



# คู่มือการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

## โดยชุมชนบนฐานทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน

ชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี





# จากใจทีมงาน

คู่มือการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรชุมชน อย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาช่วยเหลือจากหลายภาคส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือชาวชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี โดยทีมงาน จักขอกล่าวขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณชาวชุมชนบางแม่หม้าย ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มชุมชนบ้านบางแม่หม้าย กลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กลุ่มขนมบางแม่หม้าย กลุ่มหัตถกรรมจักสาน กลุ่มเรือพายเรือยนต์ กลุ่มหมอนวด กลุ่มรถอีแต่น กลุ่มขนมหวาน กลุ่มตลาดวัฒนธรรม และสมาชิกชุมชนที่สนใจการท่องเที่ยว ที่ให้ความอนุเคราะห์ สนับสนุน ส่งเสริมการทำงานของทีมงานเป็นอย่างดีเยี่ยม

ขอขอบคุณหน่วยงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี พัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี พัฒนาชุมชนอำเภอบางปลาม้า ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนตำบล บางใหญ่ จังหวัดสุพรรณบุรี สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี และหอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน บ้านบางแม่หม้าย

ขอขอบคุณผู้ประกอบการภาคเอกชน บริษัทธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ธุรกิจขนส่ง ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของชุมชนบางแม่หม้ายในครั้งนี้

ขอขอบคุณบริษัทนำเที่ยว นัตตี้ส์ แอดเวนเจอร์ส และทีมงานที่อยู่เคียงข้างชุมชนและทีมงานจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิมาโดยตลอด

คู่มือการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรชุมชน อย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี ฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้โครงการการบูรณาการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี จึงขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

## คำนำ

คู่มือการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำโดยสำนักการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้ชุมชนบางแม่หม้ายเกิดกระบวนการเรียนรู้และการทำงานอย่างมีระบบของชุมชน ในการค้นหาต้นทุนที่มีอยู่ในด้านต่างๆ สามารถนำมาจัดการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน ตลอดจนเกิดการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ชุมชนเกิดการพึ่งพาตนเองได้จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และใช้อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นจุดขายหลักของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสวิถีชีวิต

จึงได้จัดทำคู่มือการจัดการความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ความรู้แก่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรวมทั้งชุมชนอื่นที่มีการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยว โดยได้ออกแบบเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เข้าใจถึงกระบวนการและวิธีการต่างๆ ในการจัดการความรู้สู่พัฒนาชุมชน โดยประกอบด้วย การออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนสัมผัสวัฒนธรรม การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางแม่หม้ายอย่างมีส่วนร่วม การจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมโดยชุมชน การพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน และการสร้างระบบและกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนแบบครบวงจร ซึ่งคณะผู้จัดทำหวังว่าคู่มือชุดนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นเครื่องมือพัฒนาศักยภาพของชุมชนบางแม่หม้ายให้ประสบความสำเร็จต่อไป



# สารบัญ



4

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
โดยชุมชนบางแม่หม้าย



13

การออกแบบเส้นทางและกิจกรรม  
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



56

กระบวนการการบริหารจัดการที่พัก  
สัมพันธ์วัฒนธรรม



46

การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์  
เพื่อส่งเสริมการตลาด



66

การพัฒนาการตลาด  
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



82

ระบบและกลไกการบริหารจัดการ  
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



88

ความสำเร็จจากการจัดการความรู้  
ชุมชนบางแม่หม้าย

# การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนบางแม่หม้าย

## ทำความรู้จักชุมชนบางแม่หม้าย

ชุมชนบ้านบางแม่หม้าย ตั้งอยู่ในตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพคือกิจกรรมทางการเกษตร ได้แก่ การทำนาข้าว ปลูกผักสวนครัวในครัวเรือน และมีอาชีพรับจ้าง เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านพื้นที่และยังมีคลองต่างๆ อีกหลายสายที่เชื่อมโยงกันภายในชุมชน ก่อเกิดวิถีชีวิตของคนริมแม่น้ำท่าจีนด้วยเสน่ห์ของชุมชนบางแม่หม้ายที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย อ้อยาศัยไมตรีของชาวบ้านและมากด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร มีความเชื่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่น บรรยากาศวิถีชีวิตของคนภาคกลางโดยแท้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ อาทิ วัดอาน ที่เป็นศูนย์รวมจิตใจชุมชนสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายมีอายุราว 300 กว่าปี มีหลวงพ่อจันทรงซีที่มีความศักดิ์สิทธิ์ บ้านเรือนไทยที่เปิดเป็นโฮมสเตย์หนึ่งเดียวในประเทศไทยให้บริการแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน





แวดล้อมด้วยบรรยากาศทุ่งนาวิถีชีวิตเรียบง่ายแบบดั้งเดิม อีกทั้งภูมิปัญญาชาวบ้านที่สะสมองค์ความรู้มาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษไม่ว่าจะเป็นการทำไม้กวาดใยมะพร้าว ร้อยปี การทำขนมโบราณ การทำขนมสาลี การทำขนมไข่นกกระสา การทำขนมมงคล อาหารพื้นถิ่นเมนูเด็ดของชุมชน ตาลร้อยต้นเป็นจุดชมวิวพระอาทิตย์ตกที่มีความงดงามและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน มีคนกล่าวว่าชนใดที่เกิดในบางแม่หม้าย เขาเรียกกันว่าเป็น คน 3 บาง อันได้แก่ บางแม่หม้ายเป็นดินแดนแหล่งกำเนิด บางใหญ่เป็นตำบลของหมู่บ้าน บางปลาหมึกเป็นอำเภอ บางแม่หม้ายเป็นหมู่บ้านเก่าแก่มาแต่โบราณมีอายุกว่า 300 ปี มากด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายและมีความโดดเด่น

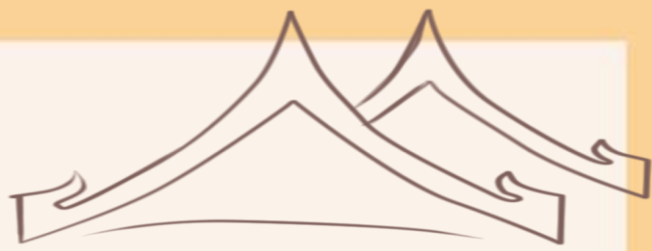


# กว่าจะมาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชุมชนบางแม่หม้าย



ชุมชนบางแม่หม้ายเริ่มแรกจากการเป็นหมู่บ้านเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ได้ก่อตั้งเต็มรูปแบบ เมื่อปี พ.ศ. 2548 และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว สืบเนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรี พิจารณาคัดเลือกหมู่บ้านหมู่ที่ 4 บ้านบางแม่หม้าย ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เข้าประกวดหมู่บ้านเทิดพระเกียรติ แด่องค์สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสที่พระองค์ทรงครองสิริราชราชสมบัติครบ 60 ปี ผู้นำหมู่บ้านและคณะกรรมการจึงมาร่วมวางแผนว่าจะทำอย่างไรให้หมู่บ้านของเรา เป็นที่รู้จักและได้รับการคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 60 ของประเทศ ผู้นำหมู่บ้านและ คณะกรรมการได้พิจารณากิจกรรมหลายๆ กิจกรรม ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมนั้นที่ได้คัดเลือก คือ “โครงการบ้านพักโฮมสเตย์เรือนไทย”





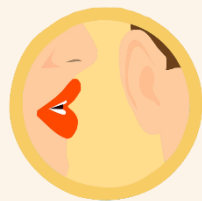
แต่อย่างไรก็ตามในระยะหลังจากนั้นกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ประสบปัญหาหลายด้าน จึงทำให้กิจกรรมในกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ชะงักไปเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี และในปี พ.ศ. 2560 ได้มีแรงสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้เข้ามาสำรวจข้อปัญหาทำวิจัย จึงเป็นแรงบันดาลใจให้กลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์และบุคคลในชุมชน มีกำลังใจในการทำงาน และได้เริ่มงานท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกครั้งหนึ่งโดยมีกลุ่ม เรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เป็นตัวตั้งในการขับเคลื่อน ปรับปรุงเส้นทางการ ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างการมีส่วนร่วมและผสาน ความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ส่งผลให้การท่องเที่ยวกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง มีผู้มาศึกษาดูงานและท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 และปัจจุบันกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้าย โฮมสเตย์ได้รับรองมาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard Thailand) รับรองโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2561 – 2564 และเป็นเรือนไทยโฮมสเตย์หนึ่งเดียวในประเทศไทยที่ยังคงวิถีชีวิตและความดั้งเดิม มาจนถึงปัจจุบัน

### โลโก้เรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์





# เรื่องเล่าจากบางแม่หม้าย



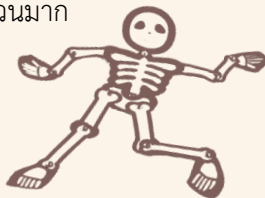
นิราศสุพรรณของสุนทรภู่ (พ.ศ. 2374)

ถึงบางนางแม่หม้าย ไร้วัว เปลี่ยวเปล่าเตร้างหมองมัว หม่นไหม้  
คราวใดใครฝากตัวต่อหม้าย หมายเอย พร้อมจิตคิดจะได้ดับหม้ายกายมี



จากนิราศของสุนทรภู่ ชื่อบางแม่หม้าย มีเรื่องที่เล่าต่อๆ กันมาหลายเรื่องเล่า แต่มี 2 เรื่องราวเกี่ยวกับบางแม่หม้าย โดยเรื่องแรก มาในแนวของประวัติศาสตร์ เล่าว่าในสมัย เสียดกรุงศรีอยุธยาแก่พม่า ชาวพม่าได้กวาดต้อน ผู้คนไปเป็นเชลย และได้ผ่านบางแม่หม้าย แห่งนี้ ทำการกวาดต้อนครัวเรือนไทยไป เป็นเชลย ชายไทยที่บางแม่หม้ายพร้อมกัน

ลุกขึ้นต่อสู้แต่ต้องพ่ายแพ้ ทำให้ชายไทยในบางแม่หม้ายตายหมดคงเหลือเฉพาะภรรยา ก็ตกเป็น "ม่าย" กันหมด จึงได้พากันบวชชีเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้สามี เลยเรียกว่า "วัดโคกยายชี" ซึ่งชุดค้นพบโครงกระดูกจำนวนมาก



## อีกเรื่องหนึ่ง.. เป็นนวนิยายปรัมปรา เกี่ยวกับสองหญิงสาวที่เป็นหม้ายชันหมากจากหนุ่มต่างบ้าน

### มีเรื่องเล่ากันว่า...

มีชายหนุ่มสองพี่น้อง ผูกสมัครรักใคร่สาวทางบ้านบางแม่หม้าย จนถึงได้สู่ขอ และกำหนดนัดวันแต่งงาน เมื่อถึงกำหนดฝ่ายเจ้าบ่าวได้เคลื่อนขบวนสำเภาชันหมาก มารับพวกมโหรีที่บ้านแห่งหนึ่ง เรียกว่า บ้านบางซอ ซึ่งวงมโหรีได้บรรเลงเพลงมาตามทาง อย่างสนุกสนาน แต่ที่สนุกที่สุดก็เมื่อเดินทางมาถึงย่านน้ำอันกว้างใหญ่ อุดมไปด้วยสัตว์น้ำ ที่ดุร้ายคือ จระเข้ ได้เกิดพายุใหญ่พัดจนเรือสำเภาล่ม จึงเรียกสถานที่นั้นว่า บ้านสำเภาล่ม หรือสำเภาทะลาย ปัจจุบันเรียก บ้านสำเภาทอง ขณะเดียวกันยังมีชื่อวัดตะเข้ไล่อีกด้วย

เมื่อเรือล่มบางคนจมน้ำตาย บางคนก็ถูกจระเข้คาบไป เจ้าบ่าวถูกจระเข้คาบ วายไปทางทิศเหนือถึงบ้านเจ้าสาว เมื่อชาวบ้านเห็นก็จำได้จึงไปบอกเจ้าสาว เจ้าสาว เสียใจมาก วิ่งตามตลิ่งตามดูเจ้าบ่าวไปจนถึงที่แห่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจตามไปได้ทันท่วงที จึงได้แต่แลมองไปจนสุดสายตาที่ที่เจ้าสาวยืนมองอยู่นี้ ต่อมาเรียกว่า วัดบ้านสุคนธ์ นางก็ได้ห้อยลอย มุ่งหน้าติดตามไปเรื่อยๆ จนเหนื่อยอ่อน จึงนั่งพักที่โคกแห่งหนึ่ง ต่อมาได้ชื่อว่า “โคกนางอ่อน” เมื่อหายเหนื่อยนางก็ตามต่อไปอีก จนถึงโพนางเขา ต่อมานางได้ข่าวว่ามีจระเข้คาบคนรักไปทางทิศใต้ จึงย้อนกลับมา และพบศพ นางจึงนำศพ มาเผาปนกิจที่วัด ต่อมาวัดนั้นได้ชื่อว่า “วัดศพเพลิง” ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดประสพสุข” และบ้านเจ้าสาวได้ชื่อว่า “บางแม่หม้าย” มาจนทุกวันนี้ ความงามของชุมชนแห่งวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวไทยภาคกลาง (จังหวัดสุพรรณบุรี) เป็นที่ที่น่านสนใจสำหรับนักเดินทาง ที่ต้องการย้อนอดีตเข้าไปอยู่ในภาพชนบทเมืองสุพรรณเมื่อกว่า 100 ปี







## มาเที่ยวอะไรที่บางแม่หม้าย



**ชุมชนบางแม่หม้าย** เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยที่ยังคงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม อีกทั้งความมีอัตลักษณ์ไมตรี วัฒนธรรมของชุมชน ภูมิปัญญาการทำไม้กวาดร้อยปีบ้านบางแม่หม้าย การทำขนมมงคล การทำอาหารพื้นบ้าน บ้านเรือนไทยโฮมสเตย์ชุดหนึ่งเดียวในประเทศไทย บรรยากาศทุ่งนาอันอุดมสมบูรณ์ ตลาดโบราณบ้านบางแม่หม้ายที่เคยรุ่งเรืองเมื่อ 100 ปีที่แล้ว หลวงพ่อจันทรังษีแห่งวัดอาน การล่องเรือและทัศนียภาพริมแม่น้ำ ทำเงินที่ยังคงวิถีชีวิตคนริมน้ำแบบพึ่งพาอาศัยกัน อีกทั้งสามารถชมกลุ่มค้างคาวแม่ไก่ไม่ต่ำกว่า 400 ตัว และที่เป็น **ไฮไลต์** อีกอย่างหนึ่งของบ้านบางแม่หม้ายคือ **การนั่งรถอีแต่นชมวิวต้นตาลร้อยต้น** ยามพระอาทิตย์ตกที่สวยงามแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี





## วัดอาน

ศูนย์รวมใจชาวบางแม่หม้าย เป็นวัดร้างไม่มีพระจำพรรษา มีผู้เล่าต่อๆ กันมาหลายชั่วอายุคน คาดว่าน่าจะสร้างเมื่อประมาณ ปลายสมัยอยุธยาหรือต้นสมัยอยุธยา หรือเมื่อราวๆ กว่า 400 ปีมาแล้ว โดยมี **หลวงพ่อวัดอาน (จันทรังษี)** เป็นพระพุทธรูปปางสะดุ้งมาร สร้างจากศิลา แล่ง ขนาดหน้าตักกว้าง 47 นิ้ว สูง 57 นิ้ว ประดิษฐานอยู่ในวิหารภายใน



จากการบอกเล่าได้ข้อสมมุติฐานว่า วัดนี้น่าจะสร้างตั้งแต่สมัยอยุธยา ลักษณะของ องค์หลวงพ่อวัดอานมีพุทธศิลป์ในสมัยอยุธยา ในสมัยนั้นพม่ากำลังทำศึกกับกรุงศรีอยุธยา พม่าได้ยกทัพผ่านมาที่บริเวณนี้ และได้พัก กองทัพช้าง กองทัพม้าที่นี่ และได้ตั้งอานช้าง อานม้าที่ชำรุดใช้ไม่ได้แล้วไว้เป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ก็น่าโบราณคดีจึงคาดว่า เป็นที่มา ของชื่อ **วัดอาน** นั่นเอง

และสิ่งที่วัดอานพิเศษกว่าวัดร้างอื่นๆ คือ ในทุกๆ วันจะมีผู้คนทั้งใกล้และไกล ทุกทิศทางมากันที่วัด ผู้คนที่เดินทางมาส่วนใหญ่ได้รู้จักติดัดพิศพิศความศักดิ์สิทธิ์ ของหลวงพ่อวัดอาน จากการบอกเล่าจากปากต่อปากอีกทีหนึ่ง ส่วนใหญ่จะเข้าไป ขอพรและบนบานสิ่งที่ต้องการต่างๆ จากหลวงพ่ोजันทรังษี เมื่อผู้คนที่ไปขอพร แล้วประสบความสำเร็จก็จะมาแก้บน ซึ่งที่เห็นจะแก้บนด้วยขนมจีนน้ำยา และ ไช้ต้ม นอกจากนี้แล้ว ยังมีผู้นำกลอง ฆ้อง ระฆัง หนังจ้อใหญ่ ลีเก มาถวายแก้บน ที่วัดอานนี้ และในกลางเดือน ๕ ของทุกๆ ปี ที่วัดจะจัดงานประจำปีของวัด อย่างยิ่งใหญ่ มีการละเล่นต่างๆ มีประเพณีแจกทาน และประเพณีทำขวัญแม่โพสพ ก่อนทำขวัญจะมีพิธีแห่ แม่โพสพรอบหมู่บ้าน





## วัดบางแม่หม้าย

**วัดบางแม่หม้าย** ตามจารึกที่กรมการศาสนาบันทึกการสร้างวัดไว้ พ.ศ. 2300 สมัยอยุธยาตอนกลางก่อนเสียกรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 2301 (ตามหลักฐานไม้ปรากฏนามผู้ก่อตั้ง) เดิมทีชาวบ้านเรียก **“วัดโบสถ์”** เนื่องจากในย่านนี้มีเพียงวัดเดียวที่มีอุโบสถ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อตามตำบลบ้านบางแม่หม้าย และมาเป็น **“วัดบางแม่หม้าย”** เดิมใช้ **หม้าย** ต่อมาประมาณ พ.ศ. 2497 ได้เปลี่ยนมาเป็น **หม้าย** จากการบันทึกที่ผิดเพี้ยนไป และที่สำคัญยังบ้านบางแม่หม้าย มีชื่ออยู่ในแผนที่ของกรมทางหลวงเนื่องจากเป็นหมู่บ้านเก่าแก่



โบราณวัตถุของวัดบางแม่หม้ายที่สำคัญ ได้แก่ พระพุทธรูปหินทรายแกะสลัก 5 ส่วน ปะระกอบเข้าด้วยกัน ปางสดุ้งมาร (สมัยอยุธยาตอนปลาย) รอยฝ่าพระพุทธรูปจำลอง เนื้อโลหะ สมัยรัตนโกสินทร์ พระพุทธรูปปางต่างๆ สมัยรัตนโกสินทร์ คำจารึกโบราณ ตำรายาต่างๆ ตู้ใส่พระไตรปิฎก ไม้สักแกะสลักลงรักปิดทอง สร้างเมื่อ พ.ศ.2470 และธรรมมาส์ไม้สักทรงบุษบก ปิดทอง ประดับกระฉก 1 หลัง สร้างเมื่อ พ.ศ. 2470

วัดบางแม่หม้าย ยังเป็นสถานที่หนึ่งในเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน บางแม่หม้าย โดยเป็นจุดเริ่มต้นในเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ มีท่าเรือและศาลาไว้สำหรับชมบรรยากาศแม่น้ำ ทำจมนและสำหรับลงเรือล่องชมวิถีชีวิต





## ตาลเรียงร้อยต้นและตาลกลุ่ม



จุดไฮไลต์ที่สำคัญของบ้านบางแม่หม้าย ที่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางมาชมความงามและความอลังการของต้นตาลที่เรียงรายในแนวนอนกว่า 100 กว่าต้น จากฝีมือการปลูกของนายบุญมี กลายเป็นจุดชมวิวกับบรรยากาศ พระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามตามธรรมชาติกลางทุ่งนาที่เขียวขจี บางครั้งสีเหลืองทอง สีนํ้าตาลหรือแนวตาลทอดเงาสะท้อนกับนํ้ายามนํ้าหลากหรือขณะปล่อยนํ้าเข้านาเพื่อเตรียมดินทำนาในครั้งต่อไป



จากการบอกเลาวานายบุญมี เกษนปญ์ ดั่งบานเรือนอยู่หมู่ที่ 4 ต.บางใหญ่ อ.บางปลาม้า เมื่อนายบุญมีแต่งงานได้ออกเรือนย้ายไปอยู่บริเวณบ้านดอนแพบซึ่งอยู่หมู่ 4 เช่นเดียวกัน สร้างบ้านอยู่ในบริเวณที่ดินทำนากำนานจำนวน 120 ไร่ เพื่อสะดวกแก่การทำมาหากินได้สร้างบ้านอยู่ริมคลองเชื่อมต่อกับคลองบางแม่หม้าย มีบุตรชาย 2 คน คือ นายประเทือง และนายเมือง เมื่อมาสร้างเรือนหลังใหม่ได้คิดปลูกตาลเรียงนับร้อยกว่าต้นตามคันนาอยู่กึ่งกลางที่นา 120 ไร่ ตามความเชื่อของคนโบราณว่าใครปลูกตาลจะมีอายุยืนยาวเหมือนต้นตาล, ปลูกตาลออกลูกกินได้ ลูกชายได้บวชพอตีเพราะต้นตาลมีอายุ 20 ปีจึงออกลูก จึงได้ใช้ประโยชน์ นายบุญมีเสียชีวิตเมื่ออายุ 82 ปี ที่นาผืนดังกล่าวได้แบ่งให้นายประเทือง และนายเมืองคนละ 60 ไร่ มีต้นตาลเรียงร้อยต้นเป็นแนวกั้นเขตที่นาของบุตรชายทั้งสอง นับจนถึงวันนี้ต้นตาลมีอายุราว 100 ปี





## ไม้กวาดใยมะพร้าวร้อยปี



**ไม้กวาดใยมะพร้าวร้อยปี** ของดีบางแม่หม้าย มีอายุเก่าแก่มากนานประมาณ 200 กว่าปี อาชีพหลักคือ การทำนา ส่วนอาชีพเสริม คือ "ไม้กวาดใยมะพร้าว" หรือเรียกกันว่า "ไม้กวาด 100 ปี" ภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาจน ข้าวลูกข้าวหลาน มาเป็นเวลา นับร้อยๆ ปี ประกอบกับเป็นไม้กวาดที่มีความคงทน ใช้งานได้นาน เลยขนานนามให้มันว่า.. **"ไม้กวาด 100 ปี"**



### สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นของไม้กวาด 100 ปี

ขั้นตอนของการทำตั้งแต่เริ่มแรก เริ่มจากการนำเปลือกมะพร้าวมาแช่นานเป็นเดือน ซึ่งต้องใช้มะพร้าวมากถึง 10 ลูก กว่าจะได้ใยมะพร้าวมาทำไม้กวาด 1 ด้าม ส่วนด้ามทำมาจากไม้หนามแดง เป็นไม้วัชพืชที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ทุกวันนี้ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีไม่มีแล้ว ต้องเช่ารถไปตัดในป่าข้างทาง แถบจังหวัดนครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี ไปจนถึงประจวบคีรีขันธ์ เพราะไม้หนามแดงเป็นไม้ที่มีคุณภาพดี แข็งแรง มอดไม่กิน และที่สำคัญมีลายที่สวยงามตามธรรมชาติ **หัวใจสำคัญ** จะใช้งานได้ทน ไม้ทอน อยู่ตรงที่ **"การเข้าด้าม"** การนำใยมะพร้าวที่ผ่านทุกกระบวนการแล้วมาทำเป็นกำจิบ หรือกำเล็ก ๆ แล้วนำมาพันกับหวายหอม (หวายที่มีคุณภาพที่สุดในตระกูลหวายทั้งหมด) เพราะเป็นหวายที่มีความสวย เหนียว เนื้อไม้ขาว และมีราคาแพงกว่าหวายชนิดอื่น คนที่จะทำขั้นตอนนี้ได้ ต้องมีประสบการณ์สูงและมีความชำนาญ "ไม้กวาด 100 ปี" เป็นภูมิปัญญาของชาวบางแม่หม้าย ที่มีผลิตที่นี่เพียงแห่งเดียวเท่านั้น



## ตลาดเก๋าร้อยปีบางแม่หม้าย

### ตลาดเก๋าร้อยปีบางแม่หม้าย

เป็นตลาดเก๋าริมแม่น้ำที่ยังคงวิถีชีวิตอยู่ เรือนไม้ปลูกติดต่อกัน เรียงเป็นแถวยาว

เรือนที่ในอดีตใช้เป็นร้านค้า แลกเปลี่ยนสินค้า สถานที่ค้าขายของชุมชนไทย-จีน ซึ่งในครั้งอดีตตลาดที่นี่เคยมีความรุ่งเรืองเป็นอย่างมาก เคยเป็นแหล่งต้นกำเนิดในสาส์นสุพรรณบุรี มีร้านขายทองเป็นตัวบ่งบอกถึงความร่ำรวยทางเศรษฐกิจของตลาดบางแม่หม้ายได้เป็นอย่างดี แต่พอระยะเวลาผ่านไป การคมนาคมขนส่งส่งผลให้เศรษฐกิจของตลาดเก๋าร้อยปีบางแม่หม้ายเปลี่ยนไป จากการค้าขายเส้นทางน้ำเปลี่ยนเป็นการค้าขายเส้นทางบก ทำให้วิถีชีวิตในบ้านไม้หลังเก่า เริ่มเลือนหายไป แต่รูปแบบและวิถีชีวิตเหล่านั้น มีโอกาสที่จะย้อนกลับมา



### จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางแม่หม้าย

ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดเก๋าร้อยปีบางแม่หม้ายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจ รอให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาค้นหาและเยี่ยมชมอยู่เสมอ





## ล่องเรือตามรอยประวัติศาสตร์ ชมวิถีชีวิตชุมชน



**กิจกรรมทางน้ำ** ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านบางแม่หม้าย คือ การเดินทางไปชมวิถีชีวิต ของชาวบ้านริมแม่น้ำท่าจีนที่ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิม การปลุกผักในน้ำ การเลี้ยงปลา การจับปลา รวมถึงการขายของในเรือพาย โดยนักท่องเที่ยว เดินทางโดยเรือยนต์ ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมง

เริ่มตั้งแต่การนั่งเรือชมบรรยากาศสองฝั่งแม่น้ำ วิถีชีวิตชาวบ้าน ชมค้างคาวแม่ไก่ กว่า 400 ตัว แต่ทางกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแม่หม้าย มีกติกาในการเข้ามาชมโดยงดใช้เสียง เพื่อเป็นการลดผลกระทบที่จะทำให้เกิดต่อค้างคาวแม่ไก่



หลังจากนั้นจะเดินทางมาไหว้พระเกจิที่ **วัดบางเลน**

เดิมชื่อวัดเกาะแก้ววงเดือน ได้รับพระราชทานนามจาก ร.5 ครั้งเสด็จมาทางเรือเห็นบริเวณนี้เป็นท้องคุ้งน้ำคล้ายเกาะ มีน้ำล้อมรอบโดยขุดคลองไปบรรจบกับปากคลองสาละ จึงมีลักษณะคล้ายเกาะ ทรงพระราชดำริให้สร้างวัดพระราชทานนามว่า วัดเกาะแก้ววงเดือน แต่เนื่องจาก บริเวณนี้เป็นท้องคุ้งน้ำมีดินเลนขึ้นทับถมเป็นบริเวณกว้าง ชาวบ้านจึงเรียกว่า วัดบางเลนในเวลาต่อมา และแวะขึ้นไหว้พระเกจิคุ้มแม่ น้ำท่าจีน คือ หลวงพ่อไฉ่ ธรรมรังสี ประดิษฐานในมณฑปไม้สักสวยงามและของใช้ใน ร.5 ครั้งเสด็จที่นี่ และนั่งเรือต่อสู่ **วัดบางใหญ่** ขึ้นไหว้พระหยก (พระต่ออายุซึ่งหลวงพ่อ ประจวบสร้างจากหยกพม่าเพื่อต่ออายุตามความฝัน) และไหว้เจ้าแม่ตะเคียน







# @บางแม่หม้าย สุพรรณบุรี

นั่งเรือชมธรรมชาติ  
เยือนบ้านเรือนไทย  
ไปทำไม้กวาดร้อยปี  
ตกเย็นพอดีนั่งรถ  
อิต้านชมต้นตาล  
ร้อยต้น ที่บางแม่หม้าย



# การจัดการความรู้การออกแบบเส้นทางและ กิจกรรมการท่องเที่ยว

ชุมชนบางแม่หม้าย ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี



# ประกอบด้วย



1. สร้างความเข้าใจ



2. รู้จักตัวตนชุมชนบางแม่หม้าย



3. แลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากกรณีศึกษา  
สู่ขั้นตอนปฏิบัติ



4. เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว  
ชุมชนบางแม่หม้าย

# 1

## สร้างความสำเร็จ

การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว เราควรที่จะต้องรู้และเข้าใจเกี่ยวกับนิยามการท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหา ดังนี้

- 1.1 นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 1.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 1.4 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 1.5 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 1.6 นิยามการออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว

## 1.1 นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)



Richards and Raymond (2000) ได้ให้นิยามไว้ว่า “Tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken” หมายถึง การท่องเที่ยว ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม และจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังหมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2553) ได้เสนอนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการ “การต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” กล่าวคือ “ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ ทั้งทุนทางด้านสังคมและวัฒนธรรม “เพิ่มค่า” การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย “หาจุดต่าง” สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

## 1.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยฐานของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และโดดเด่นของชุมชนหรือพื้นที่ในการ

พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว อันจะได้รับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว



### กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่สำคัญ



การให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของคนในสังคมหรือชุมชน



กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม และการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากรหรือเจ้าบ้าน



เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้น อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้อาหารท้องถิ่น กิจกรรมการเรียนรู้การทำนา เป็นต้น

## 1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กระแสของการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนตามกระแสของการพัฒนาของโลก โดยมีแนวคิดที่ว่า “นักท่องเที่ยว” ในยุคใหม่จะไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ของการ เสนอความสุขจากการบริการหรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ “นักท่องเที่ยว” ในปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ การเรียนรู้และเข้าใจถึงความต่าง กันของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวทางเลือกใหม่นี้มีผลทำให้รูปแบบของการเดินทางหรือการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป หรือการเลือกปฏิบัติกิจกรรมทาง การท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามมา โดยเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในทางเลือกใหม่ คือ นอกจากนักท่องเที่ยว จะได้รับความเพลิดเพลินใจหรือความสุขทางใจแล้ว ยังได้รับความรู้ความเข้าใจกันในสังคม ของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน อันจะทำให้สังคมเกิดความสงบสุข เป็นการนำการท่องเที่ยว มาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงเกาะเกี่ยวคนในสังคมเดียวกันและต่างสังคม รวมทั้งยัง เป็นการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น และยังเป็นกลไก นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน





## 1.4 หลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“ UNESCO ได้ให้หลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้ ”



Interaction

เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน



Educational

เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และความรู้



Emotional

เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับคนในสังคม ให้เกิดการเชื่อมโยงกัน



Social

เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับคนในสังคม ให้เกิดการเชื่อมโยงกัน



Participative

เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม



Involve

เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องร่วมมือกันและเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง



## 1.5 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ฐิริวิจน์ เตชอุ่ม (2556) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน การเรียนรู้และมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ และความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน รายละเอียดดังนี้

### 1. การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน

การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนสอดคล้องกับที่ยูเนสโก อธิบายไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกลยุทธ์ต่อไปของความยั่งยืน” (Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism) (UNESCO,2006) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) อธิบาย “ความยั่งยืน” ไว้ภายใต้หลักการ 5 ข้อ (World Tourism Organization, 1998:21-22) ดังนี้

การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม และทรัพยากรอื่นๆ ในการท่องเที่ยวไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาไว้ให้ ความสามารถในการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อแหล่งท่องเที่ยว นั้นจะยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้

ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม

## 2. การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ เฉพาะถิ่นระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) อธิบายประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นว่า คือ การที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับการให้คำอธิบายการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว ของสุดแดน วิสุธิลักษณ์ และนาฬิกาอภิกค์ แสงสนิท (2556) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวสนใจการเข้ามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Authentic-active Participation) สอดคล้องกับการให้คำอธิบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ สิ่งที่สืบทอดประเพณี หรือสืบทอดคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่



### 3. ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ในทางการท่องเที่ยวความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน คือ การที่เจ้าบ้านมีอิทธยาศัยและความเป็นมิตรไมตรี การให้คำแนะนำ การให้ความช่วยเหลือ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และถือเป็นคุณสมบัติของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่าบทบาทของเจ้าบ้านที่ดี คือ แสดงความเป็นมิตรไมตรี ให้ความช่วยเหลือ อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ลักษณะของการต้อนรับที่ดี ยิ้มทักทายให้รู้สึกชุ่มฉ่ำ แสดงความสนใจและให้ความสำคัญ กระตือรือร้นในการรับฟัง มีอิทธยาศัยไมตรีอบอุ่น ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม การต้อนรับ คือ (ธนพร พูลเพิ่ม, 2556)

ต้อนรับ =

- ต — ตระหนัก
- อ — อุ่นใจ
- น — น้ำใจ
- ร — รอยยิ้ม
- บ — บริการ

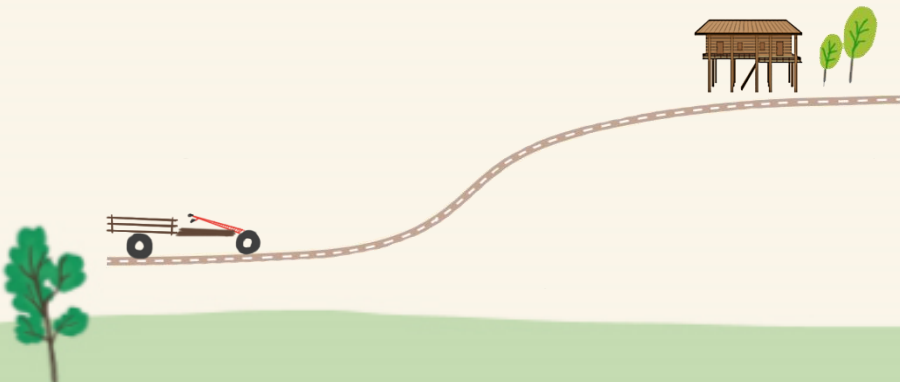
ซึ่งอาจจะกล่าวได้ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่อาศัยวัฒนธรรมเป็นฐาน (Culture-based tourism) และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Creativity-led tourism) ซึ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural tourism) อย่างเห็นได้ชัดการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการขยายขอบเขต และระดับความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Richards, 2000 : Richards and Raymond, 2000)

## 1.6 นิยามการออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว

การออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ชุมชนเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง มีกิจกรรมและเส้นทางที่ชุมชนจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมและเยี่ยมเยียนได้

Harvey M. Rubenstein กล่าวถึง เส้นทางท่องเที่ยวในเมือง เป็นเส้นทางท่องเที่ยวโดยใช้เดินเท้า เป็นวิธีการที่สะดวกและเป็นวิธีที่ค่อนข้างอิสระ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก และกลุ่มใหญ่ การเดินทางจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเห็นรายละเอียดของสภาพบ้านเมือง วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน เป็นวิธีการที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ และเป็นการออกกำลังกายด้วยในขณะเดียวกัน

เดชา บุญค้ำ กล่าวว่า เหตุผลสำคัญในการพัฒนาทางเดินเท้าในเมือง คือ การขยายและพัฒนาพื้นที่ในบริเวณศูนย์กลางการจับจ่ายใช้สอย หรือสร้างภาพพจน์ใหม่ให้กับเมือง ก่อให้เกิดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น นิทรรศการ แสดงเทศกาล และกิจกรรมอื่นๆ โดยต้องเตรียมพื้นที่อำนวยความสะดวก ได้แก่ ทางเดินเท้า ที่นั่งพักผ่อน ประติมากรรม น้ำพุ ร้านอาหาร ร้านค้า และกิจกรรมยามค่ำคืน ทางเดินเท้าหากได้รับการออกแบบ และวางแผนที่ดี จะช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อม สังคม และพื้นที่เกี่ยวข้องให้ได้รับการพัฒนาด้วยเช่นกัน





- 1 สงวนรักษา พื้นฟูเศรษฐกิจ และป้องกันไม่ให้อ่านใจกลางเมืองขยายตัวออกไปยังชานเมือง ใช้ในการวางแผนพัฒนาเมือง เพื่อปรับปรุงการเข้าถึงย่านใจกลางเมือง และรักษาสภาพแวดล้อมเมือง
- 2 ช่วยให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้เดินเท้า รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการจับจ่าย
- 3 ลดปัญหาจราจร และปัญหาการกีดขวางทางสัญจรของยานพาหนะ
- 4 ช่วยปรับปรุงลักษณะทางจินตภาพของชุมชนเมืองให้สวยงามและชัดเจนยิ่งขึ้น
- 5 ลดภาวะทางเสียง และมลภาวะทางอากาศ ที่เกิดจากการจราจรบนถนน
- 6 รองรับปริมาณนักท่องเที่ยว และนำนักท่องเที่ยวเข้าสู่สถานที่ได้อย่างสะดวก และใกล้ชิดยิ่งขึ้น
- 7 ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางสังคมภายในเมืองให้บริการสาธารณะและกิจกรรมต่างๆ ของประชาชน เช่น การพบปะสังสรรค์ การแสดงต่างๆ เป็นต้น
- 8 ส่งเสริมการอนุรักษ์โบราณสถาน อาคารทางประวัติศาสตร์ ป้องกันไม่ให้อาคารโบราณสถานทรุดโทรมอันเนื่องจากแรงสั่นสะเทือนของรถยนต์ เป็นต้น

# Edward Inskeep กล่าวถึง เส้นทางประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวในเมืองประวัติศาสตร์

คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน เนื่องจากเมืองประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมเหล่านี้ได้รับการวางแผนในด้านการอนุรักษ์ ตลอดจนการพัฒนาให้เกิดกิจกรรมที่หลากหลายขึ้น เช่น การจัดนิทรรศการ เทศกาล จัดแสดงแสงสี เสียง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว

## หลักการจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

1. นำเสนอวัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงธรรมเนียม ประเพณี การแต่งกาย ระเบียบแบบแผนในการดำรงชีวิต ศาสนา การได้เข้าไปมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของท้องถิ่น
2. นำเสนอศิลปะท้องถิ่น เช่น ดนตรี การละเล่น การฟ้อนรำ และศิลปหัตถกรรมที่ผลิตขึ้น เช่น ภาพวาด งานประติมากรรม เครื่องมือเครื่องใช้ นอกจากนี้ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมก็เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญ





3. นำเสนอกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จากการสำรวจความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จนั้น มีผลจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การแสดงช้างในป่าเขตร้อนชื้น เทศกาลล่ำสັตว์ งานแสดงสินค้าเกษตรกรรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเทคนิคในการจัดการของแหล่งท่องเที่ยว การเที่ยวชมอุตสาหกรรมท้องถิ่น ตลาดชุมชน ได้รับความสนใจจาก นักท่องเที่ยวมาก และเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ถูกจัดอยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวทั่วไป
4. นำเสนอความแตกต่างของเมือง และชุมชน ความแตกต่างของเมือง และชนบท อาคารบ้านเรือน ความเป็นอยู่ของผู้คนในเมือง ย่านศูนย์กลางเมือง ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ และอาคารสาธารณะเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการศึกษาเรียนรู้ และสัมผัสความรู้สึกที่มีต่อเมืองท่องเที่ยววันนั้น การนั่งรถไปตามถนนสายสำคัญภายในเมือง ผ่านสถานที่สำคัญเมืองท่องเที่ยวบางแห่งยังได้จัดกิจกรรมกลางแจ้งเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการแสดงเหล่านี้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเสมอ
5. นำเสนอรูปแบบทางวัฒนธรรมผ่านทางพิพิธภัณฑ์ เป็นการบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรม ชาติพันธุ์ งานศิลปะท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี โดยวัตถุประสงค์หลักของพิพิธภัณฑ์นั้น เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนในเมือง และดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ
6. นำเสนอประเพณี เทศกาลท้องถิ่น ความเชื่อ ค่านิยมในท้องถิ่น หรืออิทธิพลทางศาสนา ประเพณี และเทศกาล สิ่งเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดฤดูกาลท่องเที่ยวจากความนิยมของนักท่องเที่ยว





เป็นเส้นทางสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะนอกจากการทำหน้าที่เชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวจากผลกระทบของการเหยียบย่ำ และกิจกรรมการใช้ประโยชน์ต่างๆ ได้อีกด้วย สามารถเป็นสื่อกลางที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจ และซาบซึ้งต่อธรรมชาติอย่างใกล้ชิดมากขึ้น

### หลักการจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ



1. เส้นทางเดินชมธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้าไปชื่นชมธรรมชาติ ระหว่างการใช้เส้นทางอาจมีการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติบ้าง
2. เส้นทางเดินป่าระยะไกล เป็นเส้นทางเดินชมธรรมชาติ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย หรือเพื่อการเรียนรู้ และเข้าใจความเป็นไปของธรรมชาติ
3. เส้นทางสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นเส้นทางที่สร้างขึ้นเพื่อการสื่อความหมายให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว มีระยะทางยาวไม่มาก ควรเป็นเส้นทางแบบวงรอบ ซึ่งจุดเริ่มต้น และจุดสิ้นสุดเส้นทางควรมาบรรจบอยู่บริเวณเดียวกัน เส้นทางสื่อความหมายนี้ สามารถแบ่งเป็น เส้นทางสื่อความหมายที่มีบุคคลนำ หรือเส้นทางสื่อความหมายโดยให้ศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง
4. เส้นทางเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเส้นทางที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการนำนักท่องเที่ยวจากจุดหมายหนึ่งไปยังจุดหมายหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยว มักออกแบบให้เป็นระยะทางที่สั้นที่สุด เพื่อไปถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการอย่างรวดเร็วที่สุด



# เส้นทางแบบผสมผสาน



หลักการจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบผสมผสาน



1. การกำหนดเส้นทาง ควรสำรวจ และสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบกับแนวโน้มที่ควรจะเป็นในการจัดเส้นทาง เริ่มต้นจากการพิจารณาดำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ จัดลำดับความสำคัญ และความน่าสนใจ จากนั้นจึงพิจารณาความสามารถในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้าด้วยกัน
2. การจัดเส้นทางในลักษณะวงจรบรรจบ ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความเพลิดเพลินตลอดเส้นทาง โดยไม่ต้องย้อนกลับไปเส้นทางเดิม
3. การจัดเส้นทางให้มีความแตกต่าง การกำหนดเส้นทางอาจทำขึ้นหลายเส้นทางหรือหลายระบบก็ได้ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาต่างกัน ความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางสำหรับผู้สนใจศิลปะ และวัฒนธรรม อาจพานักท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำลำคลองเพื่อดูวิถีชีวิต และสภาพบ้านเมือง หรืออาจเป็นเส้นทางที่มีความหลากหลาย และมีความน่าสนใจหลายด้านอยู่ร่วมกัน
4. การจัดประเภทพาหนะตามสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศ แต่ละเส้นทางอาจใช้พาหนะในการเดินทางต่างกัน ทำให้เกิดความน่าสนใจแตกต่างกัน ตามสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ และลักษณะเฉพาะของเมืองนั้นๆ
5. ความต่อเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวภายนอกเมือง เส้นทางท่องเที่ยวไม่ควรจำกัดอยู่เพียงภายในเมืองเท่านั้น แต่ควรต่อเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติด้วย ในแต่ละชุมชนจะต้องดูทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อที่จะสามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชนได้



## 2

# รู้จักตัวตนชุมชน บางแม่หม้าย

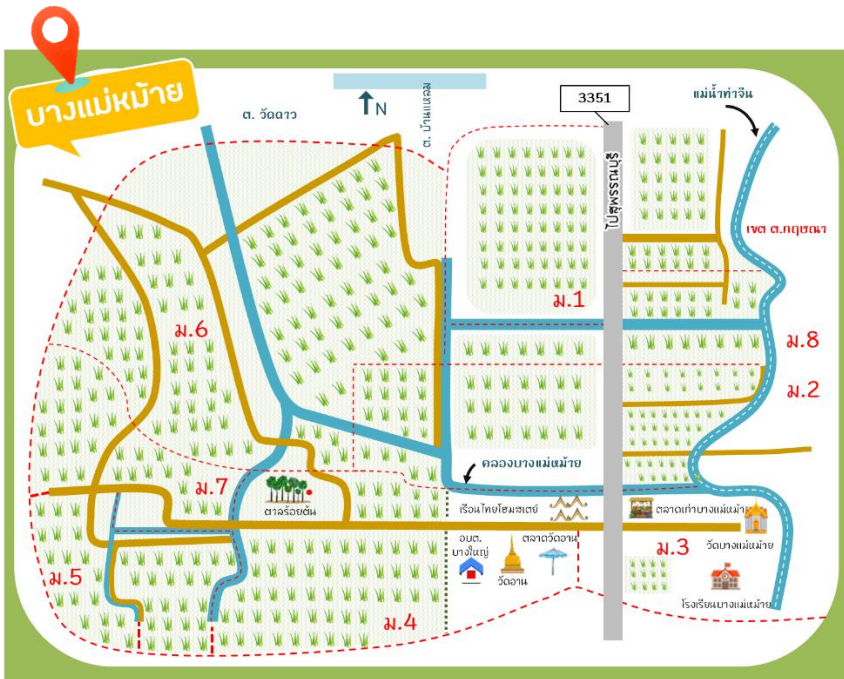
การศึกษา เรื่อง การออกแบบเส้นทางและ  
กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนสัมพันธ์วัฒนธรรม  
บ้านบางแม่หม้าย ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า  
จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีเนื้อหา ดังนี้

- 2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน  
บางแม่หม้าย
- 2.2 อัตลักษณ์และความโดดเด่นของชุมชน  
บางแม่หม้าย
- 2.3 การมีส่วนร่วมของชุมชนบางแม่หม้าย



## 2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย

ชุมชนบางแม่หม้าย เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่หมู่ที่ ๔ ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มายาวนานครั้งตั้งแต่ สมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นหมู่บ้านเก่าแก่ มีอายุประมาณ ๓๐๐ ปี มีทรัพยากรที่โดดเด่น ได้แก่ วัดอานศักดิ์สิทธิ์ เรือนไทยร้อยหลัง ไม้กวาด ๑๐๐ ปี ธรรมชาติท้องทุ่งนา ตาลเรียงร้อยต้น ชมนกสองฝากฝั่งคลอง มีประเพณีดั้งเดิมและมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ พร้อมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัส





## 2.2 อัตลักษณ์และความโดดเด่นของชุมชนบางแม่หม้าย

### กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย

#### 2.2.1) ไหว้หลวงพ่อด่าน



วัดด่าน เป็นวัดร้าง (ไม่มีพระจำพรรษา) ในจำนวนวัดร้างที่มีมากที่สุดถึง 5,937 วัด ตั้งอยู่ที่ ต.บางใหญ่ อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี สร้างเมื่อประมาณปลายสมัยอู่ทอง หรือต้นสมัยอยุธยา เมื่อราวประมาณกว่า 400 ปี โดยมี หลวงพ่อด่าน (จันทรังษี) เป็นพระพุทธรูปปางสะดุ้งมาร สร้างจากศิลาแดง ขนาดหน้าตักกว้าง 47 นิ้ว สูง 57 นิ้ว

#### 2.2.2) เรียนรู้การทำไม้กวาดไยมะพร้าว



ไม้กวาดร้อยปี ของตำบลแม่หม้าย ชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี มีอายุเก่าแก่มานานประมาณ 100 ปี อาชีพหลักคือ การทำนา ส่วนอาชีพเสริม คือ “ไม้กวาดไยมะพร้าว” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่สืบทอดต่อกันมาชั่วลูกชั่วหลาน มาเป็นเวลานานร้อยๆปี ประกอบกับเป็นไม้กวาดที่มีความคงทน ใช้งานได้นาน เลยขนานนามว่า “ไม้กวาด100ปี” เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของชุมชนบางแม่หม้าย

#### 2.2.3) เรียนรู้การทำขนมสาเลี๋ ขนมไข่นกกระสา

ขนมสาเลี๋ เป็นขนมที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสุพรรณบุรี และต้นกำเนิดของขนมสาเลี๋ คือ ที่บางแม่หม้าย ส่วนขนมไข่นกกระสา เป็นขนมที่สื่อความหมายถึงคู่รัก





#### 2.2.4) เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง/วิถีชีวิตปราชญ์เกษตรของแผ่นดิน

ด้วยพื้นที่และอาชีพของคนในชุมชนบางแม่หม้าย  
จึงเป็นจุดเด่นของชุมชน ด้านทรัพยากรในดิน สิ้นในน้ำ



#### 2.2.5) เรียนรู้จักสานผักตบชวา

เป็นการนำวัชพืชที่ไม่เป็นประโยชน์ มาผลิตเป็นงานหัตถกรรมของใช้สร้างรายได้  
ให้กับคนในชุมชน เป็นการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ลดผักตบชวาในแม่น้ำลำคลอง



#### 2.2.6) เรียนรู้การทำทอเสื่อ

เป็นการทอเสื่อแบบดั้งเดิม ซึ่งหาชมได้ยากแล้วในปัจจุบัน

#### 2.2.7) การล่องเรือชมวิถีชีวิต

การนั่งเรือชมบรรยากาศสองฝั่งแม่น้ำ วิถีชีวิตชาวบ้าน ชมค้างคาวแม่ไก่ กว่า 400 ตัว

#### 2.2.8) พายเรือในคลอง

กิจกรรมทางน้ำของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแม่หม้าย คือ การเดินทางไปชมวิถีชีวิต  
ของชาวบ้านริมแม่น้ำท่าจีน ที่ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิม การปลูกผัก การเลี้ยงปลา โดยนักท่องเที่ยว  
สามารถพายเรือชมได้

#### 2.2.9) นั่งอีแต่นชมทุ่ง

กิจกรรมนั่งรถอีแต่น ชมตาลกลุ่ม และตาลเรียง 100 ต้น ซึ่งเป็นจุดไฮไลต์ที่สำคัญ  
ของชุมชนบางแม่หม้าย

#### 2.10) จุดชมวิวดาลร้อยต้น

ตาลเรียง 100 ต้น เป็นจุดชมวิวกับชมบรรยากาศท้องทุ่ง และพระอาทิตย์ตกดิน  
ที่สวยงามตามธรรมชาติกลางทุ่งนาที่เขียวชอุ่ม และในบางฤดูกาลเป็นสีเหลืองทองซึ่งสร้าง  
ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม





## 2.3 การมีส่วนร่วมของชุมชนบางแม่หม้าย

ชุมชนบางแม่หม้าย สมาชิกในชุมชนมีจิตใจที่รักการบริการและพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิตที่ดี โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อาทิ

### ภาครัฐ



องค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่



สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี



พัฒนาชุมชนอำเภอบางปลาม้า

## ภาคเอกชน



สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี



หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี



ธุรกิจนำเที่ยว, บริษัททัวร์

## ภาคประชาชน

- กลุ่มโฮมสเตย์
- กลุ่มไม้กวาดใบมะพร้าว
- กลุ่มขนมไทย
- กลุ่มเศรษฐกิจพอเพียง
- กลุ่มจักสาน
- กลุ่มการท่องเที่ยว



## ภาควิชาการ

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



3

## แลกเปลี่ยนและเรียนรู้ จากกรณีศึกษาสู่ขั้นตอนปฏิบัติ

จากการศึกษาชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย เป็นการเปิดประสบการณ์ให้กับชุมชนบางแม่หม้าย ที่จะได้รับประสบการณ์การจัดการออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการศึกษาดูงาน ทำให้ชุมชนบางแม่หม้าย ได้แนวคิดในการออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ



### 3.1 การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อการต่อยอด

สนทนากับชุมชน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบเส้นทาง การท่องเที่ยวชุมชนสัมผัสวัฒนธรรมบ้านบางแม่หม้าย โดยสังกัดข้อมูล ได้ดังนี้

#### ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแม่หม้าย

- **ธรรมชาติ** ทิวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ดิน น้ำ ที่เหมาะแก่การเพาะปลูก จุดชมวิวดาลเรียง 100 ต้น
- **สังคม** วิถีของคนในชุมชน ต่อยอดการจัดตั้งตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาน เพื่อให้คนในชุมชนได้นำสินค้าที่ตนเองมีออกมาจำหน่าย
- **วัฒนธรรม** ที่น่าสนใจและมีมาแต่ก่อนมาแล้ว นั่น คือ การทำขวัญข้าว การทำขวัญแม่โพสพ

## 3.2 การออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่า

แนวทางออกแบบประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว

1

กิจกรรมการร่วมชมการสาธิต  
ไม้กวาด 100 ปี



2

กิจกรรมร่วมชมการสาธิต  
และนักท่องเที่ยวลงมือเรียนรู้  
ด้วยกิจกรรมจักสาน



3

กิจกรรมที่พักร่วมกับชุมชน  
เพื่อชื่นชมบรรยากาศ  
แบบท้องถิ่น ริมแม่น้ำ



4

กิจกรรมร่วมกันทำอาหารท้องถิ่น

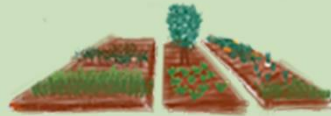


5

กิจกรรมเชื่อมโยงประเพณี  
เช่น การทำขวัญแม่โพสพ

6

กิจกรรมการสาธิตเศรษฐกิจพอเพียง



7

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้  
ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น  
การทำงานนม



8

กิจกรรมการท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์  
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

### 3.3 การสร้างอัตลักษณ์เพื่อการหาจุดต่าง

#### แนวทางการสร้างอัตลักษณ์เพื่อหาจุดต่าง

- การเป็นมิตรและการสร้างความรู้สึกของการเป็นหนึ่งเดียว และหาที่อื่นไม่ได้
- การสร้างความรู้สึกของการเป็นเจ้าของ ทั้งส่วนของชุมชน และนักท่องเที่ยวโดยในมุมชุมชนจะเกี่ยวข้องกับการสืบทอด สืบต่อ การเล่าเรื่องของตนเอง การสร้างความเป็นหนึ่งเดียว สร้างกฎระเบียบในการควบคุมการพัฒนา โดยสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เช่น การสร้างงาน สร้างอาชีพ การเรียนรู้จากคนรุ่นเก่ารับฟังจากคนรุ่นเก่า ชุมชนจะต้องทำงานกันเป็นกลุ่มรุ่นพี่ส่งต่อรุ่นน้อง
- การสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรม
- การสื่อสาร/เล่าเรื่อง สู่นักท่องเที่ยวด้วยภูมิปัญญาของชุมชน

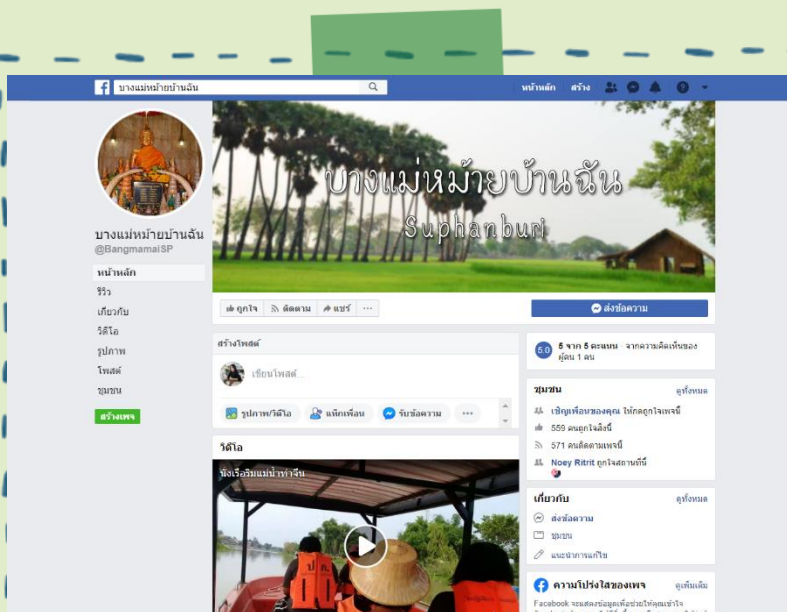




### 3.4 การสร้างกระแสการท่องเที่ยว

#### แนวทางการสร้างกระแสการท่องเที่ยว

- การใช้สื่อโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต
- การสร้างสื่อควรให้เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
- นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ การสื่อสารข้อมูลเชิงลึกจึงเป็นส่วนสำคัญ
- นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป เน้นการสื่อสาร



4

# เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนบางแม่หม้าย

## “เที่ยว เกล่ไกล สไตล์บางแม่หม้าย”



แผนที่เส้นทาง  
ทางบก

สนใจติดต่อเดินทางท่องเที่ยว

089-981-5046 , 081-074-6867



ตลาดเก่าบวแม่หม้าย



แผนที่เส้นทาง  
ทางน้ำ



วัดบวเลน  
และพิพิธภัณฑ์ข่อยเก่า



วัดป่าวงษ์

# การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในทางการตลาด โดยเป็นการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจและสร้างอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน และทำให้เกิดความน่าจดจำ และกลับมาซื้ออีกเป็นประจำ ด้วยกระบวนการจัดการความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการดังนี้

## สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะแบ่งออกเป็น 2 แบบคือการออกแบบโครงสร้าง เป็นการออกแบบวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร และการออกแบบกราฟิกเป็นการออกแบบการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย โดยสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย



**1. แบรินด์ (Brand)** เป็นความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์ และสร้างการรับรู้ในใจ มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามการรับรู้และความรู้สึกของผู้บริโภค แบรินด์เป็นตัวช่วยทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า คุณลักษณะที่สำคัญของแบรินด์ ประกอบด้วย ตำนาน จุดจดจำ ตัวแทน บุคลิกภาพ และแก่นแท้ของแบรินด์

**2. ความแตกต่าง (Differentiation)** การสร้างความแตกต่างและโดนใจ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเหมาะกับตัวเอง (Relevant) ความแตกต่างจะทำให้ผู้บริโภคจดจำและแยกแยะเราออกจากคู่แข่งได้ การสร้างจุดต่างในตัวผลิตภัณฑ์อาจมาจากแนวคิด การสร้างความรู้สึกใหม่ให้กับแบรินด์ หรือบรรจุภัณฑ์ก็ได้



**3. การสร้างสรรค์ให้จดจำ (Identity)** หรือจุดจดจำ คือ การให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกหรือระลึกถึงแบรินด์ ซึ่งเป็นได้ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง ที่มนุษย์สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัส ทั้งห้าองค์ประกอบหลักในการสร้างการจดจำ ประกอบด้วย ชื่อ ซึ่งจะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคจดจำ ควบคู่ไปกับ โลโก้และสโลแกน

**4. จิตวิทยา (Psychology)** เป็นการทำความเข้าใจพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นความพยายามในการตอบโจทย์ที่ว่า ทำอย่างไรจึงจะสร้างสิ่งเร้าที่เป็นแรงกระตุ้นไปสู่การซื้อได้ สิ่งเร้า (Fascination) เป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจของมนุษย์ให้เกิดการคิด เรียนรู้ มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยสิ่งเร้าที่สำคัญ ได้แก่ ความใหม่ ความแตกต่าง สนุกสนาน และเซ็กซี่เร้าใจ



**5. การตลาดบนบรรจุภัณฑ์ (Marketing)** การตลาดเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ทำให้ธุรกิจเกิดรายได้และกำไร การสร้างและออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงต้องคำนึงถึงตัวผลิตภัณฑ์และการตลาดของผลิตภัณฑ์

**6. การวิจัย (Research)** เป็นกระบวนการตรวจสอบตลาดและลดความเสี่ยงก่อนส่งผลิตภัณฑ์ออกไปตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยเป็นกระบวนการค้นหาความจริง เป็นขั้นตอนที่มีระบบ สามารถตรวจสอบได้ การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถบ่งบอกถึงแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค ว่าต้องการสินค้าแบบไหน ปริมาณเท่าไร เวลาที่เหมาะสม ลักษณะการใช้งาน และอื่นๆ

**7. การรอบรู้เรื่องดีไซน์ (Graphic Design)** งานออกแบบเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องคำนึงถึงความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และผลเชิงจิตวิทยา หัวใจของการออกแบบกราฟฟิก คือ การจัดช่องว่างความสัมพันธ์ของตัวอักษร สี และภาพให้เกิดงานที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้





**8. จดจำได้ง่าย (Recognition)** การสร้างจุดจดจำจะช่วยกระตุ้นเตือนให้ผู้บริโภคระลึกถึงแบรนด์ ถ้าไม่จดจำ เมื่อลูกค้าต้องการสินค้าก็ไม่นึกถึงเรา การสร้างจุดจดจำจึงต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพและความต่อเนื่องควบคู่กันไป การสร้างการจดจำที่ดี คือ การตราตรึงแบรนด์ของเราไว้ในความรู้สึกของผู้บริโภคอย่างเหนียวแน่นและถาวรสมมุขยจะมีกระบวนการจดจำเป็นลำดับดังนี้



ดังนั้น เราจึงจำโลโก้ที่เป็นภาพและสี ได้ก่อนสโลแกนหรือเนื้อหาอื่นๆ ของแบรนด์ ลำดับของการจดจำจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสร้างความแตกต่างและจุดจดจำ

### การสร้างจุดจดจำ

ตัวผลิตภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างการจดจำได้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องและแสดงถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ จึงช่วยเสริมให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย นอกจากนี้ การสร้างจุดจดจำสามารถทำได้ ในทุกส่วนที่เป็นจุดสัมผัสของแบรนด์ (Brand Touchpoints)

**9. รูปร่างสิ่งในทุกอย่าง (Supporting Knowledge)** การออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องมีความรู้เพิ่มในด้านการตลาด การจัดทำหน่วย กระบวนการผลิต การพิมพ์ การบรรจุหีบห่อ และการขนส่ง นอกจากนี้ ยังต้องรู้เรื่องการจดทะเบียนการค้า การแสดงผลภาคเครื่องหมาย อย.

## ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบางแม่หม้าย มีทั้งอาหารคาว ได้แก่ กะปิกุ้งน้ำจืด กุ้งแม่น้ำ ปลาเค็ม ส่วนอาหารหวาน ประกอบด้วย ขนมสาลี ขนมไข่หงษ์ ขนมไข่นกกระสา หมี่กรอบ กระจยาสารท ข้าวเหนียวดำ ข้าวเหนียวขาว เมี่ยงคำ น้ำสมุนไพร์

โดยที่ชุมชน เลือกที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับขนมสาลี ขนมไข่นกกระสา หมี่กรอบ และน้ำสมุนไพร์

### ขนมสาลี



เป็นขนมที่นิยมทำในงานมงคล เนื่องจากมีความฟู ขนมสาลีของชุมชนบางแม่หม้ายจะไม่ใส่ผงฟู แต่จะใช้มะนาวกับเกลือใส่ลงไปในแป้งแล้วตีด้วยไม้ตีจนขึ้นฟู ซึ่งเป็นวิธีแบบโบราณ การอบขนมจะใช้เตาถ่าน ซึ่งจะทำให้สาลีมีความหอมเฉพาะแบบดั้งเดิม อายุของขนมจะเก็บไว้ได้เพียง 3 วัน ซึ่งต้องแช่แข็งไว้ เนื่องจากไม่ใส่สารกันเสียจึงทำให้มีข้อจำกัดเรื่องอายุการเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ของขนมสาลี เป็นถุงพลาสติกมัดยางรัดแกงทั่วๆ ไป โดยปกติจะไม่ทำขาย แต่จะทำเมื่อมีงานบุญที่เป็นมงคล และเมื่อมีนักท่องเที่ยวติดต่อเข้ามาและระบุว่ามีกิจกรรมทำขนมสาลีเท่านั้น



## ขนมไข่นกกระสา



เป็นขนมมงคลที่นิยมทำในงานแต่งงาน เนื่องจากนกกระสาจะมีคู่เพียงตัวเดียว ถือว่าเป็นนกรักเดียวใจเดียว ดังนั้นจึงถือให้นกกระสาเป็นตัวแทนของความรักที่มั่นคงอวยพรคู่บ่าวสาวนั่นเอง ขนมไข่นกกระสา มีลักษณะเหมือนไข่ผ่าครึ่งใบ ส่วนของไข่ขาวจะทำมาจากวุ้น และส่วนของไข่แดงทำมาจากฝอยทอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ในกิจกรรมของการท่องเที่ยวชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวทำเสร็จก็จะให้นักท่องเที่ยววนำกลับไปด้วย

## น้ำสมุนไพร

น้ำสมุนไพร ได้แก่ น้ำกระเจี๊ยบ น้ำอัญชัญ น้ำมะม่วงหาวมะนาวโห่ น้ำมะนาวน้ำผึ้ง น้ำเก๊กฮวย โดยจะนำไปฝากขายตามร้านค้าในชุมชน

## หมี่กรอบ



เป็นขนมของว่างที่สามารถทานได้ทุกที่ทุกเวลา มีรสเปรี้ยวหวาน กรอบ และมีกลิ่นของสมุนไพรทอด ที่ทำให้เมื่อทานหมี่กรอบไปเรื่อยๆ จะไม่เลี่ยนจนเกินไป บรรจุภัณฑ์ของหมี่กรอบ เป็นกล่องพลาสติกทรงกลม ใส ตันทูน รวมสติ๊กเกอร์ จะอยู่ที่ 2.5 บาท ขายส่งเพียงอย่างเดียว ที่ราคากล่องละ 20 บาท มีคนกลางที่สั่งเป็นประจำ ส่วนใหญ่สั่งไปเลี้ยงคนทำบุญและขายในงานเทศกาล ในปัจจุบันมีคำสั่งซื้อทุกวัน มากบ้างน้อยบ้าง โดยเฉลี่ยอยู่ที่วันละ 30 กล่อง







# เทคนิคการพัฒนาบรรจุกิจของชุมชนบางแม่หม้าย

## 1. เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

เพื่อเปิดใจให้ชุมชนยอมรับ โดยใช้ความจริงใจ ตั้งใจจริงที่จะเข้ามาทำงานร่วมกัน ในส่วนนี้จะทำให้ รู้จักชุมชน ว่าใครเป็นใคร ชุมชนมีอะไรเด่น อะไรด้อย การเข้าไปชื่นชมความเป็นอยู่ การใช้ชีวิต และทำกิจกรรม เช่น ทำอาหารทานร่วมกัน



## 2. ความเห็นของทุกคนมีความสำคัญ

เพื่อให้ทุกคนกล้าคิด กล้าแสดงออก ดึงเอาศักยภาพ ที่แท้จริงของแต่ละคนออกมาและสอนให้รู้จักยอมรับ ฟัง ความคิดเห็นของคนอื่น ให้ผู้ที่แสดงความคิดเห็นรู้สึกถึงความสำคัญ ของตนเอง รับรู้ได้ว่าความคิดเห็นของตนเองมีคุณค่า และสุดท้าย จะให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่ให้ทำ โดยการพูดทีละคน ฟัง และคิดในสิ่งที่คนอื่นพูด และการจด บันทึกไว้



### 3. องค์ความรู้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

จริงๆ แล้วต้องดูองค์ความรู้เดิมของชุมชนก่อนว่ามีมากหรือน้อย และใส่องค์ความรู้ อะไรลงไปได้บ้าง ที่บางแม่หม้ายชุมชนมีความรู้ประมาณหนึ่งแต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องเงินทุน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงต้องดูตลาดที่ต้องการขายและแนวคิดร่วมของชุมชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตามเมื่อชุมชนเปิดใจ การเข้าไปดำเนินการให้ความรู้เป็นไปด้วยความสะดวก ชุมชนเต็มใจ และสนุกสนานไปกับการอบรม อาจมีตัวช่วยจากหน่วยงาน สถานศึกษา มีพี่เลี้ยงที่มีความรู้ทางวิชาการในหลายๆ ด้านหรือองค์ความรู้จากสื่อออนไลน์ เช่น ข้อมูลใน Google Youtube หรือความรู้จากสื่อต่างๆ



ฝึกอบรมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์  
ของชุมชนบางแม่หม้าย



### 4. ลงมือปฏิบัติ ลองถูกลองผิด ลองใจ



เพื่อให้ทุกคนได้ลงมือวาด เขียน พับ จีบ ออกไอเดียร์ ทั้งที่เป็นไปได้ และเป็นไปไม่ได้ โดยมีอิสระทางความคิดโดยการกำหนดโจทย์ให้คิด พัฒนา ต่อยอดบรรจุภัณฑ์ที่สนใจทำต้นแบบ และร่วมกันพิจารณาความเป็นไปได้ทดลองนำไปใช้ เช่น ร้านข้าวขาหมูนำใบบัวมารองบนจานก่อนเสิร์ฟลูกค้า เป็นต้น แล้วดูการตอบรับของลูกค้า

### 5. หมั่นทบทวนตนเองอยู่เสมอ

เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนหน้าตามลิตภัณฑ์ เปลี่ยนกลุ่มลูกค้า ขยายตลาด เพิ่มมากขึ้น และเพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์ดูล้าสมัยในสายตาลูกค้า โดยการสอบถามความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ทุกปี ประชุมปรึกษาหารือเชิญผู้มีความรู้เข้าร่วมพิจารณาปรับปรุงโดยกำหนดระยะเวลา 3 ปี 5 ปี เป็นต้น ให้รางวัลบรรจุภัณฑ์ชุมชนยอดเยี่ยมที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ตอบโจทย์ลูกค้า และสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ เป็นต้น



# กระบวนการการบริหารจัดการที่פק สัมพันธ์วัฒนธรรม



ปัจจุบันชุมชนบางแม่หม้าย ได้มีการจัดกลุ่มอาชีพเพื่อ  
การท่องเที่ยวขึ้น ได้แก่ กลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์  
กลุ่มจักสาน กลุ่มไม้กวาด กลุ่มรถอีแต่น กลุ่มพายเรือ กลุ่มขนมหวาน  
และอาหาร และกลุ่มนวดแผนโบราณ โดยแต่ละกลุ่มมีการช่วยเหลือ  
และพึ่งพาซึ่งกันและกัน โดยกลุ่มโฮมสเตย์มีการรวบรวมสมาชิก  
ได้ทั้งสิ้น 12 หลังคาเรือน และได้จัดตั้งกลุ่มโดยใช้ชื่อกลุ่มว่า  
“กลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์” โดยกระบวนการ  
บริหารจัดการนั้นเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในกลุ่ม  
เรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์และกลุ่มชาวบ้าน ผ่านการ  
จัดการความรู้ในการบริหารจัดการที่פקสัมพันธ์วัฒนธรรมของ  
ชุมชน



# รูปแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์



## เรือนเดี่ยว

คือ เรือนที่ยกพื้น ใต้ถุนสูง  
สูงจากพื้นดินเสมอศีรษะคนยืน  
หลังคาทรงสูง ชายคายื่นยาว

## เรือนหมู่

คือ เรือนหลายหลังซึ่งปลูกอยู่ในที่เดียวกัน  
สมัยก่อนลูกชายแต่งงานส่วนใหญ่จะไปอยู่บ้าน  
ผู้หญิง ส่วนลูกผู้หญิงจะนำเขยเข้าบ้านจะอยู่เรือน  
หลังย่อมกว่า เรือนหลังเดิมเรียกว่า “หอกกลาง”  
ส่วนเรือนนอกเรียกว่า “หอรื” และ “หอกวาง”



## เรือนไทยประยุกต์

คือ เรือนที่สร้างด้วยไม้ผสมปูน  
ใต้ถุนสูง เพื่อใช้พื้นที่ใต้ถุนไว้พักผ่อน  
และทำกิจกรรมภายในครอบครัว



## บ้านเดี่ยว

รูปทรงทันสมัยที่มีการตกแต่งที่สวยงาม



## การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

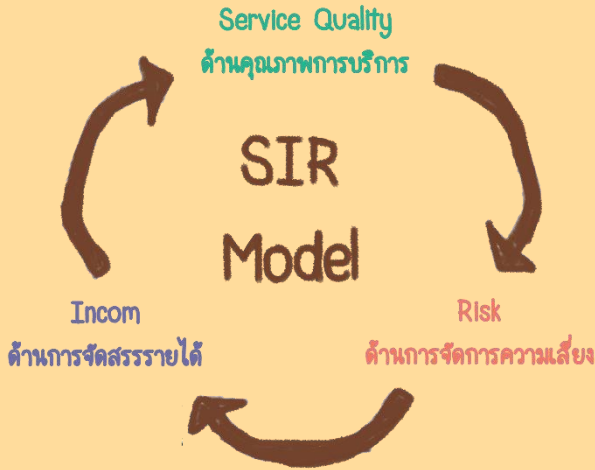
ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีการจัดตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบประกอบไปด้วยประธาน เลขา เหรัญญิก คณะกรรมการด้านประชาสัมพันธ์ ด้านการต้อนรับ ด้านปฏิคม ด้านเครื่องเสียง ด้านเทคโนโลยี และด้านสถานที่ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานจากภาครัฐเข้ามาสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ

โครงสร้างการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์การบริการโฮมสเตย์ของกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ 1 คืน 350 บาท/ท่าน ประกอบด้วย การบริการที่พัก 1 คืน อาหารเย็นและอาหารเช้า หากนักท่องเที่ยวต้องการทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น นั่งรถอีแต่น พายเรือ สาธิตทำอาหารและขนมสาลี การทำไม้กวาด สามารถติดต่อโปรแกรมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้ที่ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ ซึ่งประธานกลุ่มจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานให้กับหัวหน้ากลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ต่อไป



## การจัดการที่พับแบบ SIR

การจัดการความรู้การบริหารจัดการที่พับสัมพันธ์วัฒนธรรมโดยชุมชนบางแม่หม้ายแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้ครบองค์ประกอบของการท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้ชุมชนเกิดรายได้ มีความมั่นคง และเกิดความยั่งยืน โดยการบริหารจัดการที่พับสัมพันธ์วัฒนธรรม เป็นการเข้ามาจัดการระบบการบริหารงาน การบริหารคน การบริหารเงิน และการบริหารกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระหว่างเข้าพัก โดยใช้การประเมิน วิเคราะห์ สังเคราะห์ และปรับปรุงเพื่อให้ระบบบริหารจัดการที่พับที่เหมาะสมกับชุมชนมากที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงและลดความขัดแย้งที่จะนำไปสู่ความแตกแยกของชุมชน เรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ได้ร่วมสร้างแผนการการบริหารจัดการที่พับสัมพันธ์วัฒนธรรม โดยใช้ชื่อว่า SIR Model กระบวนการบริหารจัดการที่พับสัมพันธ์วัฒนธรรมชุมชนบางแม่หม้าย ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ ด้านการจัดสรรรายได้ ด้านการจัดการความเสี่ยง และด้านคุณภาพการบริการ



SIR Model กระบวนการบริหารจัดการที่พับสัมพันธ์วัฒนธรรมชุมชนบางแม่หม้าย

## ด้านการจัดสรรรายได้

การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีการจัดตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบ ประกอบไปด้วย ประธาน เลขา เทรินูญิก คณะกรรมการด้านประชาสัมพันธ์ ด้านการต้อนรับ ด้านปฎิคม ด้านเครื่องเสียง ด้านเทคโนโลยี และด้านสถานที่ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานจากภาครัฐ เข้ามาสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดสรรรายได้จากการบริการโฮมสเตย์ดังนี้



## ด้านการจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่สามารถจะเกิดขึ้นกับกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ได้ 6 ข้อดังนี้

- 🌿 ความเสี่ยงด้านการเงิน
- 🌿 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย
- 🌿 ความเสี่ยงด้านการรักษามาตรฐานโฮมสเตย์
- 🌿 ความเสี่ยงด้านการบริหารบ้าน
- 🌿 ความเสี่ยงด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต
- 🌿 ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

## ด้านคุณภาพการบริการ

- 🍃 ลักษณะทางกายภาพ
- 🍃 ความน่าเชื่อถือ
- 🍃 การตอบสนองต่อลูกค้า
- 🍃 ความเชื่อมั่น
- 🍃 การเอาใจใส่

กระบวนการการจัดการความรู้การบริหารจัดการที่พหุสัมพันธ์วัฒนธรรมโดยชุมชนบางแม่หม้ายแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่พัฒนาด้านการบริการ การจัดสรรรายได้ และการจัดการความเสี่ยง ที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในชุมชนโดยเฉพาะ ซึ่งพื้นฐานของแต่ละชุมชนนั้นมักแตกต่างกันออกไปแต่สามารถนำชุมชนบางแม่หม้ายโมเดลและระบบบริหารจัดการที่สร้างขึ้นไปปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชนที่ต้องการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้

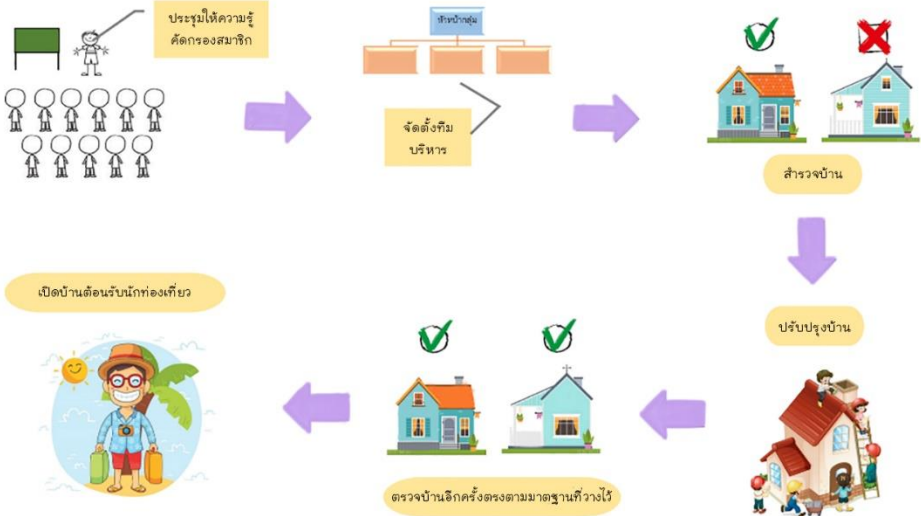
## การศึกษาดูงานจากชุมชนต้นแบบ

รูปแบบการบริหารจัดการนั้นเกิดจากการตกลงร่วมกันของคนในชุมชน โดยมีการศึกษาต้นแบบจากหลากหลายพื้นที่ เป็นหนึ่งในกระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาโฮมสเตย์ ทำให้ชุมชนเห็นภาพจริง ได้สัมผัสจริง นำไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบโฮมสเตย์ตนเองผ่านการศึกษาดูงาน มีการนำข้อผิดพลาดมาปรับปรุงและนำไปใช้กับพื้นที่ตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนาที่พักโฮมสเตย์และคุณภาพการบริการ





## กระบวนการพัฒนาที่พักโฮมส



๐ ๐ ๐ ๐ ๐ ๐ ๐

- ประชุมให้ความรู้/ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดทำบ้านพักเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ค้นหาสมาชิกตามความสมัครใจ
- จัดตั้งกลุ่มที่พักและวางแผนงาน
- สำรวจบ้านสมาชิกโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานที่จัดทำขึ้น
- เมื่อสำรวจแล้วหากไม่ผ่านเกณฑ์จะต้องปรับปรุงแก้ไข เช่น ที่นอนไม่เพียงพอ อากาศไม่ถ่ายเท ห้องน้ำไม่สะอาด พื้นที่โดยรอบรกรุงรัง สัตว์เลี้ยง กลิ่นรบกวน
- สมาชิกกลุ่มกลับมาตรวจสอบบ้านอีกครั้งหากได้ตรงตามมาตรฐานก็สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวได้
- เมื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวแล้วสมาชิกต้องหมั่นตรวจสอบบ้านและการบริการให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

## การบริหารจัดการกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

โครงสร้างการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์การบริการโฮมสเตย์ของกลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ประกอบด้วย การบริการที่พัก 1 คืน อาหารเย็นและอาหารเช้า หากนักท่องเที่ยวต้องการทำกิจกรรมอื่นๆเช่น นั่งรถอีแต่น พายเรือ สานิดทำอาหาร และขนมสาเลี การทำไม้กวาด สามารถติดต่อโปรแกรมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้ที่ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ ซึ่งประธานกลุ่มจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานให้กับหัวหน้ากลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ต่อไป



การบริหารจัดการที่พักควรคำนึงถึงความสามารถของสมาชิก ความถนัดของสมาชิก โดยสมาชิกทุกคนต้องเห็นชอบร่วมกันและควรจัดให้มีการหมุนเวียนเป็นวาระเพื่อลดการขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ประกอบไปด้วย ประธานกลุ่ม เลขานุการ เหรัญญิก ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายปฏิคม ฝ่ายเครื่องเสียง ฝ่ายเทคโนโลยี และฝ่ายสถานที่ โดยแต่ละฝ่ายจะเป็นชาวบ้านในชุมชนและสมาชิกกลุ่มที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่จัดตั้งขึ้น โดยแต่ละฝ่ายจะมีหน้าที่ดังนี้

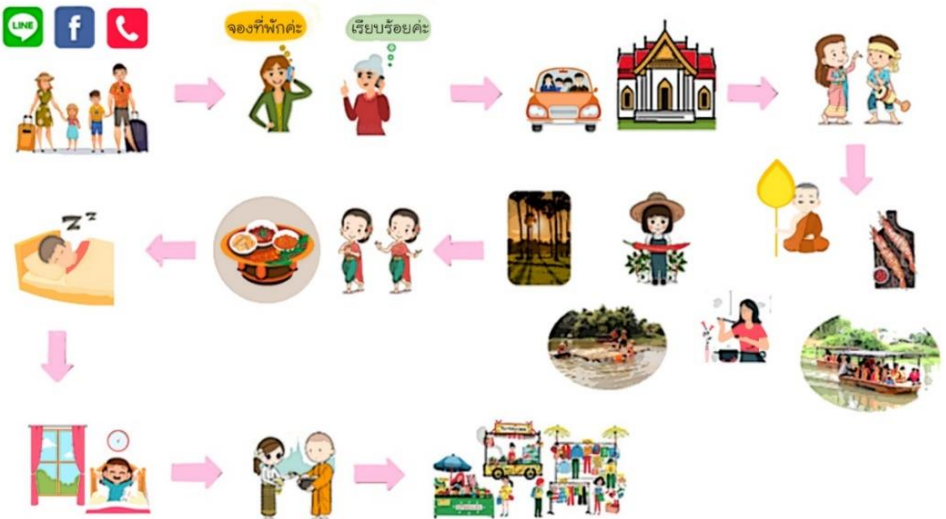
- **ประธาน** ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมให้เกิดความเรียบร้อย ควบคุมดูแลสมาชิกกลุ่ม และดำเนินงานตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ
- **เลขานุการ** ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยประธาน คัดกรองสมาชิกกลุ่ม รับจองที่พัก ติดต่อประสานงานระหว่างนักท่องเที่ยวกับสมาชิกกลุ่ม
- **ฝ่ายเหรียญ** ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับงบประมาณ รายรับ-รายจ่าย การชำระเงินค่าที่พัก การจัดสรรรายได้ และรายงานผลต่อที่ประชุมทุกครั้งเหมือนเสร็จสิ้นกระบวนการพักผ่อน หรือรายงานผลทุกครั้งที่มีการประชุมเพื่อความโปร่งใส
- **ฝ่ายประชาสัมพันธ์** ทำหน้าที่แจ้งข่าวสารของชุมชนออกสู่โลกภายนอก ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ รูปภาพ วิดีโอ บนสื่อออนไลน์ ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนของเรา และแจ้งข่าวสารภายในชุมชน
- **ฝ่ายต้อนรับ** ทำหน้าที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวและแขกผู้มาเยือนตั้งแต่มาถึงชุมชน มอบความบันเทิงจากการแสดง การสนทนา รอยยิ้ม ด้วยไมตรีจิต
- **ฝ่ายปฎิคม** ทำหน้าที่โดยดูแลอำนวยความสะดวกทั้งอาหาร เครื่องดื่ม กิจกรรมการเดินทางภายในชุมชน มอบความบันเทิง ด้วยไมตรีจิต จนกระทั่งนักท่องเที่ยวกลับไป
- **ฝ่ายเครื่องเสียง** ทำหน้าที่ติดตั้งเครื่องเสียงที่จำเป็นต่อการทำกิจกรรม การเป็นพิธีกรและโฆษกของชุมชน
- **ฝ่ายเทคโนโลยี** ทำหน้าที่ติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และสื่ออื่นๆ ออกแบบสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ ถ่ายภาพในระหว่างนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมต่างๆ
- **ฝ่ายสถานที่** ทำหน้าที่ดูแลพื้นที่ในชุมชนให้เกิดความเรียบร้อย จัดระเบียบชุมชนที่จอดรถ ห้องน้ำ การจัดการขยะ สัตว์เลี้ยง ถนน พื้นที่กิจกรรม

# มานอนโฮมสเตย์แล้วได้สัมผัสประสบการณ์อะไรบ้าง

บางคนอาจสงสัยว่าทำไมถึงเลือกพักโฮมสเตย์ เราจะบอกอะไรให้...

เพราะโฮมสเตย์ไม่ได้เป็นเพียงแค่บ้านที่มีแต่ที่นอน หมอน มุ้ง แต่โฮมสเตย์คือ บ้านที่มันมีวัฒนธรรม กิจกรรม ความรู้ รวมอยู่ในนั้น ถ้าอยากลองมีความสุขจากการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ลองเปิดใจมาพักในชุมชน บางแห่งหม้ายซัก 1 คืน จะมาที่นี่ไม่ยากมีหลายช่องทางการติดต่อ เลือกเอาตาม ที่ท่านสะดวก ระบุจำนวนวัน จำนวนคน เรื่องอื่นๆ พวกเราชาวบางแม่หม้าย จะจัดการให้ท่านเอง


## กระบวนการจัดการที่พักเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์



- ติดต่อของที่พักได้หลายช่องทาง Line Facebook และโทรศัพท์
- จองและวางมัดจำและนัดหมายกำหนดการ
- เดินทางไปเจอกัน ณ วัดอาน ต.บางใหญ่ อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี
- พวกเราจะแสดงรำกลองยาวต้อนรับแขกผู้มาเยือน และพาท่านไปรู้จักกับชุมชนของเรา ไปไหว้พระ ไปทอเสื่อ ไปทำขนมสาเลี ไปทำการเกษตร ไปล่องเรือ ไปทำไม้กวาดร้อยปี ไปดูพระอาทิตย์ตกที่ทุ่งนาที่สวยงามที่สุดเพราะเห็นทิวทัศน์ต้นตาลสุดลูกหูลูกตา
- ตกเย็นเรามีการแสดงของชุมชน อาหารอร่อยๆ ไว้ให้ทุกท่านได้รับประทาน และพักผ่อนตามอัธยาศัย
- เมื่อรับประทานอาหารเสร็จเจ้าบ้านจะพาท่านไปยังบ้านพักที่เตรียมที่นอนหมอน มุ้ง ไว้ให้ทุกท่านพักผ่อนและหลับอย่างเต็มอิ่ม
- ในเช้าตรู่ เจ้าบ้านจะเตรียมอาหารเช้าใส่บาตรและทำรับประทาน ท่านสามารถร่วมทำอาหารกับเจ้าบ้านได้ และนำอาหารไปใส่บาตรหรือทำบุญที่วัดบางแม่หม้าย
- ก่อนกลับบ้านท่านสามารถแวะซื้อของฝากและของที่ระลึกได้ที่ตลาดนัดวัดอาน และร้านค้าชุมชน...แล้วพบกันนะครับ



# การพัฒนาการตลาด เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



การจัดการความรู้การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือสำคัญอันดับแรกในการพัฒนาชุมชนที่ก่อให้เกิดการมีรายได้ ความมั่นคง และความยั่งยืน ชุมชนแต่ละชุมชนมีบริบทและปัจจัยที่แตกต่างกันออกไป ทั้งแหล่งท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก ที่พักอาศัย กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ ทำให้การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนจำเป็นต้องมีรูปแบบเฉพาะที่เหมาะสม การจัดการความรู้ในการพัฒนาการตลาดจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความรู้ ความเข้าใจในวิธีการทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว อย่างถูกต้องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ยกกระดับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ ผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพิ่มประสิทธิภาพ ให้กับชุมชนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาคนในชุมชน เป็นเสมือนเข็มทิศในการพัฒนาชุมชน บางแห่งช่วยให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน



## เรื่องราวการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย

ชุมชนบางแม่หม้าย มีกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของชุมชน ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มศึกษาดูงาน และกลุ่มที่ทางองค์กรมีการจัดโปรแกรมให้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์วิถีชีวิตชุมชน โดยชุมชนมีการรวบรวมสถิติของนักท่องเที่ยวในแต่ละเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน มีการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งมีการประชุมวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด ช่องทางการประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนบางแม่หม้าย มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ของชุมชน ได้แก่ แผ่นพับท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย สื่อออนไลน์และสื่อ Social Media ได้แก่ Website Facebook ภายใต้อีเมลบางแม่หม้ายเรือนไทยโฮมสเตย์ รายการโทรทัศน์ เช่น รายการชื่นใจไทยแลนด์ ช่องอมรินทร์ทีวี การออกบูธ

### รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย (เดิม)



แผ่นพับ/โบรชัวร์



สื่อออนไลน์/Social Media



รายการโทรทัศน์



ตลาดวัฒนธรรมวัดอาน



ภาคีเครือข่าย

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวกลับมีจำนวนน้อยลง ขาดความต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา หรือไม่เป็นที่นิยมเหมือนเดิม ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ๆ บริเวณใกล้เคียงเกิดขึ้นมาอย่างรวดเร็ว สถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อหลายประการ อาทิ ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้รายได้ลดลงจากเดิมมาก นักท่องเที่ยวลดลงอย่างน่าใจหาย กล่าวโดยสรุปได้ว่าชุมชนบางแม่หม้ายกำลังประสบปัญหาด้านการตลาด ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ช่องทางการตลาดไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายคุณภาพที่ชุมชนต้องการ ขาดการเชื่อมโยงกิจกรรมทางการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย รวมถึงทั้งยังขาดการสื่อสารภาพลักษณ์เอกลักษณ์ชุมชนบางแม่หม้ายที่ไม่ชัดเจน ขาดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัด โครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ขาดการสนับสนุนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป



## กระบวนการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กระบวนการจัดการความรู้การพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบางแม่หม้าย ใช้เครื่องมือทางการตลาดที่นำไปสู่การเชื่อมโยงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเฉพาะ โดยมีเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

### 1. การรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลต่างๆ



เป็นการเก็บรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลความรู้ต่างๆ ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของชุมชนบางแม่หม้ายที่จำเป็น และข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งแบบข้อมูลเบื้องต้นและแบบข้อมูลเชิงลึก ทำความเข้าใจแนวโน้มสถานการณ์ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน และเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการที่ได้ไปสัมผัส โดยศึกษาจากการสอบถาม สัมภาษณ์ การเขียนข้อความ เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรม ความต้องการ และความพึงใจของนักท่องเที่ยวที่แท้จริง รวมถึงรวบรวมข้อมูลปัญหาที่พบในการดำเนินงานและแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆ

### 2. การประชุมระดมสมองจากภายในชุมชน

เป็นกระบวนการที่ให้คนในชุมชนบางแม่หม้ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน พร้อมทั้งร่วมกำหนดแนวทางการแก้ไขและปฏิบัติร่วมกัน ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของชุมชน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เป้าหมายในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับชุมชนบางแม่หม้าย

### 3. การประชุมระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง



เป็นการระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการตลาด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ภาควิชาการ เข้ามาถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และประสบการณ์การจัดการด้านการตลาดของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เปรียบเสมือนเป็นที่ปรึกษาคอยแนะนำอย่างใกล้ชิด หรือเป็นที่ปรึกษาในการช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

### 4. การบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภายในและภายนอก

ในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาคีด้านการท่องเที่ยวและชุมชน การส่งเสริมการตลาดร่วมกับเครือข่ายทางการท่องเที่ยว สร้างพันธมิตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงช่องทางการสื่อสารการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ให้ได้รับรู้ข้อมูลของชุมชน เพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจให้กับกลุ่มเป้าหมายและสร้างลูกค้ารายใหม่ๆ เพราะการทำงานด้านการตลาดจะต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญจากหลายๆ ด้าน มาแลกเปลี่ยนประสบการณ์และทำงานร่วมกันจึงจะสำเร็จ

### 5. การเรียนรู้จากชุมชนต้นแบบ

จากการศึกษาดูงานการจัดการด้านการตลาดทำให้ชุมชนบ้านแม่หม้ายได้มีประสบการณ์ในการเรียนรู้ยังชุมชนต้นแบบ ณ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ที่ได้รับการยอมรับระดับประเทศและนานาชาติ ซึ่งจากการเรียนรู้และการศึกษาดูงานในชุมชนด้านการตลาดเชิงรุกของชุมชนบ้านนาต้นจั่น ปัจจัยหลักคือ ความเข้มแข็งของกลุ่มหรือแกนนำทางการท่องเที่ยวในชุมชนที่จะต้องมีความมุ่งมั่นและทิศทางการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะส่งผลให้การบริหารจัดการและการนำเสนอภาพลักษณ์การตลาดของชุมชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความชัดเจน

## 6. การถอดบทเรียนการปฏิบัติงาน

เป็นการให้สมาชิกในชุมชนบางแม่หม้ายได้สะท้อนความคิดเห็นหรือความรู้สึกกับการดำเนินงานที่ผ่านมาว่ามีจุดอ่อน ปัญหา อุปสรรค และข้อควรต้องแก้ไขอย่างไรให้ดีขึ้น



เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขในการทำงานในครั้งต่อไป ชุมชนบางแม่หม้ายจะได้เรียนรู้การทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เกิดการเรียนรู้จนสามารถได้องค์ความรู้ใหม่ๆ ของชุมชนบางแม่หม้าย

## 7. การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

สิ่งสำคัญของกระบวนการทางการตลาดคือการมุ่งเน้นการสื่อสารทางการตลาดผ่านความสุขจากตัวชุมชนเอง และมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ “ความสุข” ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นเอง นอกจากนี้กระบวนการตลาดนี้ยังเป็นรูปแบบการตลาดที่ชุมชนสามารถพัฒนารูปแบบและกระบวนการทางการตลาดได้ด้วยตนเองอย่างไม่หยุดนิ่งและก่อให้เกิดความยั่งยืน อีกทั้งยังสื่อสารกับสมาชิกในชุมชนบางแม่หม้ายให้รับรู้กลยุทธ์ด้านการตลาดได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง เกิดความเข้าใจและเห็นประโยชน์ในการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยวร่วมกัน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสมาชิกให้เข้ามามีส่วนร่วมและเกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง



เรียนรู้จากชุมชนต้นแบบ



## ปัจจัยสู่ความสำเร็จการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าและประการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ที่มากกว่าการซื้อขายแลกเปลี่ยนแบบทั่วไป เพราะฉะนั้นการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ของชุมชนบางแม่หม้ายที่จะนำสู่ความสำเร็จประกอบด้วย 7 องค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

### 1. ผู้นำและทีมงานที่ดีมีคุณภาพ

ผู้นำและทีมงาน ต้องเป็นแบบอย่างที่ดี เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนอย่างจริงจัง สม่าเสมอและต่อเนื่อง มีความรู้ ทักษะ ความอดทน มีความสามารถและทัศนคติที่ดีเป็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในทุกกระดับ และมีการสื่อสารกับสมาชิกในชุมชนอย่างสม่าเสมอและหลายช่องทาง เป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในชุมชน และพร้อมจะร่วมแก้ไขปัญหาไปด้วยกัน





## 2. เข้าใจนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

ชุมชนต้องมีความเข้าใจนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ชุมชนบางแห่งหม้ายอย่างลึกซึ้ง ที่จะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวให้เกิดประสบการณ์และความพึงพอใจสูงสุด นักท่องเที่ยวไม่ได้ต้องการ ซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียวหรือการมาเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวมันๆ แต่เขา ต้องการประโยชน์จากสินค้าและบริการในรูปแบบต่างๆ เช่น ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ๆ ได้ลองทำสิ่งแปลกใหม่ ความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรม ชุมชน การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรภายในชุมชน เป็นต้น ข้อควรระวัง ที่สำคัญของการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน คือการไม่เข้าใจ ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ชุมชนล้วนมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งชุมชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวได้ทุกคนชุมชน จำเป็นต้องมีจุดยืนและนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยว ของชุมชนที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างแท้จริง



### 3. กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

สินค้าและบริการ  
(Product)

การตั้งราคา  
(Price)

ช่องทางการ  
ประชาสัมพันธ์  
(Place)

การส่งเสริมทาง  
การตลาด  
(Promotion)

การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเป็นกุญแจนำไปสู่เป้าหมายที่ชุมชนตั้งเป้าหมายไว้ เพราะฉะนั้นการวางแผนกลยุทธ์การตลาดจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ การวางตำแหน่งทางการตลาดและสร้างจุดยืน การกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าใครมาเที่ยว และเค้ามาเที่ยวเพราะอะไร แล้วเรามีอะไรให้เค้าท่องเที่ยวบ้างบนพื้นฐานทรัพยากรของชุมชน ผสานกับการใส่ความคิดสร้างสรรค์และความใส่ใจในรายละเอียดเข้าไปที่สอดคล้อง

กับอัตลักษณ์ของชุมชน จะทำให้กลายเป็นจุดขายหรือกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนบางแม่หม้ายยึดกรอบแนวคิด 4Ps ในการวางแผนการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย

## สินค้าและบริการ (Product)

ด้านสินค้าและบริการสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว  
ที่ให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ เรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์  
ที่เป็นเรือนไทยชุดหนึ่งในประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ  
และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากร  
ของชุมชนเป็นทุนในการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์  
ได้แก่ ไม้กวาดร้อยปีบางแม่หม้าย ที่สามารถเป็นของฝากของ อาหารพื้นถิ่น  
อัยาศัยไมตรีของชาวบ้าน เป็นต้น

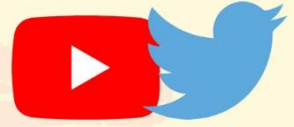


## ราคา (Price)

ราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจะแตกต่างจากราคาทั่วไป  
ชุมชนเป็นผู้กำหนดราคาตามกิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ โดยราคา  
ต้องเป็นธรรมทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว เหมาะสมกับโปรแกรมการท่องเที่ยวและ  
คุณภาพของกิจกรรมในชุมชน อาจเสนอขายโปรแกรมเป็นราคาแบบเหมารวมหรือ  
แบบแยกซื้อ และจะต้องมีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า โดยนักท่องเที่ยวต้องเป็น  
คนตัดสินใจซื้อด้วยความสมัครใจ



## ช่องทางจัดจำหน่าย (Place)



ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องสามารถเข้าถึงง่ายรวมถึงวิธีการที่จะนำผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจากชุมชนไปเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม อาจเป็นการขายตรงให้กับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ที่หลากหลายช่องทางเหมาะสม กับลักษณะการใช้งานของนักท่องเที่ยว เช่น Line Website Facebook Instagram Twitter Youtube เป็นต้น และต้องมีแอดมินให้บริการข้อมูลข่าวสารต่อนักท่องเที่ยว ตลอดเวลา ไม่ทิ้งระยะเวลานานเกินไปเมื่อนักท่องเที่ยวสอบถามข้อมูลสินค้าและบริการ รวมถึงช่องทางการขายให้กับบริษัทตัวแทนทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว หรือช่องทางผ่านภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวในการนำโปรแกรมไปเสนอขาย โดยสามารถ ซื้อสินค้าและบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว รวมถึงช่องทางการรับข่าวสารข้อมูล ของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ

## การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ (Promotion)



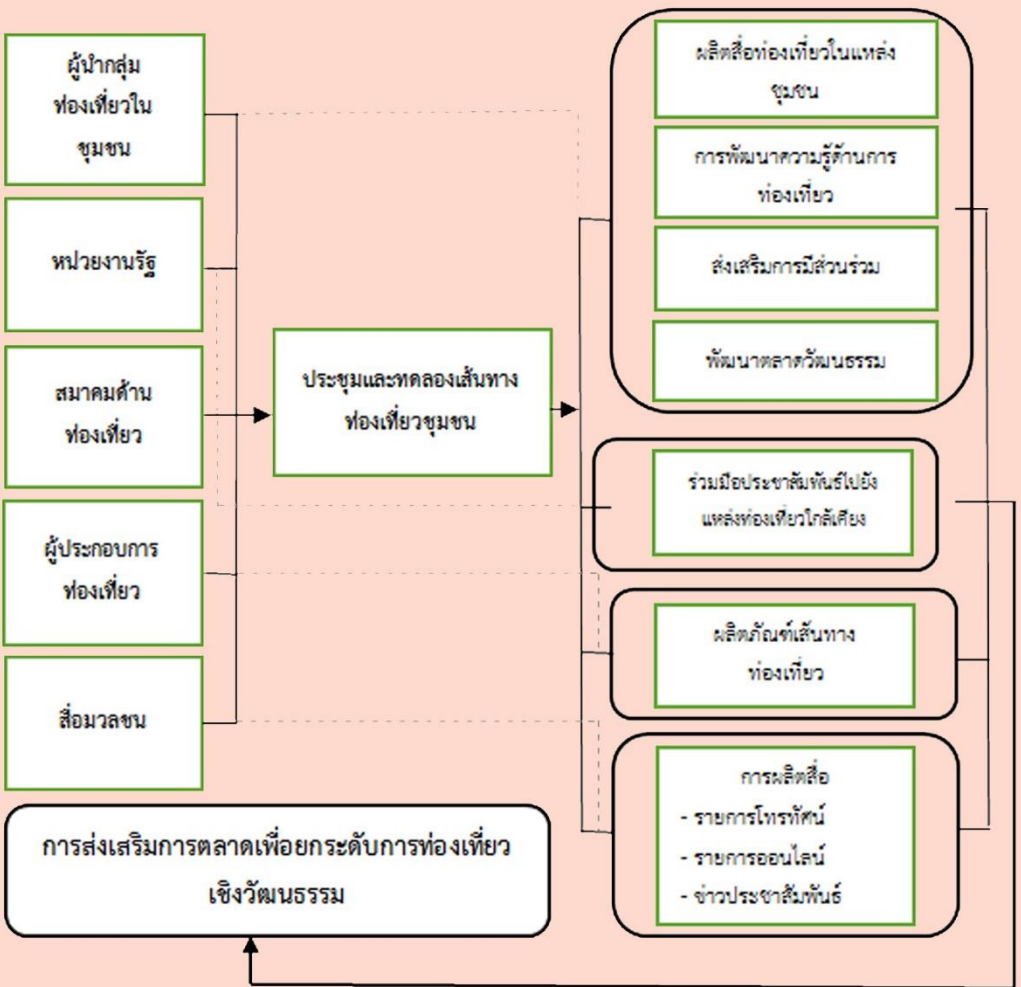
การส่งเสริมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ โดยชุมชนร่วมกับเครือข่ายทางการท่องเที่ยว สร้างพันธมิตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจและการรับรู้ที่ดีต่อชุมชนและช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายตรง ภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน โดยการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการในกลุ่มพันธมิตรร่วมกัน เมื่อมาซื้อสินค้าและบริการที่ใดที่หนึ่ง เช่น การซื้อบริการที่พักในกลุ่มพันธมิตรสามารถนำมาเป็นส่วนลดราคาอาหารได้ จัดงานเทศกาลประจำปีด้านการท่องเที่ยว หรือเทศกาลอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมาร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์

## 4. การเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่าย

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชุมชน คือ การสร้างคุณค่าและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว การที่จะสร้างคุณค่า และประสบการณ์ที่แท้จริงและยั่งยืนต้องเกิดจากหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่ต้องร่วมมือกัน อย่างจริงจังและมีแผนการพัฒนาที่ชัดเจนสามารถปฏิบัติได้ การเชื่อมโยงการตลาด การท่องเที่ยวชุมชนบางแห่งมั้ยกับภาคีเครือข่ายของชุมชน จะเข้ามามีส่วนร่วม ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด อาทิ สินค้าและการบริการ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ในการผสมผสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขัน อย่างเช่น 1) การตลาดเชิงเดี่ยวผ่านการจัดการโดยชุมชน และ 2) การตลาดแบบเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยมีจุดขายร่วมกันเป็นต้น จะส่งผล ให้เกิดการขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ผ่านภาคี เครือข่าย และเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น







จาก **ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน** มีหน้าที่ส่งเสริมการผลิตสื่อท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน การพัฒนาความรู้ด้านการท่องเที่ยวให้คนในชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในพื้นที่เพื่อให้เกิดการสืบทอดและความยั่งยืน พัฒนาตลาดวัฒนธรรมของชุมชน **หน่วยงานรัฐและสมาคมด้านท่องเที่ยว** มีหน้าที่สร้างความร่วมมือหน่วยงานต่างๆ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักใกล้เคียงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว **ผู้ประกอบการท่องเที่ยว** มีหน้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเสนอขายลูกค้าตามกลุ่มเป้าหมายขององค์กร และ**สื่อมวลชน** มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร จัดทำรายการทางสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ซึ่งเมื่อการดำเนินการดังกล่าวเป็นไปตามขั้นตอนแล้วจะเกิดรูปแบบการส่งเสริมการตลาด เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนที่เป็นรูปธรรม



## 5. การเล่าเรื่องชุมชน



การเล่าเรื่องชุมชนเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งการเล่าเรื่องจะเป็นการสร้างจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงความสำคัญของชุมชน เป็นการนำเสนอเรื่องราว ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่น การประกอบอาชีพ เรื่องเล่า ตำนาน รวมถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนบางแห่งด้วย นักท่องเที่ยวจะได้เห็นคุณค่าที่ได้รับจากชุมชนบางแห่งที่ไม่สามารถหาได้จากที่ใด การเล่าเรื่อง อาจเป็นการเล่าเรื่องต่อหน้านักท่องเที่ยว หรือการใส่ข้อมูลเชิงคุณค่าเข้าไปในสื่อออนไลน์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากเข้ามาสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ

## 6. การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ



การตลาดในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ชุมชนต้องเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย การทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีความหลากหลายของชุมชนบางแห่งด้วย ต้องมีความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ การเชื่อมโยงการตลาดกับผู้ประกอบการโดยตรง โดยเสนอถึงความมีเอกลักษณ์ของชุมชน ที่มีอยู่หนึ่งเดียวในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น ภูมิปัญญาไม้กวาดร้อยปี หลวงพ่อจันทรงชี (วัดอาน) วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชนบางแห่ง มิตรไมตรีของผู้คน เป็นต้น

## 7. การมีส่วนร่วมและความสามัคคี

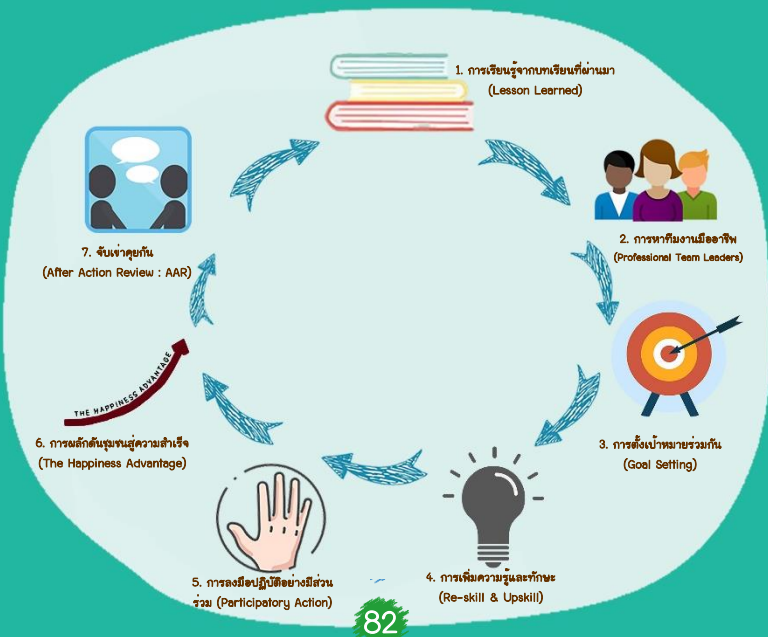
การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่อาจมองข้ามไปได้ ความร่วมมือในมิติด้านต่างๆ ของสมาชิกในกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาชีพ กลุ่มตลาดวัดอาน กลุ่มไม้กวาด ร้อยปี กลุ่มรถอีแต่น กลุ่มจักรสาน เป็นต้น เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรียนรู้ เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูล ร่วมกันสร้างความสุขซึ่งกันให้แกกัน จะเป็นการสร้างความสามัคคีและเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการด้านการตลาด การท่องเที่ยว อย่างเช่นการส่งเสริมการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่อยู่ในพื้นที่ ให้เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนบางแห่งหม้าย ในมิติด้านเทคโนโลยีการทำสื่อและการประชาสัมพันธ์





# ระบบและกลไกการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ระบบและกลไกในการบริหารจัดการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญที่จะสามารถทำให้การจัดการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งนั้นประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ดังนั้นการมีระบบและกลไกในการบริหารจัดการที่ดีย่อมนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีด้วยเช่นกัน และเมื่อชุมชนใดประสบความสำเร็จในการใช้ระบบและกลไกที่ดีแล้วนั้น สิ่งที่จะทำให้เกิดประโยชน์ได้ในวงกว้างหรือการเป็นต้นแบบการเรียนรู้ให้กับชุมชนอื่น ๆ ก็คือ การจัดการความรู้ (KM) ซึ่งชุมชนบางแห่งนั้นก็ได้มีการจัดการความรู้เกี่ยวกับระบบและกลไกการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนที่สามารถจำแนกตามเครื่องมือการจัดการความรู้ได้ 7 รูปแบบ ได้แก่



# 1. การเรียนรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา (Lesson Learned)



ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น สิ่งที่ชุมชนต้องกลับมาหันมาคุยกันอีกครั้งก็คือ 1) การจัดการทุนทรัพยากรที่มีในชุมชน 2) การจัดการทุนมนุษย์ของชุมชน และ 3) การจัดการกับทุนประสบการณ์ที่ผ่านมาของชุมชน

เมื่อชุมชนวิเคราะห์ถึงความสำเร็จและข้อผิดพลาดที่ผ่านมาในอดีตได้แล้วก็จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาวางแผน

เพื่อจะได้ปฏิบัติงานโดยใช้ฐานจากประสบการณ์เดิมที่มีในอดีตมาเป็นตัวกำหนดหรือเป็นตัวตั้งเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดและทำให้ชุมชนได้มีการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน



# 2. การหาทีมงานมืออาชีพ (Professional Team Leaders)



เป็นการรวมตัวกันของผู้ที่มีประสบการณ์สูงและมีความเชี่ยวชาญชำนาญในการบริหารจัดการชุมชน ดังนั้น

ในการที่ชุมชนจะเริ่มมีการพัฒนาตนเองนั้นจึงควรมีการหาทีมงานซึ่งมีที่มาจากทั้งภายในและภายนอกมาร่วมทีมเพื่อใช้ประสบการณ์ที่มีของทีมงานมาร่วมกันพัฒนาได้อย่างตรงจุดตรงเป้าหมายโดยชุมชนสามารถหาทีมงานในมิติต่างๆ ได้ดังนี้

- 1 **ทีมชุมชน** ประกอบด้วยคนในชุมชนเองที่มีหน้าที่ตามฝ่ายต่างๆ
- 2 **ทีมจากหน่วยงาน** ไม่ว่าจะเป็นพัฒนาชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบล เกษตรอำเภอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น
- 3 **ทีมผู้ประกอบการ** ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก
- 4 **ทีมวิชาการ** ที่สามารถนำองค์ความรู้มาช่วยในการพัฒนาชุมชนได้ เช่น มหาวิทยาลัยในพื้นที่ โหนดวิจัยท้องถิ่น เป็นต้น
- 5 **ทีมการตลาด** ซึ่งเป็นทีมที่จะสามารถช่วยให้ชุมชนสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวความหมายได้แก่ นักข่าวท้องถิ่นสำนักข่าวหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ในจังหวัด เป็นต้น



### 3. การตั้งเป้าหมายร่วมกัน (Goal Setting)

เมื่อทุกคนมารวมตัวกันพร้อมแล้วตั้งนั้นชุมชนจึงควรตั้งเป้าหมายร่วมกันเพื่อแสดงถึงจุดมุ่งหมายที่ชุมชนต้องการอยากจะทำให้ตัวเองประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การตั้งเป้าหมายร่วมกันโดยชุมชนสามารถทำได้ด้วยวิธีการดังนี้



- กำหนดสิ่งที่ตั้งใจจะทำในปีให้สำเร็จ
- การวางแผนงานรายการกำหนดผู้รับผิดชอบงานนั้นๆ
- การหาแหล่งทุนในช่องทางต่างๆ หนึ่งไป
- การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของเป้าหมาย

เมื่อชุมชนมีแผนงานและมีเป้าหมายที่จะทำร่วมกันแล้ว ชุมชนควรกลับมาตั้งคำถามอีกครั้งเพื่อทบทวนว่าอะไรคือเป้าหมายที่สำคัญที่ชุมชนอยากทำร่วมกันจริงๆ ตั้งคำตอบที่ว่าความสุขให้หรือไม่ ที่ชุมชนต้องการอย่างแท้จริง



### 4. การเพิ่มความรู้และทักษะ (Re-skill & Upskill)

เมื่อชุมชนวิเคราะห์ตนเองแล้วทบทวนประสบการณ์ที่ผ่านมารวมทั้งตั้งเป้าหมายร่วมกันแล้วผู้ชมสามารถวิเคราะห์ได้ว่าตัวชุมชนเองยังขาดความรู้และทักษะทางด้านไหน จึงควรมีการพัฒนาเพื่อให้สามารถดำเนินการให้บรรลุผลได้ ดังนี้

#### การศึกษาดูงาน (Study tour)

ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความที่ประสบความสำเร็จแล้ว

#### การหาพี่เลี้ยง (Mentor)

ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ มาช่วย

#### การสร้างเครือข่าย (Networking)

เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน

#### สภากาแฟ (Knowledge Cafe')

ทั้งกับคนในและคนนอกเพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุย

เพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านต่างๆ



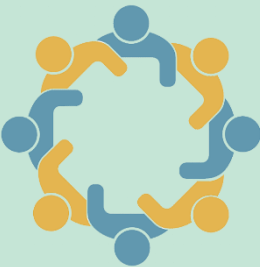


## 5. การลงมือปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วม (Participatory)



เป็นการที่ชุมชนร่วมลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้อย่างมีส่วนร่วม โดยชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้โดยมีเรื่องสำคัญ ดังนี้

- การออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรม
- การบริหารจัดการที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรม
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาด
- การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรม
- การพัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม



โดยชุมชนอาจมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาหรือ สิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นจากมุมมองนักท่องเที่ยวออกมาเป็น คำพูดง่ายๆ เช่น มาเที่ยวชุมชนแล้วได้กินอิมอรอย นอนอุ่น ได้ทำกิจกรรมสนุก มีเรื่องราวมีเรื่องเล่า มีของฝากของที่ระลึก มีสถานที่ที่ถ่ายรูปสวยๆ มีข้าวหรือเรื่องราวออกทางช่องทาง ต่างๆ สู่สายตานักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

## 6. การผลักดันชุมชนสู่ความสำเร็จ (The Happiness Advantage)

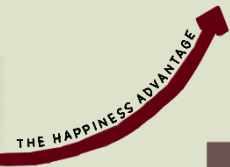


เมื่อชุมชนลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังแล้วการตรวจสอบความสำเร็จจากสิ่งที่ทำมาก็เป็นเรื่องสำคัญชุมชนจึงควรมีวิธีการประเมินความสำเร็จด้วยตนเองแบบง่ายๆ ดังนี้

1. การพูดคุยกันในวงในกับคนในชุมชนเองทวงถามถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นว่าตลอดระยะเวลาที่ดำเนินงานมาจนถึงวันนี้เราทำสำเร็จแล้วหรือยังเรามีความสุขแล้วหรือยังมันคือสิ่งที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของพวกเรา

2. การพูดคุยกับคนวงนอกเพื่อเป็นการการันตีความสำเร็จของพวกเรา หากมีคำถามว่าวันนี้คุณมาชุมชนคุณมีความสุขแล้วหรือยังเมื่อเห็นรอยยิ้มของคนนอกนั้นก็แปลว่าชุมชนของเราสามารถทำให้ผู้อื่นมีความสุขได้นั้นก็หมายถึงความสำเร็จของชุมชนเราเหมือนกัน

3. การส่งชุมชนเข้าประกวดเพื่อรับรางวัล หากชุมชนอยากรู้ว่าตนเองดำเนินงานมาสำเร็จแล้วหรือไม่ใช่อีกหนึ่งวิธีที่ชุมชนสามารถทำได้เพื่อเป็นเครื่องการันตีความสำเร็จของชุมชนก็คือการส่งชุมชนเข้าประกวดในกิจกรรมต่างๆ



## 7. จับเข่าคุยกัน (After Action Review : AAR)

การที่ชุมชนร่วมกันทบทวนการบวนการทำงานแต่ละขั้นตอน หรือทบทวนผลการดำเนินงาน ที่ผ่านมาเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ในการทำงาน ซึ่งในการทบทวนนั้นอาจค้นพบวิธีการแก้ปัญหาหรือแนวปฏิบัติที่ดีที่จะสามารถนำมาแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานของชุมชน ในอนาคตให้ดียิ่งขึ้นได้ต่อไป

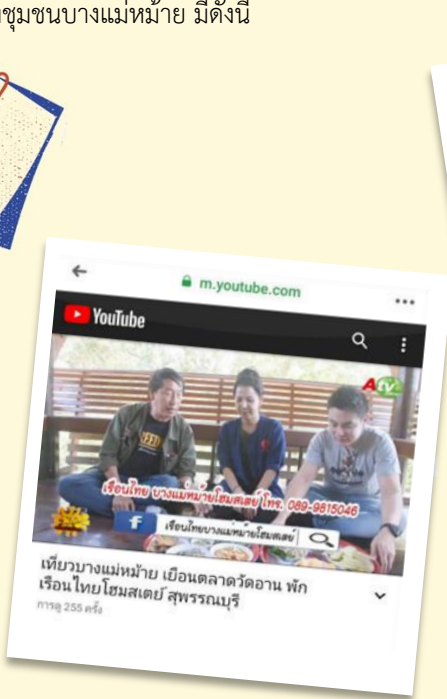





# ความสำเร็จจากการจัดการความรู้ชุมชนบางแม่หม้าย




ชุมชนบางแม่หม้ายมีการปรับตัวเองเพื่อเท่าทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม พร้อมทั้งดึงภาคีเครือข่ายเข้ามาร่วมวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก แนวโน้มสถานการณ์ในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนบางแม่หม้ายจากการจัดการความรู้การท่องเที่ยววัฒนธรรมทำให้ชุมชนบางแม่หม้ายที่นำไปสู่ความสำเร็จของชุมชนบางแม่หม้าย มีดังนี้




1. เกิดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ร่วมกับสื่อมวลชนและผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยว พร้อมทั้งนำแหล่งท่องเที่ยวไปนำเสนอขายพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยภาคีเครือข่ายของชุมชนจะทำหน้าที่เป็นผู้เลี้ยงการเป็นนักขายโปรแกรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวในชุมชน



2. เกิดการเชื่อมโยงชุมชนบางแม่หม้ายกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อสร้างการรับรู้และเป็นทางเลือกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมัลติมีเดียและสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การจัดตั้งบูทประชาสัมพันธ์ในงานเทศกาลระดับจังหวัดและระดับประเทศ รวมถึงการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์



3. เกิดการพัฒนาการทำการตลาดออนไลน์และสื่อออฟไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ชุมชนต้องการ อาทิเช่น การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสื่อมวลชน การทำสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Line Website Facebook Instagram Youtube เป็นต้น และยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังชุมชนบางแม่หม้ายเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ให้มีความทันสมัย เข้าใจง่าย และมีความโดดเด่น น่าสนใจไม่เหมือนใคร อาทิ โปสเตอร์ โบชัวร์ แผนที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน ตลอดจนสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อสร้างความดึงดูดแก่นักท่องเที่ยว ให้อยากมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบางแม่หม้าย



4. เกิดการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการท่องเที่ยวให้กับสมาชิกและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในชุมชนบางแม่หม้าย ได้แก่ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยว การร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตนเอง การบริหารจัดการด้านการอย่างเป็นระบบ การแก้ไขปัญหา การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและการบริการ ช่วยให้ชุมชนได้เกิดองค์ความรู้ก้าวหน้าทันสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องได้ด้วยตัวชุมชนเอง

5. เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในพื้นที่ เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย ในมิติด้านเทคโนโลยีการจัดทำสื่อและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่ากลุ่มเครือข่ายผู้ขับเคลื่อนทางการท่องเที่ยว มักเป็นกลุ่มคนที่มีอายุมาก จะส่งผลให้ขาดผู้สืบทอดและความต่อเนื่องในอนาคต ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องปลูกฝังกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทและเห็นคุณค่าของอัตลักษณ์และวิถีชีวิตชุมชน เกิดความภาคภูมิใจ และสามารถเข้ามาเป็นฟันเฟืองสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย

6. ตลาดวัฒนธรรมวัดอาน ให้เป็นตลาดที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ซึ่งตลาดแห่งนี้เป็นมากกว่าการรวมตัวกันเฉย ๆ ของคนในชุมชน แต่เกิดขึ้นจากความรักและความห่วงใยที่จะคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น จนเกิดความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาตลาดวัฒนธรรมวัดอานให้มีความสอดคล้องกับเรื่องราววรรณคดีขุนช้างขุนแผน ซึ่งเป็นวรรณคดีของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นจุดขายและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผนวกเข้ากับเรื่องราวของอาหารเฉพาะถิ่น ในชุมชน สร้างเป็นจุดถ่ายภาพและตามรอยอาหารขุนช้างขุนแผน ซึ่งสอดคล้องกับที่ตั้ง ของชุมชนที่เป็นทางผ่านและเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดใกล้เคียง

7. เกิดการเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวให้กับชุมชนจากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน เกิดการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของชุมชนซึ่งเป็นการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เกิดความเข้มแข็ง ตระหนัก อนุรักษ์และห่วงใยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของตนตลอดจนพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ







## คณะผู้วิจัย

### มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

- ชารนี นวัสนธิ
- ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ
- สุภูมิ คงดิษฐ์
- ชง คำเกิด
- เปญจพร เชื้อผึ้ง
- พิมพ์พร พิมพ์สุวรรณ
- สุภาพกรณ์ ทองคำนุช
- ธาริดา สกุศลรัตน์
- จิตราภรณ์ เถรวัตตร
- อุทุมพร เรืองฤทธิ์
- เพียงฤทัย เสี่ยงมศิลป์
- จันทาร์เพ็ญ วรรณนารักษ์



## คณะทำงานชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี

- กลุ่มชุมชนบ้านบางแม่หม้าย
- กลุ่มเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์
- กลุ่มขนมบางแม่หม้าย
- กลุ่มหัตถกรรมจักสาน
- กลุ่มเรือพายเรือยนต์
- กลุ่มหมอนวด
- กลุ่มรถอีแต่น
- กลุ่มขนมหวาน
- กลุ่มตลาดวัฒนธรรม

## ติดต่อ ประธานกลุ่มชุมชนบ้านบางแม่หม้าย

คุณระเบียบ เรือนทองดี โทร. 089-981-5046

คุณอนุวัฒน์ นิยมทอง โทร. 081-074-6867

## ที่ปรึกษาโครงการ

รศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

รศ.ดร.กิตติ บุญเลิศนรินทร์







สนับสนุนโดย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ