

การพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรมจอมพลและการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน
โดยกระบวนการมีส่วนร่วม

DEVELOPMENT OF THE FIELD MARSHAL CULTURAL AREA AND THE CREATION OF ADDED VALUE
FOR COMMUNITY PRODUCTS THROUGH THE PARTICIPATION PROCESS

ทัศนีย์ เนืองดัด¹ และ อำนาจ ทาปิน

Thatsanee Nueangdad¹ and Amnaj Thapin

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ตาก

Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Tak Buddhist College.

Email : kea1811@hotmail.com¹

Received 17 October 2023; Revised 1 March 2025; Accepted 9 March 2025.



บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรมจอมพลและการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บูรณาการกับการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน 2) การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 3) การสร้างเครือข่ายลานวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาครัฐและภาคเอกชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ได้แก่ ผู้นำท้องถิ่น ชุมชน ปราชญ์ชุมชน เจ้าของผลิตภัณฑ์ และประชาชนทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 16 คน ได้แก่ พระสงฆ์ นักวิชาการ และผู้นำชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลโดยเชื่อมโยงทฤษฎีและอธิบายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถผสมผสานศิลปะ ประเพณี วิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น สู่แหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยว สร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้กับชุมชน โดยมีนักเล่าเรื่องทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราว 2) การเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนต้องอาศัยการเรียนรู้ การสร้างจุดขาย ความแตกต่าง และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มมูลค่าในด้านรสชาติ รูปลักษณ์ และความประทับใจ 3) การสร้างเครือข่ายลานวัฒนธรรมผ่านพลัง “บวร” (บ้าน วัด โรงเรียน) เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้กรอบข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ กระบวนการคิดร่วม และการพัฒนาอย่างยั่งยืนของพื้นที่

คำสำคัญ: ลานวัฒนธรรม; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; วัฒนธรรมท้องถิ่น.

Abstract

This research, titled “The Development of the Marshal Cultural Courtyard and the Value Creation of Community Products through Participatory Processes,” aimed to: (1) study the model of cultural tourism integrated with local and community development, (2) develop and enhance the value of community products, and (3) establish a cultural courtyard network through participation of both public and private sectors. A mixed-methods approach was employed. The quantitative phase involved survey research using questionnaires distributed to 100 respondents, including local leaders, community leaders, local scholars, product owners, and residents. Data were analyzed using statistical software. The qualitative phase utilized participatory action research (PAR), employing purposive sampling and in-depth interviews with 16 key informants, including monks, academics, and local leaders. Data were analyzed thematically and interpreted through related theoretical concepts. The findings revealed three key points: (1) The cultural tourism model effectively integrated local art, traditions, ways of life, natural resources, and history into learning and tourism sites, creating sustainable local income. Community storytellers played a key role in conveying narratives to visitors. (2) Value creation for community products requires continuous learning by producers, focusing on product differentiation, unique selling points, and consumer-centered development. This includes enhancing taste, design, value, and memorability to meet market demands. (3) The establishment of the cultural courtyard network through the “Baworn” model—consisting of Home (community), Temple (religious institutions), and School (public agencies)—fostered collaborative participation. Strengthened by a memorandum of understanding (MOU) with the Tak Provincial Cultural Office and Nong Bua Tai Municipality, the network promoted shared ownership, collective decision-making, and sustainable cultural area development.

Keywords: Cultural square; community products; local culture.

บทนำ

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมมากขึ้น ด้วยสาเหตุของกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จึงส่งผลต่อการสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในประเทศไทยเพื่อรองรับกระแสความนิยมดังกล่าวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ทั้งนี้สถานวัฒนธรรมจอมพล อยู่ในพื้นที่บ้านหนองบัวใต้ ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีอาคารรับรองใช้เป็นที่พักรับรองนายทหารและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ที่มาจังหวัดตาก สร้างขึ้นสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีความยั่งยืน และความยั่งยืนนั้น

สามารถสร้างขึ้นด้วยวิธีการจากองค์ประกอบทางธุรกิจและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยที่ดีและถูกต้องนั้นควรเกิดจากความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงชุมชนหรือพื้นที่ที่จะทำการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความร่วมมือและคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ประการ คือ ด้านสังคม ประเพณี และวัฒนธรรม แต่หากมองในรายละเอียดองค์ประกอบทั้งหมดนั้นล้วนแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความแตกต่างหลากหลายนี้เองที่ทำให้เกิดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไปตามทรัพยากรที่มีและตามวัตถุประสงค์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

ลานวัฒนธรรมจอมพลมีอาคารไม้ที่เป็นประเพณีประวัติศาสตร์ ที่สร้างขึ้นสมัย จอมพลถนอม กิตติขจร นายกรัฐมนตรีไทยคนที่ 10 ซึ่งเป็นคนจังหวัดตาก ใช้เป็นที่พักรับรองนายทหารและข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ที่มาจังหวัดตาก เนื้อที่ 5 ไร่ บนพื้นที่วัดท่านา ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก มีความโดดเด่นทางด้านภูมิสถาปัตยกรรมการออกแบบและการก่อสร้าง และมีจุดยุทธศาสตร์อยู่ติดเชิงสะพานกิตติขจร ถนนพหลโยธิน เลียบฝั่งแม่น้ำปิง โดยความร่วมมือขององค์กรภาครัฐและภาคประชาชนได้ร่วมกันบูรณะให้คงสภาพความงามตามแบบดั้งเดิม และจัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับจังหวัดตากและชีวประวัติจอมพลถนอม กิตติขจร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการบูรณาการการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน
2. เพื่อพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัวใต้ ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอเมือง จังหวัดตาก
3. เพื่อสร้างเครือข่ายลานวัฒนธรรมโดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาครัฐและภาคเอกชน

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรม

วัฒนธรรม ถือเป็นสัญลักษณ์เชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นถึง “ความเจริญ งอกงาม” ของ “สังคม” ไตสังคมหนึ่ง สิ่งที่เราเรียกว่าวัฒนธรรม เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้และการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของผู้คนในสังคม โดยวัฒนธรรมสามารถปรากฏผ่านได้ทั้งสิ่งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันออกไปในแต่ละสังคม ภายใต้การกำหนดและให้ “คุณค่า (Value)” ต่อวัฒนธรรมในแต่ละสังคมที่ดำเนินไปอย่างเป็นพลวัต ฉะนั้น การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือนเป็นการดำรงอยู่ของความเจริญงอกงามทางสังคมนั้น สิ่งที่เราควรคำนึงถึงในลำดับแรก สำหรับการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การสร้างความตระหนัก และจิตสำนึก อย่างมีส่วนร่วม ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น เห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น เพราะเป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนา ต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการ บูรณาการองค์ความรู้จากสหวิทยาการและความรู้สมัยใหม่ เข้ากับความรู้อันภูมิปัญญาของท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยปัจจัยภายในหรือ

ศักยภาพที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว จำเป็นที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ภายนอก ที่เป็นทั้งโอกาส ผลกระทบ และภาวะคุกคาม ในการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ กระบวนการนำเอาต้นทุนที่ทรงคุณค่าของสังคมที่มีอยู่ในรูปแบบวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ฯ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเชิงพื้นที่ เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่อัตลักษณ์เสริมสร้างกระแสนิยมดึงดูดความสนใจ ประกอบกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม บนพื้นฐานของความร่วมมือกันทุกของภาคส่วนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในลักษณะโครงการ กิจกรรม นิทรรศการ ตลาด หรือลานวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับต้นทุนทางวัฒนธรรมนั้น ๆ ใ้คนในพื้นที่เกิดความตระหนักในการสืบสาน รักษาและต่อยอดพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีองค์กรภาครัฐและส่วนงานที่เกี่ยวข้องเป็นพี่เลี้ยงเสริมพลังในระบบกลไกการดำเนินงานให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนและยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรมนี้ เป็นกระบวนการดำเนินงานที่ใช้ต้นทุนน้อยมากที่สุด หรือแทบจะไม่ได้ใช้ต้นทุนอะไรเลย เพราะเป็นสิ่งที่พื้นที่มีอยู่แล้วเพียงแค่แรงกระตุ้นและการสนับสนุนส่งเสริมให้นำออกมาพัฒนาและเผยแพร่เท่านั้นเอง

2. แนวคิด ทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่ม

คำว่า “มูลค่า (Value)” ตามนิยามทางการตลาด หมายถึง ราคาทางจิตใจที่ได้จากการประเมินตีค่าสิ่ง ๆ หนึ่ง โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับต้นทุนที่เสียไปเพื่อให้ได้สิ่ง ๆ นั้นมา มูลค่าของแต่ละสิ่งอาจมีความไม่แน่นอน สิ่ง ๆ หนึ่งอาจมีมูลค่ามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สภาพแวดล้อมและลักษณะ หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ตีมูลค่าแต่ละคน แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ โดยใช้ 2 กรอบแนวคิดในการพัฒนามูลค่าเพิ่ม คือ Value Proposition Canvas และ Design Thinking Process เพื่อช่วยให้คุณสร้างสรรค์ไอเดียและคัดเลือกไอเดียที่น่าสนใจมาเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ เป็นการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างแรงดึงดูดจากผู้บริโภคภายใต้ความแปลกใหม่จากสินค้าและบริการ โดยทั่วไป ด้วยการบูรณาการต้นทุนหรือวัฒนธรรมของพื้นที่ ๆ เป็นอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นกับกระบวนการทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ผสมผสานกับเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสารในปัจจุบันบนพื้นฐานของการสานประโยชน์ร่วมกันด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างรายได้และต่อยอดไปถึงการสร้างความมั่นคงทางอาชีพ เกิดสาธารณประโยชน์แก่ประชาชนในภาพรวมทั้งหมดทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ในรูปแบบของการอบรม พัฒนา ต่อยอด บนพื้นฐานทางด้านวิชาการสมัยใหม่และลดอัตราความเป็นตัวตนของสินค้าและบริการ ตลอดจนช่องทางการจำหน่ายที่ไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จนเป็นเหตุให้สินค้าและบริการที่สื่อถึงตัวตนและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี ฯ ของพื้นที่นั้น ๆ ดูเป็นธรรมดาและไม่ได้ได้รับความสนใจ การสร้างมูลค่าเพิ่มจึงเป็นการสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้น

3. แนวคิด ทฤษฎีผลิตภัณฑ์ชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามแนวคิดของ Fuller, G.W. ได้ให้ความหมายว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีมีวัตถุประสงค์มากมายและมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไรและเพื่อความอยู่รอดของบริษัท โดยทั่วไปสามารถรวบรวมความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกเป็น ๗ ประเภท ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิต โดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ (line extensions) ๒) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (repositioned existing product) เป็นการปรับ

ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นไปตามข้อเสนอของผู้บริโภค 3) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (new form of existing products) 4) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (reformulation of existing products) 5) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (new packaging of existing products) 6) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (innovative products/ make changes in an existing product) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม 7) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์

1) ผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อนพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการการท่องเที่ยวควรทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนมากเน้นที่ความรู้ ความประทับใจ ความสุนทรีย์ ประสบการณ์ ฯ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรมีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์และสนองความต้องการสูงสุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะผลักดันการตลาดแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการโฆษณาปากต่อปากและการกลับมาเยือนอีกครั้ง นอกจากนี้ การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยมีความแตกต่างกัน มีอัตลักษณ์และมีความสามารถที่จะดึงดูดความสนใจและชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชมเยือน

2) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวรับรู้และสนใจเยือนแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการส่งเสริมการตลาด เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการพูดแบบปากต่อปากเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและมีความอยากท่องเที่ยว อาจเป็นการประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งศูนย์ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการจัดนิทรรศการภาพถ่าย การใช้สื่อมัลติมีเดีย ซึ่งการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์จะนำจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย (Brand Idea) และสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว (Brand Communication) เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) และสัมผัสประสบการณ์ (Brand Experience) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ สินค้าและบริการ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นนามธรรม ได้แก่ วัฒนธรรม ประเพณี อาคารสถานที่ สิ่งปลูกสร้าง หรือแลนมาร์ค เป็นต้น ที่เป็นของชุมชน มีอยู่ในชุมชนและเป็นจุดแข็งของชุมชนนั้น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่ม OTOP ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร อาหารพื้นบ้าน อาหารประจำถิ่น เป็นต้น หรือต้นทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ ฯ ที่รอการสรรค์สร้างนำเสนอผ่านระบบกลไกการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ เพราะชุมชนไม่มีพลังแรงกระตุ้นในการนำเสนอสู่สังคมโดยภาพรวมได้ทั้งหมดต้องได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐและส่วนงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความเข้มแข็งและเป็นที่ยึดใจใจ ในด้านการตลาดและด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการจัดโครงการ กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สื่อสารสร้างแรงจูงใจให้เกิดความอยากรับรู้สัมผัสในผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ และยังเป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้กับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้เกิดความคุ้มค่ากับการมาสัมผัสของผู้บริโภคอีกด้วย

4. แนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ข้อตกลงหรือกฎเกณฑ์ในการปฏิบัติตามสำหรับชุมชน การเลือกจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของชุมชนที่จะเป็นจุดขายในการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว การจัดการจราจร เป็นต้น เพื่อให้วิถีชุมชนดั้งเดิมไม่ถูกทำลายหายไป รวมถึงเป็นการรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ภายในชุมชนให้มีความยั่งยืนต่อไปได้

ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมโดยเป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วย เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมที่เข้ามาสนับสนุนอาชีพหลักหรือวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนโดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตเดิมหรือทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่เดิม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Method Research) โดยเป็นศึกษาทั้งเอกสาร (Documentary Research) การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้เข้าร่วมการสัมมนาระดมความคิดเห็นการจัดพื้นที่ลานวัฒนธรรมจอมพล การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับพระสงฆ์ นักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน พื้นที่ทำการวิจัย คือ อาคารเรือนรับรองจอมพล ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ สอบถาม/พูดคุย โดยคณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง การวิจัยเชิงปริมาณ ได้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิจัยเชิงคุณภาพ ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการจัดสัมมนา แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สัจเคราะห์สรุปบรรยายเชิงพรรณนา

1. เชิงปริมาณ

ผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน 100 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างง่าย

2. เชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง พระสงฆ์ นักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรมจอมพลและการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วม สรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการบูรณาการการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน เป็นการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่มีความโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ โดยถ่ายทอดและนำเสนอในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ ในพื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่มีความเชื่อมโยงและ

ตอบสนองความต้องการสมัยนิยม สอดคล้องกับ เมธี พิริยการนนท์ และนพดล ตั้งสกุล ได้แบ่งความเป็นพื้นที่ สาธารณะทางวัฒนธรรม จากปัจจัย 3 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านการแสดงออกผ่านลักษณะทางกายภาพ (Physical) 2) ปัจจัยรูปแบบของกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายในการใช้พื้นที่ (Cultural activity) 3) ปัจจัยความสัมพันธ์ด้านเวลาในความเป็นวัฒนธรรม (Timing) การศึกษาทางประวัติศาสตร์ เป็นรูปแบบหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อค้นหาร่องรอยความเป็นมาที่มีความเกี่ยวเนื่องกับ ศิลปะวัฒนธรรมมีประวัติบุคคลสำคัญ สถานที่ เป็นต้น ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น คือ ประวัติศาสตร์ของผู้คนใน สังคมที่อยู่ในพื้นที่วัฒนธรรมเดียวกันนั่นเอง ปัจจุบันการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การเมืองของรัฐแบบจากบนลงล่าง นั้น สร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจการเมืองลงไปแทนที่พื้นที่วัฒนธรรมของท้องถิ่น ด้วยการกำหนดเป็นเขตขึ้นแทน ย่าน เขตตำบลและอำเภอ อันเป็นพื้นที่การบริหารขึ้นแทน ซึ่งมีผลกระทบไปถึงความเป็นชุมชนของคนที่อยู่ใน พื้นที่วัฒนธรรมแต่เดิม หลายแห่งเกิดการล่มสลายตั้งแต่ครอบครัวไปถึงชุมชนท้องถิ่นและสิ่งที่ศิบลานเข้ามา แทนที่ในยุคโลกาภิวัตน์ก็คือบรรดาบ้านจัดสรร ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม สถานที่บริการการค้าต่าง ๆ นานาที่ไม่ใช่ชุมชน อีกนัยหนึ่งเป็นการนำเสนอมูลค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนเพื่อใช้ในการผสมผสานกับแหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้ วิถีชีวิต ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และตลาด เพื่อเป็นการบูรณาการในกระบวนการขายสินค้าและบริการของชุมชน สอดคล้องกับ อัญญาวุฒิ ศรีทนและอุมารินทร์ ตูลารักษ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง มูลนิธิวัฒนธรรม ในมิติการท่องเที่ยวชุมชนที่อธิบายผ่านเรื่องเล่า ตำนาน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ในวิถีชีวิตชุมชน ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมมาส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งจาก อัตลักษณ์สู่ ธุรกิจชุมชน

2. การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องมีการเรียนรู้อยู่เสมอเกี่ยวกับสินค้าและบริการของตน ในรูปแบบของการ สร้างแรงดึงดูดให้กับผู้บริโภคเพื่อเพิ่มยอดขายและรายได้ อีกทั้งการสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการประเภทเดียวกันในการแข่งขันทางการตลาด โดยมีมุมมองที่สะท้อนถึงความต้องการของ ผู้บริโภคเป็นสำคัญเพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติ รูปแบบ ความคุ้มค่า ความประทับใจ สอดคล้องกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้เสนอแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ โดยใช้ 2 กรอบแนวคิดในการพัฒนามูลค่าเพิ่ม คือ 1) “แม่แบบการเสนอคุณค่า” จะใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ธุรกิจ ซึ่งช่วยให้เราสามารถพัฒนาสินค้าหรือรูปแบบการให้บริการในแนวทางที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการ และโดนใจลูกค้า 2) “กระบวนการคิดเชิงออกแบบ” โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจกับปัญหาและความต้องการ ของลูกค้าอย่างลึกซึ้งซึ่งจากนั้นจึงระดมสมองสร้างสรรค์ไอเดีย การสร้างคุณค่าหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากคน หลาย ๆ กลุ่มเพื่อนำไปทดสอบหรือทดลองนำเสนอให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ สินค้าหรือบริการนั้น ๆ แล้วจึงนำไปพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม ตอบโจทย์และเป็น ที่ต้องการของลูกค้า ลักษณะสำคัญของการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการนั้น เป็นการพัฒนา รูปแบบ แพคเกจจิ้ง รสชาติ หรือต่อยอดเป็นสินค้าและบริการ

3. การเสริมสร้างเครือข่ายลานวัฒนธรรมโดยกระบวนการมีส่วนร่วม

เครือข่ายพลัง “บวร” อันประกอบด้วย บ้าน หมายถึงชุมชนและประชาชนในพื้นที่, วัด หมายถึงศาสนสถานของชุมชน, โรงเรียน หมายถึงส่วนราชการในพื้นที่ เป็นพลังสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่สถานวัฒนธรรม เครือข่ายจะมีความเข้มแข็งและยั่งยืนได้จะต้องมีระบบกลไกการดำเนินงานที่ชัดเจนภายใต้กรอบการดำเนินงานหรือบันทึกข้อตกลง MOU ความร่วมมือในการพัฒนาสถานพลังของกระบวนการมีส่วนร่วมทำให้เกิดพลังปัญญาในกระบวนการคิดตัดสินใจ ผลักดันให้เกิดกระบวนการดำเนินงานพัฒนาตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ ให้เกิดความรู้สึกในความเป็นเจ้าของตระหนักในการเรียนรู้และปฏิบัติ สอดคล้องขยายชาญปฐมกถาญาและนรินทร์ สังข์รักษา ได้อธิบายถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วม 1) คุณภาพของการตัดสินใจดีขึ้น 2) ใช้ต้นทุนน้อยและลดความล่าช้าลง 3) การสร้างฉันทามติ ๔) การนำไปปฏิบัติง่ายขึ้น 5) การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าที่เลวร้ายที่สุด 6) การคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและความชอบธรรม 7) การคาดการณ์ความห่วงกังวลและทัศนคติของสาธารณชน 8) การพัฒนาภาคประชาสังคม ประโยชน์อย่างหนึ่งของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ ทำให้ประชาชนมีความรู้ทั้งในส่วนของเนื้อหาโครงการและกระบวนการตัดสินใจของรัฐ รวมทั้งเป็นการฝึกอบรมผู้นำ และทำให้ประชาชนได้เรียนรู้ทักษะการทำงานร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต และสอดคล้องกับ ศศิวิมล จุลศิลป์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน : การประยุกต์ใช้กระบวนการเอไอซี ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้พบว่า 1) รูปแบบการการทอ่งเกี่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการบูรณาการการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนเป็นการแสดงทางศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่มีความโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ ในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ และการศึกษาทางประวัติศาสตร์ เป็นรูปแบบหนึ่งก่อให้เกิดการทอ่งเกี่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อคั่นหาร่องรอยความเป็นมาที่มีความเกี่ยวเนื่องกับศิลปะวัฒนธรรมมีประวัติบุคคลสำคัญ และสถานที่ สอดคล้องกับ อชฎาวุฒิ ศรีทนและอุมารินทร์ ตูลารักษ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทูทางวัฒนธรรมในมิติการทอ่งเกี่ยวชุมชนที่ ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมมาส่งเสริมการทอ่งเกี่ยวเพื่อเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งจากอัตลักษณ์สู่ธุรกิจชุมชน จำแนกออกได้ 7 มิติ 1) การทอ่งเกี่ยวเชิงเกษตร 2) การทอ่งเกี่ยวเชิงนิเวศ 3) การทอ่งเกี่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การทอ่งเกี่ยวเชิงสุขภาพ 5) การทอ่งเกี่ยวเชิงธุรกิจ 6) การทอ่งเกี่ยวเชิงอนุรักษ์ 7) การทอ่งเกี่ยวเชิงพุทธ เกิดการสร้างรายได้และสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้ยั่งยืนโดยคนท้องถิ่นในชุมชน จนส่งผลให้เกิดเป็นรูปแบบการนำเสนอการทอ่งเกี่ยวในมิติต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในต้นทุน ทำให้ผู้นำและประชาชนในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งมีการบูรณาการความร่วมมือกันในชุมชน ระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และควรผลิตนักเล่าเรื่องชุมชนเพื่อถ่ายทอดศิลปะวัฒนธรรมนำเสนอแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ จะทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ มีกิจกรรมและกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีวิทยากรกระบวนการหรือวิทยากรประจำ สถานที่สำคัญของชุมชนจะต้องมีความโดดเด่น ในลักษณะของแหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ ประวัติความเป็นมาที่ชัดเจน เป็น

การนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืน สอดคล้องกับ พระมหาพรชัย สิริวิโร, พระมหาขวัญชัย กิตติเมธี, ไช้มุก เหล่าพิพัฒนาและเพ็ญพรรณ เพ็ญพลอย ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว มี 3 ระดับคือ 1) อัตลักษณ์ทางกายภาพ คือลักษณะภายนอกที่แสดงออกผ่านบุคคล อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งก่อสร้าง เช่น เครื่องนุ่งห่ม บ้าน เป็นต้น 2) อัตลักษณ์ทางจิตใจ คือ ลักษณะแรงจูงใจที่เกิดจากศาสนา ผลักดันให้เกิดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในการอยู่ร่วมกัน เช่น การทำบุญตักบาตร การเคารพผู้ใหญ่ เป็นต้น 3) อัตลักษณ์ทางปัญญา คือลักษณะที่แสดงออกทางวัตถุผ่านเครื่องหมาย สัญลักษณ์และรูปแบบวิถีชีวิต รวมถึงการแก้ไขปัญหาภายในชุมชน เช่น ภาษา การแพทย์ เป็นต้น

2. การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องมีการเรียนรู้อยู่เสมอเกี่ยวกับสินค้าและบริการของตน ในรูปแบบของการสร้างแรงดึงดูดให้กับผู้บริโภคเพื่อเพิ่มยอดขายและรายได้ อีกทั้งการสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการประเภทเดียวกันในการแข่งขันทางการตลาด โดยมีมุมมองที่สะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติ รูปแบบ ความคุ้มค่า ความประทับใจการพัฒนามูลค่าเพิ่ม คือ พัฒนาสินค้าหรือรูปแบบการให้บริการในแนวทางที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและโดนใจลูกค้า ทำความเข้าใจกับปัญหาและความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไร เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องนำต้นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมานำเสนอเป็นสินค้าและบริการเพื่อพัฒนาต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 1. ส่งเสริมการตลาดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญาเพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ได้แก่ แหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย มรดกทางวัฒนธรรม กิจกรรมและสินค้าของชุมชน อาหารไทย และการแพทย์แผนไทย 2. ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยการนำเสนอเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก ผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการส่งเสริมการสื่อสารเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดต่าง ๆ ผ่านการพัฒนาแบรนด์และการสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

3. การเสริมสร้างเครือข่ายลานวัฒนธรรมโดยกระบวนการมีส่วนร่วม เครือข่ายพลัง “บวร” อันประกอบด้วย บ้าน หมายถึงชุมชนและประชาชนในพื้นที่, วัด หมายถึง ศาสนสถานของชุมชน, โรงเรียน หมายถึง ส่วนราชการในพื้นที่ เป็นพลังสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรม เครือข่ายจะมีความเข้มแข็งและยั่งยืนได้จะต้องมีระบบกลไกการดำเนินงานที่ชัดเจนภายใต้กรอบการดำเนินงานหรือบันทึกข้อตกลง MOU ความร่วมมือในการพัฒนาสานพลังของกระบวนการมีส่วนร่วมทำให้เกิดพลังปัญญาในกระบวนการคิดตัดสินใจ ผลักดันให้เกิดกระบวนการดำเนินงานพัฒนาตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ ให้เกิดความรู้สึกในความเป็นเจ้าของตระหนักในการเรียนรู้และปฏิบัติ สอดคล้องกับ ชายชาญ ปฐมกาญจนานและนรินทร์ สังข์รักษา ได้อธิบายถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วม 1) คุณภาพของการตัดสินใจดีขึ้น 2) ใช้ต้นทุนน้อยและลดความล่าช้าลง 3) การสร้างฉันทามติ 4) การนำไปปฏิบัติได้ง่ายขึ้น 5) การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าที่เลวร้ายที่สุด 6) การคงไว้ซึ่งความ

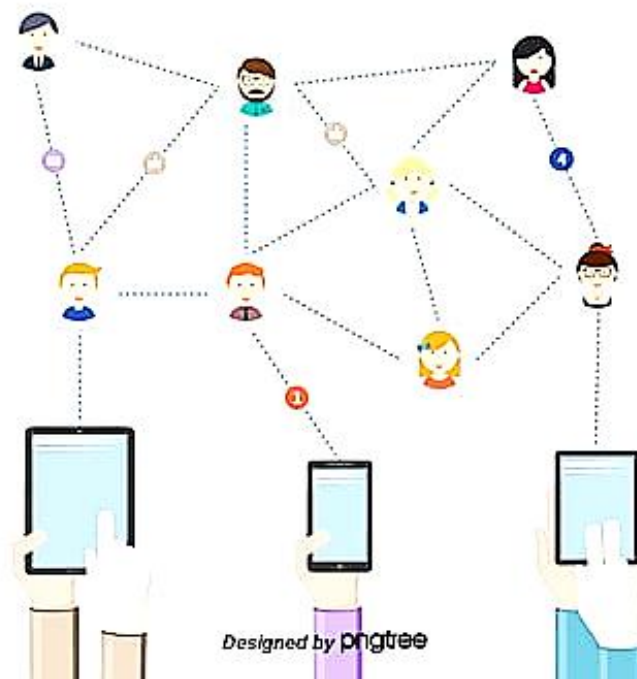
นำเชื่อถือและความชอบธรรม 7) การคาดการณ์ความหวังกังวลและทัศนคติของสาธารณชน 8) การพัฒนาภาคประชาสังคม ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ ทำให้ประชาชนมีความรู้ และเรียนรู้ทักษะการทำงานร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต และสอดคล้องกับ ศศิวิมล จุลศิลป์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: การประยุกต์ใช้กระบวนการเอไอซี ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น 2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ทั้งสองกรณีศึกษามีลักษณะกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนคล้ายคลึงกัน โดยมีกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สำคัญ 8 ขั้นตอนเหมือนกัน แต่วิธีดำเนินการในแต่ละขั้นตอนมีความแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยตามบริบทของโรงเรียน 3) รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ จุดเริ่มต้นสำคัญคือชุมชนต้องมีความพร้อม มีความตั้งใจที่จะพัฒนาพื้นที่สถานวัฒนธรรมจอมพล เพื่อสืบสาน รักษาและต่อยอดศิลปวัฒนธรรม สินค้าและบริการอันเป็นเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและสานผลประโยชน์ร่วมกันในรูปแบบของคณะกรรมการพัฒนาพื้นที่ สอดคล้องกับ กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ, ศรีนยา แสงลี้มสุวรรณ การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เกิดจากความร่วมมือกันของคนในชุมชน ดังนั้นผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจะกลับเข้าสู่ชุมชนโดยตรงเพื่อพัฒนาและดูแลชุมชน รวมถึงทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนและสิ่งเหล่านั้นจะคืนกลับให้คนทุกคนในชุมชน โดยผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ 3 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ สร้างรายได้และสร้างอาชีพ ให้กับชาวบ้านได้โดยตรงจาก สิ่งที่ชุมชนมีหรือถือปฏิบัติอยู่ 2) ด้านสังคม สร้างความสามัคคีให้คนในชุมชน มีความร่วมมือเป็นอันหนึ่งเดียวกัน 3) ด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการจัดการโดยชุมชนเอง โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและส่วนราชการให้การสนับสนุนส่งเสริมและเป็นพี่เลี้ยง และให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยจะต้องมีการบริหารจัดการด้านภูมิทัศน์สร้างบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสินค้าบริการที่หลากหลาย One Stop Service สอดคล้องกับ สถาบันการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตร คือ การบริหารจัดการพื้นที่ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคประชาชน ภาครัฐ ภาควิชาการและองค์กรพัฒนาต่าง ๆ การดำเนินงานจะสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ ก่อให้เกิด สร้างให้มีขึ้นและรักษาให้ยั่งยืนโดยคนในชุมชน การที่จะพัฒนาพื้นที่สถานวัฒนธรรมจอมพลให้เป็นจุดแสดงและจำหน่ายสินค้าบริการอย่างยั่งยืนได้ต้องสร้างแรงดึงดูดให้กับผู้บริโภคบนพื้นฐานคุณภาพของสินค้าและบริการ ความโดดเด่นของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่จะต้องมาอีกครั้ง และความปรารถนาที่จะมาของผู้ที่ไม่เคยมา

สรุปองค์ความรู้

จากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่สถานวัฒนธรรมจอมพลและการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อการพัฒนาพื้นที่ให้เป็น แหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ และศึกษาทางประวัติศาสตร์ที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคันทนาการรอยที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมประเพณี ประวัติบุคคลสำคัญ ที่

เป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ผ่านการบอกเล่าจากปราชญ์ชาวบ้านที่รู้ความเป็นมาของชุมชนอย่างชัดเจนเป็น การนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชน มีกิจกรรมและกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นกลไกสำคัญ ในการพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรม มีอัตลักษณ์ทางกายภาพ ที่แสดงออกผ่านปราชญ์ชุมชน อัตลักษณ์ทางจิตใจ ในวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกัน การเคารพผู้ใหญ่ และอัตลักษณ์ทางปัญญา เป็นลักษณะรูปแบบวิถีชีวิตร่วมกันแก้ไข ปัญหาภายในชุมชน ส่งผลการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาสินค้า รสชาติ รูปแบบ ความคุ้มค่า ความประทับใจ เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องมีการเรียนรู้อยู่เสมอ เพื่อการพัฒนามูลค่าเพิ่ม ให้สินค้าและรูปแบบการให้บริการ ด้วยการการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิ ปัญญา และส่งเสริมการตลาดที่ผ่านช่องทางการตลาดเป็นที่นิยมของกลุ่มเป้าหมาย

เครือข่ายเป็นพลังสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่ลานวัฒนธรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ผลิตภัณฑ์ในชุมชน เครือข่ายจะมีความเข้มแข็งและยั่งยืนได้จะต้องมีระบบกลไกการดำเนินงานที่ชัดเจนภายใต้ กรอบการดำเนินงานหรือบันทึกข้อตกลง MOU ความร่วมมือในการพัฒนา เครือข่ายพลัง “บวร” ประชนชน วัด และส่วนราชการ



ภาพที่ 1 เครือข่าย <https://www.google.com/search?q>

ข้อเสนอแนะ

การสร้างเครือข่ายจะมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน มีระบบกลไกการดำเนินงานที่ชัดเจนภายใต้กรอบการดำเนินงานหรือบันทึกข้อตกลง MOU ความร่วมมือจากภาครัฐ สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดตาก สำนักงานเทศบาลตำบลหนองบัวใต้ ภาคเอกชน และต้องเพิ่มในส่วนสำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก และภาคประชาชนด้วยในการพัฒนาลานวัฒนธรรมที่เป็นการแสดงทาง

ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้สนับสนุนในเรื่อง การอบรมให้ความรู้ ทักษะ รูปแบบผลิตภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาด

References

- Atsadaewoot Srithon and Umarin Tularak. Cultural capital in the dimension of community tourism described through stories, legends, local history and community way of life. *Liberal Arts Review*, 16(2), 141-158.
- Chaichan Pathomkanchana and Narin Sungrugsu, (2015). Guidelines for the Promotion of Cultural Tourism Participation of Community Bangluang Banglen District Nakhon Pathom Province. *Academic Services Journal Prince of Songkla University*, 26(1), 118-129.
- Kanchana Saeng Lim Suwan, Sriranya Saeng Lim Suwan. Sustainable Cultural Heritage Tourism. *Executive journal*, 32(4), 139-146.
- Methee Piriya Karnnon and Nopadon Thungsakul. (2021). Article Review: Public Space, Cultural Space and Public Cultural Space. *NAJUA: Architecture, Design and Built Environment*, 18(1), 134-158.
- Phramaha Pornchai Sirivaro, Phramaha Khwanchai Kittimedhi, Khaimook Laopipattana , Penphan Fuangooloy. (2020). The Cultural Identity in Sustainable Tourism in Mae Hong Son Province. *Journal of Buddhama*, 5(1), 1-14.
- Sasiwimon Chunlasin . (2010). Development of a Community Participatory Model Using Local Wisdom for Educational Management Based on the Sufficiency Economy Philosophy in Basic Education Institutions: An Application of the Aic Process. *Suranaree Journal of Social Science (SJSS)*, 4(2), 17-31.
- Thai Khadi Research Institute, Thammasat university. (2023). *The Journal of the Thai Khadi Research Institute*, 20(1).

