

GUIDELINES FOR CREATIVE TOURISM MANAGEMENT BASED ON THE CULTURAL CAPITAL OF BAN PUEK SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, CHONBURI PROVINCE

Received Date: 2024, August 5

Revised Date: 2024, September 18

Accepted Date: 2024, October 18

Yongyut Kaewudom*

Pattamon Kumnuanek*

Karun Worrawitwan*

Likhid Saenboonkiong*

Monrat Jaieua*

ABSTRACT

This research aims to 1) study the cultural capital of the Ban Puek Subdistrict community, Mueang District, Chonburi Province; 2) evaluate the potential for managing creative community tourism in Ban Puek Subdistrict, Mueang District, Chonburi Province; and 3) propose a management approach for creative tourism under the cultural capital of Ban Puek Subdistrict, Mueang District, Chonburi Province. This qualitative research study of Ban Puek Subdistrict, Mueang District, Chonburi Province consisted of: 1) in-depth interviews that were conducted with community leaders from the community tourism enterprise committee of Ban Puek Subdistrict. The study included a total of 15 local people involved in tourism, as well as 25 tourists; 2) A focus group meeting of 10 academics and tourism developers was involved in the research; and 3) the research also employed participatory observation through a purposive sampling method, and substantive analysis was used to analyze the data. The results were as follows: 1) The cultural capital of Ban Puek Subdistrict revealed that there are both important historical sites and artifacts within Wat Mai Ketu Ngam. The house features a weaving shed, provides food and snacks, and supports various occupations, such as weaving, rice farming, palm sugar production, gardening, and planting the "Ta Ya Mom" plant. 2) Ban Puk Subdistrict has the potential to manage creative community tourism by leveraging its cultural capital to foster tourism activities. It will also be developed into products for tourists to sell, helping tourists to travel to the community in a convenient way with various paths to choose from. The community provides facilities to accommodate the tourists, such as restrooms, a resting area, a tourist information center, and food and beverage outlets. The community also has homestays managed by the community tourism enterprise group of Ban Puek Subdistrict. Community tourism activities are diverse, such as visiting ancient temples over 200 years old, listening to history, watching a weaving demonstration, observing the profession of fresh oyster shucking, making tapioca starch, crafting it with woven fabrics, making desserts using local ingredients, and folding a lotus flower. The strategy for managing creative tourism within the Ban Puek community's cultural capital involves enhancing the community's tourism potential, fostering community engagement in creative tourism management, and promoting community tourism marketing.

Keywords: Creative Tourism, Cultural Capital, Ban Puek Subdistrict.

* School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce (UTCC)

Corresponding author e-Mail: monrat_jai@utcc.ac.th

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรม ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 5 สิงหาคม 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 18 กันยายน 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 18 ตุลาคม 2567

ยงยุทธ แก้วอุดม*

พัทธมน คำนูนเณก*

กรณีย์ วรวิทย์วรรณ*

ลิขิต แสนบุญครอง*

มนรัตน์ ใจเอื้อ*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 2) ประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี และ 3) เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้นำชุมชนคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก และคนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 25 คน 2) การประชุมกลุ่มย่อยนักวิชาการและนักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน และ 3) การสังเกตแบบมีส่วนร่วมใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ ผลการศึกษา 1) ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านปึกพบว่า มีทั้งโบราณสถานและโบราณวัตถุสำคัญภายในวัดใหม่เกตุงาม โรงทอผ้าได้ถุนบ้าน อาหารและขนม รวมถึงการประกอบอาชีพ เช่น การทอผ้า การทำนา การทำตาลโตนด การทำสวนมะพร้าว และการปลูกพืชเท้ายายม่อม 2) ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก พบว่า มีการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว และต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การเดินทางเข้าถึงชุมชนสะดวกสบาย มีหลากหลายเส้นทางให้เลือกภายในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำที่นึ่งผักผอน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และร้านอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ชุมชนยังมีโฮมสเตย์ที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนมีความหลากหลาย เช่น การชมอุโบสถเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี การฟังประวัติและชมการสาธิตการทอผ้า การชมวิถีอาชีพการแกะหยอนางรมสด การชมวิธีการผลิตแปงเท้ายายม่อม การทำฝีมือจากผ้าทอ การเรียนรู้การทำขนมด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่น และการเรียนรู้วิธีการปักดอกบัว เป็นต้น สำหรับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก ประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ทุนทางวัฒนธรรม, ชุมชนบ้านปึก

* คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Corresponding author e-Mail: monrat_jai@utcc.ac.th

บทนำ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็นของการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566-2580 มีการกำหนดแผนย่อยด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ผนวกกับจุดแข็งด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อบริหารจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง รวมถึงการมีส่วนร่วมกับผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (สำนักงานกฤษฎีกา, ออนไลน์, 2566) ขณะเดียวกันแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) กำหนดพันธกิจสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ คือ การพัฒนาและยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวตลอดเส้นทางอย่างครบวงจร ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่หลากหลาย และการสื่อสารการตลาดที่ตรงใจ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลาง รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์ของสังคมและชุมชน รวมถึงศิลปวัฒนธรรมภายใต้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, ม.ป.ป.)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่สอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติตามที่กล่าวมาข้างต้น โดยเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง ผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ถูกท่องเที่ยวหรือเจ้าบ้าน ดังนั้นกิจกรรมของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จึงเป็นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนที่โดดเด่น ทั้งวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และความเชื่อมาพัฒนาและนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างและน่าจดจำ (ดารณี พลอยจั่น, 2559, หน้า 6-17)

ชุมชนบ้านปึก เป็นชุมชนภายในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบชายฝั่งทะเลที่มีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ภายในชุมชนที่มีผู้คนจากหลากหลายวัฒนธรรมอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานและประกอบอาชีพอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งชาวไทย ชาวจีน และชาวลาว ฯลฯ จนเกิดการสร้างสรรค์มรดกทางภูมิปัญญาอันเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ทั้งการทำประมงพื้นบ้าน การทอผ้า การทำแป้งท้าวยายม่อม และอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น ด้วยศักยภาพและความโดดเด่นในหลายด้านของชุมชนตำบลบ้านปึก จึงกลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี หากแต่ในปัจจุบันกลับพบว่าเทคโนโลยีและความเจริญก้าวหน้าเข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดผลกระทบต่อการพัฒนาทางวัฒนธรรม ทั้งมีจำนวนลดน้อยลงรวมถึงบางอย่างเลือนหายไปจากชุมชน (ศรีัญญา ประสพชิงชนะ, ปาจารย์ สุชาภิรมย์ และอมรฉัตร เสริมชีพ, 2565, หน้า 155-178) อย่างไรก็ตามการพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการจัดการ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนนักท่องเที่ยวในฐานะผู้มาเยือนจะได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ในอดีตที่ผ่านมาการศึกษาวิจัยในชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ในประเด็นของการสำรวจองค์ความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรม (ศรีัญญา ประสพชิงชนะ, ปาจริย สุชาภิรมย์ และอมรฉัตร เสริมชีพ, 2565, หน้า 155-178) แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (เกรียงศักดิ์ พรหมณพันธุ์ และคณะ, 2562, หน้า 101-103) รวมถึงการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้าแพชชั่นจากหัตถกรรมสิ่งทอของชุมชนบ้านปึก (สันติไชยญ์ เอื้อศิลป์ และธีร์ โคตรธา, 2562, หน้า 1108-1123) แต่ยังไม่พบการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้นงานวิจัยนี้จะป็นองค์ความรู้ใหม่ทางการท่องเที่ยว และจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว และนำมาซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Richards and Raymond (2000, pp. 16-20) เป็นผู้เริ่มกล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้นิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม และจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของจุดหมายปลายทางของวันหยุดของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับองค์การยูเนสโก (UNESCO, 2006, pp. 25-27) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องมีการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมนั้น ๆ กับนักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น สำหรับประเทศไทย สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, 2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการ “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” โดย “ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ทั้งทุนทางด้านสังคม และวัฒนธรรม “เพิ่มค่า” เป็นการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย และ “หาจุดต่าง” เป็นการสร้างและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น การ “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง” จึงเป็นแนวทาง ที่สำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ (ออนไลน์, 2556) ได้กำหนดประเภทสินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของไทย ซึ่งมีลักษณะ พิเศษ คือ เอกลักษณะความเป็นไทยที่สะท้อนความเป็นไทยอยู่ในทุกสินค้าและบริการ โดยแบ่งประเภทสินค้าและ บริการในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage), 2) กลุ่มวิถีชีวิต (Lifestyles), 3) กลุ่มศิลปะ (Arts) และ 4) กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional Creation)

แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม Bourdieu (อ้างถึงใน ดาริน วรณทรัพย์, 2561, หน้า 16) เป็น นักวิชาการคนแรกที่น่าเสนอแนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) โดยกล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรม เป็นทุนที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุสิ่งของ และที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน ซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดผ่านทางระบบการศึกษา โดยรูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิด ของ Bourdieu จะปรากฏได้ 3 รูปแบบ คือ 1) สิ่งที่มีอยู่ในตัวคนและกลุ่มคนมาอย่างยาวนาน ได้แก่ ความคิด จินตนาการ ความคิดริเริ่มและความเชื่อ 2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม ในรูปแบบของสินค้าวัฒนธรรม และ 3) ความเป็น สถาบัน ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเป็นรูปธรรม เช่น กฎ กติกา การยอมรับร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Throsby (2001, pp. 46-47) ที่ได้กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรม เป็นสินทรัพย์ที่มีการฝังตัว (Embodies), สะสม (Stores) และให้ (Provides) คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น โดย สามารถแบ่งทุนทางวัฒนธรรมได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) มี ลักษณะเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเป็นมรดกทางวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน ผลงานทาง ศิลปะ หรืออาจเป็นทุนกายภาพที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร สิ่งประดิษฐ์ เป็นต้น และ 2) ทุนทาง วัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) มีลักษณะเป็นนามธรรม เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทาง ปัญญา และภูมิปัญญา หรืออาจเรียกว่าเป็นทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ เช่น ความคิด ความเชื่อ แนวปฏิบัติ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี วรรณกรรม ดนตรี เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่ง ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ โดยการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวนั้น เป็นการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถพิจารณา ได้จากหลายปัจจัย เช่น ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การให้บริการใน แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550, หน้า 38-39; ดรชณี เอมพันธุ์, 2549, หน้า 52; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 45-47) ทั้งนี้การกำหนดปัจจัยในการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวต้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดองค์ประกอบ

การท่องเที่ยวของ Dickman (1996, pp. 25-27) เป็นปัจจัยในการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปึก เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับบริบทการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบ้านปึก โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ หรือ 5As ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction), ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่พักแรม (Accommodation) และกิจกรรม (Activity)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชน ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ที่อาศัยผลของการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นฐานสำหรับทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้สำหรับปรากฏการณ์นั้น โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูลหลัก** ในการวิจัยครั้งนี้ เน้นศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้มีความรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับเรื่องที่ต้องการศึกษา (Information-Rich Case) มีความพร้อมและสมัครใจในการให้ข้อมูลในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informants) ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก และคนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปึก ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 กลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปึก ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และนักพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับวัตถุประสงค์ที่ 3 ทั้งนี้การพิจารณาจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัว มักจะกำหนดขนาดตัวอย่างตามความอึดตัวของข้อมูล และความเพียงพอของข้อมูล (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท และประสพชัย พสุนนท์, 2559, หน้า 31-48) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคของ Nastasi and Schensul (2005, pp. 177-195) ที่ระบุว่า การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ให้สัมภาษณ์ประมาณ 5-30 ตัวอย่าง และการประชุมกลุ่มย่อย ควรมีประมาณ 5-10 คน รวมถึงขนาดของผู้ให้ข้อมูลหลักควรมีจำนวนไม่มาก เพราะจะทำให้ยากต่อการวิเคราะห์ข้อมูล แต่ก็ไม่ควรมีขนาดเล็กจนไปไม่ถึงจุดที่ข้อมูลอึดตัว (Onwuegbuzie & Leech, 2007, pp. 258-254; Flick, 1998, pp. 41-59) โดยความอึดตัวของข้อมูล คือ การที่ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลซ้ำกับข้อมูลเดิมที่ผู้วิจัยได้รับจากผู้ให้ข้อมูลคนก่อนหน้า ทำให้ผู้วิจัยไม่พบข้อมูลใหม่ จึงถือว่าข้อมูลเพียงพอแล้ว และไม่จำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีก ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก และคนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปึก จำนวน 15 คน กลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านปึก จำนวน 25 คน และกลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และนักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 50 คน อีกทั้งเมื่อเก็บข้อมูลถึงจำนวนที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากรายอื่น ๆ ก็ให้ข้อมูลที่ซ้ำกับข้อมูลเดิม จึงไม่จำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีก จึงสรุปได้ว่า การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้

ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า เป็นขนาดที่เพียงพอต่อการหาข้อสรุปการวิจัยที่ทำให้เกิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยกำหนดคำถามไว้ในประเด็นหลักอย่างกว้าง ๆ และเพิ่มเติมประเด็นอื่นได้ในระหว่างสนทนา ซึ่งมีหลักการสร้างหัวข้อสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงและจริยธรรมของแบบสัมภาษณ์ด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถาม วิธีการ และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้งในพื้นที่ชุมชนบ้านปึก อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี และพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 26 กุมภาพันธ์ ถึง 31 มีนาคม 2567 โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 1 สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 1 ก่อน จากนั้นนำผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 1 มาเป็นส่วนหนึ่งของข้อคำถามผสานกับข้อคำถามอื่น ๆ ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2

2.2 แบบสังเกต สำหรับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) ในวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงในกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปึก รวมถึงการสังเกตสภาพแวดล้อมและบริบททั่วไปในเชิงกายภาพของพื้นที่ ทั้งนี้ผู้วิจัยสร้างแบบสังเกตจากแนวทางการวิเคราะห์เหตุการณ์ 6 ประเภท ตามกรอบปรากฏการณ์ ได้แก่ (Lofland & Lofland, 1984, pp. 40-49) การกระทำ (Acts), กิจกรรม (Activities), ความหมาย (Meaning), การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation), ความสัมพันธ์ (Relationship) และสถานการณ์หรือสภาพการณ์ (Setting) โดยประโยชน์ของการแยกชนิดของสิ่งที่ต้องการสังเกตออกเป็น 6 ขั้นตอนนี้จะช่วยในการตรวจสอบข้อมูลว่าผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนหรือไม่ อันจะทำให้ข้อมูลที่รวบรวมมามีความเป็นระบบ และก่อให้เกิดความเข้าใจในเหตุการณ์มากขึ้น

2.3 การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussions) เป็นการสัมภาษณ์แบบกลุ่มสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มที่ 3 ในวัตถุประสงค์ที่ 3 โดยเป็นข้อคำถามเพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ดังนี้ **ขั้นตอนที่ 1** ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ นำความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรม ศักยภาพการท่องเที่ยว และองค์ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนนำมาจากประสบการณ์ของผู้วิจัยเองมาเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำเครื่องมือวิจัย **ขั้นตอนที่ 2** ตรวจสอบ และสร้างเครื่องมือวิจัย โดยผู้วิจัยนำผลของขั้นตอนที่ 1 มาสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกตให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ โดยผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวิจัยไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นทำการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ได้กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยไปทำการรวบรวม (Compilation) เพื่อนำมาวิเคราะห์ในประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยได้มาจากการค้นคว้าตำรา หนังสือ เอกสาร รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทูทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลอดจนเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ตัวอย่างแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, 2560) Creative Tourism and Local Development (Richards, 2009, pp. 14-17) Economy and Culture (Throsby, 2001, pp. 46-47) เป็นต้น

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลขึ้นมาใหม่ โดยการลงพื้นที่ศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussions) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informant) รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) ผ่านการทำกิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation Observation) เพื่อสังเกตสภาพแวดล้อม กิจกรรมชุมชน และบริบทพื้นที่ชุมชน เพื่อให้ได้ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างครบถ้วน สมบูรณ์ และถูกต้องมากที่สุด

4. การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล ในการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้นำวิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodology Triangulation) มาใช้เพื่อความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Reliability) ทั้งนี้การตรวจสอบข้อมูลได้ทำไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลขณะลงพื้นที่ศึกษา โดยมีการตรวจสอบสามเส้าด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูลหรือผู้ให้ข้อมูลหลักที่แตกต่างกัน คือ ต่างบุคคล ต่างสถานที่ และต่างเวลา ซึ่งการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจะดำเนินการสร้างกรอบตาราง กำหนดการในการเก็บข้อมูลในห้วงเวลา และสถานที่ที่ต่างกัน รวมถึงการใช้บุคคลที่ต่างกันในการเก็บข้อมูล และบุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลนั้นมาจากกลุ่มบุคคลที่มาจากหลายหน่วยงาน แต่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่วิจัย และ 2) การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย รวมทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจนสามารถหาแก่นสาระ (Theme) ได้ โดยนำข้อมูลที่นำมาทำการสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งได้พิจารณาสิ่งที่เหมือนและแตกต่างกันของข้อมูล เพื่อจัดระบบและลดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออก (Data Reduction) จากนั้นทำการตีความ (Interpret) หาความเชื่อมโยงของข้อมูลที่ปรากฏ จนนำมาซึ่งการสร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่มองเห็น (Ritchie & Spencer, 2002, pp. 173-194) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการกำหนดรหัสของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รหัสและจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก	รหัส	จำนวน (คน)
กลุ่มที่ 1	• ผู้นำชุมชน (C1) • คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก (C2-C12) • คนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปึก (C13-C15)	15
กลุ่มที่ 2	• นักท่องเที่ยวชาวไทย (T1-T25)	25
กลุ่มที่ 3	• นักวิชาการ (G1-G5) • นักพัฒนาการท่องเที่ยว (G6-G10)	10

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 ผสานกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมพบว่า ทูทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ เป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ซึ่งไม่ได้จำกัดในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังหมายถึงทุนทางกายภาพหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ อาคาร บ้านเรือน สิ่งประดิษฐ์ รูปปั้น เป็นต้น ทั้งนี้ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ของชุมชนบ้านปึกที่เห็นได้ชัดเจนมีดังนี้

1.1.1 โบราณสถาน และโบราณวัตถุที่วัดใหม่เกตุงาม ภายในวัดมีอุโบสถเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี เป็นที่ประดิษฐานพระประธาน รายล้อมด้วยภาพจิตรกรรมฝาผนังเกี่ยวกับพุทธประวัติ หลังคาอุโบสถมีลักษณะเป็นเกล็ด ทำจากกระเบื้องหน้าบันของอุโบสถประดับลวดลายปูนปั้นพรรณพฤกษา และตกแต่งด้วยกระเบื้องเคลือบจินตามแบบศิลปะในสมัยรัชกาลที่ 3

1.1.2 โรงทอผ้าใต้ถุนบ้าน จุดเริ่มต้นของการทอผ้าของชาวบ้านปึกเกิดจากพระราชดำริของสมเด็จพระศรีสวรินทิราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานมาประทับแรมที่ปราสาทศิลา ทรงเห็นความยากลำบากในการทำมาหากินของชาวบ้าน จึงมีพระราชดำริในการสร้างอาชีพ ด้วยการสอนการทำผ้าทอมือให้แก่ชาวบ้านปึก จนกลายเป็นภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของชุมชน โดยใต้ถุนเรือนของชาวบ้านชุมชนบ้านปึกจะมีที่ทอผ้าและอุปกรณ์การทอผ้า เมื่อว่างเว้นจากงานหลัก ชาวบ้านจะรวมกลุ่มกันทอผ้า ซึ่งมีทั้งการทอผ้าเป็นผืน และต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ร่วมสมัย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า พวงกุญแจ เป็นต้น ซึ่งโรงทอผ้าใต้ถุนบ้านนี้สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชาวบ้านชุมชนบ้านปึกได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามแม้ว่าบ้านเรือนของชาวบ้านจะมีโรงทอผ้าอยู่ใต้ถุนบ้าน แต่ทางชุมชนก็ได้ร่วมกันก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอมือบ้านปึก หรือโรงทอผ้าคุณย่าท่าน เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสาธิตการทอผ้า ผ้าทอมือโบราณของชุมชน

1.2 ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ เป็นทูทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ แต่อยู่ในรูปของความคิด ความเชื่อ ค่านิยม การปฏิบัติ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะการแสดง ภาษา ดนตรี ตำนานพื้นบ้าน ทั้งนี้ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ของชุมชนบ้านปึก ส่วนใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต และการประกอบอาชีพ อีกทั้งยังมีงานหัตถกรรมการทอผ้าที่กลายเป็นอาชีพหลักสร้างรายได้ให้หลายครัวเรือน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของชุมชน โดยทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ของชุมชนบ้านปึก มีดังนี้

1.2.1 การทอผ้า ผ้าทอมือของชุมชนบ้านปึก เป็นทูทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชน เนื่องจากเป็นงานหัตถกรรมที่สืบทอดมายาวนานร่วม 100 ปี เมื่อครั้งสมเด็จพระศรีสวรินทิราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานมาประทับแรมที่อำเภอเมืองสุพรรณบุรี พระองค์ทรงเห็นความยากลำบากของชาวบ้าน จึงมีพระราชดำริในการสร้างอาชีพ ด้วยการสอนการทำผ้าทอมือให้แก่ชาวบ้านปึก เพื่อเพิ่มอาชีพและรายได้ให้ชุมชน ทำให้ชาวบ้านมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ต่อมาเมื่อเข้าสู่สงครามโลกครั้งที่ 2 การทอผ้าของชาวบ้านปึกต้องหยุดลง ทำให้งานหัตถกรรมทอผ้าเลือนหายไป จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2556 ได้มีการฟื้นฟูการทอผ้าโบราณบ้านปึกอีกครั้ง โดยคุณยายสายเสริมศรี ซึ่งเป็นช่างทอท้องถิ่น และปราชญ์ชุมชน ได้ฟื้นฟูภูมิปัญญาการทอผ้าทั้งเครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคการทอ การค้นลาย และถ่ายทอดการทอผ้าโบราณให้คนรุ่นหลังได้สานต่อ และได้เปลี่ยนชื่อจากผ้าทอบ้านปึก เป็น “ผ้าทอคุณย่าท่าน” เพื่อรำลึกถึงสมเด็จพระศรีสวรินทิราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ผู้ริเริ่มการทอผ้าให้ชาวบ้านชุมชนบ้านปึก สำหรับลวดลายผ้าโบราณที่สามารถรวบรวมได้และเป็นลวดลายเฉพาะของผ้าทอบ้านปึก ได้แก่ ลายไล่ปลาไหล-นกกระทา ลายสมุก ลายดอกพิกุล ลายหางกระรอก ลายตาหมากรุก ลายราชวัตร ลายผ้าเชิงลายทางรอบตัว ลายทางลง ลายตากระแจะ และลายลิ้นปี่ จุดเด่นของผ้าทอมือบ้านปึก คือ เนื้อผ้านุ่ม มีน้ำหนักเบา เมื่อนำมาตัดเย็บเสื้อผ้าจะใส่สบาย ไม่ร้อน และไม่ระคายผิว ปัจจุบันผ้าทอมือบ้านปึกถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ทางชุมชนยังได้เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยการนำนาโนเทคโนโลยี และใช้สีย้อมผ้าจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นแทนการใช้สีเคมี เช่น สีเหลืองจากใบมะม่วง สีนํ้าตาลจากเปลือกประดู่ เป็นต้น รวมถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อปรับแต่งผ้าทอให้มีความสอดคล้องกับการใช้งานในปัจจุบัน เช่น การตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าที่ทันสมัย กระเป๋า เข็มขัด พวงกุญแจ เป็นต้น

1.2.2 ภูมิปัญญาด้านอาหารและขนม ชุมชนบ้านปึกมีวัตถุดิบทางธรรมชาติที่หลากหลายสามารถนำมาทำอาหารและขนมได้หลากหลายชนิด โดยเฉพาะการทำขนม ซึ่งในอดีตชาวบ้านชุมชนบ้านปึกจะทำขนมกินกันเองภายในบ้าน โดยนำวัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบของการทำขนม ได้แก่ ขนมเต่า ขนมต้ม ขนมเทียนแก้ว วุ้นกะทิใบเตย เป็นต้น ปัจจุบันชุมชนได้จัดตั้งศูนย์เรียนรู้การทำขนมพื้นถิ่น หรือบ้านช่างของหวาน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และสาธิตการทำขนมไทยพื้นบ้านของชุมชน วัตถุดิบสำคัญในการทำขนมของชุมชนบ้านปึก นอกจากมะพร้าว และตาลโตนดแล้ว ยังมีต้นเต้ายายม่อม ที่มีปลูกกันมากในชุมชน โดย “เต้ายายม่อม” เป็นพืชตระกูลห้วชนิดหนึ่ง คนไทยนิยมนำส่วนหัวของต้นเต้ายายม่อมมาทำเป็นแป้งเพื่อใช้ทำอาหารและขนม เนื่องจากแป้งที่สกัดได้จากหัวของเต้ายายม่อมจะมีความเหนียว ชุ่ม มันวาว หอมใส ไม่คืดตัว เมื่อทำให้เย็นจะ

มีความเหนียวเหนียวมากกว่าแป้งชนิดอื่น ปัจจุบันแป้งทำยายม่อมมีราคาค่อนข้างสูงจึงนิยมนำมาผสมกับแป้งชนิดอื่น ๆ แต่ที่ชุมชนบ้านปึกเป็นแหล่งปลูกพืชชนิดนี้ จึงสามารถผลิตแป้งทำยายม่อมแท้โดยไม่มีการผสมกับแป้งชนิดอื่น ทั้งนี้ชุมชนได้มีการจัดตั้งศูนย์อนุรักษ์แป้งทำยายม่อม เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้วิธีการผลิตแป้งทำยายม่อม รวมถึงการผลิต และจำหน่ายแป้งทำยายม่อมซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน

1.2.3 การประกอบอาชีพ ชาวบ้านชุมชนบ้านปึกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา การทำตาลโตนด การทำสวนมะพร้าว และการปลูกพืชทำยายม่อม อีกทั้งยังมีอาชีพทอผ้า ที่ผู้หญิงแทบทุกคนจะเชี่ยวชาญเรื่องการทอผ้า ส่วนผู้ชายจะทำน้ำตาลโตนดหรือน้ำตาลปึก ซึ่งเป็นน้ำตาลที่ทำมาจากต้นตาลที่ปลูกในชุมชน จนมีคำกล่าวที่ว่า “ผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายทำน้ำตาล” (พรทิพย์ พันธุ์ยุรา, อ้างถึงใน เกรียงศักดิ์ พรหมณพันธุ์ และคณะ, 2562, หน้า 101-103) สะท้อนถึงวิถีชีวิตการประกอบอาชีพของชาวบ้านชุมชนบ้านปึก นอกจากนี้ชาวบ้านชุมชนบ้านปึกยังมีการประกอบอาชีพประมง โดยเฉพาะการเลี้ยงหอยนางรม และอาชีพการแกะหอยนางรม ซึ่งชุมชนบ้านปึกเป็นแหล่งเลี้ยงหอยนางรมที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี เนื่องจากบริเวณชุมชนมีน้ำทะเลที่ดีสามารถเลี้ยงหอยนางรมให้มีลักษณะอ้วนใหญ่ ขาวสะอาด และรสชาติดี สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 2 ตัวอย่างทรงสนะของผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี

ทุนทางวัฒนธรรม	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ตัวอย่างทรงสนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก
โบราณสถาน และโบราณวัตถุที่วัดใหม่เกตุงาม	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15	- ชุมชนมีโบสถ์เก่าอายุ 200 กว่าปี เป็นโบสถ์ศักดิ์สิทธิ์เก่าแก่ - วัดใหม่เกตุงามเป็นวัดเก่าแก่ของชุมชนมีอุโบสถเก่าแก่ที่เป็นโบราณสถานสำคัญ ภายในอุโบสถมีโบราณวัตถุอย่างเช่นพระประธานองค์เดิม
โรงทอผ้าไต้ถุนบ้าน	C1, C3, C4, C5, C7, C8, C9, C11, C13, C14,	- ชาวบ้านส่วนใหญ่จะมีกี่ทอผ้าไต้ถุนบ้าน และจะรวมตัวกันทอผ้าจากรายได้เสริม ตอนนี้นักกลายเป็นรายได้หลักของหลายครัวเรือน - นอกจากแต่ละบ้านจะมีโรงทอผ้าไต้ถุนบ้านแล้ว ชุมชนยังมีการรวมกลุ่มสตรีเพื่อสานต่อการทอผ้าโบราณ และก่อตั้งโรงทอผ้าคุณย่าท่าน เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสาธิตการทอผ้าลวดลายโบราณของชุมชน
การทอผ้า	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15	การทอผ้าของชุมชนบ้านปึกเริ่มมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งมีการสานต่อเรื่อยมา โดยเฉพาะคุณยายสาย เสริมศรี ปราษฎญ์ชุมชนได้ถ่ายทอดวิชาการทอผ้าโบราณให้แก่คนรุ่นหลังได้สานต่อ และเปลี่ยนชื่อจากผ้าทอบ้านปึกเป็น “ผ้าทอคุณย่าท่าน”

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ทุนทางวัฒนธรรม	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ตัวอย่างทรงสนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก
การทอผ้า		ลวดลายผ้าโบราณที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนมีหลายลวดลาย โดยที่สามารถรวบรวมได้ก็มีลายไส้ปลาไหล-นกกระทา ลายสมุก ลายดอกพิกุล ลายทางกระรอก ลายตาหมากรุก ลายราชวัตร ลายผ้าเชิง ลายทางรอบตัว ลายทางลง ลายตากระแกรง และลาย ลิ่นโป้ว
ภูมิปัญญาด้านอาหารและขนม	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, C13, C14, C15	- ชุมชนมีการทำสวนมะพร้าว มีการปลูกต้นแป้งเพ้ายายม่อม ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่นำมาทำขนมแบบง่าย ๆ ภายในชุมชน - เมื่อก่อนทำขนมกินกันเองในบ้าน ในชุมชน เป็นขนมตามฤดูกาลแล้วแต่ว่าช่วงนั้นพืชผลอะไรมีเยอะก็เอามาทำขนม จนปัจจุบันขนมเหล่านี้กลายเป็นสินค้าประจำชุมชน อย่างเช่น วุ้นใบเตย ขนมเต่า
การประกอบอาชีพ	C1, C2, C5, C6, C7, C9, C10, C12, C13, C14	- ส่วนใหญ่ทำเกษตรมีทั้งทำนา ทำสวนมะพร้าว สวนต้นแป้ง เพ้ายายม่อม สวนตาล ซึ่งอาชีพพวกนี้ก็เอามาต่อยอดได้ อย่างคนที่มีสวนตาลก็ทำตาลโตนด ต้นแป้งเพ้ายายม่อม ก็เอามาทำแป้งเพ้ายายม่อมขาย - มีฟาร์มหอยนางรม ชุมชนของเราเป็นแหล่งเลี้ยงหอยนางรมที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ผสานกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมผ่านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As (Dickman, 1996, pp. 25-27) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction), ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity), ที่พักแรม (Accommodation) และกิจกรรม (Activity) ในการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนตำบลบ้านปึกมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดใหม่เกตุงาม ซึ่งเป็นวัดเพียงแห่งเดียวในชุมชน ภายในประดิษฐานโบราณสถาน และโบราณวัตถุเก่าแก่กว่า 200 ปี นอกจากนี้ชุมชนยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนผ่านวิถีชีวิต และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน ได้แก่ การทอผ้า การทำขนม การเลี้ยงหอยนางรม และแกะหอยนางรม เป็นต้น โดยทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ นอกจากชุมชนจะนำมาสร้างสรรค์

เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอโบราณ แป้งทำยายม่อม เป็นต้น ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรชุมชนได้เป็นอย่างดี

2.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย มีช่องทางในการเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทาง โดยจากการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านปึกมีเส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงชุมชนได้ง่าย สะดวกสบาย ถนนมีสภาพที่ดี มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน อย่างไรก็ตามชุมชนยังไม่มีบริการพาหนะของท้องถิ่น ซึ่งหากชุมชนมีการให้บริการพาหนะของท้องถิ่น นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถเพิ่มประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ชุมชนบ้านปึกมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำที่นึ่งผักผ่อง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร และเครื่องดื่มซึ่งมีกระจายอยู่รอบ ๆ ชุมชน โดยสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวมีจำนวนเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนไม่ได้มีการจัดตั้งร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน แต่จะมีจุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนตามจุดที่ทำกิจกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ชุมชนยังได้จัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก ซึ่งถือเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบครบวงจร ทั้งการต้อนรับนักท่องเที่ยว การทำกิจกรรมท่องเที่ยว การขายสินค้าที่ระลึก และการนึ่งผักผ่องของนักท่องเที่ยว สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวพบว่า ชุมชนมีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวโดยใช้นักสื่อความหมายเป็นหลัก และมีป้ายสื่อความหมายในการให้ข้อมูลชุมชน อย่างไรก็ตามพบว่า ป้ายสื่อความหมายของชุมชนมีความชำรุด ทดุดโทรม สีสันจาง ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสนใจในการสื่อความหมายด้วยวิธีการดังกล่าว

2.4 ที่พักแรม (Accommodation) ชุมชนบ้านปึกมีโฮมสเตย์ที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าพักในโฮมสเตย์ของชุมชน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนเป็นกิจกรรมแบบไป-กลับ (One Day Trip) อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ทราบว่าชุมชนมีการบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการให้บริการโฮมสเตย์จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการเข้าพักร่วมกับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน อันเป็นแนวคิดหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.5 กิจกรรม (Activity) จากการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปึกพบว่า ชุมชนมีการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นไปตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ระบุไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จากประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวเอง โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนทั้งจากการพูดคุย ทดลองทำ และการใช้ชีวิตร่วมกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปึก โดยแบ่งหมวดหมู่กิจกรรมตามประเภท

สินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (อินฟอร์เมชัน โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์, ออนไลน์, 2556) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ประเภทการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	รูปแบบกิจกรรม	สถานที่ในการทำกิจกรรม	ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยว แบบไป-กลับ
1. กลุ่มมรดกทาง วัฒนธรรม (Cultural Heritage)	ชมอุโบสถเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี	วัดใหม่เกตุงาม	ช่วงเช้า • ฟังประวัติและชมการสาธิต การทอผ้าคุณย่าท่าน ผ้าทอมือ โบราณ ณ โรงทอผ้าคุณย่าท่าน
2. กลุ่มวิถีชีวิต (Lifestyles)	• การฟังประวัติและชมการ สาธิตการทอผ้าคุณย่าท่าน ผ้าทอมือโบราณ • ชมวิถีอาชีพการแกะหอย นางรมสด • ชมวิธีการผลิตแป้ง เท้ายายม่อม	• โรงทอผ้าคุณย่าท่าน • แหล่งเลี้ยงหอยนางรมของ ชุมชน • ศูนย์อนุรักษ์แป้ง เท้ายายม่อม	• เยี่ยมชมและสักการะอุโบสถ เก่าแก่อายุกว่า 200 ปี พร้อม ทำกิจกรรมปักดอกบัว ณ วัด ใหม่เกตุงาม • ชมวิถีชีวิตการทอผ้าได้ถุน บ้านโบราณ และร่วมทำกิจกรรม
3. กลุ่มศิลปะ (Arts)	• ทำกิจกรรมงานฝีมือจาก ผ้าทอ เช่น การทำพวงกุญแจ ผ้าฝ้ายทอมือ การทำผ้าบาติก การเดินเส้นทองบนผืนผ้า	• โรงทอผ้าได้ถุนบ้าน/ ศูนย์ เรียนรู้ วิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบล บ้านปึก	งานฝีมือจากผ้าทอ ช่วงเที่ยง • รับประทานอาหารท้องถิ่น ช่วงบ่าย
4. กลุ่มสินค้าที่ตอบสนอง ความต้องการที่แตกต่าง (Functional Creation)	• เรียนรู้การทำขนมด้วย วัตถุดิบในท้องถิ่น • เรียนรู้วิธีการปักดอกบัว	• ศูนย์เรียนรู้การทำขนม/ ศูนย์เรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบล บ้านปึก • วัดใหม่เกตุงาม	• เยี่ยมชมวิธีการผลิตแป้ง เท้ายายม่อม ณ ศูนย์อนุรักษ์ แป้งเท้ายายม่อม • เยี่ยมชมแหล่งเลี้ยงหอยนางรม และวิถีอาชีพการแกะหอยนางรม สด • เรียนรู้ และร่วมทำกิจกรรม การทำขนมพื้นถิ่น จากวัตถุดิบ ธรรมชาติตามฤดูกาล ณ บ้านช่าง ของหวาน (ศูนย์เรียนรู้การทำ ขนมพื้นถิ่น)

จากตารางที่ 3 พบว่า ชุมชนมีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว และ
ยังมีการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบไป-กลับ อย่างไรก็ตามแม้ว่า
ชุมชนบ้านปึกจะมีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานทรัพยากร

การท่องเที่ยวแต่ปัจจุบันพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภทได้หายไป รวมถึงการที่ชุมชนจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และกลายเป็นพื้นที่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวแทบทุกกิจกรรม อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกิดขึ้นจริง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง อีกทั้งผู้วิจัยเห็นว่า ระยะเวลาในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ไม่เพียงพอต่อการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้บางกิจกรรมถูกลดทอนเวลา ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดการเรียนรู้ ตลอดจนการได้รับประสบการณ์ตรง และการปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนน้อยลง ซึ่งไม่เป็นไปตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 4 ตัวอย่างพรรณนะของผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ตัวอย่างพรรณนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก
สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C13, C14, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T8, T20, T21, T22, T23, T24, T25	• ชุมชนมีจุดเด่นด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต • สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของชุมชนมาจากการประกอบอาชีพแล้วต่อยอดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว อย่างเช่น การทอผ้า • สิ่งดึงดูดใจของชุมชนมีวัดใหม่เกตุงาม ขนมน ศูนย์สาธิตผ้าทอโบราณ • ชุมชนมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ อย่างเช่น ผ้าทอแป๊ะเต้ายายม่อม
ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)	C1, C7, C8, C9, C10, C14, C15, T7, T8, T9, T10, T13, T18, T19	• ถนนที่เข้าถึงชุมชนมีสภาพดี เดินทางสะดวก • สามารถเดินทางได้สะดวก เดินทางง่ายเพราะมีป้ายบอกทางเป็นจุด ๆ • อยากให้ชุมชนมีรถท้องถิ่นบริการ หรือให้ปั่นจักรยานไปในแต่ละจุดจะดีมาก
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	C1, C2, C4, C5, C10, C11, C12, C15, T9, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T20, T23, T25	• ชุมชนจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเป็นจุดบริการนักท่องเที่ยว • ไม่มีร้านขายสินค้าที่ระลึก แต่จะมีเป็นจุด ๆ ตามจุดที่นักท่องเที่ยวทำกิจกรรม • ป้ายสื่อความหมายสี่ขีด ตัวอักษรจาง • ห้องน้ำเพียงพอ สะอาด • ที่นั่งพักร่มรื่น โดยเฉพาะที่วัด
ที่พักแรม (Accommodation)	C1, C6, C11, C12, T8, T16, T17, T22	• ชุมชนมีโฮมสเตย์ซึ่งบริหารจัดการโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ตัวอย่างพรรณนาของผู้ให้ข้อมูลหลัก
ที่พักแรม (Accommodation)		- กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นแบบเช้า ไป-เย็นกลับ อาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่เข้าพักโฮมสเตย์มากนัก - ไม่เคยทราบมาก่อนว่าชุมชนมีโฮมสเตย์
กิจกรรม (Activity)	C1, C3, C5, C10, C12, C14, T1, T2, T3, T8, T10, T13, T14, T15, T19, T20, T21, T24, T25	- กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี - การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว - กิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละจุดใช้เวลาไม่นานไปอยากให้เพิ่มเวลามากกว่านี้ - ถ้าได้ไปทำกิจกรรมตามจุดที่ประชาสัมพันธ์ไว้จะได้รับประสบการณ์มากกว่าการทำกิจกรรมที่ศูนย์บริการเพียงจุดเดียว

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 3 ผู้วิจัยได้ทำการประชุมกลุ่มย่อย โดยเริ่มจากการนำเสนอผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 แก่ผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มที่ 3 และตั้งคำถามเพื่อให้เห็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยวิเคราะห์แก่นสาระ สังเคราะห์ จัดกลุ่มข้อมูล และสร้างข้อสรุป ได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 3 แนวทาง ดังนี้

3.1 ด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านปึกมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากมีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ชุมชนควรมีการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1.1 จัดตั้งกลุ่มรถนำเที่ยวท้องถิ่น โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยชุมชนตำบลบ้านปึก โดยการให้บริการรถท้องถิ่นเพื่อขนส่ง และนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการบริการรถท้องถิ่นจะทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศ และภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

3.1.2 ปรับปรุงป้ายสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวทั้งรูปแบบของป้าย และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และควรตั้งอยู่ในจุดที่นักท่องเที่ยวสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

3.1.3 ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในที่พักโฮมสเตย์ โดยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้ร่วมทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง ผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์

3.1.4 จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีเวลาในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวยาวนานขึ้น ซึ่งจะทำให้ได้ประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มากขึ้น

3.2 ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนบ้านปึกมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก โดยมีคนในชุมชนเป็นคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น ชุมชนควรมีการจัดการด้านการมีส่วนร่วม ดังนี้

3.2.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมให้แก่เยาวชนในท้องถิ่น

3.2.2 สร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระหว่างชุมชนเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การจัดการทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

3.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ชุมชนบ้านปึกมีความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมในการต่อยอดให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่มีการประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่รู้จัก ดังนั้น ชุมชนควรมีการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น ดังนี้

3.3.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น ทั้ง Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น

3.3.2 ส่งเสริม Micro Influencer ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน เพื่อเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนมากขึ้น และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน

ตารางที่ 5 ตัวอย่างพรรณนะของผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรม	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ตัวอย่างพรรณนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก
ด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว	G1, G2, G5, G6, G8, G9, G10	• ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวดีอยู่แล้ว แต่ควรดึงเอาศักยภาพที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ • จากผลการประเมินศักยภาพควรพิจารณาประเด็นที่ยังไม่พร้อม หรือควรปรับปรุงเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เช่น ป้ายสื่อความหมาย การจัดการโฮมสเตย์ การเพิ่มโปรแกรมท่องเที่ยวแบบพักค้าง เป็นต้น • ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนนานขึ้น เช่น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน แล้วให้นักท่องเที่ยวพักในโฮมสเตย์ของชุมชนซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนผู้เป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม • การเดินทางเข้าสู่ชุมชนดีอยู่แล้ว แต่ควรพัฒนาความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด โดยอาจพิจารณาถักทอถักถักซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน และใช้รถท้องถิ่นนำเที่ยวแต่ละจุด นอกจากจะเพิ่มความสะดวกในการเดินทางแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้ประสบการณ์ชุมชนด้วย • พัฒนาป้ายสื่อความหมายเพื่อเพิ่มข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวควรตั้งอยู่ในจุดที่มองเห็นได้ง่าย
ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	G1, G2, G3, G4, G7, G8, G10	• ชุมชนบ้านปึกมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ้านปึก ซึ่งจะเป็ตัวแทนของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี • ควรมีการถ่ายทอดความรู้ทั้งในประเด็นของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการสืบสานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนให้แก่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม และเกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 5 (ต่อ)

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรม	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ตัวอย่างพระชนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก
		• ควรมีการถ่ายทอดความรู้ทั้งในประเด็นของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการสืบสานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนให้แก่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม และเกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน • ควรถ่ายทอดองค์ความรู้ทุกอย่างให้เยาวชน เพราะคนกลุ่มนี้จะเป็นผู้สืบสานเจตนารมณ์ในการจัดการการท่องเที่ยวต่อไป • การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนใกล้เคียง จะช่วยให้เกิดการขยายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นวงกว้างขึ้นได้ • การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน จะทำให้เกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายในทุกระดับทั้งชุมชน ตำบล อำเภอ และจังหวัด • การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มความหลากหลายของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด	G3, G4, G5, G6, G7, G9	• การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาดให้ชุมชนบ้านปึก จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนมากขึ้น เพราะชุมชนมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวดีอยู่แล้ว แต่ยังมึนักท่องเที่ยวไม่มากนัก • ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อให้หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย และเสียค่าใช้จ่ายน้อย • ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตามการรีวิวเยอะ ชุมชนอาจเชิญ Influencer ด้านการท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวและรีวิวชุมชน • อาจเริ่มที่ Micro Influencer ให้มาทำ content ท่องเที่ยวที่ชุมชน กลุ่มนี้จะมีผู้ติดตามหลักแสน และมีความสนิทสนมใกล้ชิดกับผู้ติดตามมากกว่าพวก Influencer ดัง ๆ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาศาสามารถสรุป และอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ทูทางวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ ได้แก่ โบราณสถานและโบราณวัตถุที่วัดใหม่เกตุขาม และโรงทอผ้าใต้ถุนบ้าน และ 2) ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ได้แก่ การทอผ้า อาหารและขนม และการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Throsby (2001, pp. 46-47) ที่แบ่งทูทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) มีลักษณะเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเป็นมรดกทางวัฒนธรรม หรืออาจเป็นทุนกายภาพที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ อาคาร สิ่งประดิษฐ์ เป็นต้น และ 2) ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) มีลักษณะเป็นนามธรรม เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา และภูมิปัญญา หรืออาจเรียกว่าเป็นทูทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ เช่น ความคิด ความเชื่อ แนวปฏิบัติ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี วรรณกรรม ดนตรี เป็นต้น โดยผู้วิจัยเห็นว่าการแบ่งประเภทของทูทางวัฒนธรรมจะช่วยให้ง่ายต่อการค้นหาทูทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ ดังเช่นการศึกษาวิจัยของ ธนกฤต ภัทรธรรณ และเกรียงศักดิ์ สร้อยสุวรรณ (2565, หน้า 141-157) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทูทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาไทดำ บ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย ซึ่งได้มีการค้นหาทูทางวัฒนธรรมของชุมชน และนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกประเภททูทางวัฒนธรรม โดยพบว่า ทูทางวัฒนธรรมของชุมชนเป็นทูทางวัฒนธรรมประเภทที่จับต้องไม่ได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับการวิจัยของ วาสนา อาจสาสิทธิกรณ์, รัชฎากร วินิจกุล และพิชญ์ บุญนิยม (2563, หน้า 269-287) ที่ได้ศึกษาทูทางวัฒนธรรมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีไทดำ บ้านวังน้ำ ตำบลวังยาง อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร โดยพบว่า ทูทางวัฒนธรรมของบ้านวังน้ำ มี 2 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) ทูทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ ศิลปกรรมต่าง ๆ ที่ติดมากับที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งกาย สิ่งของเครื่องใช้ และ 2) ทูทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ระบบคุณค่า ค่านิยม ความเชื่อ ภาษา จารีตประเพณี พิธีกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผู้วิจัยได้ประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก ตามแนวคิดของ Dickman (1996, pp. 25-27) คือ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction), ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity), ด้านที่พักแรม (Accommodation) และด้านกิจกรรม (Activity) ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์ความพร้อมด้านต่าง ๆ ของบริบทชุมชนได้อย่างครอบคลุม โดยจำนวนปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยว และบริบทพื้นที่นั้น ๆ ดังเช่นการศึกษาของ กฤตยาภาณูจน์ ไตพิทักษ์ และอนันต์ นิรมล (ออนไลน์, 2561) ในเรื่อง การพัฒนาสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง ได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะสะท้อนศักยภาพของ

แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ จุดท่องเที่ยว (Attraction), กิจกรรม (Activity), การเข้าถึง (Access) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities and Accommodation) และเป็นเช่นเดียวกับการศึกษาของ เปรมปรีดา ทองลา, เพ็ญศิริ สมารักษ์ และบุษรา บรรจงการ (ออนไลน์, 2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตำบลสระแก้ว จังหวัดจันทบุรี พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวมี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านจุดดึงดูดการท่องเที่ยว (Attraction), ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility), ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity), ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity), ด้านที่พัก (Attraction) และด้านการบริการจัดการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

3. จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งกลุ่มรณรงค์เพื่อท้องถิ่น ปรับปรุงป้ายสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในที่พักโฮมสเตย์ และจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน ซึ่งแนวทางพัฒนาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2009, pp. 14-17) ได้กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบท (Context) ซึ่งเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่จึงมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของทุนทางวัฒนธรรมภายในชุมชน ดังเช่น การศึกษาวิจัยของ ขวัญฤทัย เดชทองคำ (2566, หน้า 65-79) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืน ชุมชนริมน้ำเจ้าพระยา บ้านเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามบริบท (Context) ของชุมชน ได้แก่ การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว การให้บริการห้องน้ำสาธารณะ จุดจอดรถและจุดบริการร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว การจัดการภูมิทัศน์และความปลอดภัย 2) ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมให้แก่เยาวชนในท้องถิ่น และการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระหว่างชุมชนเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้การจัดการทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้ เป็นไปตามแนวคิดของโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network) โดยองค์การ UNESCO (UNESCO Digital Library, Online, 2020) ซึ่งมีเป้าหมายสนับสนุนความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาในทุกระดับตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงระดับนานาชาติ โดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมสำคัญที่สามารถสร้างความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน สมาชิกในเครือข่ายควรมีเป้าหมายเดียวกัน และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามงานวิจัยของ ทิพย์สุวรรณ แซ่ลี้ (ออนไลน์, 2561) ได้เสนอรูปแบบเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมของชุมชนบ้านอาลี และชุมชนบ้านอ้อมแก้ว โดยพบว่า ชุมชนที่เป็นเครือข่ายสมาชิกมีการรับรู้ที่เหมือนกัน มีความเข้าใจการวางแผนการจัดการไปในทิศทางเดียวกัน มีวิสัยทัศน์ และเป้าหมายเดียวกัน พร้อมจะทำตามแนวปฏิบัติที่ร่วมกันวางแผน

และแบ่งปันผลประโยชน์กันระหว่างสองชุมชนได้อย่างเป็นธรรม 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น และการส่งเสริม Micro Influencer ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน เพื่อเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนมากขึ้น และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งแนวทางนี้เป็นไปตามแนวคิดของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 67-70) ที่อธิบายว่า การจัดการการท่องเที่ยวทุกรูปแบบควรมีการดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดการการท่องเที่ยวควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้สาธารณชนได้รับทราบ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรมีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความจดจำ มีการใช้เทคโนโลยี และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณัท แสนทวี, ภัทริรา อีร์สวัสดิ์ และชัชฎา อัครศรีวรร นากาโอคะ (2562, หน้า 1-11) ในงานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ชุมชนเป็นฐานพบว่า การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งวิธีดังกล่าวจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวได้ง่าย และสะดวก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ชุมชนควรถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมให้แก่เยาวชนภายในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมที่กำลังจะเลือนหายไปจากชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการสืบทอดและร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดความยั่งยืน
2. ชุมชนควรร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น หน่วยงานด้านการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการพัฒนาชุมชน เพื่อร่วมกันพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวอยู่เสมอ
3. ชุมชนควรสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กับชุมชนใกล้เคียงเพื่อร่วมกันออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงและเพิ่มความหลากหลายของเส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์และทุนสังคม สำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี
2. ควรศึกษาวิจัยกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นการกลับมาเที่ยวซ้ำ ชุมชนตำบลบ้านปึก อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf [2566, 20 ธันวาคม].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.trdnrru.net/img/poster1/project01.pdf> [2567, 15 มิถุนายน].
- กฤษณ์ แสนทวี, ภัทธีรา อีร์สวัสดิ์ และชัชฎา อัครศรีวร นากาโอเคะ. (2562). แนวทางการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน. **วารสารวิจัยเพื่อการปฏิรูปการเรียนรู้**, 2(1), หน้า 1-11.
- กฤษยากาญจน์ โตพิทักษ์ และอานันท์ นิรมล. (2561). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การพัฒนาลือส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://rms.rdi.tsu.ac.th:82/abc/files/report020191203131349.pdf> [2566, 20 ธันวาคม].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนปฏิบัติการ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ”**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เกรียงศักดิ์ พรหมณพันธุ์, ชุศักดิ์ สุวิมลเสถียร, ธรรมศักดิ์ สงกา, มนัส แก้วบุชา, ศรัญญา ประสพชิงชนะ, ปาจริย สุขาภิรมย์, พรทิพย์ พันธุ์ยุรา, สุภาภรณ์ เอี่ยมแข่ง, รุ่งอรุณ ดอนจันทร์ทอง, ศิริอร ศักดิ์วิไล, สกฤตพัฒน์ มั่งคั่ง, วัชรพงษ์ สุชีวงศ์ และรินจง เสริมศรี. (2562). **โครงการแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : บ้านมาบหม้อ ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. ชลบุรี: สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2566). การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืน กรณีศึกษา: ชุมชนริมน้ำเจ้าพระยา บ้านเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา**, 15(2), หน้า 65-79.
- ดร.ชนี เอมพันธุ์. (2549). **หลักนันทนาการและการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดารณี พลอยจั่น. (2559). ทูทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งกับกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. **วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม**, 4(1), หน้า 6-17.
- ดาริน วรณทรัพย์. (2561). **รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

- ทิพย์สุวรรณ แซ่ลี. (2561). **รูปแบบเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมของชุมชนบ้านอาลี และชุมชนบ้านอ้อมแก้ว จังหวัดสุรินทร์** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/e-research/sites/default/files/Thipsuwan_Saelee.pdf
[2567, 15 มิถุนายน].
- ธนกฤต ภัทร์ธราธร และเกรียงศักดิ์ สร้อยสุวรรณ. (2565). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาไทดำ บ้านป่าหนาด จังหวัดเลย. *วารสารวิชาการธรรมทศน์*, 22(3), หน้า 141-157.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ประไพพิมพ์ สุชีวินนันท และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2), หน้า 31-48.
- เปรมปรีดา ทองลา, เพ็ญศิริ สมารักษ์ และบุษรา บรรจงการ. (2566). **รายงานฉบับสมบูรณ์ เรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตำบลบางสระแก้ว จังหวัดจันทบุรี** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<https://eresearch.rbru.ac.th/pdf-uploads/thesis-2111-file01-2024-04-25-14-37-13.pdf>
[2567, 15 มิถุนายน].
- วาสนา อาจสาโรจน์, รัชฎากร วินิจกุล และพิษณุ บุญนิยม. (2563). ทุนทางวัฒนธรรมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีไทดำ บ้านวังน้ำ ตำบลวังยาง อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารพิบูล*, 18(2), หน้า 269-287.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). **การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศรัญญา ประสพชิงชนะ, ปาจริย สุขาภิรมย์ และอมรฉัฐ เสริมชีพ. (2565). การสำรวจองค์ความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรม ชุมชนบ้านมาบหม้อ ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 30(2), หน้า 155-178.
- สันทิชาญ์ เอื้อศิลป์ และธีร์ โคตรธา. (2562). การสร้างสรรค์อัตลักษณ์ตราสินค้าแฟชั่นจากหัตถกรรมสิ่งทอชุมชนบ้านปึก-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรีด้วยเทคนิคการตัดเย็บชั้นสูงเพื่อจัดจำหน่ายในตลาดสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 12(5), หน้า 1108-1123.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2566). **แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2023/03/masterplan_updated2023_080363.pdf [2566, 20 ธันวาคม].
- อินฟอร์เมชัน โพรวายเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์. (2556). **บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T24129.pdf> [2566, 20 ธันวาคม].

- Dickman, S. (1996). *Tourism: An introductory text* (2nd ed.). Sydney, Australia: Hodder Education.
- Flick, U. (1998). *An introduction to qualitative research : Theory, method and applications*. London, England: Sage.
- Lofland, J. & Lofland, L. H. (1984). *Analyzing Social Settings* (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology, 43*(3), pp. 177-195.
- Onwuegbuzie, A. J. & Leech, N. L. (2007). Sampling designs in qualitative research: making the sampling process more public. *Qualitative Report, 12*(2), pp. 238-254.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS news, 23*(8), pp. 16-20.
- Richards, G. (2009). Creative Tourism and Local Development. In *Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide*, Santa Fe: Sustone Press.
- Ritchie, J. & Spencer, L. (2002). Qualitative data analysis for applied policy research. In *Analyzing qualitative data* (pp. 173-194). Routledge.
- Throsby, D. (2001). *Economy and Culture*. Cambridge, Anglia: The Press Syndicate of the University of Cambridge.
- UNESCO. (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism. In *Discussion Report of the Planning Meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, New Mexico, pp. 25-27.
- UNESCO Digital Library. (2020). *UNESCO Creative Cities Network for sustainable development* (Online). Available: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375210> [2024, June 15].