

อัตลักษณ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง อ.บ้านไร่ จ.อุทัยธานี

วันที่รับบทความ: 12 มกราคม 2566 / วันที่แก้ไขบทความ: 6 สิงหาคม 2566 / วันที่ตอบรับบทความ: 13 มีนาคม 2567

จตุพร ปริญญกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองรองที่เป็นจุดแข็งในการแข่งขันทางการตลาด และการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 ท่าน ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้ แบ่งได้เป็น อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวิถีชุมชนเกษตรได้แก่ ต้นไม้ยักษ์ สวนพฤกษศาสตร์แก่นมะกรูด ถ้ำพุหวาย น้ำตกผาร่มเย็น ฝายกั้นน้ำปางสวรรค์ อัตลักษณ์ด้านโบราณสถานที่ถูกค้นพบวิถีชีวิตทางศาสนา ได้แก่ วัดบ้านไร่ วัดถ้ำเขาวง วัดผาทั่ง และอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ พิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเยา - ยาย ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั่ง (แม่ทองลิ) และตลาดชาวไร่ นอกจากนี้อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ อัตลักษณ์ลายผ้าลาวครั้งโบราณ ภูมิปัญญาด้านอาหาร ประเพณีและวัฒนธรรม และชาติพันธุ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จะต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่โดยเน้นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของตนเอง ดูแลความสะอาดความเป็นระเบียบของชุมชน ดูแลอำนวยความสะดวกสามารถแนะนำหรือให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ ให้ความช่วยเหลือและสวดส่งดูแลด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในประเพณีชุมชน ส่วนการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ คือการผลักดันอย่างเป็นรูปธรรมผ่านนโยบายและงบประมาณการพัฒนาด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี และหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่น

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ชุมชน, การมีส่วนร่วมของชุมชน, เมืองรอง, การตลาดการท่องเที่ยว

จตุพร ปริญญกุล (น.ศ. การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554 , email: jutipom.p@rmutp.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาศักยภาพและทักษะที่จำเป็นต่อการเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถทางเศรษฐกิจในการแข่งขันระดับสากลของการท่องเที่ยวเมืองรอง และได้รับทุนวิจัยงบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565 จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุน ววน.)

Community Identity and Community Participation to Promote Tourism in Secondary City, Ban Rai District, Uthai Thani Province

Received: April 25, 2023 / Received in revised form: September 17, 2023 / Accepted: August 5, 2024

Jutiporn Prinyokul

Abstract

This research aims to study the identity of secondary city communities that are strong points in the tourism marketing competition and the participation of people in the community and government agencies to promote tourism. There is a qualitative research using in-depth interviews with 10 experts. There are several major identities. Identity of natural tourist attractions and ways of agricultural communities are The giant tree, Kaen Makrut Botanical Garden, Phu Wai Cave, Pha Rom Yen Waterfall and Pang Sawan Weir. Identity of ancient remains related to religious way of life are Ban Rai Temple, Tham Khao Wong Temple, Pha Thang Temple. Cultural tourist attractions identities, consisting of Ya-Yai House Museum, Ban Pha Thang Traditional Weaving Center (Mae Thong Lee) and Saw Hai Market. In addition, the intangible identity is the wisdom Identity of ancient Lao Khrang fabric pattern, food wisdom, tradition and culture and ethnicity. Community participation to promote tourism must rely on the cooperation of the community that owns the area by emphasizing local identity, such as preserving their own arts and culture, taking care of the cleanliness and orderliness of the community, facilitating, advising or providing information for tourists, providing assistance and safety for tourists, being a good host, and providing opportunities for tourists to participate in community traditions. The participation of government agencies is to concretely push through policies and budgets for development in various areas that are necessary for tourism. There are relevant agencies such as the Ministry of Culture of Thailand, Ministry of Tourism and Sports, Tourism Authority of Thailand, Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation, Provincial Community Development Office of Uthai Thani and local agencies.

Keywords: Community Identity, Community Participation, Secondary City, Tourism Marketing

Jutiporn Prinyokul (Ph.D. in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 2024, email: jutiporn.p@mutp.ac.th) is currently an assistant professor at the Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

This article was part of a research on “Building community identity and developing tourism routes to enhance potential and skills required for increasing economic value and competitiveness of secondary city tourism in international market.” This research project is supported by Fundamental Fund: fiscal year 2022 by National Science Research and Innovation Fund (NSRF).

บทนำ

ประเทศไทยมีนโยบายการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและสังคมที่มุ่งกระจายความเจริญไปสู่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างและกระจายรายได้ไปสู่ระดับท้องถิ่นและชุมชนที่ดีเนื่องจากเงินจากการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวสามารถกระจายลงสู่พื้นที่ท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นได้โดยตรง ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยว มูลค่ารวม 2,727,740.14 ล้านบาท คิดเป็น 17.65% ของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ แต่ต้องหยุดชะงักเนื่องจากสถานการณ์โควิดแพร่ระบาดเป็นเวลานานหลายปีติดต่อกัน

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การท่องเที่ยวกลับมาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลมีเป้าหมายหนึ่งคือการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2564) ซึ่งเป็นการพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวกระจายลงไปยังชุมชนเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาเมืองรองให้เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจใหม่จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ซึ่งเมืองรองหมายถึงเมืองที่ยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก ส่งผลให้การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นแตกต่างไปจากเมืองท่องเที่ยวหลัก โดยสัดส่วนท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองจากเดิมคิดเป็น 80:20 เท่านั้น ภาครัฐจึงเกิดแนวคิดในการ “ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองรอง” ขึ้น เพื่อกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถดูแลตัวเองได้อย่างยั่งยืน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด (วิญญูภรณ์ ศิริโสม, 2561)

การดำเนินการของภาครัฐที่ผ่านมาที่ได้มีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสร้างการรับรู้ของผู้คน (Brand Awareness) และกระตุ้นการเดินทางนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น โดยการ

ขยายพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจาก 12 เมืองรองในปี 2558 เป็น 55 จังหวัดทั่วประเทศในปี 2561 (สำนักงานงบประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2564) ส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ใหม่ ๆ

ทั้งนี้ จังหวัดเมืองรองที่มีความน่าสนใจในการส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวคือ จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2561 – 2565 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับแนวคิด “เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตรปลอดภัย สังคมอุทัยผาสุก” แต่จากแผนพัฒนาดังกล่าวพบว่าจังหวัดอุทัยธานีมีจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวคือ ยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ขาดการจัดการห่วงโซ่คุณค่าสู่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2565)

แม้ว่าจังหวัดอุทัยธานีก็มีจุดแข็งก็ตาม คือมีความหลากหลายและโดดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์ และ ศิลปวัฒนธรรม ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอบ้านไร่ ถือได้ว่าเป็นชุมชนที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวหลากหลายด้าน และเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและมีอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ตลอดจนมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนได้ (เทศบาลตำบลบ้านไร่, 2561) จึงเป็นที่มาของการวิจัย “อัตลักษณ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง อ.บ้านไร่ จ.อุทัยธานี” เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นจุดเด่นแล้วนำมาต่อยอดเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐบาลและแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองให้มีความแข็งแกร่งต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองรองที่เป็นจุดแข็งในการแข่งขันทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว
- 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ด้านพื้นที่และประชากรในการศึกษา งานวิจัยนี้ศึกษาในพื้นที่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยมีกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยบุคลากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาชนในพื้นที่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย ระหว่าง เดือน ตุลาคม 2564 – กันยายน 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นจุดแข็งในการแข่งขันทางการตลาด
2. ได้แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและภาครัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อออกแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง อีกทั้งประชาชนในชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ไปพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นได้

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง สิ่งที่สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นของชุมชน ที่แสดงออกทั้งอัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ สถาปัตยกรรม บ้านเรือน ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยว หรืออัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต

ดั้งเดิม งานช่างฝีมือดั้งเดิม วัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ การแสดงการละเล่น และวิถีชีวิต ของชุมชนอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การมีส่วนร่วม การให้ความช่วยเหลือ การสนับสนุน การขับเคลื่อน ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ของชุมชนอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ทั้งจากภาครัฐและเอกชน

เมืองรอง หมายถึง เมืองหรือจังหวัดที่ยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก ส่งผลให้การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นแตกต่างไปจากเมืองท่องเที่ยวหลัก ซึ่งเมืองรองของการวิจัยนี้มุ่งเน้นที่ จังหวัดอุทัยธานี โดยเฉพาะอำเภอบ้านไร่

ทบทวนวรรณกรรม

1) แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

อัตลักษณ์มีความหมายครอบคลุมหลายแง่มุม ทั้งที่เกี่ยวข้องกับปัจเจกบุคคล ระหว่างบุคคล และกระบวนการทางสังคมที่ฝังอยู่ภายในโครงสร้างทางสังคม (Davis, Love & Fares, 2019) ทั้งนี้สามารถให้ความหมายโดยภาพรวมได้ว่า อัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะที่มีอยู่ในคน หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้เกิดความโดดเด่นมีลักษณะเฉพาะ และแตกต่างจากบุคคลอื่น อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลจึงหมายถึงลักษณะเฉพาะของคนนั้น ๆ ที่ไม่ซ้ำแบบใคร ซึ่งในบุคคลหนึ่งอาจมีคุณลักษณะที่โดดเด่นนี้ได้หลายรูปแบบ อาจเป็นบุคลิกภาพที่อยู่ภายใน หรือเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ บ่อยครั้ง จนเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กลายเป็นเอกภาพของลักษณะเฉพาะตัว (Hornburger, 1963 อ้างถึงในโสวรรณ คงสวัสดิ์, 2545) ซึ่งทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการแสดงตัวตนผ่านพลวัตระหว่างกลุ่มและภายในกลุ่มซึ่งอยู่ในระดับสังคม (Hogg, 2016)

นอกจากนี้อัตลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ อัตลักษณ์ระดับบุคคล (Personal Identity) และ อัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective Identity) (เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ ไพบุลย์, 2562) ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับทฤษฎีอัตลักษณ์

(Identity Theory) และทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity Theory)

อัตลักษณ์ชุมชน

อัตลักษณ์ชุมชน เป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มอย่างหนึ่ง ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกภายในกลุ่ม ที่มีการสร้างสำนึกร่วมกัน ซึ่งสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม (วิริยา วิชิตยกุลศิลป, 2548: 21)

นอกจากนี้อัตลักษณ์ของชุมชนยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน จึงมักแสดงออกให้เห็นผ่านทางประเพณี วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นลักษณะเฉพาะตน ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกัน และเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน ดังนั้น อัตลักษณ์ชุมชนจึงหมายถึงตัวตนและอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ผ่านกระบวนการยอมรับซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม ความพยายามความต้องการ หรือประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและเป็นสิ่งที่มีศักยภาพต่อการ พัฒนาชุมชนเป็นอย่างมาก (สุพัตรา คำแหง และคณะ, 2561)

ทั้งนี้อัตลักษณ์ของชุมชนจึงถูกสะท้อนได้หลากหลายมิติ เช่น อัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ สถาปัตยกรรม บ้านเรือน ด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุ อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตดั้งเดิม งานช่างฝีมือดั้งเดิม วัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ และด้านการแสดงการเล่น เป็นต้น (อินทิรา พงษ์นาค, 2557) ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านี้นำมาสู่ความเฉพาะเจาะจงเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่น สามารถนำมาพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจได้

แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน

กุลธิดา รัตนโกศล (2558) ได้รวบรวมแนวคิดด้านการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนว่าประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความร่วมมือผ่านการ

ระดมความคิดเห็นจากคนในชุมชนเพื่อกำหนดเป้าหมายร่วมกันประกอบด้วย

1) การตั้งคำถามเกี่ยวกับชุมชน เช่น สมาชิกชุมชนมีอะไรที่เหมือนหรือร่วมกัน อะไรที่สมาชิกชุมชนได้เรียนรู้จากคนอื่น ทุนของชุมชนมีอะไรบ้าง หรือชุมชนจะมีวิธีการอย่างไรในการใช้ทุนของชุมชนเพื่อความเจริญก้าวหน้าร่วมกันอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งการตั้งคำถามเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญเนื่องจากจะนำไปสู่การสะท้อนภาพรวมของชุมชนร่วมกัน

2) การเชิญชวนให้สมาชิกมาร่วมประชุมแสดงความคิดเห็น โดยระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดหัวใจหลักของชุมชน โดยสร้างบรรยากาศให้มีการอภิปรายเพื่อให้ได้คำตอบที่หลากหลาย และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งขั้นตอนนี้จะกระตุ้นให้เกิดการระดมความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม ผ่านการสะท้อนมิติต่าง ๆ ตามทัศนคติที่แตกต่างของคนในชุมชน

3) ส่งเสริมให้ชุมชนสร้างสรรคกิจกรรมสำหรับสมาชิกทุกคนในชุมชน เมื่อสมาชิกได้ร่วมมือกิจกรรมกันอย่างต่อเนื่องแล้วก็จะช่วยให้กระบวนการการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ และอัตลักษณ์ของชุมชนมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4) การสร้างเป้าหมายของชุมชน โดยสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย โดยถือเป็นพันธะสัญญาร่วมกัน เพื่อขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชนให้สามารถบรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ได้

การศึกษาด้านอัตลักษณ์ของชุมชนนี้ เพื่อให้ทราบจุดแข็งของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งในมิติด้านอัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ เพื่อให้สามารถนำไปพัฒนาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวต่อไปได้ และนำมาใช้สื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ผ่านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดให้จุดแข็งเหล่านั้นมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

2) แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็น

อุตสาหกรรมที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับต้นๆเมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าชนิดอื่น ๆ ทั้งยังก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเดินทางไปพักในสถานที่นอกสภาพแวดล้อมของตน ในระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปีต่อเนื่องกัน เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจ และจุดประสงค์อื่น ๆ (จุติพร ปริบุญกุล, 2560) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีความสัมพันธ์กับคนในชุมชน โดยปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เป็นแนวทางที่เปิดโอกาสให้กับคนในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนตามศักยภาพของพื้นที่และของคนในชุมชน ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ทรัพยากรในท้องถิ่นและยกระดับเศรษฐกิจชุมชนไปพร้อมกัน อีกทั้งยังผลักดันให้ชุมชนสามารถสร้างอาชีพและต่อยอดทางธุรกิจแบบพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ปัจจัยของการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวคือสิ่งที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) และการเข้าถึงได้ (Accessibility) (อรนุช ศิลปมณีพันธ์, 2547) มีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1.1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติสร้างขึ้น (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น น้ำตก ภูเขา หาดทราย สภาพป่า ชีวิตสัตว์น้ำใต้ท้องทะเล และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

1.2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ สถาปัตยกรรม เป็นต้น

1.3) วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เป็นสิ่งดึงดูดที่เกิดจากการกระทำหรือพฤติกรรมที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หันมาให้ความสนใจ ได้มาว่าจะเป็นวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม หรือจากจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล ประเพณีประจำปี เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ที่สำคัญที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก ทั้งในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ และอันดับรองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหารการกิน สถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และสามารถต่อยอดเป็นจุดแวะพักที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนได้ ตลอดจนมีแหล่งเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยวด้วย

3) การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างสะดวก เช่น มีถนนหนทางที่เดินทางได้ง่าย สามารถใช้บริการขนส่งสาธารณะเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว

(Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) โดยแต่ละองค์ประกอบย่อย ๆ เหล่านี้จะมี ความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการ ท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง (อรนุช ศิลปนิพนธ์, 2547)

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สินธุ์ สโรบล (2546) ได้ให้ความหมายของการจัดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะ เป็นผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ ของชุมชนและคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและ วัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่ว่า คนใน ชุมชนทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรต่าง ๆ ในท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยคนเหล่านี้สามารถนำเอาทรัพยากรทางธรรมชาติวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่มาเป็นต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่ม ทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชน ซึ่ง พื้นที่อำเภอบ้านไร่ มีต้นทุนทางการท่องเที่ยวสูง ทั้งสถานที่ ท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อดั้งเดิม ซึ่งชุมชน สามารถนำมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังต่อคำนี้ถึง การตลาดด้านการ ท่องเที่ยวด้วย เนื่องจาก การท่องเที่ยว มีลักษณะเดียวกันกับ การตลาดของอุตสาหกรรมอื่น ๆ อันประกอบไปด้วย ผู้ซื้อ (Buyer) สินค้า (Product) และผู้ผลิต (Producer) โดย องค์ประกอบสำคัญที่ชุมชนสามารถพัฒนาได้ก็คือ สินค้าและ ผู้ผลิต ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (จุติพร ปริญญกุล, 2560)

1. ผู้ซื้อ (Buyer) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผู้ซื้อ 2 ประเภท คือ ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคหรือ ผู้ซื้อกลุ่มนี้จะเป็นผู้ ตัดสินใจซื้อและจัดการการเดินทางด้วยตัวเอง หรือผ่านทาง บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ส่วนผู้ซื้ออีกประเภทหนึ่งคือ กลุ่มตลาด องค์กร (Organization Market) ที่ไม่ได้เป็นผู้บริโภคเองแต่จะ เป็นผู้ตัดสินใจและจัดการซื้อให้กับผู้บริโภคคนอื่น ๆ เช่น กลุ่ม ผู้จัดการประชุม อบรมและสัมมนานอกสถานที่ กลุ่มผู้ซื้อ เพื่อให้เป็นรางวัล เป็นต้น ดังนั้นการตลาดด้านการท่องเที่ยว จะต้องทำความเข้าใจความแตกต่างของผู้ซื้อเพื่อรองรับความ

ต้องการได้อย่างถูกต้อง เนื่องจาก ผู้ซื้อ 2 ประเภท มี วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

2. สินค้า (Product) สินค้าในอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้าหลาย ๆ ส่วนประกอบกัน สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ สิ่ง สบายงามทางธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น และวิถีชีวิต ของผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถ เข้าถึงสินค้าการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภท ได้ จะช่วยให้ การเดินทางท่องเที่ยวมีคุณค่ามากยิ่งขึ้นและช่วยดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว (Attraction) แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งสวยงาม ทางธรรมชาติ เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถสร้าง ขึ้นมาใหม่หรือสร้างสรรค์โดยมนุษย์ได้ จึงต้องอาศัยการบริหาร จัดการและการพัฒนาให้สิ่งสวยงามทางธรรมชาตินั้นมีจุดเด่น โดยใช้วิธีการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. ผู้ผลิต (Producer) ผู้ขายสินค้าและบริการด้าน การท่องเที่ยวถือเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ เอกชนด้านการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ภัตตาคาร ผู้ประกอบการด้านการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการด้านการให้บริการขนส่ง ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้จะมีบทบาทใน การดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการ ของตนเอง และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการขาย สินค้าและบริการ ทั้งนี้จะต้องอาศัยผู้ผลิตหลาย ๆ กิจการ ประกอบกันเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในภาพรวม ส่วนผู้ผลิต อีกประเภทหนึ่งคือ ผู้ผลิตภาครัฐบาลซึ่งเป็นผู้ขายสินค้า ทางการท่องเที่ยวทั้งหมดและดำเนินการด้านการตลาด โดยจะ ทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบทั้งในระดับต่างประเทศ ในประเทศ ระดับภาค และระดับจังหวัด ซึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญต่อ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ รัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยงานใน ระดับท้องถิ่น เป็นต้น

ทั้งนี้ การทบทวนวรรณกรรมด้านการตลาดการ ท่องเที่ยว ช่วยการวิจัยครอบคลุมปัจจัยการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้ง

ความรับผิดชอบของภาครัฐและเอกชน ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการซึ่งในทำการตลาดทางการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาหลาย ๆ ด้านไปพร้อมกัน เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องซื้อพร้อมกับสินค้าอื่น ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ใดก็ตาม จะต้องมีการจองห้องพัก ใช้บริการขนส่ง ใช้บริการร้านอาหารและร้านของฝาก ซึ่งส่วนประกอบ ของสินค้าเหล่านี้จะต้องควบคู่กันไปกับการท่องเที่ยวและการบริการเสมอ และหากพื้นที่ใดมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ดีและครบครันก็จะได้เปรียบทางการตลาด แต่อย่างไรก็ตามเจ้าของพื้นที่ก็จำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก จุดเด่น จุดถ่ายภาพไปยังนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ซื้อให้ได้รับรู้และเกิดการซื้อในที่สุด โดยบูรณาการแนวคิดทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

3) แนวคิดเกี่ยวกับจังหวัดอุทัยธานีและอำเภอบ้านไร่

จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีจุดแข็ง คือแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลายและครบถ้วนสมบูรณ์ นับตั้งแต่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยววิถีชุมชน (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2565) ตลอดจนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์

จากแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2561 – 2565 มีการมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับแนวคิด “เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตรปลอดภัย สังคมอุทัยผาสุก” (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2565) โดยเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี ด้านการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ คือ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

แผนดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไทย (ททท.) ภายใต้กรอบแนวคิดของแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ได้ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง ด้วยการแบ่งเมืองรองเป็น 3 ประเภทตามศักยภาพ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ได้แก่

เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง (Additional): เชียงใหม่-ลำพูน-ลำปาง ขอนแก่น-มหาสารคาม และหาดใหญ่-พัทลุง

เมืองรองศักยภาพ (Brand New): แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ อุทัยธานี เลย อุบลราชธานีบุรีรัมย์สกลนคร จันทบุรี ตราราชบุรี สมุทรสงคราม สตูล นครศรีธรรมราช

เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง (Combined): สุโขทัย-กำแพงเพชร น่าน-แพร่ อุตรดิตถ์-หนองคาย นครพนม-มุกดาหาร สิงห์บุรี-อ่างทอง นครราชสีมา-สระบุรี-ปทุมธานี

จากแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว จังหวัดอุทัยธานีถือได้ว่าเป็น เมืองรองศักยภาพ (Brand New) มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น วัดท่าซุง วัดถ้ำเขาหลวง บ่อน้ำพุร้อนสมอทอง ยอดเขาสะแกกรัง เป็นต้น

ส่วนอำเภอบ้านไร่ เป็นอำเภอที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุทัยธานี มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภออุ้มผาง (จังหวัดตาก) อำเภอแม่เปิน (จังหวัดนครสวรรค์) อำเภอลานสัก อำเภอห้วยคต และอำเภอหนองฉาง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอหนองมะโมงและอำเภอเนินขาม (จังหวัดชัยนาท)

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอด่านช้าง (จังหวัดสุพรรณบุรี) และอำเภอศรีสวัสดิ์ (จังหวัดกาญจนบุรี)

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอทองผาภูมิ (จังหวัดกาญจนบุรี) และอำเภออุ้มผาง (จังหวัดตาก)

อำเภอบ้านไร่เป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน และมีความอุดมสมบูรณ์ ในอดีตเคยเป็นด่านสำคัญในสมัย

กรุงศรีอยุธยา และเป็นแหล่งจัดหาของป่าส่งไปยังเมืองหลวงมาจนถึงยุคกรุงรัตนโกสินทร์ เนื่องจากอุดมไปด้วยผลกระทวาน มูลค่างคาว และช้างป่า (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2565)

ด้านแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอบ้านไร่ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตกผาร่มเย็น และถ้ำพุหวาย และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ได้แก่ สำนักสงฆ์ถ้ำเขาวง

ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ้านไร่เป็นแหล่งทอผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของชาวลาวครั้ง และลาวเวียง โดยได้รับรางวัลชนะเลิศจาก UNESCO และได้รับการกล่าวขวัญว่าเป็น “ราชินีผ้าทอมือ” ซึ่งผ้าทอพื้นเมืองเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือลายโบราณ นอกจากนี้อำเภอบ้านไร่ยังมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่ขึ้นชื่อหลากหลายชนิด

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง อ.บ้านไร่ จ.อุทัยธานี” ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้แบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Selected Interview) ด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรีตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้

ผู้วิจัยกำหนดแหล่งข้อมูลในการวิจัยซึ่งเป็นผู้มีความรู้ในประเด็นที่ต้องการศึกษา ประกอบไปด้วยบุคลากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง องค์การภาครัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ที่มีความเชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์และการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดอุทัยธานี ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้บริหารท้องถิ่นระดับอำเภอบ้านไร่ ผู้ประกอบการ ตลอดจนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านธุรกิจชุมชนและการท่องเที่ยว อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานีรวมทั้งสิ้น 10

ท่าน โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การตรวจสอบความเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัยด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ทำวิจัยทำ การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำชุดคำถามเข้าปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบและแก้ไขตามความเหมาะสม ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยตนเอง จึงสามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) ได้

ด้านการการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ภายในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกันเองและระหว่างกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Within and Inter group) ร่วมกับการการสังเกตพฤติกรรมระหว่างทำการสัมภาษณ์ และในการศึกษาจากเอกสารจะใช้การตรวจสอบความเชื่อมั่นเช่นเดียวกัน ด้วยการตรวจสอบความคงที่คือการวิเคราะห์ซ้ำและเปรียบเทียบผล ความเหมือนเดิมคือ การตรวจสอบทุกขั้นตอนให้มีความสม่ำเสมอ และมีความแม่นยำ (อุทุมพร จามรมาน, 2531) โดยตรวจสอบเทียบเคียงกันกับเอกสารที่เกี่ยวข้องว่ามีความสอดคล้องกัน

เมื่อได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วทำการวิเคราะห์โดยนำบทสัมภาษณ์จากทั้ง 10 ท่าน มาถอดเทป แล้วสรุปประเด็นสำคัญของการวิจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นอกจากนี้ยังใช้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่มาเป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยด้วย

ทั้งนี้การวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2565 รหัสโครงการ 008/2565

ผลการวิจัย

1) อัตลักษณ์ของชุมชนของ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

ผลการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนของ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี แบ่งออกเป็น อัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้ และอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1) อัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้

อัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้ถูกสะท้อนผ่านสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแสดงความเป็นตัวตนของอำเภอบ้านไร่ โดยอัตลักษณ์ของอำเภอบ้านไร่ที่เด่นชัดสามารถแบ่งได้เป็น อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวิถีชุมชนเกษตร อัตลักษณ์ด้านโบราณสถานที่ผูกพันกับวิถีชีวิตทางศาสนา และอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1.1.1) อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวิถีชุมชนเกษตร

อำเภอบ้านไร่เป็นอำเภอที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย เนื่องจากยังมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ พื้นที่ของอำเภอส่วนใหญ่อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร ซึ่งแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติของประเทศไทย นอกจากนี้พื้นที่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นพื้นที่การทำเกษตรกรรม โดยไม่มีอุตสาหกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของอำเภอบ้านไร่ ได้แก่

สวนพฤกษศาสตร์แก่นมะกรูด บริเวณพื้นที่แก่นมะกรูดในอดีตมีการตั้งบ้านเรือนของชุมชนกะเหรี่ยงโปว์ซึ่งดำรงชีวิตแบบวิถีชาวบ้านในการทำไร่เลื่อนลอย ด้วยการปลูกข้าวโพด ข้าวไร่ และพืชชนิดอื่น ๆ พื้นที่นี้มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 700 เมตร ถือได้ว่าเป็นบริเวณที่มีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี จึงได้รับการขนานนามว่าเป็นสถานที่ที่มีอากาศเย็นที่สุดในภาคกลาง

ถ้ำพุหวาย อยู่ในเขตวนอุทยานถ้ำเขาวง ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นถ้ำที่มีชื่อเสียง เนื่องจากมีหินงอกหินย้อยที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติอย่างงดงาม และเป็นที่รู้จักจากการเป็นสถานที่ถ่ายทำละครเรื่องนาคี

น้ำตกผาร่มเย็น ตั้งอยู่ที่บ้านใหม่ร่มเย็น อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นน้ำตกที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดในจังหวัดอุทัยธานีและจะสวยที่สุดในช่วงฤดูฝน

ต้นไม้ยักษ์ คือต้นเซียงยักษ์ หรือต้นเลียงผิ้งเก่าแก่ อายุเก่าแก่ประมาณ 400 ปี อยู่ที่หมู่ 2 บ้านสนา ลำต้นมีขนาด

เส้นรอบวงราว 40 คนโอบ และสูงประมาณ 53 เมตร ต้นไม้ยักษ์บ้านสนาได้รับการอนุรักษ์ดูแลเป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้เป็น “รุกขมรดกของแผ่นดิน ใต้ร่มพระบารมี” และยังได้ชื่อว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยว Unseen ทางธรรมชาติของอำเภอบ้านไร่อีกด้วย

ฝายกั้นน้ำปางสวรรค์ ตั้งอยู่ที่บ้านปางสวรรค์ ตำบลคอกควาย อำเภอบ้านไร่ เป็นฝายกั้นน้ำของชุมชนที่สร้างขึ้นเพื่อกักเก็บน้ำและชะลอการไหลของน้ำ ซึ่งหากน้ำมีปริมาณมากเกินไป ความจุของฝาย น้ำก็จะไหลล้นข้ามสันฝายลงสู่ด้านล่าง เกิดเป็นม่านน้ำที่สวยงาม

1.1.2) อัตลักษณ์ด้านโบราณสถานที่ผูกพันกับวิถีชีวิตทางศาสนา

อัตลักษณ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของอำเภอบ้านไร่ คือมีโบราณสถานที่ผูกพันกับวิถีชีวิตทางศาสนา โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาที่ได้รับความนิยมและศรัทธา ได้แก่ วัดบ้านไร่ วัดถ้ำเขาวง และวัดผาทั้ง

วัดบ้านไร่ มี ศาลา 100 ปี เป็นโบราณสถานที่สะท้อนวิถีชีวิตของชาวบ้านไร่โดยเฉพาะวัฒนธรรมของชุมชนชาวลาวเวียง เนื่องจากเป็นศาลาการเปรียญหลังเก่าของวัดที่มีความผูกพันกับชุมชน ทั้งในมิติของการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และการดำเนินกิจกรรมทางสังคม ลักษณะเป็นอาคารโถง โครงสร้างไม้ ยกพื้นใต้ถุนสูง ในสมัยก่อนใช้เป็นอาคารเรียน

วัดถ้ำเขาวง ตั้งอยู่ในตำบลบ้านไร่ ตัววัดเป็นอาคาร 4 ชั้น มีลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นแบบไทย ใต้ถุนเป็นลานอเนกประสงค์ ชั้นที่ 2 เป็นวิหาร ชั้นที่ 3 เป็นกุฏิ ส่วนโบสถ์จะอยู่ชั้นที่ 4 สร้างด้วยไม้สัก และไม้มะค่า โดยสร้างขึ้นจากการรวมทังไม้เก่าจากเรือนไทยแถวอยุธยาและอ่างทอง ภายในบริเวณวัดมีการจัดภูมิทัศน์โดยมีฉากหลังเป็นเขาหินปูนและด้านหน้ามีบ่อน้ำสถานที่สวนงามร่มรื่น

วัดผาทั้ง มีหลวงพ่อดำเป็นพระพุทธรูปประดิษฐานกลางแจ้งปางประธานพร หน้าตักกว้าง 23 เมตร สูง 52 เมตร ซึ่งมีขนาดใหญ่ติดอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย สร้างเมื่อปี 2532- 2540 โดยคณะศิษยานุศิษย์ของสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) และชาวบ้านรวมกันสร้างขึ้น ให้ประชาชนทั่วไปได้กราบไหว้สักการะบูชา

1.1.3) อัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
อำเภอบ้านไร่เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในด้านวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตผ้าทอพื้นเมืองที่มีชื่อเสียง และเป็นแหล่งรวมกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย โดยอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประกอบด้วย พิพิธภัณฑสถานเรือนผ้าเยา - ยาย (ศูนย์การเรียนรู้ประจำปี) ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทัง (แม่ทองลิ) เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการทอผ้า ลาวครั้งและมีการจัดจำหน่ายผาทอ จึงเหมาะสำหรับการเรียนรู้ของผู้มาเยือน อ.บ้านไร่ จ. อุทัยธานี

นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแหล่งใหม่ที่เป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมหลากหลายชาติพันธุ์คือ ตลาดชาวไฮ่ เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าทางเกษตรของชาวบ้าน งานฝีมืออาหารพื้นเมือง ผ้าทอพื้นเมือง รวมทั้งมีการแสดงทางวัฒนธรรมในบางโอกาส ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตของชาวบ้านไร่ได้เป็นอย่างดี

1.2) อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้

อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นอัตลักษณ์ที่เป็นค่านิยม ความเชื่อ มรดกทางภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม ของแต่ละท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ในการศึกษาพบว่า อ.บ้านไร่ จ. อุทัยธานี มีอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องที่มีความโดดเด่น ได้แก่

1.2.1) อัตลักษณ์ลายผ้าลาวครั้งโบราณ

อำเภอบ้านไร่เป็นที่อยู่อาศัยของชาวลาวครั้งที่มีมาตั้งแต่โบราณ การทอผ้าจึงถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์อันดับต้น ๆ ของบ้านไร่ ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ซึ่งชาวลาวครั้งจะทอผ้าให้มีความวิจิตรงดงามเพื่อแสดงถึงความมานะพยายาม และใช้ผ้าทอในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ตามประเพณีท้องถิ่น โดยมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาและให้ความรู้แก่เครือข่าย ลูกหลานและสมาชิกภายในชุมชน นอกจากนี้การทอผ้าของชาวอำเภอบ้านไร่ยังแฝงไปด้วยคติความเชื่อและคำสอนลงไปในลายผ้าและวิธีการทอผ้า เช่น ขอกร่าง เป็นคำสอนว่าเมื่อเป็นใหญ่เป็นโตแล้วอย่ากร่าง ส่วนขอชื่อ คือบ้านเมืองมีชื่อมีแป ให้เคารพปฏิบัติ ทั้งนี้ทอผ้าลาวครั้งนิยมใช้สีแดงจากการย้อมด้วยครั้งเป็นสีหลักในการทอผ้า ทั้งด้ายเส้นยืนและด้ายเส้นพุ่ง ส่วนด้ายเส้นพุ่งพิเศษในการทอลวดลายจกนั้น นิยมใช้สีเหลืองเป็นหลัก ส่วนสีอื่นที่เป็น

องค์ประกอบของผ้าทอคือ สีส้มหมากสุก สีขาว สีดำ และสีเขียว ในผ้าหนึ่งผืนจะมีเพียง 5 สีเท่านั้น สำหรับลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของบ้านไร่ คือ ผ้าลายนาคล้อมเพชร ผ้าชิ้นลายขอชื่อ ลายแก่นหมากข่อย ลายก้านก่อง และลายเอื้องรักเอื้องอาทร

1.2.2) ภูมิปัญญาด้านอาหาร

ชาวบ้านไร่ จะมีการทานอาหารที่สอดคล้องกับฤดูกาล เนื่องจากเป็นความเชื่อที่สืบทอดกันมาว่าการทานอาหารที่ตรงกับฤดูกาลนอกจากจะได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแล้วยังช่วยบำรุงรักษาร่างกายให้แข็งแรง เช่น หน้าหนาวให้ทานดอกแค หน้าร้อนให้ทานแกงขนุน หน้าฝนให้ทานแกงหน่อไม้ และเห็ดโคน โดยอาหารการกินนั้นผลิตในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและความเชื่อว่าอาหารคือยาสมุนไพรบำรุงร่างกาย นอกจากนี้ ยังมีผักกูด เป็นผักขึ้นชื่อ ของอำเภอบ้านไร่ ที่ถูกนำมาต่อยอดในหลากหลายเมนู

1.2.3) ประเพณีและวัฒนธรรม

ชาวบ้านไร่มีประเพณีและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสะท้อนความเชื่อ และแฝงไปด้วยคติธรรมและการดำรงชีวิต ประกอบด้วย ประเพณีแห่คางดอกไม้ ประเพณีเลี้ยงเจ้าบ้านและปิดบ้าน การเล่นผีนางด้ง การตักบาตรด้วยลูกอม

1.2.3.1) ประเพณีแห่คางดอกไม้

ชาวลาวครั้งตำบลห้วยแห้ง อ.บ้านไร่ จ.อุทัยธานี มีกิจกรรมแห่น้ำดอกไม้ ฯลฯ ที่จัดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นช่วงเวลาที่ชาวชุมชนได้ร่วมกันสนุกสนาน ได้พบปะและแสดงความเป็นพวกพ้องเดียวกัน โดยมีวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจ จัดขึ้นเพื่อสอนลูกหลานให้รู้จักการมีสัมมาคารวะ รู้จักการขอขมาและการให้อภัยซึ่งกันและกัน หลังจากการเล่นน้ำสงกรานต์ โดยนำดอกไม้มาผูกให้เป็นพุ่มผูกติดกับคานหาบทรงคล้ายเจดีย์ และหามไปตามหมู่บ้าน ในขบวนแห่มีดนตรีบรรเลงด้วยจังหวะที่ครึกครื้น มีชาวบ้านแต่งกายด้วยผ้าหลากสี ร่ายรำไปตลอดทางเพื่อขออนุญาตบาปกรรมจากคนเฒ่าคนแก่หรือจากคนในชุมชน

1.2.3.2) ประเพณีเลี้ยงเจ้าบ้านและปิดบ้าน

ตำบลบ้านไร่ นั้นทุกหมู่บ้านที่คนในชุมชนเป็นกลุ่ม "ลาวครั้ง" จะต้องทำพิธีปิดบ้านกันในช่วงขึ้น 15 ค่ำเดือนหก จนถึงแรม 5 ค่ำของทุกปี เพื่อเป็นการแสดงความกตัญญูและ

ความเคารพ ต่อวิญญาณบรรพบุรุษที่ปกป้องรักษา คัมภีร์ของ
อันตรายต่าง ๆ และบันดาลให้คนในชุมชนอยู่ดีกินดี มีความ
เจริญรุ่งเรือง ซึ่งการรวมตัวกันในวันปิดบ้านจะเป็นการสร้าง
ความเข้มแข็งให้ร่างกายและจิตใจรวมทั้งเป็นการสร้างความ
สามัคคีของชุมชน

1.2.3.3) การเล่นผีนางดั่ง

การเล่นผีนางดั่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชนเผ่า
ลาวเวียงมาแต่โบราณจัดขึ้นระหว่างกลางเดือน 6 ของทุก ๆ ปี
ผีนางดั่งเป็นการเล่นเกี่ยวกับจิตวิญญาณและพืชพันธุ์
ธัญญาหารโดยมีการเชิญวิญญาณผู้ที่เสียชีวิตไปแล้วมาเข้าสิง
เพื่อเล่นร่าอย่างสนุกสนาน และเป็นการแสดงความกตัญญูต่อ
แม่โพสพ แสดงความเคารพต่อเจ้าบ้านและสิ่งศักดิ์ของชุมชน

1.2.3.4) การตักบาตรด้วยลูกอม

การตักบาตรด้วยลูกอมถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่
เกิดขึ้นในอำเภอบ้านไร่ จากแต่ก่อนในการตักบาตรด้วยข้าวสาร
อาหารแห้ง ของหวานจะเป็นขนมมนมสาว ขนมเทียน ข้าวต้ม
นวล ข้าวต้มแระ แต่ปัจจุบันการทำขนมตามบ้านอาจจะลดน้อย
ถอยลง ทำให้มีการตักบาตรลูกอมเข้ามาแทนที่ในปัจจุบัน ซึ่ง
การตักบาตรด้วยลูกอมนี้ยังแฝงแนวคิดคือ การแบ่งปัน
เนื่องจากขนมและของหวานที่ได้จากการทำบุญจะถูกนำไป
แจกจ่ายให้แก่เด็กนักเรียนที่โรงเรียน ถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ
กันในอำเภอบ้านไร่

1.2.4) อัตลักษณ์ด้านชาติพันธุ์

อำเภอบ้านไร่มีลักษณะเป็นพหุวัฒนธรรมจากการ
รวมตัวกันของหลากหลายชาติพันธุ์ ได้แก่ ลาวครั้ง ลาวเวียง
ขมุ และกะเหรี่ยง ซึ่งมีความแตกต่างทางประเพณีวัฒนธรรม
และความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งอาหารการกิน
และการแต่งกาย โดยชุมชนลาวครั้งในอำเภอบ้านไร่ มีบรรพ
บุรุษที่อพยพมาจากเมืองเวียงจันทน์นานนับร้อยปี และจะพบ
กลุ่มชาติพันธุ์นี้ในอำเภอบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
เช่นกัน ทั้งนี้ชาวลาวครั้งในหมู่บ้านบ้านไร่จะเรียกตนเองว่า
ลาวเวียง (สิทธิชัย สมานชาติ, 2553) ซึ่งชาวลาวครั้งมีความโด
เด่นในอัตลักษณ์ทางด้านการแต่งกาย โดยเฉพาะผ้าทอลาวครั้ง
ซึ่งมักจะเป็นสีแดง อันเป็นสีที่ได้จากการนำครั่งมาย้อมเส้นด้าย

ส่วนขมุเป็นชนกลุ่มหนึ่ง ที่มีการอพยพมาจากตอน
เหนือของสาธารณรัฐประชาชนลาวจัดอยู่ในกลุ่มลาวเทิง เข้ามา
ในจังหวัดอุทัยธานีเพื่อเป็นแรงงานในอุตสาหกรรมค้าไม้ในอดีต
และตั้งรกรากอยู่ในอำเภอบ้านไร่

ในขณะที่กลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในพื้นที่อำเภอบ้าน
ไร่จังหวัดอุทัยธานี เกือบทั้งหมดเป็นกะเหรี่ยงกลุ่มโปว์ ที่พบใน
ตำบลแก่นมะกรูด ตำบลดอนคอกควาย ซึ่งบรรพบุรุษแต่เดิมตั้ง
รกรากอยู่ตามลำแม่น้ำห้วยขาแข้ง ปัจจุบันประกอบอาชีพ
เกษตรกรรมเพาะปลูกพืชผักผลไม้เมืองหนาว

จากความหลากหลายทางชาติพันธุ์ดังกล่าว ส่งผลให้
วิถีชีวิตและประเพณีวัฒนธรรมของชาวบ้านไร่เกิดจากการ
ผสมผสานอัตลักษณ์ด้านชาติพันธุ์ที่แตกต่างไว้ร่วมกัน จึงมี
อัตลักษณ์แบบพหุวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สามารถพัฒนาสู่การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตได้

2) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.1) ชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่จะต้องมีส่วนร่วมใน การพัฒนา

ชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ คือ ผู้ผลิต (Producer)
ในตลาดการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จาก
การท่องเที่ยว อีกทั้งคนในชุมชนทุกคนล้วนเป็นเจ้าของ
ทรัพยากรต่าง ๆ ในท้องถิ่นที่สามารถนำเอาทรัพยากรทาง
ธรรมชาติวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่มาเป็นต้นทุนและ
สร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อ
คนในชุมชน

ชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่จึงมีส่วนสำคัญในการ
พัฒนาสินค้า เช่น เป็นเจ้าของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็น
ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านการนำเที่ยว
ผู้ประกอบการด้านการขนส่ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึง
สมาชิกของชุมชนที่ต้องมีส่วนร่วมผลักดันในแง่ของความ
ร่วมมือร่วมใจขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนโดยเน้น
อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของตนเอง
ดูแลความสะอาดความเป็นระเบียบของชุมชน ดูแลอำนวยความสะดวก
ความสะดวกสามารถแนะนำหรือให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้

ให้ความช่วยเหลือและสวดส่งดูแลด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว รวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในประเพณีชุมชน ซึ่งจะเป็นการผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวที่เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและสามารถสร้างจุดขายให้กับชุมชนของตนเอง ทั้งนี้แต่ละชุมชนจะมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์จากความแตกต่างด้านชาติพันธุ์ เช่น ชุมชนชาวลาวครั่ง ชาวขมุ และชาวกะเหรี่ยง ซึ่งกระจายเป็นชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอบ้านไร่ สามารถใช้จุดแข็งนี้มาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต และนำเสนออัตลักษณ์ด้านความแตกต่างของชาติพันธุ์ที่สามารถอยู่ร่วมกันด้วยการผสมผสานวัฒนธรรม นอกจากนี้พื้นที่ส่วนใหญ่ของอำเภอบ้านไร่ยังเป็นชุมชนที่ทำเกษตรกรรม สามารถเพิ่มจุดแข็งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนวัตวิถีได้ โดยการกำหนดพื้นที่ทางการเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน

2.2) การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐถือได้ว่าเป็นผู้ผลิตเช่นเดียวกัน เนื่องจากเป็นผู้ขายสินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งหมดและดำเนินการด้านการตลาด ทั้งตลาดในและต่างประเทศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเหล่านี้สามารถมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการพัฒนาและการผลักดันที่ยั่งยืน โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจควบคู่ไปกับชุมชน โดยการผลักดันอย่างเป็นรูปธรรมผ่านนโยบายและงบประมาณการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว เช่น พัฒนาการคมนาคม ถนน จุดแวะพักและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งสาธารณูปโภคอื่น ๆ และส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับจังหวัดรอบข้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรอง เป็นต้น ซึ่งพื้นที่อำเภอบ้านไร่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช สำนักงานพัฒนาชุมชน ในระดับจังหวัดอุทัยธานี และหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น

ทั้งนี้ชุมชนในอำเภอบ้านไร่มีการร่วมมือกับภาครัฐในการสร้างชุมชนที่พร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว โดยนำจุดแข็งทางอัตลักษณ์มาพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองและ

ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานของจังหวัด เช่น กลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ร่วมผลักดันชุมชนตามที่กระทรวงวัฒนธรรมมีโครงการเที่ยวชุมชนยลวิถี โดยค้นหาเสน่ห์และอัตลักษณ์ของชุมชน แหล่งท่องเที่ยว เสริมสร้างให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ และชุมชนทำหน้าที่เจ้าบ้านในการต้อนรับ ซึ่งชุมชนสะนา หมู่ที่ 2 ของบ้านไร่ กระทรวงวัฒนธรรมได้มีโครงการให้ประกวดชุมชนต้นแบบ โดยจังหวัดอุทัยธานีได้ส่งชุมชนบ้านสะนาเป็นหนึ่งการประกวด เนื่องจากมีความโดดเด่น มีประเพณีวัฒนธรรมชุมชนตามชาติพันธุ์ดั้งเดิม อีกทั้งบริเวณต้นไผ่ยักษ์ได้รับการประกาศเป็น “รุกขมรดกของแผ่นดิน ใต้ร่มพระบารมี” เพื่อการส่งเสริมบริเวณนั้นเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความคึกคัก สร้างรายได้ให้กับชุมชนและส่งเสริมชุมชน ซึ่งหากการผลักดันนี้หากเป็นผลสำเร็จได้เป็น 10 สุดยอดชุมชนต้นแบบ ก็จะช่วยให้เกิดการสนับสนุนด้านงบประมาณมาใช้ในการพัฒนาชุมชน และต่อยอดด้านการท่องเที่ยวต่อไป

ส่วนในพื้นที่บ้านแก่มะกรูดก็เป็นบริเวณที่พัฒนาและต่อยอดได้ เนื่องจากเป็นจุดสูงสุดของจังหวัดอุทัยธานีที่มีอากาศเย็นสบายและเป็นพื้นที่อยู่อาศัยของชุมชนชาวกะเหรี่ยง เน้นการปลูกพืชเกษตรกรรมและมีวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ ในขณะที่บ้านผาทั่งมีความโดดเด่นในด้านนวัตวิถีรวมถึงการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับชุมชน อำเภอบ้านไร่จึงเหมาะสำหรับการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตที่มีข้อได้เปรียบหลายประการ ซึ่งต้องอาศัยการขับเคลื่อนระหว่างชุมชนและภาครัฐไปพร้อมกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาด้านอัตลักษณ์ของ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่าลักษณะที่โดดเด่นคือการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ในระดับสังคมที่ Giddens (1984, 282 -283) นิยามว่า หมายถึง ทรัพยากรต่าง ๆ ที่เรานำมาสร้างอัตลักษณ์ ประกอบด้วย ภาษา การประเพณีตามวัฒนธรรม นอกจากนี้อัตลักษณ์ทางสังคมยังเกี่ยวข้องกับสิทธิ์ทางบรรทัดฐาน ข้อตกลง และการอนุมัติที่อยู่ในส่วนรวมที่สร้าง

บทบาทต่อสังคมด้วย ทำให้อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียว และไม่ได้เป็นสิ่งที่มียู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นโดยสังคม ทั้งยังสามารถที่จะปรากฏอยู่ได้ทุกพื้นที่ ที่มีวิถีชีวิตและอารยธรรม ซึ่งอำเภอบ้านไร่มีอัตลักษณ์ที่เด่นชัดหลายประการ โดยแต่ละพื้นที่จะมีการใช้ภาษาถิ่นของตนเอง ตลอดจนวิถีชีวิตที่มีการผสมผสานความแตกต่างตามชาติพันธุ์จนมีลักษณะเฉพาะพื้นถิ่น

โดยอัตลักษณ์ของอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย อัตลักษณ์ที่สามารถจับต้องได้คือ อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวิถีชุมชนเกษตร ประกอบด้วย ต้นไม้ยักษ์ สวนพฤกษศาสตร์แก่นมะกรูด ถ้ำพุหวาย น้ำตกผาร่มเย็น ฝายกั้นน้ำปางสวรรค์ โดยแต่ละที่มีความโดดเด่นและมีจุดขายของตนเองเพราะตั้งอยู่ในท้องที่ที่ประชาชนในชุมชนมีความแตกต่างกัน เช่น ต้นไม้ยักษ์ ตั้งอยู่ในหมู่บ้านสะนาซึ่งอยู่ใกล้กับศาลเจ้าบ้านซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยเชื้อสายลาวทุกหมู่บ้านในพื้นที่ หรือสวนพฤกษศาสตร์แก่นมะกรูดเป็นพื้นที่ที่มีอากาศเย็นตลอดทั้งปีและอยู่ในบริเวณที่สูงที่สุดของภาคกลาง ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยและทำการเกษตรของชาวกะเหรี่ยง ในขณะที่อัตลักษณ์ด้านโบราณสถานที่ถูกค้นพบวิถีชีวิตทางศาสนา ประกอบด้วย วัดบ้านไร่ วัดถ้ำเขาวง วัดผาทั่ง ซึ่งมีความเป็นมาผูกพันกับวิถีชีวิตของชาวบ้านไร่มาอย่างยาวนานและอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์เรือนผ้าย่า - ยาย (ศูนย์การเรียนรู้ผ้าจำปี) ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั่ง (แม่ทองลิ) ซึ่งบ่งชี้ถึงอัตลักษณ์ที่เข้มแข็งของผ้าทอชาวลาวครั้งที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญของอำเภอบ้านไร่ นอกจากนี้ยังมีตลาดชาวไฮ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแหล่งใหม่ โดยจะเห็นได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่เกิดจากริเริ่มและพัฒนาจากคนในชุมชน โดยเฉพาะตลาดชาวไฮ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเนื่องจากมีความครบครันทั้งด้านอาหารและของฝากพื้นถิ่นจากชาติพันธุ์ต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นศักยภาพของชุมชนในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากชุมชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผลการวิจัยยัง

สะท้อนให้เห็นความสำคัญของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวให้ต่อยอดแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ดั้งเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยให้ความช่วยเหลือภาคเอกชน ผ่านการอำนวยความสะดวก ให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักผ่านนโยบายและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกร่วมกัน

ในขณะที่อัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นอัตลักษณ์ที่เป็นค่านิยม ความเชื่อ มรดกทางภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม ของแต่ละท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ในการศึกษาพบว่า อ.บ้านไร่ จ. อุทัยธานี มีอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องที่มีความโดดเด่น ได้แก่ อัตลักษณ์ลายผ้าลาวครั้งโบราณ ภูมิปัญญาด้านอาหาร ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ชุมชนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าทอลาวครั้งที่เป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงของอำเภอบ้านไร่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงมาก สามารถใช้เป็นจุดขายของอำเภอบ้านไร่ได้โดยพัฒนาเป็นสินค้าของฝากในรูปแบบต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาได้ง่าย นอกจากนี้ด้านประเพณีและวัฒนธรรม มีประเพณีและการละเล่นเฉพาะถิ่น ได้แก่ ประเพณีค้ำดอกไม้ ประเพณีปิดบ้าน ผีนางดั่ง การตักบาตรด้วยลูกอม ความเป็นเอกลักษณ์เหล่านี้ไม่สามารถพบได้ในพื้นที่อื่น ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องอนุรักษ์ไม่ให้สูญหายไปและมุ่งเน้นสื่อสารการตลาดให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้ามาท่องเที่ยวในลักษณะการมีส่วนร่วมในประเพณีท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนอัตลักษณ์ด้านชาติพันธุ์ในอำเภอบ้านไร่ซึ่งมีลักษณะเป็นพหุวัฒนธรรมจากการรวมตัวกันของหลากหลายชาติพันธุ์ ได้แก่ ลาวครั้ง ลาวเวียง ขมุ และกะเหรี่ยง ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและเป็นสิ่งที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างมาก (สุพัตรา คำแหง และคณะ, 2561) ข้อดีจากความแตกต่างนี้ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอบ้านไร่มีความหลากหลาย สามารถชูแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับความแตกต่างทางชาติพันธุ์ได้ตลอดทั้งปี

ทั้งนี้ การศึกษาด้านอัตลักษณ์พบว่า มีความสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี โดย อินทรา พงษ์นาค (2557) ที่พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีลักษณะจับต้องได้ มี 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม/บ้านเรือน ด้านโบราณสถาน ด้านโบราณวัตถุ และอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้มี 6 ด้าน คือ ด้านเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ ด้านวิถีชีวิตดั้งเดิม ด้านช่างฝีมือดั้งเดิม ด้านวัฒนธรรม/ประเพณี ด้านพิธีกรรม/ความเชื่อ และด้านการแสดง/การละเล่น โดยจังหวัดสุพรรณบุรีมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับ อ.บ้านไร่ คือมี พิธีกรรมไหว้ผีเจ้านาย ผีเทวดาของลาวครั้ง โดยจะเห็นได้ว่ามีความคล้ายคลึงในด้านความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษที่คอยปกป้องรักษาคุ้มครองคนในชุมชนให้มีความเจริญงอกงาม และบันดาลให้เกิดความสุขสงบของชุมชน สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงด้านชาติพันธุ์ที่กระจายอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง สามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมนี้และพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นเฉพาะวิถีชีวิตของชาวลาวครั้งได้ นอกจากนี้การท่องเที่ยวซึ่งเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) (อรนุช ศิลปนิพนธ์, 2547) โดยเฉพาะทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในอำเภอบ้านไร่มีอย่างครบครัน แต่อย่างไรก็ตามยังต้องการการพัฒนาด้านการบริการการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้ครบองค์ประกอบ ซึ่งยังขาดเจ้าภาพที่จะวางกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนไปพร้อมกันอย่างเป็นเอกภาพ เนื่องจากแต่ละหน่วยงานยังไม่มีประสานแนวทางการขับเคลื่อนร่วมกัน และยังพบจุดอ่อนด้านสาธารณูปโภคที่ต้องการการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและภาครัฐในการขับเคลื่อน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งการดูแลรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) การบริการท่องเที่ยว (Tourism Service)

และการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2538) กล่าวว่า แต่ละชุมชนต่างมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และเอกลักษณ์นี้เป็นต้นกำเนิดแห่งความภาคภูมิใจในตนเอง ศักดิ์ศรีในตัวเอง จึงเป็นแหล่งกำเนิดของพลังชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นพลังสำคัญต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ที่ต้องอาศัยการผลักดันด้านนโยบายและงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) และการเข้าถึงได้ (Accessibility)

ทั้งนี้ผลจากการวิจัยได้นำต่อยอดและเป็นตัวกลางในการขยายผลเชิงนโยบาย โดยการทำบันทึกข้อตกลง (MOU) ว่าด้วยความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพและทักษะที่จำเป็นสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถทางเศรษฐกิจในการแข่งขันระดับสากลของการท่องเที่ยวเมืองรอง จากหน่วยงานต่าง ๆ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2565 ณ ศาลารอยปี อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ระหว่าง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุทัยธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุทัยธานี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดอุทัยธานี เทศบาลบ้านไร่ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไร่ หน่วยป้องกันและพัฒนาป่าไม้บ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช จังหวัดอุทัยธานี และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นเมืองบ้านผาตั้ง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม และผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ อีกทั้งพัฒนาศักยภาพและทักษะที่จำเป็นต่อการเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถทางเศรษฐกิจในการแข่งขันระดับสากลของการท่องเที่ยวเมืองรองให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นจุดแข็ง ควรเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เข้ากับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ทั้งที่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถจับต้องได้ ให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมครบทั้ง 2 ด้าน ซึ่งในอำเภอบ้านไร่มีความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและประเพณีความเชื่อซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จากความหลากหลายของชาติพันธุ์ สามารถนำมาบูรณาการและบรรจุในเส้นทางท่องเที่ยวได้ อีกทั้งการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียงจะช่วยเปลี่ยนแปลงพื้นที่อำเภอบ้านไร่จากพื้นที่ที่เป็นเพียงทางผ่านให้กลายเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทาง

2) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องแสดงบทบาทสำคัญต่อการผลักดันด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ภาคเอกชนควรมีบทบาทในการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้คงงามสะอาดตา และสะดวกสบาย พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดแข็งและเป็นเอกลักษณ์ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การพัฒนาผ้าทอโบราณลาวครั่ง เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ในราคาย่อมเยา รวมทั้งพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มจุดแวะพัก เชื้อคอิน และถ่ายภาพ ส่วนหน่วยงานภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาเส้นทาง

การคมนาคมและสาธารณูปโภคที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าถึงสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการพัฒนาศักยภาพที่จำเป็นต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้ ข้อมูลโดยส่วนใหญ่เป็นความคิดเห็นของคนในชุมชนมากกว่านักท่องเที่ยว ซึ่งในอนาคตควรศึกษาวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2) ในอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี มีหลายชุมชนที่น่าสนใจและสามารถพัฒนาด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชน ซึ่งในอนาคตควรมีศึกษาแต่ละชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพ เพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถทางเศรษฐกิจในการแข่งขันระดับสากล

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุน ววน.) ที่ได้สนับสนุนทุนวิจัยงบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน*. สภาคทอลิคแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562*. ฝ่ายวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลธิดา รัตนโกศล. (2558). *การพัฒนากระบวนการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนบนฐานทุนทางสังคมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ชุมชน* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุติพร ปริญญกุล. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อสนับสนุนนโยบาย “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558”. *Journal of Communication Arts*, 35(1), 101-117.

- เทศบาลตำบลบ้านไร่. (2561). แผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) เพิ่มเติม/เปลี่ยนแปลง (ฉบับที่ ๑). เทศบาลตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี.
- วิณัฐภาภรณ์ ศิริโสม. (26 กันยายน 2561). ลดเหลื่อมล้ำด้วยท่องเที่ยว 'เมืองรอง' เส่น්ර්ර්ර්ර්ර. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 มกราคม 2563 แหล่งที่มา https://www.matichon.co.th/prachachuen/prachachuen-scoop/news_1151245
- วิริยา วิฑูรย์สถัญญ์ศิลป์. (2548). การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพัตรา คำแหง และคณะ. (2561). การสร้างผู้ประกอบการใหม่ภายใต้อัตลักษณ์ ชุมชน| Creating New Entrepreneurs Under the Community Identity. *วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์*, 2(2), 121-130.
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2565). แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานีพ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ (ฉบับทบทวน). สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี.
- สำนักงานประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2564). ข้อเสนอแนะทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว. สำนักงานการพิมพ์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2564, 1 มิถุนายน). คำแถลงประกอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อสภาผู้แทนราษฎร. รัฐบาลไทย.
- สิทธิชัย สมานชาติ. (2553). การย้อมสีครั้ง ของชาวลาวครั้งในประเทศไทย: วิทยาศาสตร์ธรรมชาติและเคมี. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวและชุมชน. วนิดา เพรส.
- โสวรรณ คงสวัสดิ์. (2545). การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนสถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรนุช ศิลปมณีพันธ์. (2547). ลักษณะชายฝั่งทะเลที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว บริเวณชายฝั่งทะเลประเทศไทย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อินทรา พงษ์นาค. (2557). อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทุมพร จามรมาน. (2531). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณลักษณะ (Qualitative Data Analysis). ฟินนี่พับลิชชิง.
- เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์. (2562). การออกแบบมาสคอตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนโดยใช้แนวคิดควาฮี [วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Davis, J. L., Love, T. P., & Fares, P. (2019). Collective social identity: Synthesizing identity theory and social identity theory using digital data. *Social Psychology Quarterly*, 82(3), 254-273.
- Giddens, A. (1984). *Elements of the theory of structuration*. Routledge.
- Hogg, M. A. (2016). *Social identity theory*. In Understanding peace and conflict through social identity theory (pp. 3-17). Springer International Publishing.