



**ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม:  
กรณีศึกษาชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
DEVELOPING AN ECO-FRIENDLY CREATIVE TOURISM STRATEGY:  
A CASE STUDY OF THE THREE-RELIGION, THREE-RIVER COMMUNITY,  
PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA**

นนทลี บุญทัด การุณยศิริ, ปัทมา ตริ่มงคล\*, สุวรรณณี หงษ์วิจิตร, ณัฐพันธ์ มีมุข และเกษศิริ ศักดานเรศวร์  
Nonthalee Boonthad Karoonyasiri, Patcha Treemongkol\*, Suwannee Hongwijit, Natthaphan Meemuk, and Kessiri Sakdanares  
คณะบริหารธุรกิจคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ  
Faculty of Business Administration and Information Technology Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

**อรอนงค์ สรรเสริญ**

Onanong Sansern

**คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ**

Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Krungthep

**จรรยาศักดิ์ สุนทรเดชา**

Jaroonsak Soonthondachar

**กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม**

Higher Education Reform Working Group Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation

\*Corresponding Author E-mail: patcha.t@mutsb.ac.th

Received February 24, 2025; Revised October 8, 2025; Accepted October 14, 2025

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ 2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวสามศาสนา สามสายน้ำ และ 3) สร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามศาสนา สามสายน้ำ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พื้นที่วิจัย คือ ตำบลคลองตะเคียน และตำบลลำภาลม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสังเกต และการศึกษาเอกสาร สํารวจ สังเกต การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การควบคุมคุณภาพ โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นทำการสังเคราะห์ สรุป โดยใช้แนวคิด 7Gs ได้แก่ หัวใจสีเขียว การเดินทางสีเขียว แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว ชุมชนสีเขียว กิจกรรมสีเขียว บริการสีเขียว และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมจิตอาสา และเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อประเมินศักยภาพและสภาพแวดล้อมของชุมชน จากนั้นนำข้อมูลมาสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ผลการวิจัยพบว่า บริบทของชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมและสังคมที่เข้มแข็งซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียว ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis มีจุดแข็ง โดยเฉพาะด้านชุมชนสีเขียว และความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตามกลับปรากฏช่องว่างด้านการบริหารจัดการ ที่เป็นจุดอ่อนสำคัญ ทั้งการขาดองค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่และ



การขาดโครงสร้างองค์กรที่เป็นเอกภาพ ผลการวิเคราะห์นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจำนวน 7 กลยุทธ์ ซึ่งมุ่งเน้นการใช้จุดแข็งทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด ควบคู่ไปกับการแก้ไขจุดอ่อนด้านองค์ความรู้ผ่านการสนับสนุนจากภายนอก และการสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อรักษาวิถีดั้งเดิม

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, สามศาสนาสามสายน้ำ, สิ่งแวดล้อม, พหุวัฒนธรรม, ยุทธศาสตร์

## Abstract

This study investigated the tourism context of a community in Phra Nakhon Si Ayutthaya, uniquely characterized by its heritage of three coexisting religions along three waterways. The primary objectives were to examine the tourism environment in the area, analyze its current conditions, and formulate an environmentally friendly strategy for creative tourism development. A qualitative research methodology was employed for this investigation. The study was conducted in the Khlong Takhian and Samphao Lom sub-districts, with participants selected through purposive sampling. Data collection involved a combination of in-depth interviews, observation, and document analysis. To ensure the reliability of the findings, a triangulation method was used for quality control. The collected data were analyzed using content analysis, guided by the 7Gs Green Tourism framework, which includes principles such as “Green Community” and “Green Responsibility”. A SWOT analysis was then performed to assess the potential of the community, followed by a TOWS Matrix analysis to synthesize the findings into actionable strategies.

The results indicate that the community possesses substantial cultural and social capital that aligns well with the principles of Green Tourism. The SWOT analysis highlighted significant strengths, particularly in its strong sense of community and social responsibility. However, a critical weakness was identified in management, stemming from a lack of knowledge in modern tourism practices and the absence of a unified organizational structure. Consequently, seven development strategies were proposed. These strategies focus on leveraging the cultural strengths of the community to create market opportunities. Simultaneously, they aim to address the management knowledge gap through external support and build resilience to preserve the traditional lifestyle of the community.

**Keywords:** Creative Tourism, Three Religions and Three Rivers, Environment, Multiculturalism, Strategies



## บทนำ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นที่ตั้งของมรดกโลก “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก ดังปรากฏจากสถิติปี 2565 ที่มีนักท่องเที่ยวรวมกว่า 7.9 ล้านคน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) อุตสาหกรรมนี้แห่งนี้เป็นศูนย์รวมอารยธรรม ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมจากหลากหลายชาติพันธุ์ ซึ่งสะท้อนผ่านความหลากหลายทางศาสนา โดยเฉพาะในตำบลคลองตะเคียนและสำเภากลุ่มชุมชนเหล่านี้เป็นต้นแบบของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างศาสนาพุทธ คริสต์ และอิสลาม โดยยึดหลักธรรมสำคัญของแต่ละศาสนา คือ การแบ่งปัน (อิสลาม) การไม่เบียดเบียน (พุทธ) และความเมตตา (คริสต์) (บ้านเมือง, 2563) อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนทั้งสองยังผูกพันกับการคมนาคมทางน้ำอย่างลึกซึ้ง โดยสายน้ำทำหน้าที่เป็นเส้นทางสัญจร แหล่งอาหาร และองค์ประกอบทางทัศนียภาพที่สำคัญ ประวัติศาสตร์ของคลองขุนละครไชย (คลองตะเคียน) ซึ่งขุดขึ้นเพื่อลัดแม่น้ำเจ้าพระยา และบริเวณสำเภากลุ่ม ณ จุดบรรจบของแม่น้ำป่าสักกับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งมีกระแสน้ำเชี่ยวจนเป็นที่มาของชื่อ สะท้อนความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างชุมชนกับสายน้ำ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นทุนทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันโดดเด่นของสังคมพหุวัฒนธรรมสามศาสนาที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น และเป็นศักยภาพสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้จากทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (Richards, 2010) สำหรับชุมชนสามศาสนาสามสายน้ำ ซึ่งมีอัตลักษณ์โดดเด่นจากการอยู่ร่วมกันของสามศาสนาและมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง จึงมีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ แนวโน้มนี้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุค New Normal หลังสถานการณ์โควิด-19 ที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง (Authenticity) หันมาสนใจแหล่งท่องเที่ยวในชนบท ธรรมชาติ และต้องการประสบการณ์ที่ปรับให้เข้ากับตนเอง (Wallace et al., 2023) โดยงานวิจัยว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยุคใหม่ต้องเชื่อมโยงมิติเศรษฐกิจเข้ากับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Meemuk et al., 2024) หัวใจสำคัญคือการสร้างสรรค์ประสบการณ์ร่วมกัน (Co-creation) ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อสะท้อนแก่นแท้ของวิถีชีวิตและตอบสนองความต้องการเดินทางอย่างมีความหมาย (Jackson, 2025) ดังนั้น การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่นี้ จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

การยกระดับชุมชนพหุวัฒนธรรม “สามศาสนา สามสายน้ำ” สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน การวิจัยนี้จึงดำเนินการศึกษาบริบทเชิงลึกและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของพื้นที่เพื่อสังเคราะห์เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนและต่อยอดคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมเป็นโมเดลทางด้านชุมชนพหุวัฒนธรรมที่สามารถสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวสามศาสนา สามสายน้ำ



3. เพื่อสร้างยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามศาสนา สามสายน้ำ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือการกำหนดทิศทางเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ ซึ่งต้องอาศัยแผนปฏิบัติการ (Operational Plan) ที่มีองค์ประกอบชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจควบคู่กับความยั่งยืน โดยเป็นกรอบการทำงานในองค์กรทุกระดับและช่วยบริหารจัดการจุดหมายปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่าง SWOT Analysis จึงช่วยให้การวางแผนและติดตามผลเกิดประสิทธิผลสูงสุด (Edgell & Swanson, 2024)

#### แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis และ TOWS Matrix

Pascale and Athos (1981) นิยามการวิเคราะห์ SWOT ว่าเป็นการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก โดยปัจจัยภายในประกอบด้วย จุดแข็ง (S) คือข้อได้เปรียบขององค์กร และ จุดอ่อน (W) คือข้อจำกัดที่ต้องปรับปรุง ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่ โอกาส (O) คือสถานการณ์ที่เอื้อประโยชน์ และ อุปสรรค (T) คือสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยมหภาค เช่น เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

สุภัทรา เขียวศรี และคณะ (2568) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวโดยชุมชน การเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก และการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น

TOWS Matrix เป็นเครื่องมือต่อยอดจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อสังเคราะห์กลยุทธ์ 4 รูปแบบ (อารีย์ แก้วสกุลพันธ์, 2553) ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ที่ใช้จุดแข็งสร้างประโยชน์จากโอกาส 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ที่ใช้โอกาสเพื่อลดทอนจุดอ่อน 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ที่ใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ที่มุ่งลดความเสี่ยงจากจุดอ่อนและอุปสรรคจากเครื่องมือทั้งสอง

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการพิจารณาถึงเครื่องมือการวิเคราะห์ SWOT นั้น เป็นเครื่องมือพื้นฐานเชิงพรรณนาที่มีข้อจำกัดในการนำไปสู่การปฏิบัติโดยตรง ช่องว่างนี้จึงถูกเติมเต็มโดย TOWS Matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือต่อยอดเชิงกลยุทธ์ ที่เปลี่ยนการวิเคราะห์สู่ยุทธศาสตร์ที่จับต้องได้ผ่านการเชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอกอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ คุณภาพของกลยุทธ์ย่อมขึ้นอยู่กับความแม่นยำในการวิเคราะห์ SWOT ตั้งต้น เมื่อใช้ควบคู่กันอย่างมีวิจารณญาณ เครื่องมือทั้งสองจึงเป็นกระบวนการที่ได้รับความนิยมและทรงพลังในการเปลี่ยนความเข้าใจสู่การวางแผนกลยุทธ์ที่ปฏิบัติได้จริง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียว 7 Greens

ประเทศไทยได้นำแนวคิด 7 Greens มาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งถูกบรรจุไว้ในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 แนวคิดนี้มีพื้นฐานจากการสร้าง “ทัศนคติ” ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม (Thurstone, 1967; สิริภัทร์ โชติช่วง และคณะ, 2561) โดยเป็นกรอบการดำเนินงานสำหรับกิจการท่องเที่ยวที่มุ่งบูรณาการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Kasemsap, 2552) เพื่อลดผลกระทบ



จากสภาวะโลกร้อนและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างเป็นทางการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551; Muangasame & McKercher, 2014) โดยมีแนวคิด 7 Greens ตามองค์ประกอบดังนี้

1) Green Hearts (หัวใจสีเขียว) การปลูกฝังทัศนคติและความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อน นำไปสู่การปฏิบัติเพื่อป้องกัน อนุรักษ์ และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างถูกต้องและเหมาะสม

2) Green Logistics (รูปแบบการเดินทางสีเขียว) การส่งเสริมวิธีการเดินทางและการบริการขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

3) Green Attractions (แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว) มีการบริหารจัดการตามกรอบนโยบาย และการดำเนินงานในทิศทางของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ให้ความสำคัญระมัดระวังอย่างชัดเจนในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างถูกวิธี

4) Green Communities (ชุมชนสีเขียว) มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน มีการดำเนินงานที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

5) Green Activities (กิจกรรมสีเขียว) กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

6) Green Services (การบริการสีเขียว) สนับสนุนการเสนอขายรูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ภายใต้การคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่มีการดูแลอย่างเหมาะสม

7) Green Plus (ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม) การแสดงออกของบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรในการสนับสนุนร่างกายหรือสติปัญญาหรือบริจาคทุนทรัพย์ เพื่อร่วมมือดำเนินการในการปกป้องรักษา และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่ช่วยลดภัยคุกคามอันเกิดจากภาวะโลกร้อน

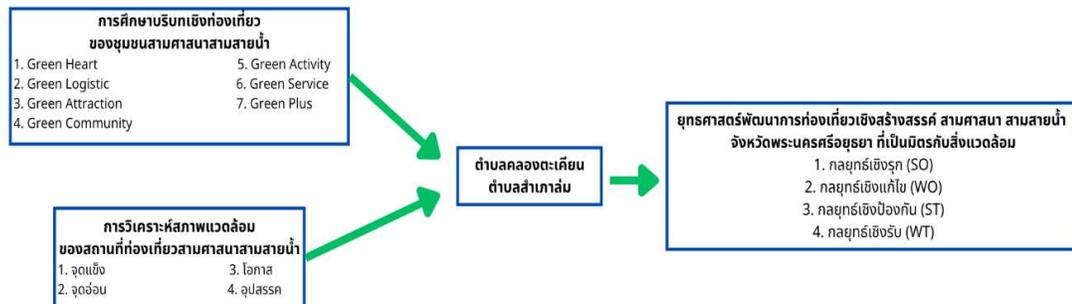
จากแนวคิด 7 Greens ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดดังกล่าวมีความสำคัญในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย แต่ความสำเร็จในการนำไปปฏิบัตินั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการแปลงแนวคิดที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นรูปธรรมที่มีเกณฑ์ชัดเจน การสร้างกลไกการตรวจสอบที่น่าเชื่อถือ และการออกแบบนโยบายสนับสนุนที่สอดคล้องกับความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ เป็นโอกาสที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงและเติบโตไปพร้อมกันได้จริงรวมถึงสะท้อนถึงนโยบาย SDGs ดังนั้นการนำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาบริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามสายน้ำ เพื่อนำมาเสนอถึงความรูปธรรมที่สามารถนำไปพัฒนายุทธศาสตร์ได้ต่อไป

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งแสดงถึงกระบวนการสังเคราะห์ยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ โดยเริ่มต้นจากการใช้เครื่องมือสองส่วนในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนแรกคือการประยุกต์ใช้แนวคิด 7 Greens เพื่อศึกษาและจำแนกบริบทเชิงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จาก



การวิเคราะห์ทั้งสองส่วนนี้จะถูกนำมาสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix เพื่อสร้างเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปเป็นแผนเชิงปฏิบัติการ (Action Plan) ตามแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มเป้าหมาย คือ ตำบลคลองเตยต้นลำไยและตำบลลำไย อำเภพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกตการณ์ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ สังเกต การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง นำมาวิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นทำการสังเคราะห์ สรุป การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ นำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา เพื่อสร้างกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามคาบ สามสายน้ำที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

- 1) ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน (ตัวแทนจาก 13 หมู่บ้าน ใน ต.คลองเตยต้นลำไย และ 11 หมู่บ้านใน ต.ลำไย)
- 2) ประชาชนชุมชน จำนวน 6 คน (เลือกจากผู้มีภูมิปัญญาโดดเด่นในแต่ละด้าน ได้แก่ วัฒนธรรมอาหาร วิถีชีวิต)
- 3) ผู้นำศาสนา 3 ศาสนา (พุทธ คริสต์ อิสลาม) จำนวน 6 คน (ศาสนาละ 2 คน)
- 4) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน ได้แก่ อบต.คลองเตยต้นลำไย อบต.ลำไย องค์การบริหารส่วนจังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด พาณิชยจังหวัด ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด
- 5) ตัวแทนภาคเอกชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยว 6 คน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมรักประวัติศาสตร์อยุธยา ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว รวมทั้งหมด 38 คน ซึ่งถือว่าอยู่ในช่วงที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพระดับชุมชน ตามแนวทางของ Miles and Huberman (1994) และ Patton (2002) ที่เน้นความหลากหลายเชิงเนื้อหา มากกว่าปริมาณ



อีกทั้งการควบคุมคุณภาพโดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการเสริมสร้างผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการแสดงให้เห็นว่าแหล่งข้อมูลอิสระหลายแหล่งมีจุดบรรจบกัน หรืออย่างน้อยที่สุดก็ไม่ขัดแย้งกัน จึงเป็นการอธิบายและแสดงตัวอย่างทางการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม (Decrop, 1999)

## ผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ที่ 1** ผลการศึกษาบริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ

**ข้อมูลภาคสนาม/ข้อความจากการสัมภาษณ์**

**เรื่องการไม่รับร้านค้าสะดวกซื้อ** “ชุมชนรวมตัวกันไม่เอาร้านค้าสะดวกซื้อ เพื่อให้รายได้อยู่ในชุมชน ยังมีร้านโชห่วยอยู่ และเพื่อให้ไม่มีเหล้าบุหรีที่ซื้อง่าย” ข้อมูลภาคสนามจากชาวบ้านและผู้นำชุมชน

**เรื่องการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม** “มีการจัดการขยะ มีการคัดแยก เอาไปทิ้งที่จุดที่จัดให้ส่งไป อบต. คัดแยก” สะท้อนการมีส่วนร่วมของชุมชนในแนวทาง Green Community

**ความปลอดภัยในชุมชน** “กลางคืนคนจะอยู่ในบ้าน อบต. สายตรวจ และชาวบ้านช่วยกันดูแลความปลอดภัย” สะท้อนความร่วมมือและระบบดูแลตนเองในระดับท้องถิ่น

**แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน** “ชุมชนยังคงมีร้านค้าแบบดั้งเดิม อาหารก็ทำเอง เช่น มะตะปะ โจ๊ก เสือร้องไห้ ข้าวเหนียวแดงแม่ซุก” สะท้อนถึงเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เน้นการใช้วัตถุดิบและแรงงานในพื้นที่ การส่งเสริมจริยธรรมในวิถีชุมชน

**“ที่นี่เคยมีจัดอบรมคุณธรรม จริยธรรมให้ข้าราชการใหม่ โดยใช้วิถีชุมชนเป็นหลักสูตร”** ข้อมูลจากผู้นำศาสนาและผู้นำชุมชนในพื้นที่

จากข้อมูลภาคสนามและจากการจากการสัมภาษณ์จำนวนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้วิเคราะห์บริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนาสามสายน้ำ ตำบลคลองตะเคียนและสำเภากลุ่ม ตามหลักของ 7 Gs โดยแบ่งตามหลักทั้ง 7 ด้าน ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงบริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนาสามสายน้ำ ตำบลคลองตะเคียนและสำเภากลุ่มตามหลักของ 7 Gs

| แนวคิด 7 ประการ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน  | กิจกรรมในชุมชน   |
|---|--|
|  Green Heart ‘หัวใจสีเขียว’                | - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชุมชน สามสายน้ำ สามศาสนา ใช้หลัก 3R และในอนาคตเป็น 5 R และ 7 R   |
|  Green Logistic ‘การเดินทางสีเขียว’        | - ชีจกรยานเที่ยว, พายเรือเที่ยว, นั่งเรือเที่ยว  |
|  Green Attraction ‘แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว’ | - ล่องเรือท่องเที่ยวสามสายน้ำ<br>- เที่ยวชมวิถีชุมชน ได้แก่ กิจกรรมในชุมชน (งานแต่งงาน งานบวช นั่งคุยกันกลางคืน มีแพะอย่างสังสรรค์กัน) ยังมีการทำนา มีอาหารพื้นบ้าน เช่น ข้าวหมกแพะนมแพะ กินปลาแม่น้ำ ฯลฯ และขนมพื้นบ้าน เช่น ข้าวเหนียวแดง แม่ซุก |
|  Green Community ‘ชุมชนสีเขียว’            | - การจัดการขยะ เพื่อเข้าสู่เป้าหมาย SDGs (Sustainable Development Goal) มิติสิ่งแวดล้อม (Planet) นำโดย อบต.คลองตะเคียนและ อบต.สำเภากลุ่ม<br>- คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์แห่งวัฒนธรรม ได้แก่ ศาสนา วิถีชีวิต อาหาร ฯลฯ                                      |
|  Green Activity ‘กิจกรรมสีเขียว’           | - ท่องเที่ยวศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เชิงอนุรักษ์  |



| แนวคิด 7 ประการ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน                                    | กิจกรรมในชุมชน  |
|---|---|
| Green Service<br>‘บริการสีเขียว’  | - มีไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ 60 W จำนวน 120 ดวง (คลองตะเคียน)<br>- บริการที่พักวิถีชุมชน / รีสอร์ท โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (เริ่มดำเนินการยังไม่เข้ากระบวนการมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย) และตรงตามหลักที่ศาสนากำหนด (มีที่ละหมาด)                     |
| Green Plus<br>‘รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม’<br>นำกลับมาใช้ใหม่...หากมีโอกาส | - ชุมชนเข้มแข็ง จัดอาสาสมัครความปลอดภัย<br>- ประชาชน ในพื้นที่ ร่วมตัวกันไม่เอาร้านค้าสะดวกซื้อ เพื่อให้รายได้หมุนเวียนอยู่ในชุมชน ยังมีร้านโชห่วยอยู่ และเพื่อให้เยาวชนหาซื้อเหล้าบุหรี่ได้ยาก และในร้านสะดวกซื้อไม่ค่อยมีอาหารฮาลาล |

## วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวสามศาสนา สามสายน้ำ จุดแข็ง ประกอบด้วย

1. เป็นพหุวัฒนธรรม เป็นชุมชนดั้งเดิม และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ สวยงามและมีประวัติศาสตร์ยาวนาน 2. ชุมชนเข้มแข็ง ในพื้นที่ร่วมตัวกันไม่เอาร้านค้าสะดวกซื้อ เพื่อให้รายได้อยู่ในชุมชน ยังมีร้านโชห่วยอยู่ และเพื่อให้ไม่มีเหล้าบุหรี่ที่ซื้อขาย 3. มีความปลอดภัย อบต. สายตรวจชาวบ้าน ช่วยกันดูแล กลางคืนคนจะอยู่ในบ้าน 4. เศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน เช่น มีอาหารในชุมชน 5. มีศักยภาพในการจัดอบรมด้านจริยธรรม/การบริหารผ่านวิถีชุมชนสำหรับข้าราชการบรรจุใหม่ 6. มีวัฒนธรรมด้านอาหารที่สืบทอดกันมา ได้แก่ มะตะบะ ข้าวเหนียวแดงแม่ซุก โจ๊ก เสือร้องไห้ 7. มีการจัดการขยะ มีการคัดแยก เอาไปทิ้งที่จุดที่จัดให้ ส่งไป อบต. คัดแยก 8. มีวิถีชีวิตพื้นบ้าน เช่น มีการทำนา หาปลา แบบพื้นบ้าน 9. มีการนำเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำ รวมถึง มีกิจกรรมปั่นจักรยานเข้า และ 10. มีผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนาเข้มแข็ง อีกทั้งยังมีความสามารถด้านภาษา ทั้งภาษาอังกฤษและมลายู รองรับชาวต่างชาติได้

## จุดอ่อน ประกอบด้วย

1. ชุมชนขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2. ขาดความรู้เกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3. การบริหารจัดการยังไม่มีกรรวมตัวกันอย่างชัดเจน และไม่มีเจ้าภาพใหญ่ 4. ขาดงบประมาณในการบริหารจัดการ และ 5. ขาดการประชาสัมพันธ์

## โอกาส ประกอบด้วย

1. ภาครัฐให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อเข้าสู่เป้าหมาย SDGs จัดประกวดอาสาสมัครท้องถิ่นรักษ์โลก ประกวดสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ทุนวิจัย 2. ภาครัฐมีงบประมาณให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการจัดอบรม และ 3. นักท่องเที่ยวปัจจุบันนิยมท่องเที่ยวแบบเข้าถึงวิถีชุมชน นิยมเชิงประวัติศาสตร์ และให้ความสนใจเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

## อุปสรรค ประกอบด้วย

1. การเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันอาจกระทบต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน อาจทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยน ความรู้สึกเปลี่ยน 2. การสนับสนุนจากภาครัฐ บางครั้งไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับวิถีการท่องเที่ยว 3. ภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง

**วัตถุประสงค์ที่ 3** ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามศาสนา สามสายน้ำ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากผลการผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวสามศาสนา สามสายน้ำพบว่า กำหนดเป็น ยุทธศาสตร์ ด้วยเทคนิค TOWS Matrix จำนวน 7 กลยุทธ์ดังนี้



### กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาและเสนอโครงการจัดอบรมด้านจริยธรรมฯ เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ (S5+O2)

จุดแข็ง (S5) มีศักยภาพในการจัดอบรมด้านจริยธรรม/การบริหารผ่านวิถีชุมชนสำหรับข้าราชการบรรจุใหม่

โอกาส (O2) ภาครัฐมีงบประมาณสามารถให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการจัดอบรมได้

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเข้าสู่เป้าหมาย SDGs (S7+O1)

จุดแข็ง (S7) มีการจัดการขยะ มีการคัดแยก เอาไปทิ้งที่จุดที่จัดให้ ส่งไป อบต คัดแยก

โอกาส (O1) ภาครัฐให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อเข้าสู่เป้าหมาย SDGs (Sustainable Development Goal) จัดประกวดอาสาสมัครท้องถิ่นรักษ์โลก ประกวดสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้นักวิจัย

กลยุทธ์ที่ 3 จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวพร้อมนำร่อง ผ่านกิจกรรมทางบก ทางน้ำ และด้วยจักรยาน โดยใช้ผู้นำชุมชนและเยาวชนที่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา คือไทย อังกฤษ และมลายู เป็นมัคคุเทศก์ (S9+S10+O3)

จุดแข็ง (S9) มีการนำเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำ รวมถึง มีกิจกรรมปั่นจักรยานเช้า และ (S10) มีผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนาเข้มแข็ง อีกทั้งยังมีความสามารถด้านภาษา ทั้งภาษาอังกฤษ และมลายู รองรับชาวต่างชาติได้

โอกาส (O3) นักท่องเที่ยวปัจจุบันนิยมท่องเที่ยวแบบเข้าถึงวิถีชุมชน นิยมเชิงประวัติศาสตร์ และให้ความสนใจเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

### กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

กลยุทธ์ที่ 4 ฝึกอบรม ด้านบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านการประชาสัมพันธ์ (W1, W2 + O1, O2, O3)

จุดอ่อน (W1) ชุมชนขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ (W2) ขาดความรู้เกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โอกาส (O1) ภาครัฐให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อเข้าสู่เป้าหมาย SDGs จัดประกวดอาสาสมัครท้องถิ่นรักษ์โลก ประกวดสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้นักวิจัย (O2) ภาครัฐมีงบประมาณสามารถให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการจัดอบรมได้ และ (O3) นักท่องเที่ยวปัจจุบันนิยมท่องเที่ยวแบบเข้าถึงวิถีชุมชน นิยมเชิงประวัติศาสตร์ และให้ความสนใจเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

### กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาระบบการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล ในเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว (S7+T2)

จุดแข็ง (S7) มีการจัดการขยะ มีการคัดแยก เอาไปทิ้งที่จุดที่จัดให้ ส่งไป อบต คัดแยก

อุปสรรค (T2) การสนับสนุนจากภาครัฐ บางครั้งไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับวิถีตอบรับการท่องเที่ยว



### กลยุทธ์ที่ 6 การปรับวิถีใหม่ให้เข้ากับพหุวัฒนธรรมดั้งเดิม เศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน (S1, S4 + T1)

จุดแข็ง (S1) เป็นพหุวัฒนธรรม เป็นชุมชนดั้งเดิม และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ สวยงามและมีประวัติศาสตร์ยาวนาน และ (S4) เศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน เช่น มีอาหารในชุมชน

อุปสรรค (T1) การเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันอาจกระทบต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน อาจทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยน ความรู้สึกเปลี่ยน

#### กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

### กลยุทธ์ที่ 7 พัฒนาความรู้โดยรัฐบาลให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง (W1, W2 + T2, T3)

จุดอ่อน (W1) ชุมชนขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ (W2) ขาดความรู้เกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อุปสรรค (T2) การสนับสนุนจากภาครัฐ บางครั้งไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับวิถีตอบรับการท่องเที่ยว และ (T3) ภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง

## อภิปรายผล

**ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1** ผลการศึกษาบริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนาสามสายน้ำ พบว่ามีการบูรณาการแนวคิด 7 Gs เพื่อความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่การมีจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Heart) การส่งเสริมการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) การนำเสนอวิถีชีวิตเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Green Attraction) การจัดการขยะตามเป้าหมาย SDGs (Green Community) กิจกรรมเชิงอนุรักษ์ (Green Activity) การใช้พลังงานสะอาด (Green Service) และการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Green Plus) อย่างไรก็ตาม แม้การปฏิบัติจะเข้มแข็ง แต่ยังมีขาดแผนนโยบายด้านความยั่งยืนที่ชัดเจน และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนยังไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภูมิ ปองเสงี่ยม และคณะ (2567) ที่สะท้อนถึงการขับเคลื่อนนี้ยังพึ่งพาโครงการจากภาครัฐเป็นหลัก และจำเป็นต้องพัฒนาสู่การมีส่วนร่วมที่แท้จริงต่อไป

**ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2** ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของชุมชนสามศาสนาสามสายน้ำ ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพที่มาจาก จุดแข็ง ด้านทุนทางวัฒนธรรมและสังคมที่เข้มแข็ง โดยมีวิถีชีวิตพหุวัฒนธรรมและสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้เป็นรากฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังคงมี จุดอ่อน สำคัญด้านการบริหารจัดการที่ขาดองค์ความรู้และโครงสร้างที่เป็นระบบ ทำให้การพัฒนาขาดทิศทางที่ชัดเจน ขณะเดียวกัน โอกาส เกิดขึ้นจากกระแสการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง (Authenticity) (Geçikli et al., 2024) เป็นการเสริมสร้างโดยตรงกับศักยภาพของชุมชน และสามารถใช้ประโยชน์จากนโยบาย SDGs ของภาครัฐได้ แต่ยังคงเผชิญกับ อุปสรรค สำคัญคือความไม่แน่นอนของการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งสร้างสภาวะเปราะบางจากการพึ่งพิงและเป็นความท้าทายต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jackson (2025) ที่สำรวจบทบาทการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism – CBT) ในการบรรลุ SDG 1 (ขจัดความยากจน) และ SDG 8 (งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ) ผ่านกรณีศึกษาทั่วโลก เช่น เนปาล เคนยา และซิมบับเว โดยเน้นการสร้างรายได้ยั่งยืน การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการจัดการปัญหาด้านการปกครองโดยผลการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ จุดแข็งด้านสังคมและวัฒนธรรม และพบจุดอ่อนด้านการจัดการและการพึ่งพา



ภายนอก โอกาสจาก SDGs และอุปสรรคจากนโยบายรัฐ เป็นการยืนยันทางสนับสนุนการวิจัยที่ควรเสริมสร้างขีดความสามารถชุมชนซึ่งจะช่วยลดความเปราะบางจากการพึ่งพิงรัฐได้อย่างยั่งยืน

**ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3** จากการวิเคราะห์เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้สังเคราะห์กลยุทธ์จำนวน 7 กลยุทธ์ด้วยรูปแบบผ่าน TOWS Matrix เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) มุ่งใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งสร้างโอกาส โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เชื่อมโยงกับเป้าหมาย SDGs เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน สอดคล้องกับสราวุธ รัศมี (2567) เกี่ยวกับหลักการ ESG ที่เน้นการเติบโตอย่างสมดุล อีกทั้งหัวใจสำคัญคือการถ่ายทอดอารมณ์ผ่านการออกแบบการสร้างบทบาทของอารมณ์ในการเชื่อมช่องว่างระหว่างลูกค้าและผลิตภัณฑ์ (Ouyang, et al. 2023)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เน้นการใช้โอกาสภายนอก เช่น การสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อจัดอบรมพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการตลาดแก่ชุมชน อันเป็นการลงทุนเพื่อสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ซึ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดเรื่องความยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee-Anant and Kungwansith (2025) ที่แนะนำการปรับเปลี่ยนไปสู่การฝึกอบรมที่เน้นประสบการณ์และการพัฒนาทักษะ ซึ่งเน้นการตลาดดิจิทัล ความรู้ทางการเงิน และการบริการแบบหลายภาษา

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ใช้ทุนทางวัฒนธรรมและสังคมเป็นเกราะป้องกันผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาระบบจัดการภายใน เช่น การจัดการขยะ เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง เพื่อสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าที่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความต้องการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุค Next Normal (Meemuk et al., 2024)

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ตระหนักถึงความเปราะบางจากการพึ่งพิงภาครัฐซึ่งมีความไม่แน่นอน จึงเสนอให้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นคงในระยะยาวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee-Anant and Kungwansith (2025) ที่พบปัญหานโยบายที่ไม่สอดคล้องกันยังคงเป็นอุปสรรคต่อศักยภาพระยะยาว จึงควรเปลี่ยนแปลงไปสู่โมเดลการเงินแบบกระจายอำนาจที่จัดการโดยชุมชน เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงเงินทุนและความเป็นเจ้าของในระดับท้องถิ่น

### องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงศักยภาพในการประยุกต์ใช้แนวคิด 7 Greens เพื่อบูรณาการคุณค่าทางวัฒนธรรม ศาสนา และสิ่งแวดล้อม ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ณ ชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ ควบคู่กับการใช้กลยุทธ์ TOWS เพื่อออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบในบริบทของชุมชนพหุวัฒนธรรม นอกจากนี้ แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับชุมชน เช่น การส่งเสริมให้รายได้หมุนเวียนภายในโดยไม่พึ่งพาร้านค้าสะดวกซื้อจากภายนอก และบทบาทที่เข้มแข็งของผู้นำศาสนาและผู้นำชุมชน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยยังคงรักษาอัตลักษณ์และวิถีชีวิตดั้งเดิม อันนำไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่สร้างรายได้ควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบต้องควบคู่เพื่อสู่ความยั่งยืน ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบของยุทธศาสตร์การบูรณาการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## สรุป

การศึกษาบริบทเชิงท่องเที่ยวของชุมชนสามศาสนา สามสายน้ำ ได้สังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์หลัก คือ การจัดการเชิงอนุรักษ์และการลดใช้ทรัพยากร สนับสนุนโดย 7 กลยุทธ์ย่อยที่ครอบคลุมเป้าหมาย SDGs การจัดการขยะและการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ที่ขับเคลื่อนได้จริง ผลงานวิจัยนี้แสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและสังคมของชุมชนกับแนวโน้มการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่เน้นความจริงแท้และความยั่งยืน จึงสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาต้นแบบ (Prototype Case Study) สำหรับภาครัฐในการนำกรอบการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นที่มีศักยภาพแต่ยังขาดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนโดยนำยุทธศาสตร์ไปประยุกต์ต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ภาครัฐควรบูรณาการกลไกการสนับสนุนให้เป็นเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อน และสร้างแผนระยะยาวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชุมชน

2) ควรจัดตั้งคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือพัฒนาสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อสร้างกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน

3) ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) สำหรับการขยายผลองค์ความรู้สู่บริบทอื่น

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรดำเนินการวิจัยเชิงติดตามและประเมินผลกระทบ (Longitudinal and Impact Assessment Research) ซึ่งหลังจากชุมชนได้นำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติแล้ว ควรมีการทำวิจัยเชิงติดตามในระยะยาวเพื่อประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ



สิ่งแวดล้อม เพื่อถอดบทเรียนความสำเร็จหรือความล้มเหลว และนำไปสู่การปรับปรุงกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ผ่านงบประมาณเพื่อสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund; FF) โดยกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (NSRF) และสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (สกว.) ภายใต้กระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมของประเทศไทย เลขที่ NRIIS คือ 4390795

### เอกสารอ้างอิง

- ชญานิ ปองเสงี่ยม, รุจิกา ธรรมลักขมี, กันตวีร์ เวียงสิมา, และผกา มาศ ชัยรัตน์. (2567). การพัฒนาขีดความสามารถของเครือข่ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(3), 608–622. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/279521>
- สรายุทธ รัตมี. (2024). ความหลากหลายในห่วงโซ่อุปทาน: กลยุทธ์ใหม่เพื่อการผลิตและจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืนในยุควิกฤต. *วารสารบริหารธุรกิจราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 1(3), 34–53. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/JBURUS/article/view/1232>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568, มีนาคม 13). *การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์*. Government Data Catalog Smart Plus. <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-datatravelhistory/resource/3cd5fb2c-6e2d-48a4-9d9f-839541c5d700>
- สิริภัทร โชติช่วง, นนทิภัก เพียรโรจน์, ณัฐมน ราชรักษ์ และวีระศักดิ์ คงฤทธิ์. (2561). ทักษะคนดีด้าน 7 Greens ที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย. *วารสารคณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 13(1), 124-136. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal>
- สุภัทรา เขียวศรี, โอชัญญา บัวธรรม, นันทนา ลาภวิเศษชัย, และลินจง โพชารี. (2568). แนวทางพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาถ่อน อำเภอธาดูปทุม จังหวัดนครพนม. *วารสารวิชาการการบิน การเดินทาง และการบริการ*, 4(1), 35–57. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/tft/article/view/7212>
- อารีย์ แผ้วสกุลพันธ์.(2553). นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงในองค์กร, ศสว.: กรุงเทพมหานคร.
- Decrop, A. (1999). Triangulation in qualitative tourism research. *Tourism Management*, 20(1), 157–161. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00102-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00102-2)
- Edgell, D. L., Sr., & Swanson, J. R. (2024). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow* (4<sup>th</sup> ed.). London, England: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003352242>
- Geçikli, R. M., Turan, O., Lachytová, L., Dağlı, E., Kasalak, M. A., Uğur, S. B., & Guven, Y. (2024). Cultural Heritage Tourism and Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 16(15), 6424. <https://doi.org/10.3390/su16156424>



- Jackson, L. A. (2025). Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Kasemsap. (2552). (2567, 1 มกราคม) <https://www.facebook.com/7GreensThailand/>
- Lee-Anant, C., & Kungwansith, P. (2025). Policy shaping and capacity building for sustainable community-based tourism in Thailand's Eastern Economic Corridor. *Suranaree Journal of Social Science*, 19(1), e278596. <https://doi.org/10.55766/sjss278596>
- Meemuk, N., Treemongkol, P., Hongwijit, S., Karoonyasiri, N. B., Sakdanares, K., & Thanareekul, P. (2024). Factors influencing the demand for services among management and facilitators for creative tourism in the next normal era: A case study of Three Religions, Three Rivers, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Thailand. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22 (2), 6400–6413. <https://doi.org/10.57239/pjlss-2024-22.2.00483>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). London: Sage Publications, Inc.
- Muangasame, K., & McKercher, B. (2014). The challenge of implementing sustainable tourism policy: a 360-degree assessment of Thailand's "7 Greens sustainable tourism policy." *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 497–516. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978789>
- Ouyang, L., Tanyapirom, S. & Suntrayuth, R. (2023). Research on Rural Tourism Design in Zhejiang under Sustainable Cultural Development. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 3(5), 149–162. <https://doi.org/10.60027/ijasar.2023.3328>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Thurstone, L.L. 1967. *Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Wallace, C., Chen, X., Garrison, S., & Shaddock, J. (2023). Introduction: The Impact of (COVID)-19 on Cultural Tourism. *Tourism Culture & Communication*, 23(2-3), 87–96. <https://doi.org/10.3727/109830422X16600594683508>