



ภาพ: การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านการเกษตรสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในการฟังปราชญ์ท้องถิ่นเล่าเรื่องวิถีเกษตรกรรม
ที่มา: จริญญา สุพรรณ

แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี¹ Guidelines for Using Local Stories to Convey Meaning in Promoting Creative Tourism in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces

จริญญา สุพรรณ²

Jariya Supun

E-mail: jariya.su@ku.th

Received: July 7, 2022

Revised: August 30, 2022

Accepted: September 5, 2022

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี” ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) งบประมาณแผ่นดินปี 2563 This research paper is part of the research titled “Knowledge Management for Developing Creative Tourism Stories and Activities in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces” was funded by Bangkok: Capital Management and Administrative Unit for Increasing Competitiveness of the Country, Budget for the year 2020.

² นักวิจัยชำนาญการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Researcher, Professional Level, Faculty of Humanities, Kasetsart University.

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งสำรวจและรวบรวมเรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการสื่อความหมาย ตลอดจนศึกษาความต้องการของชุมชนในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงครอบคลุมชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ที่ได้รับการคัดเลือกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 14 แห่ง ผลการศึกษาพบว่าเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์และเหมาะสมสำหรับใช้สื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 3 จังหวัด สามารถจำแนกได้ 7 ประเภท คือ 1) ด้านประวัติศาสตร์และเหตุการณ์สำคัญ 2) ด้านวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 3) ด้านอาหารท้องถิ่น 4) ด้านงานหัตถกรรม 5) ด้านเกษตรกรรม 6) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 7) ด้านสิ่งมงคลและพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยมีแนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3 แนวทาง คือ 1) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสร้างเนื้อหาสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นออกแบบกิจกรรมสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นออกแบบการเล่าเรื่องสื่อความหมายเพื่อการนำชมสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวต้องการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นมากที่สุด ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44)

คำสำคัญ: เรื่องเล่าท้องถิ่น สื่อความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research paper is a qualitative and quantitative research. Its purpose was to explore and collect prominently unique local stories to lead to the analysis of guidelines for using local stories to convey meaning as well as studying the needs of the community in applying local stories to promote creative tourism in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces. A specific sample group was defined, and it covered communities or

tourist attractions in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces that had been selected to develop into 14 creative tourist attractions. The results of the study revealed that local stories that were unique and suitable for conveying in the promotion of creative tourism in all 3 provinces could be classified into 7 categories: 1) historical and important events, 2) local people's way of life, 3) local food, 4) handicrafts, 5) agriculture, 6) natural resource and environmental management, and 7) auspicious and sacred sites. There were 3 approaches for using local stories to convey meaning in promoting creative tourism: 1) using local narratives to create meaningful content for creative tourism, 2) using local stories to design activities that convey creative tourism, and 3) using local stories to design storytelling to convey meaning for navigating the places of creative tourist attractions. Community or tourist attractions wanted to apply local stories the most in promoting marketing by advertising and public relations to promote creative tourism (mean = 4.44).

Keywords: local stories, conveying meaning, creative tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันนี้คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนและมุ่งเน้นอธิบายความสำคัญและความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรมทางความคิดและการปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านวัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิต ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป Wisutthilak (2015, p.43) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความผูกพัน (Engaged) ระหว่างนักท่องเที่ยว (Guest) กับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว (Host) โดยส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจังผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้คำตอบใหม่ที่สอดคล้องกับรสนิยม

ของนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่ไม่เพียงแต่ต้องการ “มองดู” สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตน แต่มีความประสงค์ที่จะ “ลงมือทำ” เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง พร้อม ๆ กับพัฒนาศักยภาพของตนผ่านการปฏิบัติกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว และเพื่อที่จะได้รับแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ภายหลังกลับไปดำเนินชีวิตปกติ Richards and Raymond (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยโมเดล BCG อันประกอบด้วย เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) แนวทางดังกล่าวเป็นการพัฒนาในการใช้และนำเอาทรัพยากรที่อยู่ในชุมชนหรือรอบ ๆ มาพิจารณาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างผลประโยชน์สู่ชุมชนอย่างแท้จริง โดยไม่ให้เกิดผลกระทบในทางลบ อาทิ ขยะหรือของเสียที่ต้องกำจัด ฯลฯ โดยบูรณาการวัฒนธรรม ทุนสังคม สินค้า และการบริการให้มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น และเสริมสร้างให้เกิดประสบการณ์จริงตามลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization) (2021) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่แสวงหาและนำเสนอคุณค่าของวิถีชีวิต มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยผ่านกระบวนการออกแบบประสบการณ์จากสมบัติของพื้นที่ (Local Asset) นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความประทับใจ ความผูกพัน เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์และค้นพบศักยภาพของผู้มาเยือนและชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีภาคกลางเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ เนื่องจากเป็นประตูรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงไปยังภาคต่าง ๆ ของประเทศ จังหวัดในภาคกลางที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นเมืองต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงควรเป็นจังหวัดเมืองรองที่เชื่อมโยงกับจังหวัดต่าง ๆ ในภาคกลางเดียวกัน รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงกับภาคอื่น ๆ ใกล้เคียง จังหวัดที่มีคุณสมบัติดังกล่าว คือ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นเมืองรองที่อยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยวอารยธรรมวิถีไทยลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาป่าสัก มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีจำนวนมากและหลากหลาย สามารถพัฒนาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับชุมชน ระดับจังหวัด ระดับภาค ไปจนถึง

ระดับประเทศได้ Krasae-in, Ratanasuwongchai and Supun (2021, p.3) ศึกษาพบว่า จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ยังเป็นระเบียบ (Corridor) ที่เชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นที่นำไปสู่ภาคกลางกับภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคตะวันออก เชียงเหนือ และภาคตะวันออก อีกทั้งยังอยู่ติดกับจังหวัดที่เป็นเส้นทางเชื่อมเศรษฐกิจ ตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) และเส้นทางเชื่อมเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor: NSEC) นอกจากนี้เส้นทางคมนาคมของทั้ง 3 จังหวัดยังได้รับการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงกับภาคต่าง ๆ สู่ภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ รรทางคู่จังหวัดลพบุรีเชื่อมภาคเหนือทางจังหวัดนครสวรรค์ โครงการทางหลวง SH1 ผ่านจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดชัยนาท เพื่อเชื่อมโยงประเทศกัมพูชาทางภาคตะวันออก การเป็นเขตระเบียงเชื่อมภาคต่าง ๆ และเส้นทางเศรษฐกิจและคมนาคมสู่ภูมิภาคอาเซียนจึงทำให้ทั้ง 3 จังหวัดสามารถเชื่อมโยงการรองรับนักท่องเที่ยวจากพม่า จีน สปป.ลาว และกัมพูชาได้

อย่างไรก็ตามจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและถูกมองว่าเป็นเมืองผ่านไปสู่จังหวัดอื่น ๆ จึงทำให้ไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มูลค่าการท่องเที่ยวภายในจังหวัดของทั้ง 3 จังหวัดมีไม่มากนัก ทั้ง ๆ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเป็นจำนวนมาก Ministry of Tourism & Sports (2021) รายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยรายจังหวัดประจำปี 2564 พบว่า จังหวัดชัยนาทมีรายได้จากการท่องเที่ยว 385 ล้านบาท จังหวัดสิงห์บุรี 258 ล้านบาท และจังหวัดลพบุรี 1,111 ล้านบาท ดังนั้น การพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นจากเรื่องเล่าท้องถิ่น (Local Stories) ที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และสภาพแวดล้อม เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะว่าการท่องเที่ยวไม่ได้มีเพียงการชื่นชมทัศนียภาพหรือความอลังการของสถานที่เท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเรียนรู้เรื่องอัตลักษณ์ วัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน Tourism Authority of Thailand (2013) ได้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม 2. กลุ่มวิถีชีวิต (Lifestyle) ที่เกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำรงชีวิต หรือวิถีการประกอบอาชีพของคนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง หรือวิถีชีวิตเฉพาะกลุ่มของ

ชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ 3) กลุ่มศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม และ 4) กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional Creation) เป็นกลุ่มสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน ทั้งนี้หากชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาพัฒนากิจกรรม สินค้า และการบริการท่องเที่ยวให้โดดเด่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ควรต้องดำเนินการโดยอาจใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วจากตำนาน นิทาน ความเชื่อ และประวัติศาสตร์ เป็นต้น มาสร้างเนื้อหาการเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมการตลาดให้แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่นสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม ที่สำคัญการเล่าเรื่องที่ดียังก่อให้เกิดอรรถรสส่งเสริมให้เห็นคุณค่าท้องถิ่น และส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างรายได้ให้แก่พื้นที่ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน จึงอาจกล่าวได้ว่าเรื่องเล่าท้องถิ่นมีความสำคัญต่อชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว เช่น เรื่องเล่าทำให้นักท่องเที่ยวจดจำและเกิดความประทับใจ เรื่องเล่าทำให้เกิดจินตนาการ เรื่องเล่าสร้างความเข้าใจ และเรื่องเล่าสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ และสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลดังกล่าวบทความวิจัยนี้จึงมุ่งสำรวจ รวบรวมและคิดสรรเรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการสื่อความหมาย ตลอดจนศึกษาความต้องการของชุมชนในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่น ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสินค้าท้องถิ่น กิจกรรมและบริการ ที่นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปร่างเป็นนโยบายหรือแผนปฏิบัติการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับชุมชน และจังหวัดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจ และรวบรวมเรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี

3. เพื่อศึกษาความต้องการของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในการประยุกต์ใช้
เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี
และจังหวัดลพบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ภายใต้กระบวนการ
มีส่วนร่วมของชุมชน มุ่งเน้นการเก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก จัดประชุม
กลุ่มเฉพาะ ประชุมระดมสมอง การจัดอบรมบ่มเพาะ และการสังเกตการณ์อย่างมี
ส่วนร่วม และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถาม
ความต้องการของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้แนวคิดการจัดการความรู้เรื่องเล่า
ท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การที่ชุมชนสามารถนำเรื่องเล่าท้องถิ่นไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิต
ของชุมชน พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรีและ
จังหวัดลพบุรี ที่ได้รับการคัดเลือกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 14 แห่ง
ดังนี้ 1) จังหวัดชัยนาท ได้แก่ ตลาดโพนางคำ ไร่หญิงมณีรัฐ สวนส้มโอโชคชัย
บ้านคนรักศาล และบ้านบุทาหรณ 2) จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า
บ้านดอนกระต่าย บ้านหนองโหลง ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน และสวนตะวันแสนภูมิ
3) จังหวัดลพบุรี ได้แก่ ชุมชนไทยเบิ้ง บ้านสวนขวัญลพบุรี ศูนย์การเรียนรู้บ้านดิน
มดแดง และวัดลพบุรีฟาร์มสเตย์ โดยมีวิธีการคัดเลือกพื้นที่วิจัย คือ 1) วิธีการคัดเลือก
พื้นที่เชิงปริมาณเป็นการคำนวณหาค่าเฉลี่ยความมีศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนา
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านคุณลักษณะทั่วไปของพื้นที่ และคุณลักษณะ
สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ 2) วิธีการคัดเลือกพื้นที่เชิงคุณภาพ
ใช้การประชุมระดมสมองระหว่างนักวิจัยที่ลงพื้นที่สำรวจและนักพัฒนาการท่องเที่ยวของ
3 จังหวัดมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ศักยภาพของสถานที่ได้ข้อมูลเป็น 4 ชุด คือ
อัตลักษณ์ของสถานที่ ข้อดี ข้อด้อย และความเป็นไปได้ในการพัฒนา ทั้งนี้ สถานที่ที่ได้
ได้รับการคัดเลือกเพื่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องผ่านเกณฑ์ 4 ข้อ
คือ 1) มีศักยภาพในภาพรวมระดับสูงเป็นต้นไป 2) มีคะแนนศักยภาพลักษณะทั่วไป
และลักษณะสร้างสรรค์อย่างละไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนเต็มในแต่ละส่วน

3) ผู้นำชุมชนหรือผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการจัดการและสมัครใจที่จะร่วมพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน 3 จังหวัดอย่างเป็นรูปธรรมมาก่อน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้ กลุ่มผู้นำชุมชน ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้นำชุมชนผู้อาวุโสท้องถิ่น และ ปราชญ์ชาวบ้าน 2) กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) กลุ่มเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่พัฒนาการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัด และ 4) กลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ เครื่องมือในการศึกษาวิจัยประกอบไปด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องเล่าท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเรื่องราวและกิจกรรมในการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์โดยวิเคราะห์จากดัชนีความ สอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการจัดการ ความรู้และการเล่าเรื่องที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน 2) ข้อคำถามและ ประเด็นการประชุมระดมสมอง การวิพากษ์ และการอบรมบ่มเพาะการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่น ของชุมชนในการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) แบบสอบถามความ ต้องการในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสารและจากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย 1) เก็บข้อมูลภาคสนาม (Fieldwork) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้นำชุมชน ผู้อาวุโสท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยว และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสำรวจ และรวบรวม องค์ความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง อย่างน้อยแห่งละ 3 คน จำนวน 42 คน 2) ประชุมกลุ่มเฉพาะและประชุมระดมสมองกลุ่มเป้าหมายที่เป็น ตัวแทนของชุมชนทั้ง 14 แห่ง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 30 คน เพื่อร่วมพัฒนา และแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เหมาะสมในการนำมาออกแบบเนื้อหาเพื่อ การนำเสนอสถานที่ การออกแบบกิจกรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่แต่ละพื้นที่ 3) อบรมบ่มเพาะการจัดการสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 14 แห่งและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 50 คน เพื่อนำไปสู่การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลในการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่น

สื่อความหมายในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนสอบถามความต้องการของชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากภาคสนาม โดยมีฐานข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลมาจัดกลุ่มและใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีมาประกอบการวิเคราะห์ หลังจากนั้นเป็นการนำข้อมูลทั้งหมดให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและมีมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายความต้องการของชุมชนในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเด็นต่าง ๆ

ผลการวิจัย

1. เรื่องเล่าท้องถิ่นอัตลักษณ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการสำรวจ รวบรวมเรื่องเล่าท้องถิ่นโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ พบเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เด่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่งเป็นจำนวนมากสามารถนำมาออกแบบเนื้อหาและกิจกรรมสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิต จากการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและชุมชน สามารถสรุปเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์โดดเด่น ดังนี้

1.1 เรื่องเล่าท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท ได้แก่ ตลาดโพนางคำ ไหว้ญิงมณีรัฐสวนส้มโอโชคชัย บ้านคนรักขตาล และบ้านบุทางรถ พบเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เด่น เช่น ตลาดชุมชน 100 ปี ตำนานอาหารพื้นถิ่น พิษพื้นถิ่น และป่าชุมชน เป็นต้น ผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอตัวอย่างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ดังนี้

ตลาดโพนางคำหรือตลาดชุมชนชาวจีนเป็นย่านการค้าของชุมชนชาวบ้านและเป็นจุดกำเนิดของ “ขนมหน้างากุยหลี่” ซึ่งเป็นขนมที่สืบสานตำนานความอร่อยมาตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 จนถึงปัจจุบัน และได้มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายจนเป็นที่นิยมของคนในจังหวัดชัยนาทและจังหวัดอื่น ๆ จนกล่าวได้ว่า “เป็นขนม 100 ปีที่ไม่มีวันตกยุค”

1.2 เรื่องเล่าท้องถิ่นจังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า บ้านดอนกระต่าย บ้านหนองโหลง ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน และสวนตะวันออกภูมิพบเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เด่น เช่น พื้นที่ประวัติศาสตร์ในการตามรอยเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5 อาหารพื้นถิ่นตำรับแม่ครัวหัวป่า วิถีเกษตรกรชาวนา แหล่งพื้นพันธุ์ปลาช่อนแม่ลา การพัฒนาพันธุ์ไม้มงคล พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และถิ่นวีรชนผู้กล้าชาวบ้านบางระจัน เป็นต้น ผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอตัวอย่างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ดังนี้

บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่านอกจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญในการตามรอยเสด็จประพาสต้นของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ยังมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอื่น ๆ อีกมากมายที่ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสและเรียนรู้ อาทิ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสำคัญภายในวัดพรหมเทพาวาส พิพิธภัณฑน์เมืองพรหมบุรี ฉลอง 100 ปีเสด็จประพาสต้นที่สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมเรื่องเล่าของชุมชนอันเป็นอัตลักษณ์โดดเด่นที่ชุมชนต้องการนำเสนอสู่สายตานักท่องเที่ยว เช่น เรื่องราวความเป็นมาของแม่ครัวหัวป่า ซึ่งเป็นนามพระราชทานของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

บ้านหนองโหลงเป็นพื้นที่ที่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล และน้ำตก แต่สิ่งที่บ้านหนองโหลงมีและภูมิใจมากที่สุดคือการที่คนในชุมชน “ร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ” สร้างชุมชนขึ้นมาเองจนกลายเป็นชุมชนหนองโหลงต้องเที่ยวในปัจจุบันภายใต้แนวคิดร่วมกันของชุมชนคือ “ถึงแม้บ้านหนองโหลงไม่มีทรัพยากรทางธรรมชาติ แต่มีท้องทุ่งนาข้าวที่เป็นอัตลักษณ์โดดเด่นของชุมชน ดังนั้นจึงต้องขายวิถีชีวิตการทำนา”

บ้านดอนกระต่ายมีของดี คือ หลวงพ่อทรัพย์-หลวงพ่อสิน ซึ่งประดิษฐานอยู่ที่วัดประโชติการาม หมู่ที่ 3 ตำบลบางกระบือ จังหวัดสิงห์บุรี หลวงพ่อทั้งสององค์เป็นหลวงพ่อบางสุโขทัยสร้างมากกว่า 700 ปี นับเป็นพระศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองและเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบางกระบือ ชาวจังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอื่น ๆ ที่ให้ความเคารพบูชาและกราบไหว้เพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำคัญ คือ “บ้านเล่าเรื่อง” ซึ่งเปรียบเสมือนพิพิธภัณฑ์กลางแจ้งที่บอกเล่าเรื่องราวของชุมชนโดยครุภูมิปัญญาหรือปราชญ์ท้องถิ่นด้านต่าง ๆ เช่น วิถีชีวิตชาวบ้าน พันธุ์ไม้หายากกว่า 40 สายพันธุ์ และโดยเฉพาะการอนุรักษ์พันธุ์ปลาช่อนแม่ลา เป็นต้น

สิ่งห้บุร

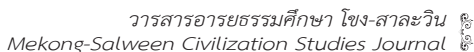


Adapted from “Singburi-map”, 2021, <https://เที่ยวyimoi.com/สิ่งหุ้บุรี/>

1.3 เรื่องเล่าท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ชุมชนไทยเบ๊ บ้านสวนขวัญ@ลพบุรี ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง และวัดลภาพาร์มสเตย์ พบเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น ประวัติศาสตร์ชุมชนเรื่องเล่าบ้านไทยหลบโจร อาหารพื้นถิ่นไทยเบ๊งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา วิถีชุมชนเชิงเกษตร และเกษตรทฤษฎีใหม่ เป็นต้น ผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอตัวอย่างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี ดังนี้

ชุมชนไทยเบ๊ บ้านโคกสูง มีภูมิปัญญาที่โดดเด่นไม่ว่าจะเป็นงานจักสาน อาหารพื้นบ้านที่ปรุงง่ายกินตามฤดูกาล โดยมีพระเอกที่เป็นตัวชูโรงให้อาหารพื้นบ้านไทยเบ๊มีความโดดเด่นและแตกต่างจากอาหารพื้นถิ่นอื่น คือ “ก๋ากัด” ซึ่งเป็นพืชสมุนไพรที่ต้องใส่ในอาหารคาวทุกชนิดจึงเป็นเรื่องราวที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าจากคุณค่าของภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นบ้าน อีกทั้งการที่กลุ่มไทยเบ๊บ้านโคกสูงได้มีโอกาสในการทำงานเกี่ยวกับการฟื้นฟูวัฒนธรรมมากกว่า 20 ปี จนถึงปัจจุบัน ชุมชนได้ใช้เครื่องมือในการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ผ่านกระบวนการบ่มเพาะเด็ก เยาวชน และผู้คนในชุมชนให้ลุกขึ้นมาเพื่อที่จะอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสานและพัฒนาไปสู่การสร้างมูลค่าให้กับชุมชน สิ่งที่ทำมาทั้งหมดนี้คือเครื่องมือที่จะพาเด็กรุ่นใหม่กลับบ้านเพื่อมาช่วยกันพัฒนาชุมชนต่อไป

วัดลภาพาร์มสเตย์ เป็นที่พื้นที่ตั้งใจกลับมาเพื่อสร้างครอบครัว และเป็นพื้นที่ที่อยากออกแบบชีวิตตัวเองและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ในท้องถิ่นให้เห็นภาพเมื่อครั้งเป็นเด็ก เช่น ภูเขา ทุ่งนา ต้นมะพร้าว ก้อนเมฆ พระอาทิตย์ เป็นต้น และอยากส่งต่อให้ทุกคนมาเห็นและสัมผัสสภาพนั้นที่มีอยู่จริงในปัจจุบันได้ที่วัดลภาพาร์มสเตย์แห่งนี้



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จัดกลุ่มประเภทเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนทั้ง 14 แห่ง
ในจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี

ชุมชน/แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี	ประวัติ ศาสตร์และ เหตุการณ์ สำคัญ	วิถีชีวิต ของคน ใน ท้องถิ่น	อาหาร ท้องถิ่น	งาน หัตถ กรรม	เกษตร กรรม	การจัดการ ทรัพยากร และ สิ่งแวดล้อม	สิ่งมรดก และพื้นที่ ศักดิ์สิทธิ์
ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท							
1. ตลาดโพนางคำ ต.โพนางคำต.ก อ.สรรพยา จ.ชัยนาท	✓	✓	✓				
2. ไธัญมณีสถู ต.สรรพยา อ.สรรพยา จ.ชัยนาท	✓	✓			✓		
3. สวนส้มโอโชคชัย ต.นางลือ อ.เมือง จ.ชัยนาท	✓				✓		
4. บ้านคนรักตาล ต.ห้วยกรด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท	✓	✓			✓		✓
5. บ้านบุทาจรต ต.เด่นใหญ่ อ.หันคา จ.ชัยนาท	✓	✓				✓	
ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี							
6. บ้านชลอนแม่ครัวหัวป่า ต.หัวป่า อ.พรหมบุรี จ.สิงห์บุรี	✓	✓	✓				✓
7. บ้านดอนกระต่าย ต.บางกระบือ อ.เมืองสิงห์บุรี จ.สิงห์บุรี	✓	✓		✓	✓		✓
8. บ้านหนองโหลง ต.บ้านจำ อ.บางระจัน จ.สิงห์บุรี	✓	✓			✓		
9. ตลาดไทยย่อนยุคบ้านระจัน ต.บางระจัน อ.ค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี	✓	✓	✓				✓
10. สวนตะวันแสนภูมิ ต.บางระจัน อ.ค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี	✓				✓		
ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี							
11. ชุมชนไทยเบ็ง ต.โคกสรง อ.พัฒนานิคม จ.ลพบุรี	✓	✓	✓	✓			
12. บ้านสวนขวัญ@ลพบุรี ต.มหาสอน อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี	✓	✓	✓		✓		
13. ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง ต.โคกตูม อ.เมือง จ.ลพบุรี	✓	✓		✓	✓		
14. วิลลาฟาร์มสเตย์ ต.เขาพระงาม อ.เมือง จ.ลพบุรี	✓	✓			✓		

Note: A Clustered Analysis of Local Stories into 14 Communities in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces.

2. แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการประชุมกลุ่มเฉพาะและประชุมระดมสมองเพื่อวิพากษ์การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินการวิพากษ์โดยตัวแทนชุมชนท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยว บริษัทเจ็ดนาฬิกา นักพัฒนาการท่องเที่ยวและนักการตลาดการท่องเที่ยวจำนวน 30 คน และการอบรมบ่มเพาะการจัดการสิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อการเล่าเรื่อง การออกแบบกิจกรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว

ทั้ง 14 แห่ง และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี จำนวน 50 คน ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้พบว่า แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างประสบการณ์และส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำสามารถจำแนกได้เป็น 3 แนวทาง ดังนี้

2.1 การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสร้างเนื้อหาสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าในการสร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์เด่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถพิจารณาใน 9 หลักคิด ดังต่อไปนี้

2.1.1 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่ขึ้นด้วยคำขวัญ บทกลอน และใช้คำสวยงาม เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความคล้อยตาม และซาบซึ้ง เช่น ชุมชนไทยเบิ้ง สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่ขึ้นต้นด้วยคำขวัญของชุมชน ความว่า “ผ้าขาวม้าขาว ถูย้อมสวย ล้อมด้วยพนักกันน้ำ แหล่งวัฒนธรรมไทยเบิ้ง”

2.1.2 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นโดยการมีบทละครหรือบทสนทนาเพื่อสร้างอารมณ์ให้กับผู้ฟัง เช่น การมีบทละครหรือมีบทสนทนาเกี่ยวกับบรรยากาศการปรุงอาหารถวาย รัชกาลที่ 5 เมื่อครั้งเสด็จประพาสต้น ณ ตำบลหัวป่า ของบ้านคลองแม่ครัวหัวป่า เป็นต้น

2.1.3 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เด่นเป็นที่จดจำของผู้คนมาขยายความโดยเปรียบเทียบให้เกิดอารมณ์ขัน ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องที่ทำให้ผู้ฟังจดจำและคล้อยตาม เช่น การสร้างเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนไทยเบิ้งที่กล่าวถึง “เสื้อฮีหัว เหมือนกับเสื้อสายเดี่ยว คนในเมืองเชยกว่าเราอีกเพราะเราใส่เสื้อสายเดี่ยวมานานแล้ว” เป็นต้น

2.1.4 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นเหตุการณ์ที่ผู้เล่าประทับใจและเข้าใจมากที่สุด เช่น บ้านคนรักชตาล สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ตาลโตนด และความสำคัญของตาลโตนดที่มีต่อชุมชน เป็นต้น

2.1.5 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นในรูปแบบของการวาดภาพจินตนาการผ่านการตั้งคำถาม เช่น การสร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นของวัดสภาพาร์มสเตย์ ความว่า “ท่านเคยจินตนาการหรือไม่ เคยวาดรูปตามจินตนาการที่มีทั้งพระอาทิตย์ขึ้น

ในตอนเช้า มินก ตันไม้ ภูเขาหรือไม่ ถ้ายังไม่เคยเห็นอยากเชิญชวนทุกท่านมาเห็นและสัมผัสสภาพที่กล่าวถึงได้ที่วัดลภาพารมสเตย์แห่งนี้”

2.1.6 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นในรูปแบบของการเล่าเรื่องแบบเรียงลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจนจบ เช่น การสร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นของตลาดโปนงดำที่กล่าวถึงตั้งแต่คนจีนจากโพ้นทะเลนั่งเรือสำเภาแดงมาประเทศไทยและมาสรุปจบด้วยการบอกเล่าเรื่องราวว่าจะมาเป็นขนมหน้างาคุยหลีของชาวจีนโพ้นทะเล

2.1.7 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นจากแนวคิดและขั้นตอนการพัฒนาชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความรู้สึกรักให้ผู้ฟังเกิดความผูกพัน และภาคภูมิใจ หรือรู้สึกศรัทธากับเรื่องเล่าของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว เช่น บ้านหนองโหลง สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวตั้งแต่ชุมชนประสบปัญหาในอาชีพทำนา จึงได้ “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมแก้ไขปัญหา” และสรุปจบด้วยความภาคภูมิใจของชุมชน คือ “การสร้างชุมชนด้วยลำแข้งของชุมชนเอง จึงอยากให้ทุกท่านได้มาเที่ยวมาพูดคุย และศึกษาเพื่อให้รู้จักบ้านหนองโหลงอย่างลึกซึ้ง”

2.1.8 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนทั้งหมดและคัดเลือกเหตุการณ์สำคัญมาเป็นไฮไลท์เพื่อเล่าเรื่องแก่นักท่องเที่ยว เช่น บ้านสวนขวัญ ๑๗บุรี สร้างเรื่องเล่าท้องถิ่นที่บอกเล่าเรื่องราวอัตลักษณ์เด่นของชุมชนทั้งหมด และคัดเลือกเรื่องเล่าท้องถิ่นด้านประวัติศาสตร์เรื่อง “บ้านไทยหลบโจร” มาสรุปจบเป็นไฮไลท์นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว

2.1.9 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่ดึงดูดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ตัวตนแท้จริงของชุมชนที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เช่น ศูนย์การเรียนรู้บ้านดินมดแดง ดึงจุดเด่นที่เป็นงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเด็กและบ้านบุทางรดึงจุดเด่นในเรื่องของการอนุรักษ์ป่าเขาราวเทียน เป็นต้น

2.2 การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว นำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตนเองและมีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่นโดยมีแนวทางใน 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 การคัดสรรเรื่องเล่าท้องถิ่น จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

และปรึกษาร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการคัดสรรเรื่องเล่าท้องถิ่น คือ การนำเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นจุดเด่นที่สุดที่ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวประสงค์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มาพัฒนาเป็นกิจกรรมหลักเพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากหากมีการพัฒนาในหลายฐานกิจกรรมการท่องเที่ยวมากจนเกินไปจะเป็นการกระจายความดึงดูดใจ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสับสนและหาจุดความน่าสนใจไม่พบ และพบประเภทเรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีเนื้อหาเป็นอัตลักษณ์เด่นและเหมาะสมที่ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง นำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านอาหารพื้นถิ่น เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านหัตถกรรม เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านการเกษตร และเรื่องเล่าท้องถิ่นด้านประวัติศาสตร์ชุมชนและเหตุการณ์สำคัญ

2.2.2 การตระหนักถึงข้อควรระวังในการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นมาออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) เรื่องเล่าท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีตัวตนจริงหรือสถานที่จริงควรระมัดระวังการนำเสนอที่จะไปกระทบกับความรู้สึกของเครือญาติของบุคคลท่านั้น ๆ 2) เรื่องเล่าท้องถิ่นเกี่ยวกับความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์สามารถนำเสนอได้ใน 2 รูปแบบ คือ นำเสนอในเรื่องประวัติศาสตร์สถานที่ และนำเสนอในเรื่องของความเชื่อ แต่หากมุ่งเน้นในประเด็นหรือแง่มุมเกี่ยวกับความเชื่อควรตระหนักว่าอาจเป็นการส่งเสริมให้เกิดความงมงาย และ 3) เรื่องเล่าท้องถิ่นเชิงประวัติศาสตร์หรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตไม่ควรเล่าให้เป็นวิชาการหรือเป็นประวัติศาสตร์เชิงลึกมากเกินไป

2.2.3 การออกแบบและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากฐานองค์ความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่น ควรเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจระดับมาก มีอัตลักษณ์หรือจุดเด่นที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น และควรเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนรู้ การค้นพบ การสำรวจ การคิดหรือการจินตนาการที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ ได้มากกว่า 60% ตลอดจนชุมชนสามารถจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองและอย่างต่อเนื่อง เช่น 1) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านอาหารออกแบบกิจกรรม “ลองทำอาหารพื้นถิ่นโดยการลงมือปฏิบัติจริงและร่วมรับประทานอาหารกับคนท้องถิ่น” 2) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมออกแบบกิจกรรม “ลองทำงานหัตถกรรมท้องถิ่น” 3) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้าน

การเกษตรออกแบบกิจกรรม “เรียนรู้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และการทดลองปลูกพืชด้วยตนเอง” และ 4) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านประวัติศาสตร์ออกแบบกิจกรรม “การฟังปราชญ์ท้องถิ่นบรรยายเรื่องราวหรือเรื่องเล่าต่าง ๆ ของท้องถิ่นพร้อมทั้งนำชมไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของพื้นที่เป็นกิจกรรมสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.2.4 การตรวจสอบและติดตามผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวและนำเสนอสู่สาธารณะแล้วนั้น ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวควรมีการบริหารจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่ได้นำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ไว้

2.3 การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นออกแบบการเล่าเรื่องเพื่อการนำชมสถานที่
พบว่าการเล่าเรื่องให้มีรรถรสและส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สำคัญแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาให้คนท้องถิ่นเล่าเรื่องได้ดี นอกจากต้องเกิดจากการเรียนรู้รายละเอียดและตระหนักในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การบริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แล้วประการสำคัญ คือ การเล่าเรื่องท้องถิ่นด้วยวิธีการที่น่าสนใจ มีหลักการสำคัญ ดังนี้

2.3.1 ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าโดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังเพื่อให้ผู้ฟังตื่นตัวตลอดเวลาด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น 1) ตั้งคำถามและให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการตอบ และ 2) ใช้ภาษาพูดที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความตื่นตัวตลอดเวลา เช่น ฟังดี ๆ นะคะ จีบตาดูดี ๆ นะคะ และตั้งใจฟังนะคะ เป็นต้น คำต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ผู้ฟังกลับมาฟังผู้เล่าอีกครั้ง

2.3.2 ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าต่าง ๆ ของท้องถิ่นที่สั้น กระชับ น่าสนใจ และไม่ใช้เวลานานมากเกินไปเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ชอบรับฟังเรื่องเล่าที่ใช้เวลานาน มีขั้นตอนลำดับการเล่าเรื่อง ดังนี้ 1) ตัวแทนชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวกล่าวแนะนำตนเองและกล่าวคำทักทาย โดยอาจใช้เทคนิคของการขบเสภา การอ่านบทกลอน หรือเลือกใช้ภาษาถิ่นเพื่อช่วยสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว (ไม่เกิน 1 นาที) 2) ผู้นำชุมชน/ปราชญ์ท้องถิ่น เล่าเรื่องของพื้นที่ เช่น ประวัติศาสตร์ชุมชน และจุดเด่นของชุมชน เป็นต้น (ไม่เกิน 3 นาที) และ 3) ปราชญ์ท้องถิ่นประจำฐานกิจกรรมแต่ละฐานเล่าเรื่องที่เป็จุดเด่นของกิจกรรมที่จะให้นักท่องเที่ยวทดลองทำ

(แต่ละฐานกิจกรรมไม่ควรเล่าเรื่องเกิน 5 นาที)

2.3.3 ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยวด้วยความภาคภูมิใจออกมาจากหัวใจ และขณะเล่าเรื่องต้องไม่มีความกลัวที่ใครมองว่าเราเก่งหรือไม่เก่ง ดีหรือไม่ดี เลิศหรือไม่เลิศ แต่ให้คิดว่าตัวเราเลิศที่สุด ดีที่สุด และจะถ่ายทอดภูมิปัญญา ถ่ายทอดตัวละคร ถ่ายทอดของดีของชุมชนสู่ผู้ฟังให้เกิดความประทับใจมากที่สุด ทักษะคติเช่นนี้จะทำให้การนำเสนอหรือถ่ายทอดเรื่องเล่าได้อย่างน่าสนใจ อีกทั้งหากผู้เล่าเรื่องมีการชื่นชมและให้คุณค่ากับผู้ฟังจะเป็นการสร้าง ความภาคภูมิใจและความประทับใจแก่ผู้ฟัง

2.3.4 ผู้เล่าเรื่องควรต้องทราบว่าการเล่าเรื่องราวที่จะสื่อสารนั้นเป็นใคร เพราะจะได้เลือกใช้ภาษาและน้ำเสียงได้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มหรือแต่ละวัย และไม่ควรเล่าเรื่องอยู่เพียงสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเท่านั้น แต่ควรเปลี่ยนสถานที่หรือเคลื่อนย้ายตำแหน่งการเล่าเรื่องเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่าย สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติอาจให้มัคคุเทศก์ยืนข้างผู้เล่าเรื่องตลอดเวลา เพื่อเป็นตัวกลางในการประสานแจ้งประเด็นที่นักท่องเที่ยวสนใจรวมทั้งกำกับเวลาในการนำเสนอเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเล่าเรื่องในแต่ละจุดการนำเสนอสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เกิน 5 นาที และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่เกิน 10-15 นาที

3. ความต้องการของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ (Creative Intangible Asset) อาทิ ตำนาน นิทาน ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ หรืออื่น ๆ ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยวด้วยการเล่าเรื่องและการนำเสนอที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะและอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่เพื่อเสริมอรรถรสในการเที่ยวให้น่าประทับใจยิ่งขึ้น จากการสอบถามความต้องการเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าร่วมอบรมเฉพาะเพื่อการจัดการสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับหลักการ เทคนิค และการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวน 50 คน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 41 คน ปรากฏผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2 ความต้องการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

n=41

ความต้องการ ประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	ระดับความต้องการประยุกต์ใช้เรื่องเล่า ท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์		
	Mean	S.D.	การแปลผล
1. นำมาพัฒนาเนื้อหาเรื่องราว/เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.39	0.53	ต้องการมาก
2. นำมาพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.34	0.53	ต้องการมาก
3. นำมาใช้ในการปรับบรรยากาศหรือภูมิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.41	0.55	ต้องการมาก
4. นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.41	0.55	ต้องการมาก
5. นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.44	0.55	ต้องการมาก
ภาพรวมความต้องการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.40	0.54	ต้องการมาก

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนนมี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามแบบของ ลิเคิร์ท (Likert) โดยแปลความหมายของระดับคะแนน ดังนี้

ค่าคะแนน 4.51-5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด	หรือ	ต้องการมากที่สุด
ค่าคะแนน 3.51-4.50 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ มาก	หรือ	ต้องการมาก
ค่าคะแนน 2.51-3.50 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง	หรือ	ต้องการปานกลาง
ค่าคะแนน 1.51-2.50 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ น้อย	หรือ	ต้องการน้อย
ค่าคะแนน 1.00-1.50 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด	หรือ	ต้องการน้อยที่สุด

Note: The Need to Apply Local Stories to Promote Creative Tourism.

จากตารางพบว่า ภาพรวมชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ทั้ง 14 แห่ง ต้องการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับมาก (มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.40)

เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ทั้ง 14 แห่ง ต้องการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมากที่สุด

ในข้อนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.44) รองลงมาคือ นำมาใช้ในการปรับบรรยากาศหรือภูมิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 เท่ากัน) นำมาพัฒนาเนื้อหาเรื่องราว/เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) และน้อยที่สุดในข้อนำมาพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยพบเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เด่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง จัดกลุ่มได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ 1) ด้านประวัติศาสตร์และเหตุการณ์สำคัญ 2) ด้านวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 3) ด้านอาหารท้องถิ่น 4) ด้านงานหัตถกรรม 5) ด้านเกษตรกรรม 6) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 7) ด้านสิ่งมงคลและพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของท้องถิ่น เรื่องเล่าท้องถิ่นดังกล่าวสามารถนำมาใช้สื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิต เพื่อสร้างประสบการณ์และส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำได้เป็น 3 แนวทาง ได้แก่

1. การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสร้างเนื้อหาสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยพิจารณาใน 9 หลักคิดคือ 1.1) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่ขึ้นด้วยคำขวัญ บทกลอน และคำสรวลเย้า เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความคล้อยตาม 1.2) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นโดยการมีบทละครหรือบทสนทนาเพื่อสร้างอารมณ์ให้กับผู้ฟัง 1.3) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เด่นเป็นที่จดจำของผู้คนมาขยายความโดยเปรียบเทียบให้เกิดอารมณ์ขัน 1.4) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นเหตุการณ์ที่ผู้เล่าประทับใจและเข้าใจมากที่สุด 1.5) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นในรูปแบบของการวาดภาพจินตนาการผ่านการตั้งคำถาม 1.6) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นในรูปแบบของการเล่าเรื่องแบบเรียงลำดับเหตุการณ์ต่างๆ ตั้งแต่ต้นจนจบ 1.7) สร้างเนื้อหา เรื่องเล่า

ท้องถิ่นจากแนวคิดและขั้นตอนการพัฒนาชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว 1.8) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนทั้งหมดและคัดเลือกเหตุการณ์สำคัญมาเป็นไฮไลท์เพื่อเล่าเรื่องนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว 1.9) สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าท้องถิ่นที่ดึงดูดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ตัวตนแท้จริงของชุมชนที่แตกต่างจากชุมชนอื่น

2. การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า มีแนวทางใน 4 ขั้นตอน คือ 2.1) การ คัดสรรเรื่องเล่าท้องถิ่น 2.2) การตระหนักถึงข้อควรระวังในการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นมาออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2.3) การออกแบบและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากฐานองค์ความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่น 2.4) การตรวจสอบและติดตามผล

3. การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นออกแบบการเล่าเรื่องเพื่อการนำชมสถานที่พบว่า มีหลักการสำคัญ 4 ประการคือ 3.1) ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าโดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังเพื่อให้ผู้ฟังตื่นตัวตลอดเวลาด้วยวิธีการต่าง ๆ 3.2) ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าต่าง ๆ ของท้องถิ่นที่สั้น กระชับ น่าสนใจ และไม่ใช้เวลานานมากเกินไป 3.3) ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยวด้วยความภาคภูมิใจออกมาจากหัวใจ 3.4) ผู้เล่าเรื่องควรต้องทราบของกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารนั้นเป็นใคร

ผู้วิจัยพบความต้องการของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในการประยุกต์ใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามากที่สุดในการนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อภิปรายผลการวิจัย

การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการนำเอาข้อมูลทรัพยากรท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ (Creative Intangible Asset) เช่น ตำนาน นิทาน ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ หรืออื่น ๆ ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการคัดเลือกในการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ทั้ง 14 แห่ง ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม พบว่า มีองค์ความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เด่นและฝังรากลึกอยู่ในชุมชนอยู่เป็นจำนวนมากที่สามารถนำมาใช้ในการสร้างเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อสื่อความหมายสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ให้น่าสนใจและสร้าง

ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ทั้ง 14 แห่ง มาออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น 1) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านอาหารพื้นถิ่นออกแบบกิจกรรม “ลองทำอาหารพื้นถิ่นโดยการลงมือปฏิบัติจริงและร่วมรับประทานอาหารกับคนท้องถิ่น” 2) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมออกแบบกิจกรรม “ลองทำงานหัตถกรรมท้องถิ่น” และ 3) การใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นด้านการเกษตรออกแบบกิจกรรม “เรียนรู้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และการทดลองปลูกพืชด้วยตนเอง” อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าหากชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยววิเคราะห์เรื่องเล่าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เด่นร่วมกันมาจัดกลุ่มอยู่ในธีม (Theme) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เดียวกันจะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดความหลากหลายและความน่าสนใจมากขึ้น ทั้งนี้ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากองค์ความรู้เรื่องเล่าท้องถิ่นชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอาจจัดเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มที่ 1 Time Machine ย้อนอดีต มีลักษณะดังนี้ 1) ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เรื่องราวในอดีตชาติพันธุ์ ปรัชญา/ความคิด วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตที่ปฏิบัติกันมายาวนาน 2) ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าด้านความรู้ ความคิด สังคม และสุนทรียะ และ 3) นักท่องเที่ยวมี “โอกาส” ที่รู้สึกอึดอัด มีจินตนาการ มีคุณค่า และมีความภูมิใจ

1.2 กลุ่มที่ 2 Green Oxygen ธรรมชาติและเกษตร มีลักษณะดังนี้ 1) ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นวิถีเกษตรหรือการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ 2) ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าด้านความรู้ ความคิด สังคม และการหลีกหนีชีวิตประจำวัน 3) นักท่องเที่ยวมี “โอกาส” ที่รู้สึกสนุกสนาน ผ่อนคลาย (ปลดปล่อยความเครียด) สดใส กระตือรือร้นหรือพบสิ่งใหม่

จากการศึกษาพบว่าในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดคุณค่าที่ได้รับจากประสบการณ์ แบ่งคุณค่าเป็น 5 ประเภท คือ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คุณค่าด้านสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ ความคิด และคุณค่าภายใต้สถานการณ์ ของ Sheth, Newman, and Gross (1991) แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของประสบการณ์ 4 ประเภท ประสบการณ์เชิงการเรียนรู้

ประสบการณ์ที่หลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ที่สนุกสนานบันเทิง และประสบการณ์เชิงสุนทรีย์ ของ Pine and Gilmore (1998) แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของประสบการณ์จำแนกเป็น 2 ระดับ คือ ประสบการณ์ธรรมดา กับประสบการณ์ที่แตกต่างของ Kormppular (2011) สอดคล้องกับการศึกษาของ Ratanasuwongchai, Tangtenglam and Dachum (2021, p. 196) ที่ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละกลุ่มหรือธีมเพื่อให้สอดคล้องกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสนใจ ได้แก่ ธีมย้อนอดีต (Time Machine) อาจให้ประสบการณ์เชิงสุนทรีย์ซึ่งให้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) หรือประสบการณ์เชิงการเรียนรู้ (Education) ซึ่งให้คุณค่าทางความรู้หรือความคิด (Epistemic Value) ธีมธรรมชาติและเกษตร (Green Oxygen) อาจให้ประสบการณ์เชิงการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่หลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ที่สนุกสนานบันเทิง หรือประสบการณ์เชิงสุนทรีย์ แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งถูกจัดอยู่ในธีมที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสิ่งดึงดูดใจให้ประสบการณ์ที่หลากหลาย นอกจากนี้เรื่องเล่าท้องถิ่นยังสามารถนำมาใช้ในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังเช่นการศึกษาของ Kasempholkoon (2015, p. 41) ที่ได้ศึกษาเรื่องเล่าพื้นบ้านกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์พบว่าเรื่องเล่าท้องถิ่นนับว่าเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวท้องถิ่นตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยใช้กลุ่มข้อมูลทั้งเรื่องเล่าที่เป็นที่รับรู้กันทั่วไป อาทิ กลุ่มนิทานเก่า เช่น ขุนช้างขุนแผน รามเกียรติ์ พระอภัยมณี ฯลฯ กลุ่มเรื่องสร้างสรรค์ใหม่ เช่น แผลเก่า คู่กรรม และกลุ่มข้อมูลที่เป็นเรื่องที่รับรู้ในท้องถิ่น อาทิ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตำนานอาหารท้องถิ่น ฯลฯ เช่น ผลิตภัณฑ์ดินสอพอง ของบ้านหินสองก้อน ที่อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ใช้เรื่องเล่าเรื่องตำนานประจำถิ่นที่เล่าว่า เมื่อครั้งแรกสร้างเมือง พระรามแผลงศรมาตกที่หมู่บ้านนี้ ศรพระรามร้อนแรงเหมือนไฟ ดินแถวนี้จึงสุกพองเป็นสีขาว รวมถึงการนำวิถีชีวิตในอดีตที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ อาทิ การรื้อฟื้นประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่น หรือการจัดการแสดงทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น หรือการนำอนุภาคตัวละครหรือของวิเศษในเรื่องเล่าพื้นบ้านมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึก เป็นต้น

2. การนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาใช้สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยเรื่องเล่าเรื่องราว (Storytelling) ที่เป็นเอกลักษณ์

เฉพาะของสถานที่นั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเล่าเรื่องให้มีอรรถรส ส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของท้องถิ่น และส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สำคัญ ดังนั้น การพัฒนาให้คนท้องถิ่นสามารถเล่าเรื่องได้ดีต้องเกิดจากการรู้รายละเอียดและตระหนักในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การบริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งมีเทคนิคในการเล่าที่จะทำให้ผู้ฟังสนใจ อย่างไรก็ตามในการนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ทั้ง 14 แห่งแก่นักท่องเที่ยว เมื่อผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามพบประเด็นปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรของชุมชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ขาดความพร้อมในด้านของความรู้ และเทคนิควิธีการในการนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นไปยังนักท่องเที่ยวและจะมีเพียงกลุ่มแกนนำที่เป็นผู้นำชุมชนเพียง 1-2 คนเท่านั้นที่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้สื่อความหมายเรื่องเล่าท้องถิ่นได้ ดังนั้น จึงควรจัด “โครงการสืบทอดผู้เล่าเรื่อง” เพื่อเพิ่มจำนวนกลุ่มแกนนำผู้ใหญ่และกลุ่มแกนนำเด็กและเยาวชนของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรีทั้ง 14 แห่ง ให้มีศักยภาพในการสื่อความหมายหรือนำเสนอเรื่องเล่า (Story) หรือเรื่องราวท้องถิ่นของชุมชนตนเองแก่นักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ Krasae-in, Ratanasu Wongchai and Supun (2021, p.181) ได้เสนอแนะแนวทางเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี โดยการให้หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรกำหนดนโยบายและจัดทำแผนในการสร้างบุคลากรที่มีสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เพิ่มจำนวนมากขึ้นทั้งจำนวนกลุ่มแกนนำผู้ใหญ่ที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เกิดคุณภาพอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือกลุ่มแกนนำเด็กและเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sport (2017, p. 43) ได้กล่าวถึงการพัฒนาและสร้างเรื่องเล่าท้องถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริงแท้และมีการสอดแทรกเนื้อหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเข้าใจและสนใจตลอดจนสามารถเรียนรู้ได้ ขณะที่ Boonpok, Tubporn and Ruengrong (2019, p. 13) ได้ศึกษาการนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาสร้างความน่าสนใจเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยการเผยแพร่เรื่องเล่า

ท้องถิ่นให้คงอยู่ในรูปแบบของการเยี่ยมชม เมื่อมีผู้มาเยือนมีการโฆษณา มีการเผยแพร่ และบอกต่อส่งผลให้คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากรายได้ในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว คือ รูปแบบหนึ่งของการสืบทอดตามยุคสมัย การสร้างเรื่องเล่าให้เป็นจุดสนใจมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักจึงเป็นช่องทางหนึ่งให้คนมาเที่ยวในท้องถิ่นทำให้เรื่องเล่าท้องถิ่นนอกจากจะอยู่คู่กับท้องถิ่นแล้วยังเป็นการเปิดพื้นที่ของท้องถิ่นสู่สายตา และการรับรู้ของคนภายนอกพื้นที่ อีกทั้งเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารของท้องถิ่นไปสู่สังคมในวงกว้าง

3. จากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวต้องการนำเรื่องเล่าท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด เนื่องจากว่าชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่ง ส่วนใหญ่ยังขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด ดังนั้น การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงข้อมูลในมิติต่าง ๆ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว และเรื่องเล่าท้องถิ่น ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 14 แห่งจะเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีโอกาสนี้รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษา ของ Kaewsanga and Chamnongsri (2015, p. 100) พบว่า การเผยแพร่ และการประยุกต์ใช้องค์ความรู้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบเว็บไซต์ สามารถเผยแพร่ องค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้นได้เนื่องจากมีเนื้อหาครอบคลุม ละเอียด ชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือ และแนวคิดของ Mills and Morrison (2003) ที่ว่าเว็บไซต์ ต้องมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลและเข้าถึงได้ง่าย เพราะนักท่องเที่ยวมักนำข้อมูลที่ปรากฏบนเว็บไซต์มาประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับเรื่องเล่าท้องถิ่นทั้งในด้านประวัติศาสตร์และเหตุการณ์ที่สำคัญของชุมชน วิถีเกษตรกรรม อาหารพื้นถิ่น งานหัตถกรรม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสิ่งมงคลและพื้นที่

ศักดิ์สิทธิ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบนี้นอกจากจะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกและกระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเห็นคุณค่าและร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบสานเรื่องเล่าท้องถิ่นให้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ตลอดไป

2. ควรมีการนำผลการศึกษาเรื่องเล่าท้องถิ่นของชุมชนหรือผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี ทั้ง 14 แห่ง มาต่อยอดในการศึกษาด้านการตลาดโดยการสร้างเนื้อหา (content) ที่บูรณาการร่วมกับหลักการและเทคนิคการสร้างข้อความทางการตลาดซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าบริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเรื่องเล่าได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

Boonpok, P., Tubporn, H., & Ruengrong, A. (2019). The Transmission of Folk Narrative for Developing the Ways of Life in Sakonnakhon Basin Community. *MANUTSAT PARITAT: Journal of Humanities*, 41(1), 7-15.

Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2021). *Creative Tourism Definition* (Creative Tourism brain (CTBB) annual 2021). Bangkok: Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization).

Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sport. (2017). *Creative Tourism Destination Management*. Bangkok: Department of Tourism.

Kaewsanga, K. & Chamnongsri, N. (2015). Knowledge Management of Creative Tourism in Cultural Tourist Attractions, Phimai District, Nakhon Ratchasima. *Suranaree Journal of Social Science*, 9(2), 79-104.

- Kasempholkoon, A. (2015). Folk stories and adding value to local products. (OTOP) in the context of creative economy. In Siraporn Na Thalang (Ed.), *Thai folk stories in a changing world*. Bangkok: Sirindhorn Anthropology Center (Public Organization).
- Komppula, R. (2011). *Customer value based experience design in tourism University of Eastern Finland*. Retrieved November 24, 2020, from <https://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=e6f8bae0-ff62-4425-8a85-891ac5b05207>
- Krasae-in, A., Ratanasuwongchai, N., & Supun, J. (2021). *Creative Tourism Development in Chainat, Singburi, and Lopburi Provinces* (Final Report). Bangkok: Capital Management and Administrative Unit for Increasing Competitiveness of the Country.
- Mill, E.J., & Morrison, M.A. (2003). *Measuring Customer Satisfaction with Online Travel*. Retrieved July 19, 2021, from <http://ifitt.org/admin/public/uploads/ENTER%2020003%20final%20version67.pdf>.
- Ministry of Tourism & Sports. (2021). *Domestic Tourism Statistics (Classify by Region and Province 2021)*. Retrieved July 27, 2022, from <https://www.mots.go.th/news/category/628>.
- Pine, B. J. II., & Gilmore, J. H. (1998). "Welcome to the Experience Economy". *Harvard Business Review*, 76(4), 96-105.
- Ratanasuwongchai, N., Tangtenglam, S., & Dachum, P. (2021). *Creative Tourism Logistics in Chainat, Singburi and Lopburi* (Final Report). Bangkok: Capital Management and Administrative Unit for Increasing Competitiveness of the Country.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). *Creative Tourism*. *ATLAS News* 23: 16- 20. Retrieved April 10, 2015, from https://www.researchgate.net/publication/254822440_Creative_Tourism.

- Sheth, J. N., Newman, B.I. & Gross, B. L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.
- Tourism Authority of Thailand. (2013). *Promotion of investment in creative tourism business* (Final Report). Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Wisuthilak, S. (2015). *Knowledge of Creative Tourism: A Guide and Guidelines*. Bangkok: Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization).