

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอาว
ตำบลปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

Developing the Potential of Community-Based Tourism Based on the Cultural Identity of
Ban Pa-Ao, Pa-Ao Subdistrict, Mueang District, Ubon Ratchathani Province.

รัตน์ภรณ์ แซ่ลี
Rattanaorn Saelee

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University.

Corresponding Author E-mail address: Rattanaorn.s@ubru.ac.th

Received: Oct 20, 2025; Revised: Dec 19, 2025; Accepted: Dec 22, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาศักยภาพชุมชนสู่ชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยว 2) พัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรม 3) พัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวตามเส้นทางอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอาว การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ดำเนินงานช่วงเดือนกรกฎาคม 2564 – มิถุนายน 2565 ในพื้นที่ชุมชนบ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนร่วมแบบเจาะจงรวม 84 คน ครอบคลุมผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ผู้ดูแลฐานกิจกรรมและอาสาสมัครด้านการตลาด เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการประชุม/เวทีเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสังเคราะห์ประเด็นเพื่อจัดทำแนวทางพัฒนาร่วมกับชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ชุมชนสามารถยกระดับการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่าน “คณะทำงานร่วม” ระหว่าง อบต. ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และกลุ่มอาชีพ พร้อมพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและ “ถนนสายวัฒนธรรม”
- 2) เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ ได้แก่ ไข่เค็มพอกสมุนไพร และสิ่งประดิษฐ์จากผ้า พร้อมยกระดับคุณภาพจนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
- 3) มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงร่วมกับชุมชนใกล้เคียง พัฒนานักการตลาดชุมชนและช่องทางออนไลน์ รวมถึงเพจประชาสัมพันธ์ “ปะอาวน่าเที่ยว” ส่งผลให้เกิดรายได้แก่กลุ่มอาชีพมากกว่า 70,000 บาท และการรับรู้มากกว่า 10,000 ครั้ง โดยรวมสะท้อนประสิทธิผลของกระบวนการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: บ้านปะอาว การท่องเที่ยวโดยชุมชน อัตลักษณ์วัฒนธรรม การตลาดท่องเที่ยว

Abstract

This study aimed to (1) strengthen community capacity toward becoming a model community for tourism development, (2) improve the quality and value-added of community-based tourism products

grounded in local cultural identity, and (3) formulate tourism marketing strategies along the cultural identity route of Ban Pa Ao. The research employed Participatory Action Research (PAR) and was conducted from July 2021 to June 2022 in Ban Pa Ao community, Ubon Ratchathani Province, Thailand. A total of 84 purposively selected participants were involved, including community leaders, religious leaders, local sages, representatives of occupational groups, homestay operators, activity-base facilitators, and community marketing volunteers. Data were collected through in-depth interviews, focus group discussions, and participatory meetings/workshops, and were analyzed using descriptive analysis and thematic synthesis to co-create development guidelines with the community.

The findings indicate that.

1) the community enhanced its self-governance for tourism management through a joint working committee involving the Subdistrict Administrative Organization (SAO), community leaders, homestay entrepreneurs, and occupational groups, alongside the development of tourism activities and a “Cultural Road”

2) culturally identity-based tourism products were developed—namely, herbal-coated salted eggs and fabric-based handicrafts—and their quality was upgraded to meet the Thai Community Product Standard (MCPS).

3) cultural tourism routes were designed in collaboration with neighbouring communities, accompanied by the development of community marketing agents and online communication channels, including the “Pa Ao Na Thiao” (Pa Ao Worth Visiting) promotional page. These efforts generated more than 70,000 THB in income for occupational groups and achieved over 10,000 instances of audience reach/awareness. Overall, the results demonstrate the effectiveness of participatory processes in revitalizing and concretely upgrading community-based tourism through the foundation of cultural identity.

Keyword: Pa Ao village; Community-Based Tourism; Cultural identity; Tourism Marketing

บทนำ

ประเทศไทยถือว่าเป็นจุดหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก ซึ่งประเทศไทยโดดเด่นในเรื่องความหลากหลายของวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย โดยในปี 2562 สามารถสร้างรายได้สูงจากการท่องเที่ยวสูงถึง 3 ล้านล้านบาท หรือประมาณ ร้อยละ 18 ของ GDP และในปี 2563 ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด ทำให้การท่องเที่ยวของไทยซบเซาเป็นอย่างมาก ซึ่งในปีนี้สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพียง 578,816 ล้านบาท (สถาบันนวัตกรรมและฐานข้อมูล, 2563) แสดงให้เห็นว่าผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส ทำให้มีอัตราการหดตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงร้อยละ 83.2 (TDRI สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564) ภาครัฐและเอกชนจึงร่วมกันออกมาตรการกระตุ้นด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวในประเทศ โดยผลักดันให้ท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวในเมืองรองปี 2563 มีอัตราเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 20.55 ซึ่งจากเดิมในปี 2562 มีเพียงร้อยละ 9.89 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) โดยในปี 2562 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับขีดความสามารถด้านการแข่งขันในการท่องเที่ยวโดยสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) อยู่ในอันดับที่ 31 จาก 140 ประเทศ และอยู่ในอันดับ 3 ของอาเซียน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังสามาถเติบโตได้ และในปี 2564 รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

เพิ่มขึ้น จึงสนับสนุนให้มีการพัฒนาชุมชนต้นแบบในการท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม รวมไปถึงการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จัดทำโครงการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี 2561 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจการท่องเที่ยวชุมชนร้อยละ 93 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว GEN-Y สนใจทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนมากที่สุดถึงร้อยละ 31.3 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวร้อยละ 72 สนใจเข้าร่วมงานกิจกรรมหรือเทศกาลในพื้นที่ชุมชนเพื่อชิมอาหารประจำถิ่น และเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีใหม่ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตท้องถิ่นและชุมชน โดยเฉพาะท้องถิ่นที่มีประเพณีและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นกำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย (TAT Review Magazine, 2018)

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นหนึ่งกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งศึกษาธรณีวิทยา และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถาน วัดวาอาราม ประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนไทยอีสานที่มีความน่าดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นชุมชนที่เก่าแก่ มีปรากฏในตำนานประวัติศาสตร์ของเมืองอุบลราชธานี ชุมชนบ้านปะอาวมีความโดดเด่นในด้านวัฒนธรรมไม่ว่าด้านศาสนา วิถีชีวิต วัฒนธรรมชาวอีสาน โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในชุมชนคือ พิพิธภัณฑ์วัดบูรพาปะอาวเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอีสาน และที่ปรากฏอันเป็นอัตลักษณ์ของเมืองอุบลราชธานี คือ หัตถกรรมเครื่องทองเหลืองซึ่งมีการผลิตที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ ทั้งรูปแบบ ลวดลาย ที่มีเทคนิคและกรรมวิธีการหล่อทองเหลืองแบบวิถีโบราณและเป็นชุมชนเดียวในประเทศไทยที่ยังมีการสืบทอดฝีมือเชิงช่างโดยใช้เทคนิคขี้ผึ้งหายหรือการเผาไล่ขี้ผึ้ง (lost Wax) สืบต่อมายาวราชวงศ์ร้อยกว่าปี ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนเสมอ แม้ว่าบ้านปะอาวจะมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) สูง และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ รวมถึงคณะศึกษาดูงานลดลงอย่างมาก ส่งผลต่อรายได้ของวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนและผู้ผลิตสินค้า OTOP ในชุมชนโดยตรง นอกจากนี้ยังพบว่ายังไม่มีการปรับตัวของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่บ้านปะอาว หลังสถานการณ์โควิด-19 ทั้งในด้านการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน การบริหารเส้นทางท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานความปลอดภัย ตลอดจนกลยุทธ์การตลาดเชิงดิจิทัลที่เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังวิกฤต นอกจากนี้ ยังขาดแบบจำลองหรือแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สร้างความยั่งยืนและความสามารถแข่งขันแก่บ้านปะอาวในระยะยาว จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาการจัดการและกลยุทธ์การตลาดใหม่ ๆ เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างมั่นคงโดยมุ่งเน้นฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนที่มี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่ชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวจำนวน 1 ชุมชน คือชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรม
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวตามเส้นทางอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอาว

ประโยชน์การวิจัย

1. ชุมชนบ้านปะอาวได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทหลังโควิด เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ การจัดการมาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัย และเป็นต้นแบบสำหรับชุมชนอื่นที่ต้องการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังวิกฤต

2. ชุมชนมีแนวทางในการใช้การตลาดดิจิทัลในการเพิ่มรายได้จากสินค้าชุมชน และการประชาสัมพันธ์แบรนด์ชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์
3. กลุ่มอาชีพมีความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้
4. อบต.ปะอาวได้ทราบถึงศักยภาพชุมชน และมีข้อมูลประกอบการวางแผนนโยบาย ซึ่งได้นำฐานกิจกรรมที่เกิดขึ้น มาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจริง โดยมีการจัดงานเปิดตัวถนนสายวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2565 และได้รับเกียรติจากผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานีเข้าร่วมกิจกรรม
5. ช่วยเติมเต็มช่องว่างงานวิจัย เกี่ยวกับการฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชน หลังสถานการณ์โควิด-19 ทั้งด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการตลาดและเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2560) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญกับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน มีการกำหนดแนวทางและทิศทางโดยชุมชน จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของในการจัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนประกอบด้วย 7 องค์ประกอบดังนี้ 1) มืองค์กรหรือกลไกในการบริหารจัดการท่องเที่ยว 2) มีระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน 4) ส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน 5) มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน 6) สร้างการเรียนรู้ และ 7) มีการบริการที่ดี นอกจากนี้จากงานวิจัยของ Nitikasetsoontorn (2014) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนคือ ความร่วมมือของคนในชุมชน ความเป็นอัตลักษณ์และมีความโดดเด่นกว่าที่อื่น และการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น โดยนำองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวชุมชนถ่ายทอดสู่ชุมชนบ้านปะอาว นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้วยตนเองได้

แนวคิดด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การจัดการท่องเที่ยว

พระครูใบฎีกาวิภาญ วิสุทโธ และ ภักดี โพธิ์สิงห์ (2565) ได้เสนอแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยมองว่า อัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างตัวตนของชุมชน โดยอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต และสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำสิ่งเหล่านี้ที่ประกอบด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพื่อก่อให้เกิดรายได้ โดยต้องอาศัยความร่วมมือและความเข้มแข็งของชุมชนเป็นกลไกสำคัญ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เพื่อเปลี่ยนประสบการณ์เป็นสินค้า โดยได้นำเสนอฐานกิจกรรมที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนปะอาวแก่นักท่องเที่ยว

แนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์

สายัณห์ อินันนใจ และ พระณัฐกร ญฎโร (2565) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อัตลักษณ์ของชุมชน โดยนำเข้าไปร่วมในการออกแบบ รวมถึงสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังจะต้องพัฒนาทักษะในสิ่งที่ชุมชนขาด เช่น ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์ จากงานวิจัยของ กุลชญา กุลธิวงศ์, ชินรัตน์ สมสืบ และ ศิริพงศ์ บัวแดง (2566) พบว่า การทำการตลาดออนไลน์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น ทำให้มีโอกาสสร้างรายได้จากทรัพยากรท้องถิ่น หรือจากความสามารถของคนในชุมชน

แนวคิดการจัดการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังโควิด

จากการศึกษาของ Jones (2022) พบว่า รัฐบาลหลายประเทศพยายามพัฒนาแผนการฟื้นฟูหลังโควิด โดยเน้นการช่วยเหลือผู้ประกอบการ กระตุ้นดีมานด์ โดยการกระตุ้นการเดินทางภายในประเทศ และการใช้การตลาดดิจิทัล เช่น Social Media, Online Branding หรือ Virtual Tourism ที่ช่วยให้ชุมชนเข้าถึงตลาดใหม่ได้เร็วขึ้น

แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงโดยชุมชน เป็นทฤษฎีที่นำมาปรับเพื่อเป็นเครื่องมือที่องค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชน นำไปใช้ในการพัฒนาชุมชนได้ โดยได้รับการพัฒนาจากแนวคิดการติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และการประเมินผลในแต่ละแผนงาน และเป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในงาน (Weiss, 1995; Anderson, 2013)

โดยทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงประกอบด้วย การกำหนดปัญหา การกำหนดกิจกรรม จะส่งผลผลิต ผลลัพธ์และผลกระทบระยะยาว ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง โดย ศุภวัฒน์ ปภัสสรากาญจน์ (2559) ได้มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น โดยหากชุมชนต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงด้วยชุมชน ผู้นำและตัวแทนกลุ่มชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาชุมชน และต้องแสดงความต้องการในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากคนในชุมชนเอง ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ และจะต้องเข้าใจในสิ่งที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหมายถึงคนในชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องเกิดความเข้าใจในเป้าหมายระยะยาวของการพัฒนา หรือเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาในชุมชนร่วมกัน จึงจะส่งผลสำเร็จ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยต่อเนื่อง ปีที่ 2 มีระยะเวลาดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2564 จนถึงเดือนมิถุนายน 2565 งานวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) พื้นที่วิจัยคือ บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี

ประชากร

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี โดยคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งผู้ที่มีองค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยจำแนกเป็นผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ปราชญ์ชาวบ้าน รวมจำนวน 7 คน ตัวแทนสมาชิกกลุ่มอาชีพ 4 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ตัวแทนผู้ประกอบการโฮมสเตย์ 2 คน สมาชิกในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 10 ฐานกิจกรรม ฐานละ 5 คน อาสาสมัครเพื่อช่วยดูแลด้านการตลาด จำนวน 5 คน รวมจำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 84 คน เพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมในการวิจัย ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย อธิบายสิทธิในการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม รวมไปถึงอธิบายลักษณะการทำวิจัย และการนำข้อมูลไปใช้ โดยมีการถามยืนยันว่า “เข้าร่วมด้วยความสมัครใจหรือไม่” ซึ่งทั้งหมดได้รับความยินยอมด้วยวาจา

ตารางที่ 1 แสดงถึงกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย

ลำดับ	กลุ่มผู้มีส่วนร่วม	บทบาท/หน้าที่	จำนวน (คน)
1	ผู้นำชุมชน	ประสานงาน/ ส่งเสริมการจัดทำกิจกรรม/ พัฒนานโยบาย	4 คน
2	ผู้นำศาสนา	ที่ปรึกษาค่านิยม / วัฒนธรรม/	1 รูป
3	ปราชญ์ชาวบ้าน	ถ่ายทอดภูมิปัญญา	2 คน
4	กลุ่มอาชีพ (5 กลุ่ม)	ผลิตสินค้า / จัดกิจกรรม	20 คน
5	ผู้ประกอบการโฮมสเตย์	ดูแลที่พัก / ต้อนรับนักท่องเที่ยว	2 คน
6	ผู้ดูแลฐานกิจกรรม (10 ฐาน)	ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้	50 คน
7	อาสาสมัครด้านการตลาด	บริหารเพจ / ประชาสัมพันธ์	5 คน
รวมทั้งหมด			84 คน

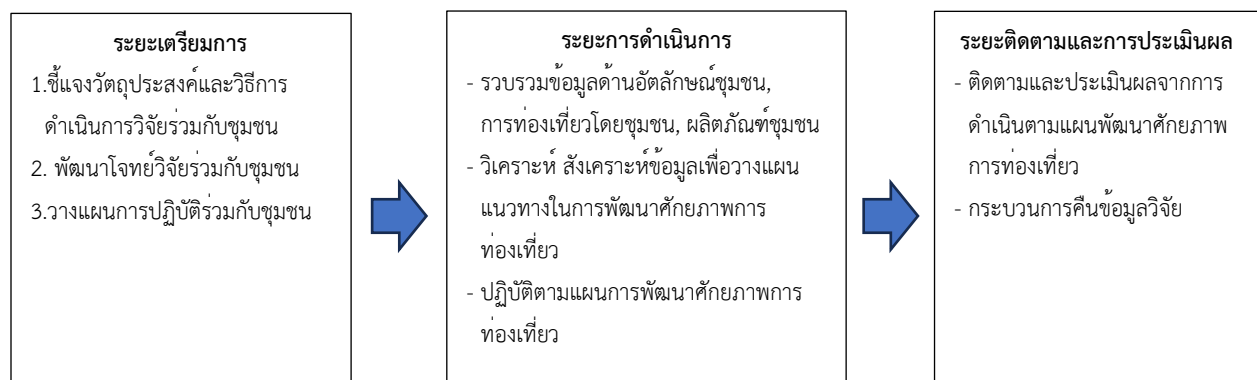
พื้นที่ดำเนินการวิจัย

พื้นที่ดำเนินการวิจัย คือ ชุมชนบ้านปะอว อำเภอมือ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีชุมชนวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ได้แก่ หัตถกรรมเครื่องทองเหลืองแบบโบราณ พิพิธภัณฑสถานบ้าน ประเพณีฮีต 12 คอง 14 และวิถีดั้งเดิมของชาวอีสาน ซึ่งเป็นพื้นที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นชุมชนทางการท่องเที่ยว

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ สามารถอธิบายเป็นกระบวนการได้ดังนี้

1. การเตรียมความพร้อมก่อนการวิจัย ด้านพื้นที่ คนและข้อมูล ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในครั้งนี้เลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปะอว ประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ผู้นำชุมชน ประชาชน ชาวบ้าน ผู้นำกลุ่มกิจกรรม ผู้นำศาสนา ผู้นำกลุ่มอาชีพ และผู้ประกอบการโฮมสเตย์ โดยชี้แจงวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานวิจัยร่วมกันแบบ PAR ในพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือกันระหว่างนักวิจัยและชุมชน
2. พัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกับชุมชนและคณะกรรมการของชุมชน โดยนำแนวทางในการพัฒนาที่ได้จากการดำเนินงานวิจัย ปีที่ 1 เข้าร่วมพิจารณา พร้อมทั้งกำหนดแผนแนวทางในการวิจัยศึกษาเรียนรู้ร่วมกัน โดยใช้เทคนิคสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก
3. วางแผนปฏิบัติการวิจัยร่วมกับชุมชน ร่วมออกแบบเครื่องมือโดยมีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปรับปรุงเครื่องมือให้เข้ากับบริบทของชุมชน และออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม และการจัดเวทีเชิงปฏิบัติการ
4. ดำเนินงานตามแผนการวิจัย โดยมีการเก็บข้อมูลด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอว ความพร้อมในการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน สินค้าชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลและวางแผนแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีเชิงปฏิบัติการ
5. นำแผนการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอว ไปปฏิบัติและประเมินผล โดยมีการติดตามกระบวนการปฏิบัติ ทบทวนและวางแผนปรับปรุง เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเป็นแกนหลักในการดำเนินงาน
6. การจัดกระบวนการคืนข้อมูลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญด้าน CBT เข้ามีส่วนร่วมในการรับฟังการคืนข้อมูลการวิจัยและร่วมเสนอแนะการพัฒนาแนวทางร่วมกัน เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการพัฒนาในอนาคต



ภาพที่ 1 กระบวนการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และ แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอว ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่า และความสามารถในการดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวชุมชน โดยมีประเด็นคำถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

1.1 อัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอว โดยแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจะเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ประเพณี หรือ ภูมิปัญญาใดที่สะท้อน “ความเป็นบ้านปะอว” สถานที่สำคัญ หรือเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน อัตลักษณ์ใดที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้า/บริการท่องเที่ยวได้ เป็นต้น

1.2 ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจะเกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ผู้ที่มีบทบาทหลักในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ระดับความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวของคนในชุมชนและหน่วยงานราชการ เป็นต้น

1.3 ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจะเกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันของกลุ่มอาชีพ อัตลักษณ์สินค้าของแต่ละกลุ่มอาชีพ ความสามารถของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาได้ เป็นต้น

1.4 ความสามารถด้านการตลาดท่องเที่ยวชุมชน โดยแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจะเกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันด้านการตลาดท่องเที่ยวชุมชนบ้านปะอว ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการตลาดที่เกิดขึ้น และความต้องการของชุมชนด้านการตลาด เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) จากการทบทวนงานวิจัย บทความวิชาการ เว็บไซต์และสื่อสาธารณะออนไลน์ เพื่อทราบข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และทุนวัฒนธรรมของชุมชน

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) ได้มาจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อกำหนดแผนการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรม โดยผู้วิจัยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมกลุ่มต่างๆ ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลจากผู้นำศาสนา 1 รูป ผู้ใหญ่บ้าน 1 คน ประธานกลุ่มอาชีพ 5 กลุ่มอาชีพ จำนวน 5 คน ตัวแทนผู้ประกอบการโฮมสเตย์ 1 คน ตัวแทนจากภาครัฐ 3 คน (เจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลปะอว เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนตำบลปะอว และ เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี)

2.2 การจัดสนทนากลุ่ม 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 เก็บข้อมูลจากกลุ่มอาชีพ จำนวน 20 คน กลุ่มผู้ดูแลฐานกิจกรรม 20 คน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ 2 คน ปราชญ์ชาวบ้าน 2 คน ผู้นำชุมชนและตัวแทนจากภาครัฐ 5 คน อาสาสมัครด้านการตลาด 2 คน ครั้งที่ 2 เก็บข้อมูลจาก ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านและตัวแทนจากภาครัฐ 7 คน ตัวแทนจากกลุ่มอาชีพ 10 คน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ 2 คน ผู้ดูแลฐานกิจกรรม 20 คน อาสาสมัครการตลาด 2 คน

2.3 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาทักษะและความรู้ เพื่อเตรียมความรู้ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 4 ครั้ง โดยมีการอบรมในเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวางแผนกิจกรรมและการท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับชุมชนการท่องเที่ยว และการตลาดท่องเที่ยวและการตลาดออนไลน์ โดยมีตัวแทนจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

2.4 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจำลอง โดยจัดเป็นการท่องเที่ยว 1 วัน โดยมีผู้เข้าร่วมคือ ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี ตัวแทนชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินฐานกิจกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีการจัดหมวดหมู่ข้อมูล โดยการถอดบทสัมภาษณ์ จับประเด็น และสร้างรหัสข้อมูล และสังเคราะห์ประเด็นหลัก เช่น อัตลักษณ์วัฒนธรรม การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้วยชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดดิจิทัลชุมชน การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว โดยมีวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) และความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face validity) ควบคู่กัน โดยได้มีการพิจารณาความสอดคล้องข้อมูลจากหลายมิติ โดยการตรวจสอบด้วยวิธีการที่หลากหลาย เก็บข้อมูลจากกลุ่มคนที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการจัดการการท่องเที่ยวของบ้านปะอาว และได้ทวนสอบข้อมูลกับชุมชน ทำการสรุปข้อมูล และเขียนอภิปรายเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

บ้านปะอาวถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากเป็นหมู่บ้านที่มีการทำเครื่องทองเหลืองด้วยกรรมวิธีโบราณและบ้านปะอาวได้รับการลงทะเบียนเป็นหมู่บ้านวิถีวิถี ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดอุบลราชธานีมักจะต้องเดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านปะอาวเสมอ จากการสัมภาษณ์ นายอภิชาติ พานเงิน ประธานผู้ประกอบการ Home stay บ้านปะอาว พบว่า ก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด 19 มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาเที่ยวบ้านปะอาวเสมอ โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องการศึกษาดูงานชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากหน่วยงานราชการ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวบ้านปะอาว โดยบ้านปะอาวยังขาดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะติดต่อกับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในท้องถิ่นโดยตรง หากมาจากหน่วยงานราชการก็จะติดต่อผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านอาว จึงมีการมอบหมายให้นายอภิชาติเป็นผู้บริหารจัดการ ในส่วนของการสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพ ประกอบไปด้วย กลุ่มทอผ้าไหม กลุ่มผลิตเครื่องทองเหลือง กลุ่มแปรรูปไข่เค็ม กลุ่มผลิตสินค้างานประดิษฐ์จากผ้า และกลุ่มทอผ้าขาวม้า จะได้ประโยชน์ร่วมกันทุกกลุ่ม เมื่อนักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มใหญ่ หากมาเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ก็จะชมการทำเครื่องทองเหลืองและผ้าไหม ทำให้กลุ่มอาชีพอื่นๆ ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากนัก นอกจากนี้ บ้านปะอาวยังไม่มีช่องทางการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทำให้การท่องเที่ยวบ้านปะอาวซบเซา นักวิจัยและชุมชนจึงร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา และพัฒนาเป็นกิจกรรมและดำเนินการในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ ๆ ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1) พัฒนาศักยภาพชุมชนสู่ชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยว โดยการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่าชุมชนปะอาวมียอดักซ์และเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมคือ เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตแบบอีสานดั้งเดิม แม้จะอยู่ใกล้เมือง แต่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมอีสานซึ่งสืบทอดยาวนานกว่า 200 ปี โดยผ่านการงานประเพณี ฮีต 12 คอง 14 นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านที่รวบรวมเครื่องมือ เครื่องใช้ของชาวบ้านที่ใช้จริงในอดีต และที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักในวงกว้างคือ การทำหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองแบบโบราณ ด้วยกรรมวิธีขึ้นฝั้่งสุญ และการทอผ้าไหมพื้นบ้าน ซึ่งส่วนมากนักท่องเที่ยวมักจะแวะชมเพียงการทำหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองโบราณ และซื้อผ้าไหม ไม่ได้มีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน จึงได้มีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างจุดสนใจมากขึ้น โดยคิดค้นฐานกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ได้แก่ การต้อนรับด้วยการพ้อนกลองตุ้มซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมพ้อนกับนางรำได้ การทำขนมเพื่อใช้ในการเข้าร่วมการพ้อนกลองตุ้ม การเข้าร่วมกิจกรรมดนตรีพื้นบ้าน การทำไก่ย่างพริกแกงซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านที่มีเฉพาะที่บ้านปะอาว การทำขนมหมากเบ็งเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การทำกระพรวนจากทองเหลือง กิจกรรมทำผ้ามัดย้อม การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า การทำไข่เค็มพอกเกลือและการทำลูกประคบสมุนไพร ซึ่งทุกกิจกรรมนั้นชุมชนบ้านปะอาวสามารถจัดทำได้เอง นักท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนได้ตาม

ต้องการ โดยจัดกิจกรรมได้ทั้งรูปแบบมาเพื่อเยี่ยม หรือมาเพื่อพักค้าง นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาให้ชุมชนได้รับมาตรฐาน S.H.A Plus โดยได้รับหมายเลขตราสัญลักษณ์ คือ C1288 ในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2565 ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2) พัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรม พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีอยู่เดิมในบ้านปะอ่าวประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ผลิตทองเหลือง กลุ่มแปรรูปอาหาร (ไข่เค็ม) กลุ่มผู้แปรรูปผ้า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม และกลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้า มีการผลิตแบบดั้งเดิม มุ่งเน้นลูกค้าในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ จึงได้มีการพัฒนาคุณภาพโดยสามารถพัฒนาสินค้า 2 ประเภทคือ งานประดิษฐ์จากผ้าและกระเป๋าผ้า โดยมีเลขมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ 2502-48/96(อบ) และ เลขที่ 2515-64/417(อบ) ออกให้ ณ วันที่ 22 กันยายน 2564 โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด อุบลราชธานี และมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงตารางเปรียบเทียบผลก่อน – หลัง ในการพัฒนา

กลุ่ม	ก่อนการพัฒนา	หลังการพัฒนา	ผลลัพธ์
กลุ่มผู้ผลิตเครื่องทองเหลือง	เน้นผลิตเครื่องใช้ สินค้าสำหรับโชว เช่น เขียนหมาก กระพวน กระดิ่ง	ผลิตเครื่องประดับจากทองเหลือง เช่น ปิ่นปักผม โดยปรับจาก กระบวนการการทำกระพวน	กระพวนขนาดเดิม ราคา 35 บาท ปรับเป็นปิ่นปักผม สามารถขายได้ใน ราคา 150 บาท
กลุ่มผู้ผลิตผ้าขาวม้า	สินค้ามีลักษณะเป็น ผืนผ้าพับ	จัดผ้าให้มีลักษณะคล้ายมาลัยกร	จากเดิมราคา 150 บาทต่อผืน หาก ต้องการให้ทางร้านทำเป็นลักษณะ พวงมาลัย ราคา 170 บาทต่อผืน
ผู้ผลิตไข่เค็ม	ไข่เค็มพอกเกลือ ดินสอพอง	ไข่เค็มพอกสมุนไพร	จากราคาฟองละ 10 บาท สามารถ เพิ่มราคาเป็นฟองละ 12 บาท
กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม	เน้นการขายผ้าผืน	มีบริการตัดเย็บสินค้า	ได้รับค่าบริการตัดเย็บเพิ่มมากขึ้น
กลุ่มแปรรูปผ้า	ผลิตกระเป๋าถุงแฉ ราคา 35 บาท	พัฒนาเป็นกระเป๋าผ้าหลากหลาย แบบ โดยมีราคาตั้งแต่ 200 – 350 และสายคล้อง Mask / แว่นตา ราคาเส้นละ 100 บาท	จากเดิมสามารถขายได้ชิ้นละ 35 บาท เมื่อมีการพัฒนาสามารถ เพิ่มมูลค่าสินค้าได้หลายเท่า

วัตถุประสงค์ที่ 3) พัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวตามเส้นทางอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอ่าว ทีมวิจัยได้มีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว ดังนี้ 1) สร้างช่องทางการสื่อสาร โดยจัดทำ Facebook Fanpage เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆของชุมชน โดยใช้ชื่อว่า ปะอ่าวน่าเที่ยว โดยมียอดการเข้าถึงรวมทุกโพสต์ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2565 จนถึงวันที่ 18 สิงหาคม 2565 มากกว่า 10,000 ครั้ง ซึ่งการดำเนินงานของเพจได้อาสาสมัครที่เป็นคนในชุมชนเป็นผู้ดูแล ซึ่งยังคงมีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยมีการเปลี่ยนชื่อเพจเป็น “บ้านปะอ่าว จังหวัดอุบลราชธานี” และมีการร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวร่วมกับเพจต่างๆ 2) การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน และพัฒนานักการตลาดชุมชนให้กับกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าชุมชน ได้แก่สินค้า ผ้าไหม ไข่เค็ม ผ้าขาวม้า งานประดิษฐ์จากผ้า และเครื่องทองเหลือง ซึ่งจากการสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านออนไลน์ สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มอาชีพทั้ง 5 กลุ่มกว่า 70,000 บาท 3) สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกับชุมชนบ้านชีทวนที่เน้นการท่องเที่ยวธรรมชาติ ชุมชนบ้านหนองขอน

เน้นการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และบ้านปะอาวนเน้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอีสานดั้งเดิม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวโดยดึงดูดเด่นที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่สร้างเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่



ภาพที่ 2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและได้รับมาตรฐาน



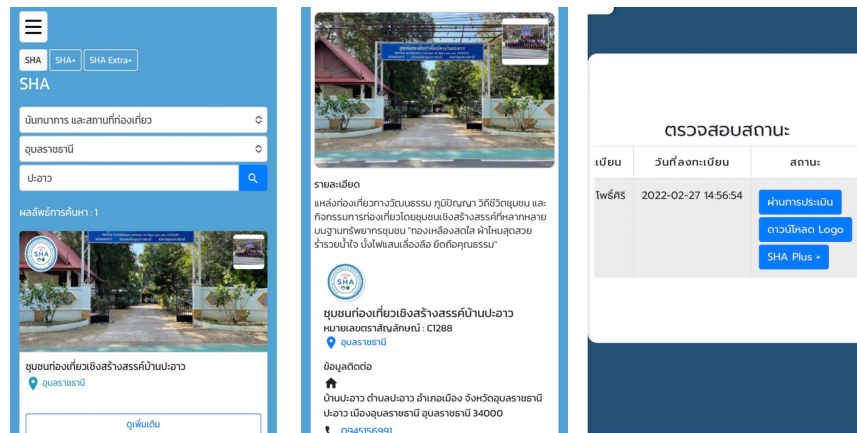
ภาพที่ 3 การพัฒนาไข่เค็มเพื่อเพิ่มมูลค่า



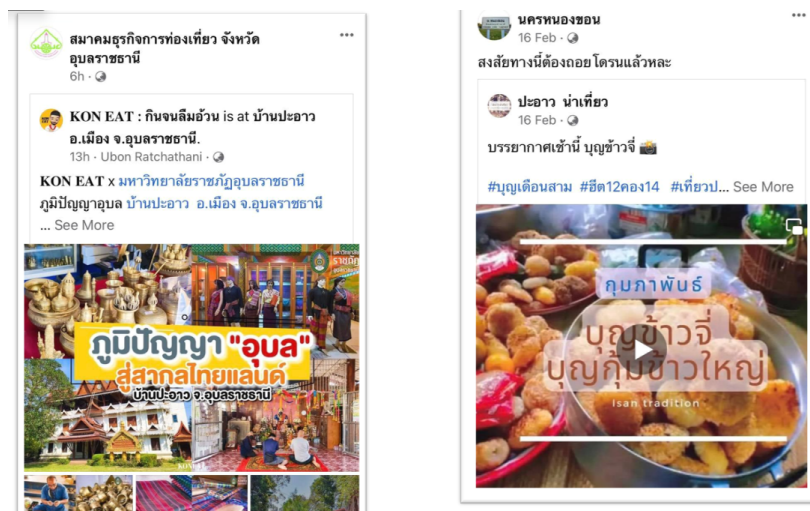
ภาพที่ 4 ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มผช



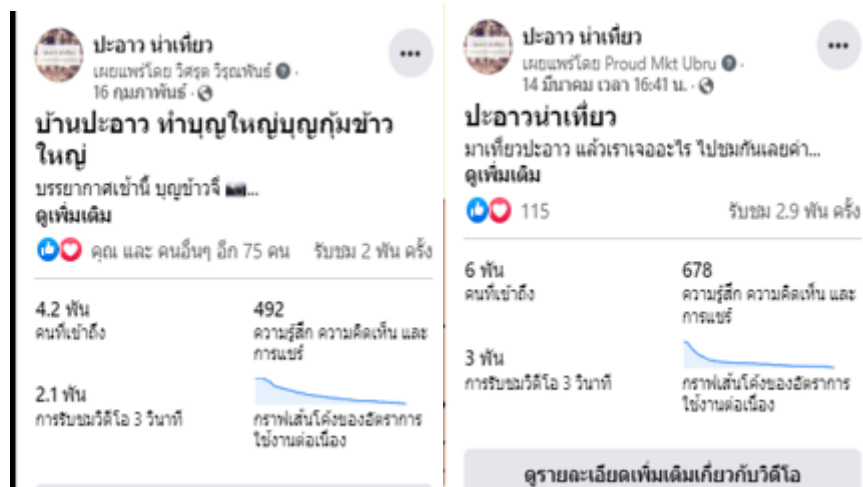
ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปะอาว



ภาพที่ 6 หลักฐานการรับรองมาตรฐาน SHA Plus ของชุมชนบ้านปะอาว



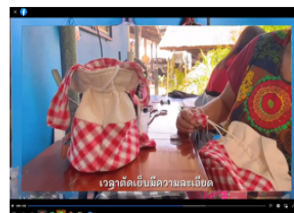
ภาพที่ 7 การร่วมมือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากเครือข่ายภายนอก



ภาพที่ 8 หลักฐานแสดงการเข้าถึงโพสของเพจพะอานน้ำเต้า



ภาพที่ 9 กิจกรรมพัฒนานักการตลาดชุมชนออนไลน์



ภาพที่ 10 การพัฒนาสื่อการตลาดสินค้าชุมชน และการท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

จากการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมบ้านปะอว ตำบลปะอว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี นั้นทำให้ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมลงมือปฏิบัติร่วมกับชุมชนได้ ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับดวงดาว โยชิตะ (2565) ที่ได้ศึกษารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนปะอว พบว่า รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปะอว คือ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นอกจากนี้การได้รับมาตรฐานความปลอดภัยในด้านสุขอนามัยของชุมชนบ้านปะอว จะทำให้นักท่องเที่ยวลดความกังวลและกล้าที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุล และ ศุภศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์ (2564) ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ทีมวิจัยร่วมกับกลุ่มอาชีพในการพัฒนาสินค้านั้น พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสินค้าที่มีมาตรฐานนั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนภูมิ เครือทิพย์ (2563) ที่ศึกษาความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) พบว่าการได้มาซึ่งเครื่องหมาย มผช. เป็นประโยชน์ต่อการสร้างแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด เนื่องจากผู้บริโภคจะเลือกสินค้าได้ดีขึ้นเมื่อมีเครื่องหมาย มผช.

ในด้านการพัฒนาด้านการตลาดสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนกว่า 70,000 บาท และทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนปะอวมากกว่า 10,000 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ) นายวิระพงศ์ มาลัย ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยว่า สสว. ได้ทำการศึกษาผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวชุมชนสู่ความยั่งยืน พบว่าการท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือท่องเที่ยวชุมชน ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมหลายมิติ ทั้งด้านรายได้ที่เพิ่มขึ้น หนี้สินที่ลดลง และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลที่ได้จากการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ จะทำให้ชุมชนเข้าใจอัตลักษณ์ของท้องถิ่นตน และสามารถนำอัตลักษณ์นั้นมาสร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆได้
2. การพัฒนาคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าสินค้า จะทำให้กลุ่มอาชีพตระหนักถึงประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าชุมชนของตนให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มอาชีพยังมีความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสามารถประยุกต์ใช้ฐานความรู้ในอนาคตได้
3. ผลที่ได้จากการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวชุมชน ทำให้บ้านปะอวเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว GEN Y ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของการท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เน้นการศึกษาเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชน โดยศึกษาในมุมมองของผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเท่านั้น จึงควรศึกษาในแง่ของผู้รับบริการท่องเที่ยวเพิ่มเติม

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ผู้ที่ให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัยเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กุลขญา กุลธิวงศ์, ชินรัตน์ สมสืบ และ ศิริพงศ์ บัวแดง (2566). การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ของ ศูนย์การศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสะบายน้อย จังหวัดสงขลา. *วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 3(1), 109-123.
- คณะผู้วิจัย TDRI. (2564, 14 กุมภาพันธ์). *วิเคราะห์ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว*. <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>
- ดวงดาว โยชิตะ. (2565). แนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนกรณีศึกษา: ชุมชนบ้าน ปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี บนฐานแนวคิด “ค้นโคมะจิซึทึริ”. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 12(1), 109-122.
- ธนภูมิ เครื่องทิพย์. 2563. *มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.): ความเชื่อมั่นและผลลัพธ์ด้านการยกระดับ คุณภาพผลิตภัณฑ์*. [สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7537/>
- พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุโท และ ภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). การขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชนสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. *วารสาร มหาคณาจารย์*, 13(2), 1-14.
- ศิริรัตน์ โรจนปณิธิกุล, และศุภศักดิ์ เภาประเสริฐวงศ์. (2564). ทักษะคือนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องประกอบองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19). *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(1), 41-52.
- ศุภวัฒน์ ปัสสรภาณูจน์. (2559). การนำทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและตัวแบบตรรกะเพื่อการปรับตัวด้านภูมิอากาศมาใช้ในการ พัฒนาชุมชนและท้องถิ่น. *วารสารบริหารท้องถิ่น*, 9(1), 41-58.
- สายัณห์ อินันใจ และ พระณัฐกร ญวกโร (หงษ์สามสิบเก้า). (2565). การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ของตำบลกาญจนาอำเภอมืองแพร่ จังหวัดแพร่. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 11(3), 147-161
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563, 2 กันยายน). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น (05) การท่องเที่ยว*. <https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/11/05-NS63-05.pdf>
- Anderson, A. A., (2013). *The Community Builder's Approach to a Practical Guide to Theory Development: Theory of Change* (Vol. 2015). New York: The Aspen Institute Roundtable on Community Change.
- Jones, P. (2022). A review of the UK's tourism recovery plans post COVID-19. *Athens Journal of Tourism*, 9(1), 9-18.
- Nitikasetsoontorn, S. *The success factors of community-based tourism in Thailand*. NIDA Development Journal, 55(2), 24-58. (2015).
- TAT review Magazine. (2018, Dec 7). *Tourism Go Local ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต*. <https://tatreviewmagazine.com/article/tourism-go-local/>
- Weiss, C., (1995). *Nothing as Practical as Good Theory: Exploring Theory-Based Evaluation for Comprehensive Community Initiatives for Children and Families* (J. Connell, Kubisch, A, Schorr, L, and Weiss, C. (Eds.) Ed. New Approaches to Evaluating Community Initiatives'ed.). Washington, DC: Aspen Institute.