชน วิเคราะห์ ได้ระดมการมีส่วนร่วมและแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างเข้าใจ เข้าถึง และมุ่งพัฒนาอย่างแท้จริงยังมีน้อย ถึงแม้ว่า หลายหน่วยงานต่างพยายามเผยแพร่และส่งเสริมให้คนไทยเห็นคุณค่าและตระหนักถึงความสำคัญของ ชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นแต่หลายพื้นที่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการ เพราะยัง ขาดผู้นำที่เป็นหัวใจหลักในการบริหารจัดการที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brennan and Carol Ann (1996, p. 57) พบว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จมี 3 ปัจจัยหลัก อันดับหนึ่งได้แก่ คน รองลงมา ได้แก่ เทคโนโลยีและโครงสร้าง โดยคนเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robert. W. doeldner, R. (1986, p.463-469) และ Bonink, C. and Hitters, E. (2001) พบว่าคนเป็น หัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ โดยมุ่งเน้นการสร้างทักษะให้กับพนักงาน และผู้ประกอบการต้อง เป็นผู้ปรับเปลี่ยนการสร้างทักษะและต้องร่วมกับทุกภาคส่วน

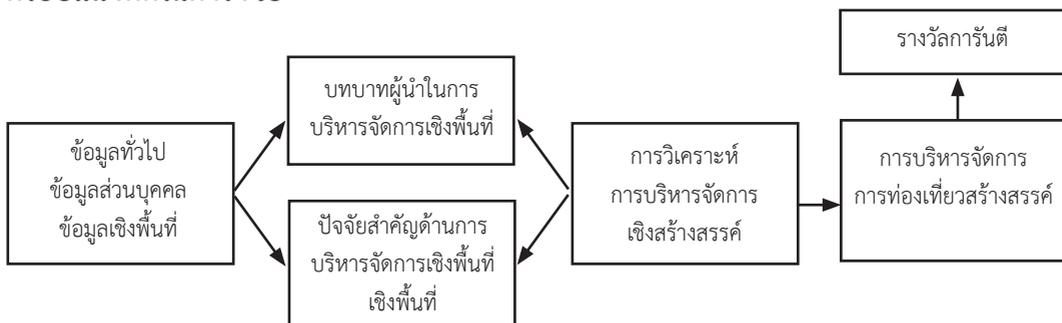
ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรีเป็นพื้นที่ที่มีบริหารจัดการสิ่งอันทรงคุณค่าจากพื้นที่ว่างเปล่ารกร้างให้กลับมาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ เป็นแหล่งสร้างสรรค์ของทุกช่วงวัยได้มาเรียนรู้ ท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรม แต่การศึกษาบทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไปสู่การบริหารจัดการที่ประสบความสำเร็จได้นั้นยังไม่ได้มุ่งเน้นเท่าที่ควร จึงมีหลายคำถามว่าบทบาทผู้นำมีความสำคัญในการทำความเข้าใจ กำหนด และมีหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่เป้าหมายเดียวกันอย่างไร

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาบทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี รวมถึงปัจจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยคงไว้ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่คงความเป็นอัตลักษณ์และความเป็นมาตรฐานทั้งในแง่การบริหารจัดการที่มีมาตรฐาน เพื่อให้พร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ให้มีการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดคุณค่า เสริมสร้างความรู้ความสามารถ เสริมสร้างความเข้มแข็งในการทำงานร่วมกัน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในด้านการมีส่วนร่วมไปสู่ความสำเร็จด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในพื้นที่ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี จากภาครัฐ ผู้ประกอบการ และตัวแทนชุมชน จำนวน 30 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ของตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี จากภาครัฐ ผู้ประกอบการ และตัวแทนชุมชน จำนวน 15 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) โดยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร กรอบแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น โดยแบ่งออกเป็น 7 ประเด็นคำถามหลัก

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) โดยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร กรอบแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นโดยแบ่งออกเป็น 7 ประเด็นคำถามประกอบไปด้วย 1. การบ่งชี้ความรู้ 2. การสร้างและแสวงหาความรู้ 3. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ 4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ 5. การเข้าถึงความรู้ 6. การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ 7. การทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน ด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงผ่านเครื่องบันทึกเสียง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ทั้งการวิจัยเชิงเอกสารที่เป็นพื้นฐานทฤษฎี และองค์ความรู้ ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นข้อคำถามที่วางไว้ เพื่อนำไปสู่การตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์วิจัยที่ต้องการจะศึกษาหลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีการวิจัยที่สร้างเนื้อหาหรือข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือและมีข้อสรุปที่มีความเที่ยงตรงจากเนื้อหาไปสู่บริบทของเนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์ กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษานี้ประกอบด้วยสี่ขั้นตอน คือ การจัดระเบียบข้อมูล การให้รหัสข้อมูล การแสดงข้อมูลสุดท้าย คือ การสรุปการตีความและการตรวจสอบความถูกต้องของการวิจัย Krippendorff (2004)

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ สรุปได้ว่าส่วนใหญ่เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 79.7 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 21.3 อยู่ในช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เรียนปริญญาตรี รองลงมาคือปริญญาโท รายได้ 10,000 – 35,000 บาท ประกอบอาชีพรับธุรกิจส่วนตัวเป็นหลัก รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี พบว่าผู้นำมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนและบริหารจัดการที่นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.1 การบ่งชี้ความรู้ ผู้นำมีบทบาทที่สำคัญในการบ่งชี้ความรู้และมีวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับพันธกิจของหน่วยงานราชการในระดับจังหวัด และผู้นำมีเป้าหมายในบ่งชี้ความรู้อย่างชัดเจนโดยมีการบูรณาการวางแผนร่วมกับภาครัฐ ภาคประชาชน และดึงภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม

2.2 การสร้างและแสวงหาความรู้ ผู้นำผลักดันและขับเคลื่อนในการสร้างความรู้ใหม่ โดยการเข้าไปร่วมอบรมกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายและยัง แสวงหาความรู้จากภายนอกโดยการเชิญหน่วยงานต่าง ๆ มาให้ความรู้แก่ประกอบการร้านค้าในตลาดหัวปลีไปศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติม เช่น การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว หรือแม้แต่การสร้างช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ นำปราชญ์ชาวบ้านมาสอนวิถีการทำขนมไทย อาหารไทย ให้เยาวชนและผู้ที่สนใจได้เรียนรู้

2.3 การจัดความรู้ให้เป็นระบบผู้นำส่งเสริมให้มีการเตรียมพร้อมสำหรับการเก็บความรู้ อย่างเป็นระบบในการทำระบบคลังความรู้ของสินค้าแต่ละประเภทไว้ในระบบคอมพิวเตอร์และได้เผยแพร่ข้อมูลบางส่วนบนโลกออนไลน์

2.4 การประมวลและกลั่นกรองความรู้ มีการจัดทำปรับปรุงรูปแบบเอกสารแผ่นพับโบชัวร์ ให้เป็นมาตรฐานปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์อัปเดตความน่าสนใจ

2.5 การเข้าถึงความรู้ มีการดึงภาคีให้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ VDO เพื่อให้ผู้ใช้ผู้ที่สนใจนั้นเข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์

2.6 การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ ผู้นำได้เปิดพื้นที่ให้ผู้สนใจได้เข้ามาเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริงทั้งเรียนรู้แบบตัวต่อตัวและแบบกลุ่มปฏิบัติการ

2.7 การทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน ผู้นำมีการตระหนักและให้ความสำคัญกับการทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงานผ่านการทำงานเป็นทีม บูรณาการการทำงานและการสร้างจิตสำนึก รักท้องถิ่น เรียนรู้จากปัญหาและความต้องการของชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมในการสืบสานถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยสำคัญไปสู่ความสำเร็จด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี

ปัจจัยด้านพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative space) มีบรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ด้วยการจัดให้มีพื้นที่และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ ผ่านการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ มีพื้นที่สร้างสรรค์มีลานกิจกรรมการแสดงดนตรีสำหรับเยาวชน สถานที่ผลิตงานศิลปะและงานประดิษฐ์ เป็นต้น รวมถึงการมีพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับบุคคลทั่วไป มีศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน

ปัจจัยด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative spectacles) ตลาดหัวปลีมีส่วนสำคัญในการดึงให้ผู้คนทั้งในและนอกพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในทำกิจกรรมและฟื้นฟูรากเหง้าทางวัฒนธรรมผ่านการร้องเพลง, การร้องเพลงพื้นบ้าน, รำวงสระบุรี, การประกอบอาหาร, การทำขนมพื้นบ้าน, ลานศิลปะสำหรับเด็ก, ลานสุขภาพ, พืชผักสวนครัว และร้านขายของอีกมากมายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ให้แก่ผู้มาเยือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2556) “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เป็นรูปแบบหนึ่งในการท่องเที่ยววัฒนธรรมเกี่ยวพันกับการ “เที่ยวชม” (Viewing) “มองดู” (Seeing) “คิดใคร่ครวญ” (Contemplating) เช่น งานศิลปะ การแสดง โบราณสถาน แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วางอยู่บนพื้นฐานของ “การมีประสบการณ์” (Experiencing) “การเข้าไปมีส่วนร่วม” (Participating) และ “การเรียนรู้” (Learning)

ปัจจัยด้านกลุ่มผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative cluster) ตลาดหัวปลีมีผู้ประกอบการหลายร้านแต่ละร้านมีความแตกต่าง และหลากหลาย บนความหลากหลายที่จับต้องได้สิ่งเหล่านั้นจึงเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำตลาดหัวปลีไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในปัจจุบันการผลิตและผู้สร้างสรรค์บรรยากาศ (Atmosphere) ที่เป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourists) และบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative people) ความท้าทายของผู้ประกอบการคือ ศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการที่มีองค์ประกอบสุนทรียภาพที่สูง (High aesthetic) โดยใช้เอกลักษณ์ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน รวมถึงการประกอบธุรกิจที่สร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่สังคมหรือชุมชนในท้องถิ่นระดับประเทศ (Bagwell, 2009)

## อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 บทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดหัวปลี จังหวัดสระบุรี ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการพัฒนาคนให้มีความรู้ แสวงหาความรู้ นำความรู้ที่ได้มาปฏิบัติจริงทั้งตนเองและผู้ร่วมทำกิจกรรม โดยมีการบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ มีการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ในทุกกระดับ เช่น การพาไปศึกษาดูงานชุมชนการสนับสนุนงบประมาณเพื่อใช้ในการฟื้นฟูชุมชน การนำวิทยากรจากภายนอกชุมชนถ่ายทอดประสบการณ์และความรู้ประชาชนในชุมชน ตื่นตัวและหันมาร่วมมือร่วมใจในขับเคลื่อนเชิงพื้นที่ มีความตระหนักในการวางแผนพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์ เกิดการกระจายรายได้และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชินวัตร เชื้อสระคู (2564) พบว่าการดำเนินงานจนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จทั้งหมด 7 ขั้นตอน โดยรวมผู้ประกอบการ (ผู้นำ) เห็นด้วยและให้ความสำคัญในระดับมากด้านการส่งเสริมการตลาด การสนับสนุนจากภาครัฐ การออกแบบ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์การสร้างเรื่องราว และคุณค่าของสินค้า การหาตลาดเพื่อจำหน่ายที่มีความสัมพันธ์ต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เช่นเดียวกับตลาดห้วปลีสิ่งสำคัญ คือ การพัฒนาผู้นำชุมชนทุกกลุ่มให้เข้ามามีส่วนร่วมทำหน้าที่ ดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ นำเอกลักษณ์ชุมชนมาจัดการอย่างเป็นระบบ รวมถึงการถ่ายทอดทักษะด้วยการประยุกต์ให้เข้ากับบริบทในปัจจุบันได้ด้วยการสาธิตและลงมือทำจริง ด้วยความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดี สร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิต รวมถึงวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านในชุมชนกับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดห้วปลี จังหวัดสระบุรีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดห้วปลี คือการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative space) ด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative spectacles) ด้านกลุ่มผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative cluster) ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการ ชาวบ้านในชุมชนตลาดห้วปลีเกิดความภูมิใจจนสามารถสร้างกิจกรรมการบริหารจัดการเองได้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบคุณลักษณะ กระบวนการ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จะเป็นแรงผลักดันให้ก้าวไปสู่เมืองสร้างสรรค์ได้ ทำให้ชุมชนได้พัฒนารูปแบบการจัดการที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภ วรณโอสถ (2564) พบว่าการเรียนรู้ของผู้นำชุมชนมีองค์ประกอบสำคัญในด้านการเรียนรู้ตามรูปแบบ KSAAM มีรูปแบบด้านการบริหาร การมีส่วนร่วมของผู้นำและบูรณาการร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม สัมพันธ์กับตลาดห้วปลีด้วยองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ OTOP นวัตกรรม มีด้านการบริการเชิงสร้างสรรค์ด้านการสื่อสารและมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย จากการวิจัยบทบาทผู้นำกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลาดห้วปลีจังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยคือองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เรียกว่า L3CPBTG L = Leader ผู้นำ, 3C (Creative space) พื้นที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative spectacles) กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative cluster) ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์, P = Participation การมีส่วนร่วม, T = Technologic เทคโนโลยี, G = Government support การสนับสนุนจากภาครัฐ แม้ว่าผู้นำมีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตลาดห้วปลี จังหวัดสระบุรีและนำไปสู่รางวัลที่ได้รับในระดับประเทศ แต่บางองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีการสนับสนุนจากภาครัฐ ยังไม่ได้รับการบูรณาการเท่าที่ควรผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและเสนอแนะว่าควรนำหลัก L3CPBTG มาบูรณาการอย่างจริงจังจึงจะส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

## ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการถอดบทเรียนและองค์ความรู้จากการทำงานและการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อต่อยอดการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวของชุมชนยั่งยืน
2. ผู้นำชุมชนรุ่นใหม่ควรเรียนรู้ควบคู่ไปกับผู้นำรุ่นเก่าเพื่อการต่อยอดในการร่วมกันพัฒนา
3. ควรนำข้อมูลจากชุมชนพื้นที่ตลาดหัวปลีเชิงลึกเพื่อการวางแผนเชิงนโยบายในระดับภาค เช่น การประชาพิจารณ์ ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ตอบสนองความต้องการชุมชนอย่างแท้จริง
4. ควรศึกษาแนวทางการสร้างรูปแบบการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเชิงพื้นที่
5. ควรศึกษาความสำคัญและประสิทธิภาพของการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงแนวทางการดำเนินงาน การวางแผน การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์การส่งเสริมการทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน
6. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความยั่งยืน

## บรรณานุกรม

- ชินวัตร เชื้อสระคู. (2564). ปัจจัยของการดำเนินงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของอำเภอห้วยน้ำใหญ่จังหวัดมุกดาหาร. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 17(2), น.63-72.
- วัลลภ วรรณโอสธ. (2564). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศดรธม ประจักษ์ และคณะ. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารเวอร์ริเดียน, 10(2), น.1515-1529.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)”. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
- สุรีย์ บุญญานุกพงศ์ และคณะ. (2559). การบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้). สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุน (สกว.).
- อรธนพ เรื่องกัลป์ปวงค์ และสรวารรณ์ เรื่องกัลป์ปวงค์. (2560). บุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 11(4), น.220-234.

- Bagwell, S. (2008). Creative clusters and city growth. **Creative Industries Journal**. 1(1), p.31-46.
- Bone, P.F. (1992). Determinants of WOM communication during product consumption. **Advances in Consumer Research**, 19(1), p.579-583.
- Bonink, C. and Hitters, E. (2001). Creative industries as milieu of innovation : the westergasfabriek, Amsterdam. In (eds.) **Cultural Attractions and European Tourism**. 227-240. Richards, G., Wallingford: CABI.
- Brennan and Carol Ann. (1996). "Concept Mapping : An Effective Instructional Strategy in Science with Kindergarten Student," [Doctoral dissertation]. Hawii University.
- Christopherson, Robert W. (1994). **Geosystem : an introductio to physical geography**. Macmillan College Publishing Company.
- Klaus Krippendorff. (2004). **Content analysis: an introduction to it's methodology**. (2 nd ed). Sage.
- McIntosh, Robert W., and Chorles R. Goeldner. (1986). **Tourism : Principles, Practices, Philosophies**. Wiley Press.
- UNESCO. (1978). Indicator of Invironment Qaulity and Quality of life In Seashore, Stanley E., Milbrath, Lesten W. and Hakiss, Elemer (Eds.), **Meeting of Experts on Indicators of the Quality of Life and the Environment**. p.1-97, Paris.