

Research Article

Received:

10 May 2025

Received in revised form:

20 June 2025

Accepted:

22 June 2025

Somluk Bunnarong^{1,*}, Karoon Intavas¹, Maneerat Sukkasem² and Wongduan Janpong¹

¹Faculty of Industrial Technology and Management, King Mongkut's University of Technology North Bangkok Prachinburi Campus, Muang District, Prachinburi Province, 25230 Thailand

²Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok Prachinburi Campus, Muang District, Prachinburi Province, 25230 Thailand

*Corresponding author's E-mail: somluk.b@itn.kmutnb.ac.th

Extended Abstract (1/2)

Background

Noen Hom Subdistrict in Prachinburi Province, Thailand, is a rural community nestled along the foothills of Khao Yai National Park. The region boasts a rich biocultural landscape, encompassing both natural resources and vibrant cultural heritage. Its cultural capital includes traditional knife forging, herbal processing, angkalung musical instrument craftsmanship, and unique agricultural practices. These elements provide immense potential for developing immersive and creative tourism experiences. However, the community faces socio-demographic shifts, notably an aging population, economic vulnerabilities, and the decline of intergenerational knowledge transfer. This research responds to these challenges by exploring a creative tourism framework rooted in local cultural capital, aiming to promote active aging through a participatory process.

Objectives and Methodology

The study set out to design and implement a community-based tourism (CBT) model that leverages the cultural and natural assets of Noen Hom, while promoting health, engagement, and self-worth among elderly residents. Grounded in a participatory action research framework, the project followed a seven-phase methodology:

- 1) Cultural Asset Mapping: Identification and documentation of tangible and intangible local assets.
- 2) Development of Tourism Routes: Co-creation of tourism circuits highlighting community wisdom and lifestyle.
- 3) Infrastructure Readiness: Upgrading physical facilities and improving service capabilities.
- 4) Pilot Route Implementation: Trial operation of planned routes with controlled participant groups.
- 5) Tourist Engagement: Hosting actual visitor groups to test and refine offerings.
- 6) Service Evaluation: Gathering feedback from tourists to improve service quality.
- 7) Dissemination: Use of digital platforms and social media to promote the initiative and scale up the model.

Community members, particularly the elderly, were involved at each stage to ensure relevance, ownership, and sustainability.

Key Findings and Outcomes

- 1) Transformation of Elderly Roles. Prior to the project, many elderly community members lived in social and economic dependency with limited social roles. The intervention facilitated a



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Extended Abstract (2/2)



significant transformation in their status. From passive observers, they became cultural leaders—demonstrating traditional crafts, cooking local dishes, and guiding tourists along newly developed routes. Their participation grew from 40 to 80 individuals, with half assuming leadership or facilitative roles. This shift provided a new sense of purpose and revived social identity for the elderly.

2) Economic Empowerment. The economic benefits of the tourism activities, though modest, were meaningful. Elderly participants earned on average over 500 Baht per visitor session through services and product sales. While not a primary income source, this supplement helped reduce family burdens and boosted self-esteem. Fourteen local products—primarily herbal-based goods, handicrafts, and eco-friendly souvenirs—were successfully incorporated into the tourism offerings, adding economic diversity.

3) Community Infrastructure and Capacity Building. Six sites within the subdistrict were enrolled as community tourism destinations. One of them, the multipurpose pavilion at Wat Naprue, was fully upgraded to host tourist and training events, including workshops on artificial flower crafting. In response to infrastructure challenges, the local municipality initiated improvements, including plans to construct two accessible public toilets under the 2026 development budget. Training programs for tourism service delivery were organized, covering local guiding, basic hospitality, video editing with CapCut, and photography. These upskilling sessions led to high visitor satisfaction scores, affirming the quality and professionalism of the services offered.

4) Establishment of Sustainable Structures. To institutionalize the initiative, the community established the "Noen Hom Community Tourism Club," structured similarly to a village administrative committee. With dedicated roles for culinary services, hospitality, finance, music, and overall management, the club set four-year operational terms. Advisory support came from local government authorities and King Mongkut's University of Technology North Bangkok (Prachinburi Campus).

The club has since actively promoted Noen Hom as a creative tourism destination at the provincial level. It has welcomed educational and cultural exchange groups, such as faculty and students from Singapore Polytechnic. Such engagement demonstrates both the project's scalability and its relevance in broader contexts.

Discussion and Implications

The results demonstrate the effectiveness of participatory creative tourism as a tool for community revitalization, particularly in aging societies. Through inclusive engagement, the project managed to:

- 1) Bridge traditional knowledge with modern service practices.
- 2) Transform elderly residents from dependents into active contributors.
- 3) Promote sustainable income generation and community pride.
- 4) Build community-based organizational structures to maintain and scale tourism development.

These outcomes align with global frameworks on healthy aging and inclusive development. Moreover, the integration of cultural sustainability and economic empowerment positions the project as a model for similar rural or ethnically diverse communities.

Summary

This study contributes to a replicable, community-driven tourism framework that fosters active aging, strengthens local identity, and addresses socio-economic vulnerabilities. It underscores the value of using cultural capital not merely for preservation but as a living, evolving resource for sustainable development. Continued investment in community capacity, infrastructure, and intergenerational knowledge exchange will be vital for long-term success.

Keywords: Prachinburi Province, Creative tourism, Cultural capital, Active aging, Aging society

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

10 พฤษภาคม 2568

วันแก้ไขบทความ:

20 มิถุนายน 2568

วันตอบรับบทความ:

22 มิถุนายน 2568

สมลักษณ์ บุญรงค์^{1*} การุณย์ อินทาส¹ มณีนันท์ สุขเกษม² และ วงเดือน จันทพงษ์¹

¹คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขต
ปราจีนบุรี อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี 25230

²คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขต
ปราจีนบุรี อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี 25230

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: somluk.b@itn.kmutnb.ac.th



บทคัดย่อ

ชุมชนตำบลเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี เป็นชุมชนชนบทตั้งอยู่บนพื้นที่ราบเชิงเขาต่อเนื่องกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนี้ การแปรรูปสมุนไพร การตีฆ้อง การผลิตอังกะลุง และวิถีเกษตรกรรมพื้นถิ่น ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างไรก็ตาม ชุมชนกำลังเผชิญกับปัญหาโครงสร้างประชากรสูงวัย การขาดแคลนรายได้ ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น งานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมพหุพลัง ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนใน 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสำรวจและรวบรวมทุนวัฒนธรรม 2) การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวและบริการ 4) การทดสอบเส้นทางและการให้บริการ 5) การรับนักท่องเที่ยวในสถานการณ์จริง 6) การประเมินผลการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และ 7) การเผยแพร่ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันและสื่อออนไลน์ ส่งผลให้ผู้สูงอายุในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มเป็น 80 คน และเป็นผู้นำกิจกรรมจำนวน 40 คน ผู้สูงอายุมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้นมากกว่า 500 บาท ต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง สร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้สูงอายุ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 6 แห่ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงแล้วเสร็จ คือ ศาลาเอนกประสงค์วัดนาปรือ เพื่อใช้รองรับการท่องเที่ยวและฝึกอบรมวิชาชีพกลุ่มการทำดอกไม้ประดิษฐ์ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่ในขั้นตอนขอสนับสนุนงบประมาณ ชุมชนได้รับการฝึกซ้อมและอบรมโดยวิทยากรภายนอก การบริการการท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในระดับมาก งานวิจัยนี้จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาวะสังคมสูงวัย ที่สามารถขยายผลการดำเนินงานไปสู่ชุมชนอื่นที่มีความสนใจ เพื่อสร้างกลไกการพึ่งพาตนเองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว และรักษายัต์ลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

คำสำคัญ:

จังหวัดปราจีนบุรี

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ทุนวัฒนธรรม

พหุพลัง

สังคมสูงวัย

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2567 ประเทศไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 13,064,929 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ของประชากรทั้งหมด และมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 9,355,457 คน หรือร้อยละ 14.2 (Department of Provincial Administration, 2024) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete aged society) และมีแนวโน้มจะเข้าสู่ สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super aged society) ที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุเกินร้อยละ 28 (United Nations, 2002) สถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยตรง

ในปี พ.ศ. 2567 จังหวัดปราจีนบุรี มีประชากรสูงอายุคิดเป็นร้อยละ 19.7 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการใกล้เข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ โดยสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 20 และจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง คาดว่าภายในปี พ.ศ. 2570 สัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่าร้อยละ 22 ซึ่งเป็นสัญญาณชัดเจนว่าจังหวัดปราจีนบุรี กำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดในอนาคตอันใกล้ โดยสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 28 (National Statistical Office, 2024a) สถานการณ์นี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมของพื้นที่ทั้งในด้านเศรษฐกิจและบริการ เพื่อรองรับความต้องการเฉพาะของประชากรกลุ่มสูงวัยที่กำลังขยายตัว

จังหวัดปราจีนบุรีมีศักยภาพที่โดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ (Sukkasem, 2016) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kongkaew (2024) ที่ระบุว่า จังหวัดปราจีนบุรีมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีผืนป่ามรดกโลกทางธรรมชาติ และตั้งอยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติสำคัญหลายแห่ง ได้แก่ เขาใหญ่ ปางสีดา และทับลาน มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัด โบราณสถาน และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับชุมชน ดังข้อมูลจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยปี พ.ศ. 2566 ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,288,638 คนต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2565 ในอัตราร้อยละ 23.54 (National Statistical Office, 2023) Bunto et al. (2015) ได้ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปราจีนบุรี และชี้ให้เห็นว่าจังหวัดปราจีนบุรีมีคุณลักษณะเหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรม วิถีชีวิต และกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับทรัพยากรในพื้นที่

ชุมชนหลายแห่งในจังหวัดปราจีนบุรีมีความเข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรม

เรียนรู้ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรบ้านดงบัง ชุมชนเกษตรอินทรีย์ 4.0 บ้านเนินหอม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานและตีมีดบ้านเนินหอม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานไม้ไผ่บ้านหนองแสง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกกรวด เป็นต้น Sukkasem et al. (2020) ชี้ให้เห็นว่าจุดเด่นด้านการใช้สมุนไพรและการแพทย์แผนไทยของจังหวัดปราจีนบุรี สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงวัยได้ หากมีการจัดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบทางกายภาพที่เอื้อต่อการเข้าถึงของทุกคน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Khumruean et al. (2021) ที่ระบุถึงปัญหาของจังหวัดปราจีนบุรีว่าถึงแม้จะมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการพัฒนาด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในอนาคต ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของจังหวัดปราจีนบุรี โดยเฉพาะในตำบลเนินหอมที่ได้จำกัดอยู่เพียงการมีทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่โดดเด่นเท่านั้น หากแต่ยังมีความเข้มแข็งของทุนทางสังคม ทุนมนุษย์ และทุนวัฒนธรรมในระดับชุมชน ซึ่งสามารถต่อยอดไปสู่กระบวนการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์เพื่อรองรับสังคมสูงวัยได้

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

ชุมชนตำบลเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 63,173 ไร่ ตั้งอยู่บริเวณตอนเหนือของจังหวัดปราจีนบุรี มีอาณาเขตติดต่อกับ ตำบลนาหินลาด อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ภูมิประเทศเป็นที่ราบเชิงเขา มีความสวยงามด้วยทิวทัศน์ชนบท ประชากรมีอาชีพหลักด้านเกษตรกรรมและหัตถกรรม วิถีชีวิตยังผูกพันกับวัดและธรรมชาติ ชุมชนตำบลเนินหอมแบ่งการปกครองออกเป็น 2 ท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลตำบลบ้านนาปรือ และองค์การบริหารส่วนตำบลเนินหอม ดังภาพที่ 1 (Figure 1) ในด้านประชากรมีจำนวน 7,752 คน 3,237 ครัวเรือน มีผู้สูงอายุจำนวน 1,668 คน คิดเป็นร้อยละ 21.51 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดปราจีนบุรี (ร้อยละ 19.7) และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (ร้อยละ 20.8) (National Statistical Office, 2024b)

ชุมชนเนินหอม ประสบปัญหาเศรษฐกิจจากสังคมสูงวัย ส่งผลให้ผู้สูงอายุขาดรายได้แม้จะมีการพัฒนาอาชีพผ่านกลไกวิสาหกิจชุมชน เช่น กลุ่มตีมีด กลุ่มผลิตอ่างกะลุง กลุ่มสมุนไพร กลุ่มเพาะเห็ด และขนมจีน (Kasornbua & Sukpriem, 2023) แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาการขาดรายได้ การย้ายถิ่นของคนรุ่นใหม่ ขาดการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย

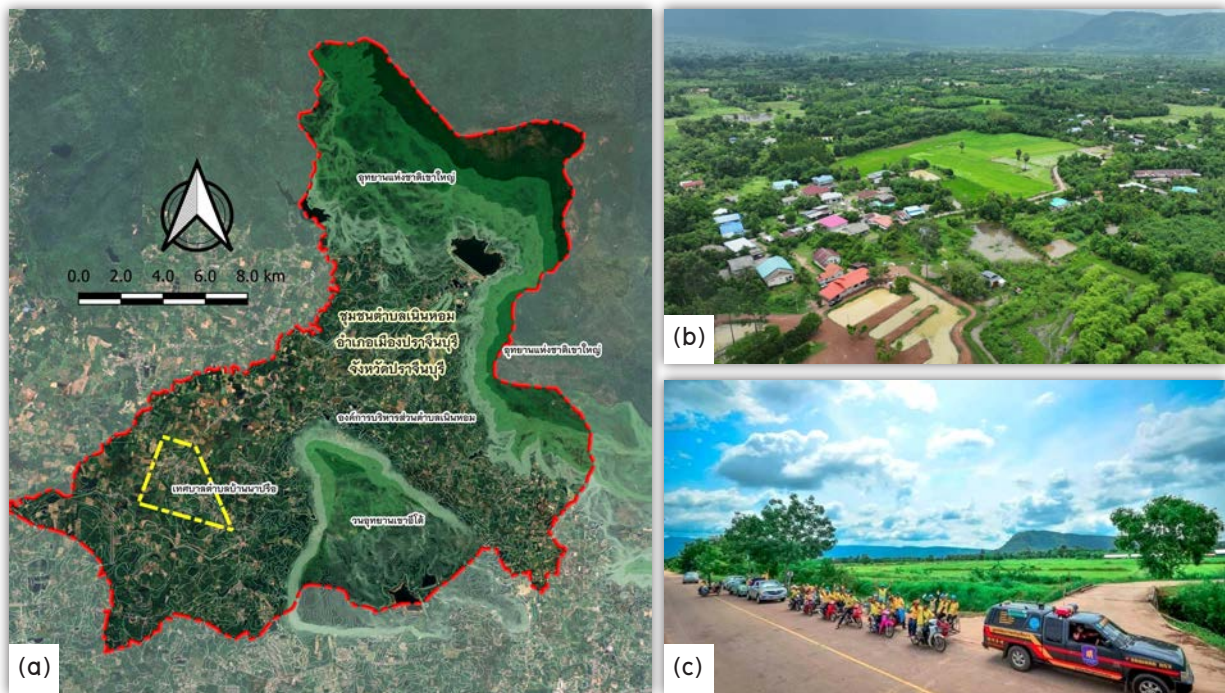


Figure 1 General characteristics of Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi Province; (a) Community boundary map of Noen Hom Subdistrict, (b) Settlement landscape of the community, and (c) Agricultural landscape of the community

เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้สูงอายุอยู่ในภาวะเปราะบาง ทั้งในมิติสุขภาพ รายได้ และบทบาทในสังคม ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาของชุมชนตำบลเนินหอม ต้องดำเนินการควบคู่กันในด้าน 1) มิติด้านเศรษฐกิจ โดยสร้างอาชีพและรายได้ให้กับผู้สูงอายุ ยกกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนดั้งเดิม พร้อมทั้งขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ต้นทุนวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อสร้างระบบนิเวศเศรษฐกิจ (Economic ecosystem) แบบใหม่ และ 2) มิติด้านสังคม โดยสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้สูงอายุ และเห็นคุณค่าศักดิ์ศรีของตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงได้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยอาศัยทุนวัฒนธรรมของชุมชนเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างพลัง (Active aging) ให้แก่ผู้สูงอายุ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างเข้มแข็ง นำไปสู่การยกระดับรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของพื้นที่อย่างยั่งยืน

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการ ได้แก่ ชุมชนและผู้สูงอายุ หน่วยงานราชการในระดับท้องถิ่น ผู้ประกอบการ

ภาคเอกชน และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ขั้นตอนดำเนินงาน ดังภาพที่ 2 (Figure 2) มีรายละเอียดของกระบวนการ ดังนี้

1. การสำรวจและรวบรวมทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

การรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการท่องเที่ยว ใช้วิธีการสำรวจกายภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกปราชญ์ ชุมชน และผู้สูงอายุ ดังภาพที่ 3(a) (Figure 3(a)) และการบันทึกข้อมูลอากาศยานไร้คนขับ ดังภาพที่ 3(b) (Figure 3(b)) ข้อมูลทั้งหมดถูกบันทึกในรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) เพื่อนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลชุมชน ประกอบการวางแผนด้านการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามขอบเขตการปกครอง แหล่งท่องเที่ยวในเขตตำบลเนินหอม และแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลบ้านนาปรือ ดังภาพที่ 4 (Figure 4) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อ่างเก็บน้ำเขาไม้ปล่อง จุดชมวิวเขาอีโต้ อ่างเก็บน้ำจักรพงษ์ ด่านอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ น้ำตกวันรี 2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น พระพุทธทวารวดีศรีปราจีน การผลิตองุ่นกะลุง แหล่งเรียนรู้การ



Figure 2 Implementation process of creative tourism based on cultural capital to promote active aging in Noen Hom Community

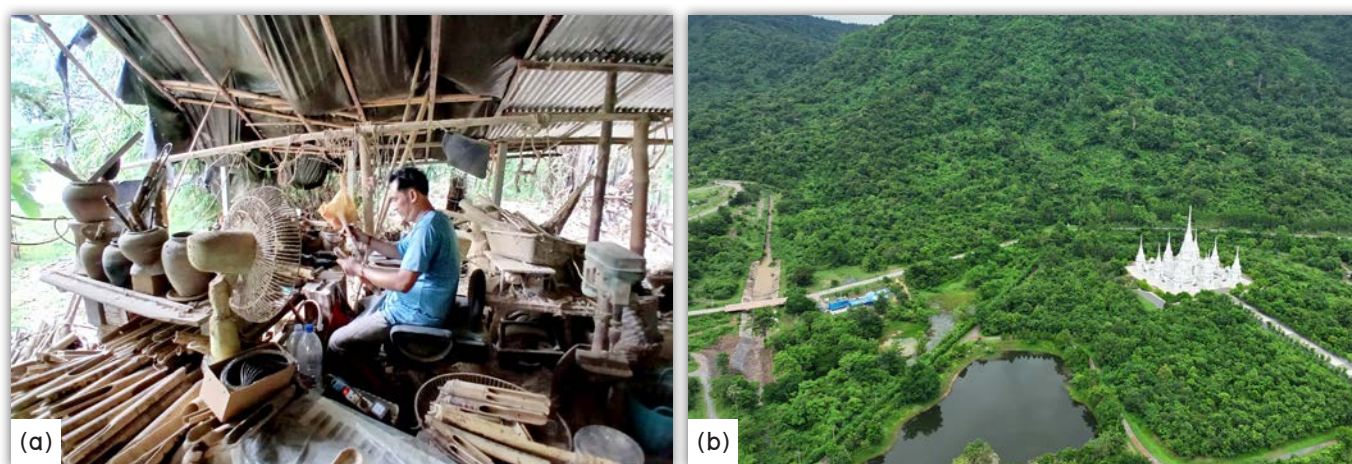


Figure 3 Survey and compilation of tourism resource database in Noen Hom Subdistrict; (a) Interviewing and surveying tourism resources in collaboration with local administrative organizations and the community and (b) Physical survey and data collection of tourist attractions using Unmanned Aerial Vehicles (UAVs)

แทงหยวก วิสาหกิจชุมชนทองม้วนบัวอ้อย แหล่งตีมีด วัดเนินหอม วัดนาปรือ วัดหนองแท่นพระ 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ 4.0 บ้านเนินหอม วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านสมุนไพรบ้านเนินหอม แหล่งผลิตภูมิปัญญาสุปักข้าวสวนทุเรียนแม่จำเริญ สวนทุเรียนลุงเลิศ ป่าดอย สวนทุเรียนสวนแม่สายใจหมอนทอง สวนสันติเขาใหญ่ เนินหอมฟาร์ม และ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกกสนับสนุน เช่น คันทรี ฮิลล์ รีสอร์ท บ้านเคียงเขารีสอร์ท สวนลุ่มน้อย บ้านดินโชติกาลโฮมสเตย์ ร้านหอมกาแฟ

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ (Cultural capital mapping) การค้นหาทุนทางวัฒนธรรมชุมชนตำบลเนินหอมใช้กระบวนการแบบผสมผสานทั้งจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ปราชญ์ชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้สูงอายุ ส่วนราชการระดับท้องถิ่นและจังหวัด โดยใช้วิธีการสมัครใจเข้าร่วมโครงการ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 42 คน จากการระดมความคิดเห็นของชุมชนสามารถสรุปทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ดังนี้ 1) ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบฝังตัว (Embodied capital) ชุมชนตำบลเนินหอมเป็น

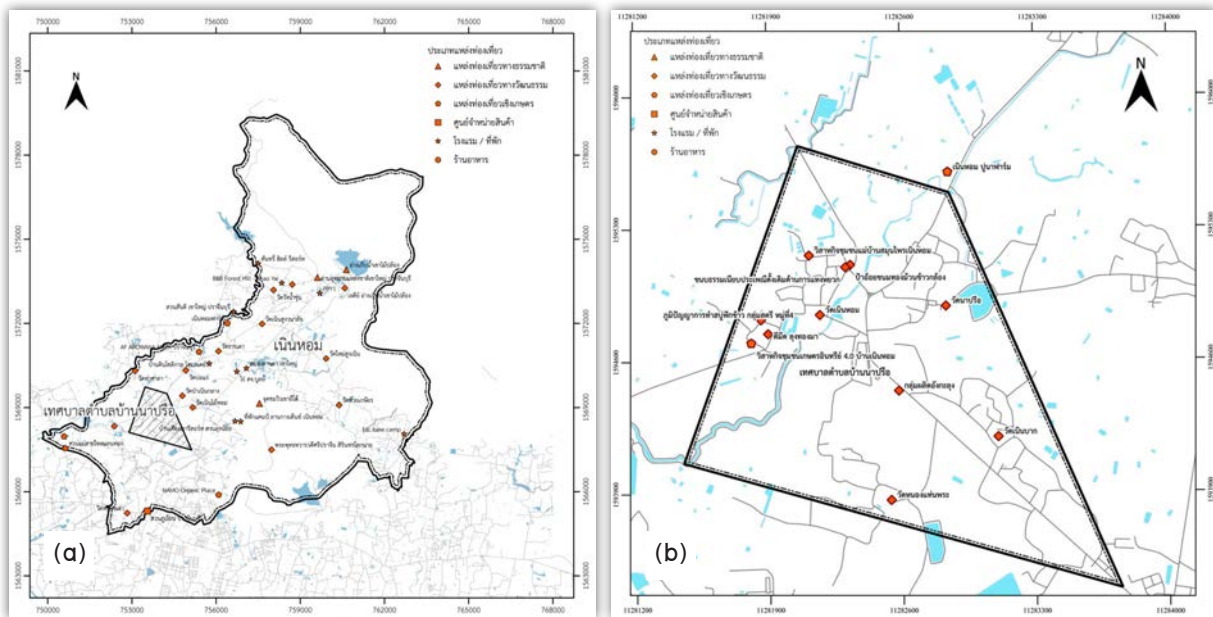


Figure 4 Locations of tourist attractions and community enterprises in the area recorded by a Geographic InformationSystem (GIS); (a) Locations of tourism resources within the jurisdiction of Noen Hom Subdistrict Administrative Organization (Noen Hom Subdistrict), and (b) Locations of tourism resources within the jurisdiction of Ban Na Prue Subdistrict Municipality (Noen Hom Subdistrict)

ราษฎรจากอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เข้ามาตั้งถิ่นฐานในที่ราบเชิงเขาใหญ่ฝั่งปราจีนบุรี จากคำบอกเล่า บริเวณนี้มีต้นไม้หอมจำนวนมาก จึงตั้งชื่อหมู่บ้านว่า บ้านไม้หอม ต่อมาเป็นชื่อตำบลเนินหอม เด่นด้านการแปรรูปสมุนไพร และไม้หอม นอกจากนั้นยังมีภูมิปัญญาอื่น ๆ เช่น การแสดงหมอลำ รำแคน โดยผู้สูงอายุสามารถใช้เป็นสิ่งที่ให้บริการนักท่องเที่ยวได้แต่ควรได้รับฝึกฝน 2) ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบวัตถุ (Objectified capital) เมนูพื้นบ้านหลากหลายสามารถนำมาเป็นอาหารเพื่อสุขภาพรับรองนักท่องเที่ยว เช่น หอยหอม สัตว์เฉพาะถิ่นที่พบได้บริเวณที่ราบเชิงเขาในตำบลเนินหอม สามารถนำมาพัฒนาเป็นอาหารและสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยว และต่อยอดเป็นกิจกรรมการหาหอยหอมในช่วงฤดูฝนถึงฤดูหนาว แกงและขนมพื้นบ้าน เช่น แกงนางหวาน ลวกจิ้มหอยหอม ปูนาผัดผงกระหรี่ ปลาต้ม และขนมหน่อไม้ เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีทิวทัศน์ภูเขา ทุ่งนา วัด และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นทรัพยากรที่สามารถนำมาต่อยอดเพื่อการท่องเที่ยว สินค้าที่สามารถพัฒนาเป็นของฝาก เช่น สมุนไพร ผลิตภัณฑ์มีด ลูกประคบ อังกะลุง เห็ด แหนม โดยต้องปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยขึ้นเป็นของฝาก 3) ทุนทางวัฒนธรรมที่สถาบันกำหนด คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับและรับรองอย่างเป็นทางการจากสถาบันต่าง ๆ โดยชุมชนตำบลเนินหอมเป็นที่รู้จักในระดับจังหวัด ในบทบาทชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีบูรพา บ้านนาปรือ-เนินหอม ได้รับการรับรองและสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากภาครัฐ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดปราจีนบุรี สำนักงาน

การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปราจีนบุรี และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก

2. การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาเส้นทางและออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 23 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ด้วยวิธีการสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม ประกอบด้วยกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน 10 คน กลุ่มหน่วยงานราชการในระดับท้องถิ่น 5 คน และกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ 5 คน และนักวิจัย 3 คน ใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยให้ชุมชนเล่นเกมจำลองเป็นนักท่องเที่ยว (Participatory play-based method) เพื่อส่งเสริมกระบวนการคิดร่วมกันระหว่างทำกิจกรรม นำไปสู่การแลกเปลี่ยนมุมมองอย่างสร้างสรรค์ การตระหนักคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ และการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์บริบทของชุมชน

ขั้นตอนทำกิจกรรม ใช้แผนที่ขนาดใหญ่ที่ระบุตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวเป็นแผนที่ประกอบการจัดทำข้อมูล แบ่งกลุ่มชุมชนให้มีขนาดเล็กประมาณ 10-15 คน โดยแต่ละกลุ่มให้มีตัวแทนของผู้สูงอายุ หน่วยงานราชการ และผู้ประกอบการ ในสัดส่วนเท่ากัน กำหนดโจทย์ให้ชุมชนเล่นเกมจำลองเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวพร้อมระบุลงในแผนที่ หลังจากนั้นตัวแทนกลุ่มร่วมกันนำเสนอและอภิปรายผลเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองของการท่องเที่ยวในอนาคต ดังภาพที่ 5 (Figure 5)

ผลการจัดกิจกรรมนำไปสู่การกำหนดเส้นทางและ กิจกรรมการท่องเที่ยว 2 เส้นทาง แบบ One day trip ได้แก่ 1) เส้นทางที่ 1 อัมบุญ เพลินตา วิถีชุมชนเนินหอม จุดเด่นของเส้นทาง คือ การไหว้พระสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 9 วัด ชมทัศนียภาพเขาใหญ่ ชมผลไม้ตามฤดูกาล เส้นทางนี้ให้ความสำคัญกับทุนวัฒนธรรม จากทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามของชุมชน วัด และสวนผลไม้ที่ กระจายตัวไปควบคู่ไปกับการตั้งถิ่นฐานของชุมชน โดยนักท่องเที่ยว สามารถสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิตการเกษตรกรรม และทัศนียภาพ ที่สวยงามของเขาใหญ่ 2) เส้นทางที่ 2 เรือนรู้วิถี สุขดี ที่เนินหอม จุดเด่นของเส้นทาง คือ เน้นทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น การแปรรูปสมุนไพร การทำอาหารและขนมพื้นถิ่น การทำไม้หอม กฤษณา การหาหน่อไม้ และการทำนาโบราณ เป็นต้น เส้นทางนี้ให้ ความสำคัญกับทุนวัฒนธรรมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งถ่ายทอด ผ่านกิจกรรม ผ่านการใช้สมุนไพร และอาหารพื้นบ้าน โดยกิจกรรม ทั้งหมดสะท้อนความรู้และวิถีชีวิตที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น และเชื่อมโยง ผู้เข้าร่วมกับอัตลักษณ์ของชุมชน

3. การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวและบริการ

กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของชุมชนตำบลเนินหอม จำแนกเป็น 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย ที่สนใจในกิจกรรมที่สอดคล้อง กับธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน นิยมท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะในกลุ่ม เพื่อน 5-10 คน การออกแบบกิจกรรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เน้นความปลอดภัย ความสะดวกในการเข้าถึง และการผ่อนคลาย เช่น การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะด้าน ได้แก่ ห้องน้ำ ที่ได้มาตรฐาน รวบรวม ทางลาดสำหรับผู้มีข้อจำกัดทางการเคลื่อนไหว รวมถึงอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ประกอบด้วย วัยทำงาน หรือครอบครัวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่ มีความสงบ เรียบง่าย และสะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น นิยมมาเป็นหมู่ คณะ ชุมชนจึงยกระดับการให้บริการเพื่อรองรับกับความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียม ความพร้อมด้านกายภาพโดยหน่วยงานราชการ เอกชน วัด เพื่อ

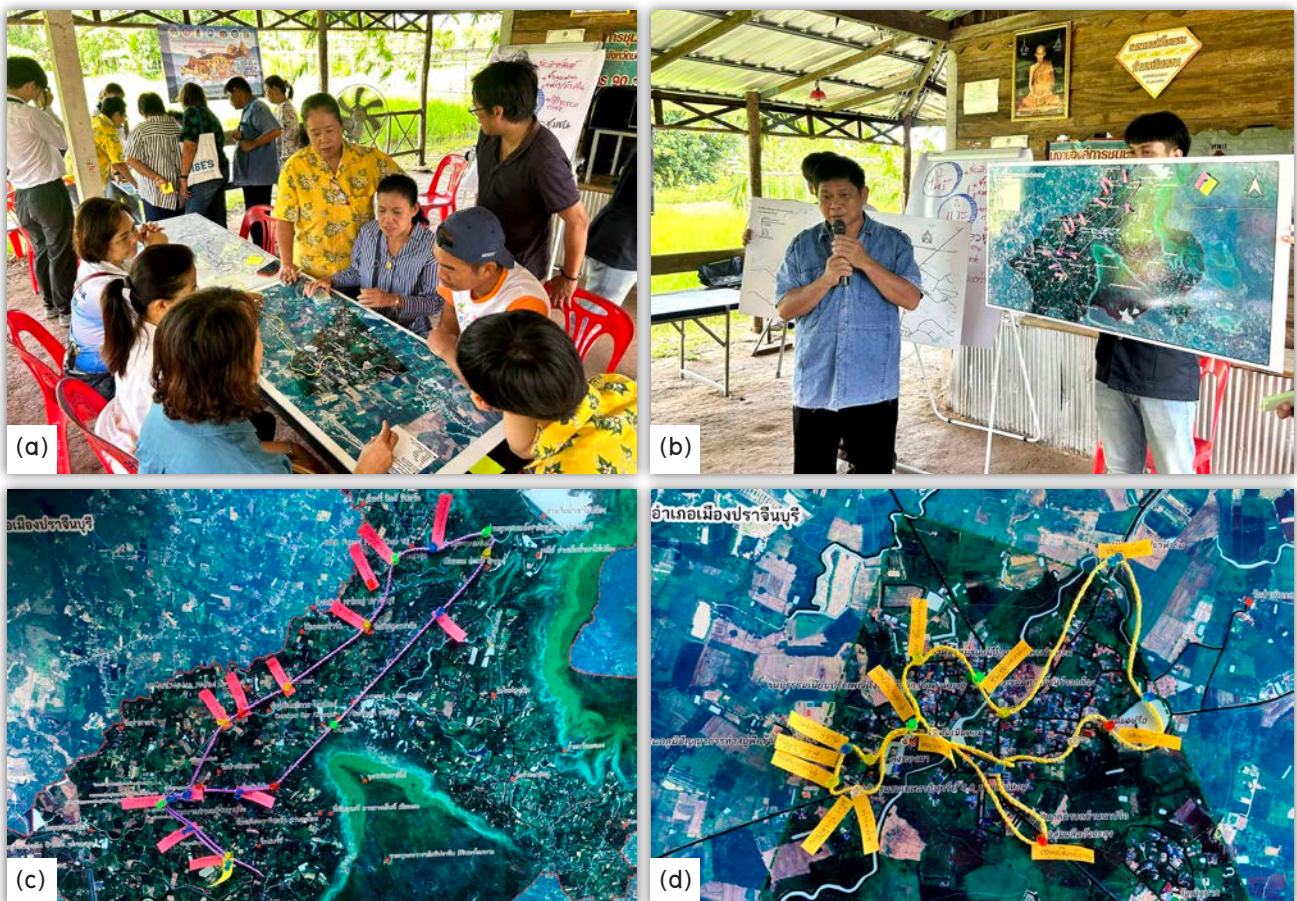


Figure 5 Community participation in the development of tourism routes and creative tourism activities; (a) Group brainstorming activity, (b) Presentation of creative tourism routes and activities, (c) Tourism route 1: Spiritual enrichment and scenic local life in Noen Hom, and (d) Tourism route 2: Well-being and local wisdom exploration in Noen Hom

รองรับการท่องเที่ยว ตอบรับสังคมผู้สูงอายุตามแนวคิดการออกแบบอารยสถาปัตย์กรรม การรับสมัครผู้สนใจเข้าร่วมโครงการโดยทีมนักศึกษา อาจารย์ ศึกษาความต้องการเพื่อออกแบบโดยไม่มีค่าใช้จ่าย มีการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมโครงการต้องเปิดสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบสาธารณะ และใช้งบประมาณของตนเองในการปรับปรุง มีผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ 6 บริเวณ ดังตารางที่ 1 (Table 1) ได้แก่ 1) วัดนาปรือ 2) หนองน้ำนาปรือและตลาดชุมชนบ้านนาปรือ ซึ่งอยู่ในความดูแลของเทศบาลตำบลบ้านนาปรือ 3) ศูนย์ 3 วัย ซึ่งอยู่ในความดูแลของเทศบาลตำบลบ้านนาปรือ 4) วัดเนินหอม 5) ศูนย์เรียนรู้การเกษตร หมู่ที่ 4 และ 6) ร้านทองม้วนบ้านอ้อย สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ดังภาพที่ 6 (Figure 6)

กระบวนการออกแบบ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและความต้องการของเจ้าของพื้นที่ เริ่มจากการศึกษาความต้องการพื้นที่ใช้สอย การวิเคราะห์ผู้ใช้อาคาร การกำหนดแบบร่างทางสถาปัตยกรรม การระดมความคิดเห็นของผู้ใช้ เช่น ผู้ใช้ตลาด ผู้ใช้พื้นที่วัด ผู้ใช้พื้นที่ออกกำลังกาย จากนั้นสรุปประเด็นความต้องการเพื่อออกแบบรายละเอียดขั้นสมบูรณ์ และส่งผลงานการออกแบบให้แก่เจ้าของพื้นที่เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบปรับปรุงกายภาพ ผลการออกแบบดังภาพที่ 7 (Figure 7)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการให้บริการมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยการยกระดับผลิตภัณฑ์เดิมในชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอน เริ่มจาก 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาโลโก้ชุมชนท่องเที่ยว เน้นหมเพื่อใช้เป็นสื่อตัวแทนชุมชนและแบรนด์สินค้า ดังภาพที่ 8 (Figure 8) 2) การฝึกอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพร ได้แก่ การทำสบู่สมุนไพร สเปรย์สมุนไพร สบู่เหลว ลูกประคบ ดังภาพที่ 9 (Figure 9) (2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ได้แก่ ขนมหม้อไม้ ทองม้วนสมุนไพร ปลาสาม ดังภาพที่ 10 (Figure 10) และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรมจากวัตถุดิบธรรมชาติ สู่การเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มประดับตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ ได้แก่ ดอกไม้ประดิษฐ์ ไม้หอม แก้วไม้ไผ่ ดังภาพที่ 11 (Figure 11) โดยจัดทำหน่วยทั้งในรูปแบบออนไลน์ ณ แหล่งผลิตภายในชุมชน และผ่านช่องทางออนไลน์ที่สะดวกในการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป

4. การทดสอบเส้นทางและการให้บริการ

การทดสอบเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นอาสาสมัครนักศึกษาคณะ ใช้วิธีรับสมัครในรูปแบบ

Table 1 Summary of project locations, site managers, and key tourism features of project participants

Order	Location	Owner of the area	Tourism highlights
1	Wat Napru, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi Province	Phra Kru Sukonthawachirak Hun, Abbot of Wat Napru	The temple renowned for its meditation practices, served as a center for meditation tourists and a training venue for the craft of making handmade flowers.
2	Non Water Reservoir and Ban Napru Community Market Public Utility Area	Mr. Bandit Daengsiri, Mayor of Ban Napru Subdistrict Municipality	The community recreation area, offering beautiful scenery and serves as a marketplace for local products.
3	Three-Generation Center, Ban Napru Subdistrict Municipality Public Utility Area	Mr. Bandit Daengsiri, Mayor of Ban Napru Subdistrict Municipality	Ample parking space and restroom facilities, capable of accommodating a large number of vehicles and hosting tourism activities for elderly visitors.
4	Wat Noen Hom, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi Province	Phra Kru Phallad Praphatsorn Kaewdee, Abbot of Wat Noen Hom	The sacred site of the community with a Buddha history garden and a pavilion in the middle of the water, making it an important tourist attraction.
5	Agricultural Learning Center, Moo 4, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi Province	Mr. Sumpun Champhathong, Village Headman of Moo 4	A comprehensive agricultural learning center, focusing on herbal processing and agricultural techniques.
6	Pa Oi's Golden Roll Shop, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi Province	Mrs. Amphon Wongkaew, Homeowner	Award-winning local products, where tourists can demonstrate and try making traditional sweets.



Figure 6 Current conditions of the area; (a) Wat Napru, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi, (b) Non Water Reservoir and Ban Napru Community Market, (c) Three-Generation Center, Ban Napru Subdistrict Municipality, (d) Wat Noen Hom, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi, (e) Agricultural Learning Center, Moo 4, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi, and (f) Pa Oi's Golden Roll Shop, Noen Hom Subdistrict, Muang District, Prachinburi

ออนไลน์ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย มีผู้เข้าร่วม 45 คน จำแนกเป็น กลุ่มนักศึกษาศาสนาสูงวัย 5 คน และบุคคลทั่วไป 40 คน มีผู้สูงอายุในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม 40 คน ดังนี้ 1) ผู้สูงวัยขับซิ่งรถนำเที่ยวจำนวน 15 คน 2) ผู้สูงอายุประจำฐานแหล่งท่องเที่ยวและแสดงกิจกรรมจำนวน 15 คน 3) ผู้สูงอายุทำหน้าที่แม่ครัว จำนวน 10 คน โดยเลือกทดสอบเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวเส้นทาง “เรียนรู้วิถีสุขดี ที่เนินหอม” รายละเอียดกิจกรรม ได้แก่ นั่งรถพ่วงข้ามชมทัศนียภาพ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เรียนรู้การเกษตรกรรม ทำสมุนไพรสุขภาพ สบู่สมุนไพร และทองม้วนสมุนไพร และจำหน่ายสินค้าที่ตลาดชุมชน ดังภาพที่ 12 (Figure 12)

การปรับปรุงการให้บริการตามข้อเสนอแนะของอาสาสมัครนักศึกษาศาสนา ได้แก่ 1) ด้านเส้นทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเสนอปัญหาคือขาดแคลนป้ายสัญลักษณ์ แต่โดยรวมมีเส้นทางชมทัศนียภาพที่สวยงาม มีต้นไม้ร่มรื่น 2) ด้านสิ่งดึงดูดใจในเส้นทางท่องเที่ยว มีสิ่งดึงดูดเป็นทัศนียภาพที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ จึงเสนอแนะให้ปรับปรุงกายภาพให้น่าสนใจ 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย และสามารถปรับเปลี่ยนได้หลายรูปแบบตามฤดูกาล 4) ด้านการจัดการถนนส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ควรระวังเรื่องปัญหาอุบัติเหตุทางถนนในแหล่งท่องเที่ยวควรมีที่นั่งและน้ำดื่มบริการ 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก



Figure 7 Designs for developing creative tourism sites to cater to the aging population and generate income for elderly groups; (a) Development project of Wat Na Prue Tourism Site, (b) Development project of Na Prue Reservoir and Community Market Tourism Site, (c) Development of recreation area to support active aging through community-based tourism at the Three-Generations Center, (d) Environmental improvement project of Wat Noen Hom Tourism Site, (e) Development of community agricultural learning center at Ban Noen Hom, Village Headman Sampan's House, Noen Hom Subdistrict, and (f) Development project of community-based tourism enterprise to promote active aging at Pa Oi's Golden Rolls Shop



Figure 8 Community tourism logo of Noen Hom and its extension toward community branding; (a) The logo of the Noen Hom tourism community, (b) Application of the logo on souvenir products, and (c) Use of the logo for community promotion

ความสะดวก ควรเพิ่มห้องน้ำสาธารณะที่ออกแบบตามแนวคิด
อารยสถาปัตย์กรรม และ 6) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชน
มีความเข้มแข็งและมีความพร้อมก้าวไปสู่ชุมชนท่องเที่ยว สำหรับ

ประเด็นปัญหาด้านการจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็น
สิ่งสำคัญที่ชุมชนควรเร่งดำเนินการ ควรมีการวางแผนการจัดการ
จราจรในพื้นที่ และจัดเตรียมห้องน้ำสาธารณะอย่างเหมาะสม ทั้งนี้



Figure 9 Sample products from the Herbal Group; (a) *Andrographis paniculata* herbal soap, (b) Citronella spray, and (c) Aloe vera spray and soap



Figure 10 Example of product development in the Food Group; (a) Fermented oyster mushroom sausage, (b) Bamboo shoot snack, and (c) Herbal crispy rolls



Figure 11 Sample products in the Decorative and Bamboo Furniture Group; (a) Bamboo vase, (b) Artificial flowers, and (c) Agarwood incense wood

ควรดำเนินการร่วมกับองค์กรท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายในชุมชน

5. การรับนักท่องเที่ยวในสถานการณ์จริง

การเปิดรับสมัครนักท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์โดยใช้ช่องทางเพจเฟซบุ๊กของชุมชนชื่อ “ชุมชนท่องเที่ยวเนินหอม” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มหลักในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ระบุวันที่ท่องเที่ยวเป็นวันอาทิตย์ที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2568 มีผู้สนใจเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 50 คน ด้านการให้บริการ

มีผู้สูงอายุในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 80 คน จำแนกเป็น 1) ผู้สูงอายุขับขีรถนำเที่ยว จำนวน 25 คน 2) ผู้สูงอายุประจำฐานแหล่งท่องเที่ยวและแสดงกิจกรรม จำนวน 40 คน 3) ผู้สูงอายุทำหน้าที่แม่ครัว จำนวน 15 คน การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ One day trip โดยชุมชนได้วางแผนปรับปรุงเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสม อันเป็นผลจากการทดลองเส้นทางท่องเที่ยวในการดำเนินงานก่อนหน้า โดยคำนึงถึงสมรรถภาพของผู้สูงอายุที่ต้องทำหน้าที่ในการให้บริการเป็นสำคัญ



Figure 12 Community participation in the development of tourism routes and creative tourism activities; (a) Group brainstorming activity, (b) Presentation of creative tourism routes and activities, (c) Tourism route 1: Spiritual enrichment and scenic local life in Noen Hom, and (d) Tourism route 2: Well-being and local wisdom exploration in Noen Hom

เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวแสดงดังภาพที่ 13 (Figure 13) และมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) นั่งรถพ่วงช้างชมทัศนียภาพชุมชน ลักการะพระวัดนาปรือ จากนั้นชมทัศนียภาพอ่างเก็บน้ำนาปรือและภูมิทัศน์ชุมชน 2) กิจกรรมที่ 1 ทดลองทำทองม้วนสมุนไพร ที่ร้านทองม้วนป่าอ้อย 3) กิจกรรมที่ 2 ทดลองทำก้อนเพาะเห็ดนางฟ้า ที่กลุ่มเพาะเห็ดเกษตร 4.0 4) กิจกรรมที่ 3 ทดลองทำน้ำหอมไม้กฤษณา ที่ศูนย์เรียนรู้โคกหนองนา 5) พักรับประทานอาหาร ที่ศูนย์เรียนรู้การเกษตรชุมชนเนินหอม บ้านผู้ใหญ่สัมพันธ์ชมการแสดงพื้นบ้านโดยผู้สูงอายุ และอาหารพื้นบ้านฝีมือคุณยาย (เชฟชุมชน) และทำกิจกรรมที่ศูนย์เรียนรู้การเกษตรชุมชนเนินหอม ดังนี้ 6) กิจกรรมที่ 4 ทดลองทำลูกประคบสมุนไพร 7) กิจกรรมที่ 5 ทดลองทำสมุนไพร 8) กิจกรรมที่ 6 ทดลองทำขนมหน่อไม้และขนมพื้นบ้าน บรรยายการทำการกิจกรรมในวันรับนักท่องเที่ยว ดังภาพที่ 14 (Figure 14)

6. การประเมินผลกาให้บริการด้านการท่องเที่ยว

การประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ที่เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน พบว่า ภาพรวมระดับความ

พึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนในการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้เข้าร่วม ทั้งกิจกรรมเรียนรู้การแปรรูปสมุนไพร การทำอาหารพื้นบ้าน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยว สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน และเปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน แสดงถึงระดับความเข้มแข็งของชุมชนที่มีบทบาทร่วมในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และความร่วมมือระหว่างสมาชิกในชุมชนด้านสิ่งดูแล แสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่หลากหลาย สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น สำหรับหัวข้อที่ได้รับคำแนะนำมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดบางประการในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนักศึกษามีความคิดเห็นให้ปรับปรุงจุดบริการ เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน ทางลาด



Figure 13 Map of creative tourism routes and activities in Noen Hom Subdistrict Community

หรือที่นั่งพักในบริเวณกิจกรรม ให้มีความเหมาะสมและเพียงพอมากขึ้น รวมถึงควรจัดให้มีพื้นที่ที่พักผ่อนหย่อนใจและป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกและยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าชม รายละเอียดผลประเมินดังตารางที่ 2 (Table 2)

7. การรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนตำบลเนินหอม ผ่านระบบแอปพลิเคชันและสื่อออนไลน์

การสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างกว้างขวางและทันสมัย ชุมชนได้ดำเนินการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น รายละเอียดกิจกรรม ค่าใช้จ่าย ตลอดจนช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบสื่อสารออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยมุ่งเน้นให้ผู้สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว การดำเนินงานส่วนนี้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี เป็นผู้พัฒนาโดยความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้สูงอายุ และองค์กรปกครองส่วน

ท้องถิ่น หลังจากนั้นได้ถ่ายทอดนวัตกรรมและส่งมอบให้ชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบริหารจัดการ ข้อมูลทั้งหมดได้จัดเรียงเป็นหมวดหมู่ในเว็บไซต์ซึ่งสามารถเข้าชมได้ที่ <https://localcommunity.in.th/> ดังภาพที่ 15 (Figure 15) การประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ของชุมชนใช้โซเชียลมีเดีย ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “ชุมชนท่องเที่ยวเนินหอม” และการเผยแพร่ในรูปแบบแอปพลิเคชันบนมือถือ สามารถดาวน์โหลดได้ผ่าน Play store และ Apple store โดยค้นหาชื่อ “ชุมชนท่องเที่ยวเนินหอม” ซึ่งให้บริการข้อมูลพร้อมระบบการนำทาง การศึกษารายละเอียดกิจกรรมการเรียนรู้ และการเลือกซื้อสินค้า ดังภาพที่ 16 (Figure 16) การเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัลนี้มีประโยชน์ เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ชุมชน สร้างภาพลักษณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยว ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้สูงอายุมีบทบาทมากขึ้นในฐานะผู้นำเสนอเนื้อหา ทั้งยังตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการวางแผนล่วงหน้า ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล และความยืดหยุ่นในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความสนใจส่วนบุคคล



Figure 14 Activities stemming from the return of research findings to the community; (a) Welcome speech and opening of the activity by the community leader, (b) Local tour vehicle using sidecar for agricultural farm tours, (c) Community cultural exhibition and research findings summary, (d) Herbal golden rolls making workshop, (e) Playing Mor Lam music to welcome tourists, (f) Bamboo shoot snack making workshop, (g) Herbal ball making workshop, and (h) Community market: A shopping area for tourists

Table 2 Summary of the evaluation of tourism service performance

Item	Mean	Standard deviation	Level of agreement
Accessibility to tourist attractions	4.05	0.97	High
Tourist attraction appeal	4.25	0.84	Very high
Tourism activities	4.28	0.76	Very high
Management	4.13	0.76	High
Facilities and amenities	3.84	0.83	High
Community participation	4.26	0.73	Very high
Innovation	4.19	0.78	High
Total	4.14	0.81	High

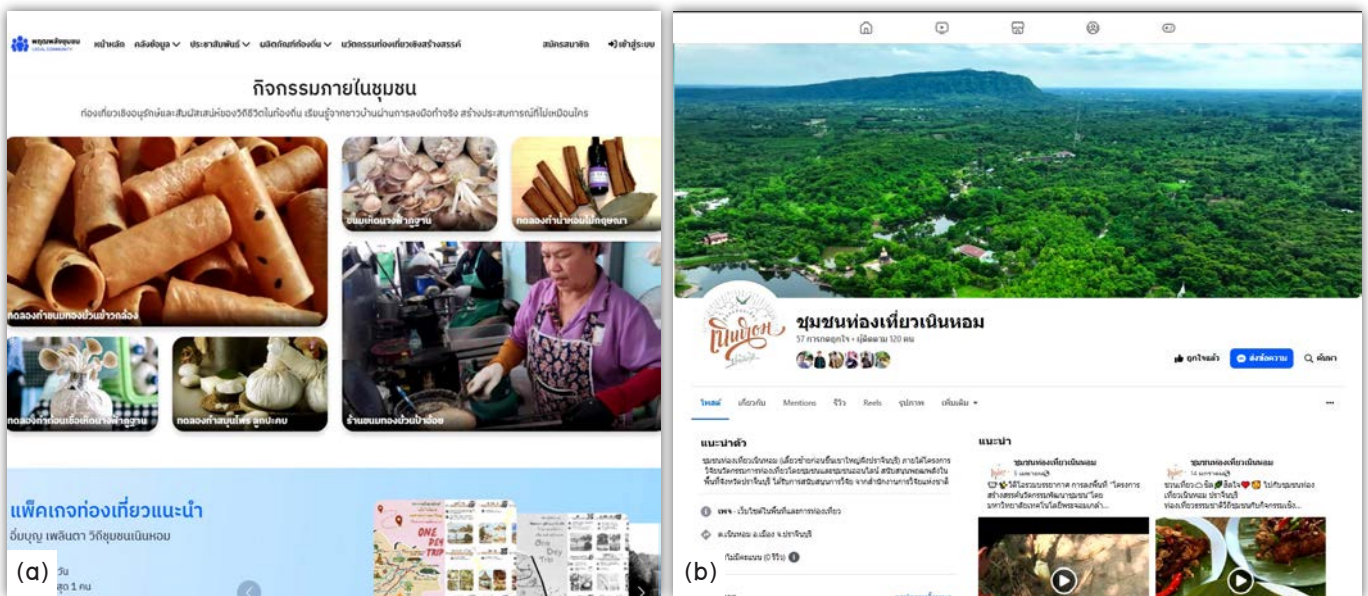


Figure 15 (a) Dissemination and promotion of tourism information through websites and (b) Dissemination and promotion of tourism information through social media

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)

การท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์ เชื่อมโยงกับศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประสบการณ์เฉพาะตน (Authentic experience) หรือเรียกว่าการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้เดินทางมาเยือนได้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (Richards, 2021; Vitsuthilak et al., 2013)

โดยมีความคล้ายคลึงกับ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ที่มุ่งเน้นให้ ชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทั้งด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม และการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน ซึ่งทั้ง 2 แนวคิดมีจุดประสงค์สำคัญร่วมกันคือ การส่งเสริมความยั่งยืนของชุมชนผ่านการใช้ทุนวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วม การพัฒนาศักยภาพของชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ศักยภาพด้านการดึงดูด ศักยภาพด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ศักยภาพความหลากหลายของกิจกรรม และศักยภาพด้านการบริหารจัดการ (Srijarit et al., 2024; Wongmonta, 2021) และ Bunyanmethaporn et al. (2024) ระบุถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า

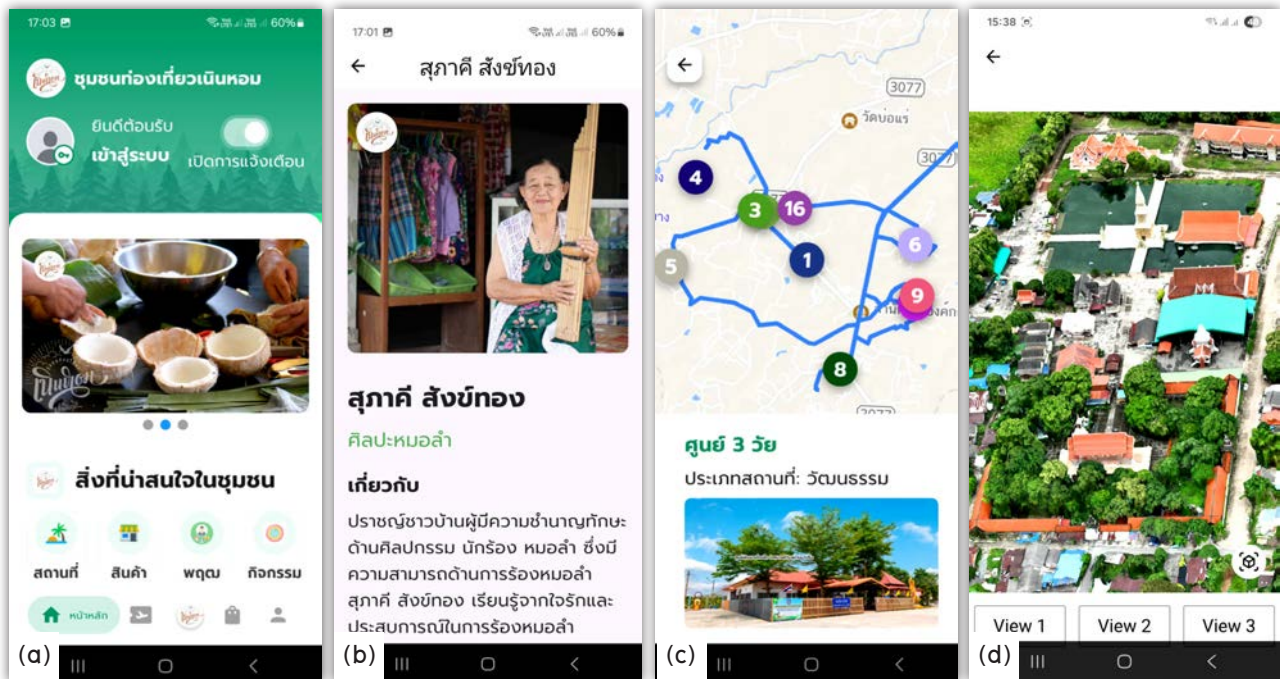


Figure 16 Dissemination of creative tourism innovation information via mobile application; (a) Key community information; (b) List of local wisdom holders and their areas of expertise, (c) Locations of tourist attractions and travel routes, and (d) 3D visualizations of the community landscape from an aerial perspective

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับเจ้าของวัฒนธรรม ผ่านกิจกรรมที่เน้นคุณค่า ความสัมพันธ์ และการลงมือปฏิบัติจริง เช่น การเรียนรู้การทำอาหาร หัตถกรรม และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและลดความเหลื่อมล้ำในระดับท้องถิ่น สามารถสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง ให้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยให้ชุมชนได้พัฒนาทักษะ องค์ความรู้ และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง

การจัดการทุนวัฒนธรรม (Cultural capital) ในชุมชน

Thahom & Senarat (2018) ประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาชุมชน และสามารถสรุปความหมายของทุนวัฒนธรรมได้ว่า ทรัพยากรที่มีอยู่ในรูปของความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ศิลปะ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยไม่สูญเสียอัตลักษณ์ท้องถิ่น Thuri et al. (2024) และ Ruangsuk et al. (2024) สรุปองค์ประกอบสำคัญทุนวัฒนธรรมที่ครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ความรู้ในการผลิตอาหารพื้นบ้าน การประกอบพิธีกรรม หรือการสร้างเครื่องมือการดำรงชีวิต 2) ศิลปะและการแสดงพื้นบ้าน เช่น หมอลำ เซิ้ง ฟ้อนรำ ดนตรีพื้นเมือง 3) ความเชื่อและพิธีกรรม ซึ่งสะท้อนถึงระบบคุณค่า ความเคารพ และการเชื่อมโยงกับศาสนา เช่น ความเชื่อเรื่องผี เทวดา ผีบรรพบุรุษ

4) ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น วัด ศาลปู่ตา แหล่งน้ำโบราณ 5) สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น พุงนา คลอง น้ำ พืชพื้นถิ่น ทุนวัฒนธรรมไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกเชิงรุก ที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาในหลายมิติ สร้างความเข้มแข็งของชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม เสริมสร้างอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในตนเอง ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านการต่อยอดเป็นสินค้าและบริการ เช่น ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยในการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suriyothin et al. (2025) ที่ระบุว่า การนำทุนวัฒนธรรมมาใช้ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม แต่ยังเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน เกิดการกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเข้มแข็งจากภายใน องค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลให้กระบวนการนี้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ การส่งเสริมการศึกษาและพัฒนาทักษะของชุมชน การมีผู้นำท้องถิ่นที่เข้มแข็ง และการส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในระดับพื้นที่

พหุพลัง (Active ageing) กับการพัฒนาสังคมผู้สูงอายุ

การพัฒนาเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุจะต้องส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ และขับเคลื่อนให้เกิดพลังจาก

ผู้สูงอายุ หรือ พหุคูณพลัง ซึ่งหมายถึงกระบวนการแสวงหาโอกาสที่เหมาะสมในการพัฒนาสุขภาพ ความสามารถในการมีส่วนร่วม และความมั่นคงในชีวิต เพื่อให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเมื่อสูงอายุ (World Health Organization, 2002) โดย Thongdet et al. (2021) สังเคราะห์ตัวชี้วัดพหุคูณพลังของผู้สูงอายุไทยออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ สุขภาพกาย สุขภาพจิต สติปัญญา การมีส่วนร่วม และความมั่นคง ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถบูรณาการเข้ากับกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับชุมชน โดยใช้แนวคิดเรื่องพหุคูณพลังเป็นฐานคิดในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยตรง โดยเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุในชุมชนมีบทบาททั้งในฐานะผู้จัดกิจกรรม ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ และ ผู้ให้บริการในเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งไม่เพียงช่วยส่งเสริมสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจเท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและการมีส่วนร่วมในสังคมอย่างต่อเนื่อง ผู้สูงอายุที่มีเวทีแสดงออก ได้แบ่งปันภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้รับรายได้จากการมีส่วนร่วม เป็นการตอบสนองต่อมิติทั้งห้าของพหุคูณพลังตามกรอบแนวคิดข้างต้นอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ การบูรณาการพหุคูณพลังเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจฐานรากและเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Sukmaitri et al. (2022) ซึ่งระบุว่า พหุคูณพลังจะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนเมื่อผู้สูงอายุได้รับการส่งเสริมใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ บทบาท รายได้ และสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีการออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมกับศักยภาพของผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งมีการสนับสนุนจากองค์กรท้องถิ่นและเครือข่ายชุมชนที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อเนื่อง

การออกแบบแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทุกคน (Tourism for all)

แนวคิดการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทุกคน กลายเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมความเสมอภาคและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงในยุคสังคมผู้สูงอายุและความหลากหลายทางร่างกายของผู้ใช้บริการ แนวคิดนี้เน้นการออกแบบสิ่งแวดล้อมโดยยึดหลัก การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design: UD) ซึ่งประกอบด้วยหลักการสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ ความเท่าเทียมในการใช้ การใช้งานที่ยืดหยุ่น ความเรียบง่ายในการใช้งาน การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ความปลอดภัย การใช้แรงน้อย และขนาดพื้นที่ที่เหมาะสม (Chumkhet et al., 2017) จากการศึกษาในหลายบริบทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบเพื่อทุกคน ได้แก่ การจัดให้มีทางลาด ทางเดินปลอดภัย ห้องน้ำที่รองรับผู้ใช้หลากหลาย บ้ายสื่อความหมายที่เข้าถึงได้ รวมถึงการให้บริการที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุและคนพิการ (Changsanoh, 2019; Seangthamthawee & Panmaen 2023) แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงตอบสนองสิทธิในการเข้าถึงของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม แต่ยังช่วยยกระดับ

มาตรฐานการบริการของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับประเทศ

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

การนำทุนวัฒนธรรมในชุมชนตำบลเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี มาใช้เป็นฐานพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่ผู้สูงอายุจำนวนมากใช้ชีวิตอยู่ในภาวะพึ่งพิงและขาดบทบาทในสังคม การเปิดพื้นที่ให้ทุนวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสร้างการมีส่วนร่วม ได้นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของบทบาทผู้สูงอายุในชุมชน ผู้สูงอายุซึ่งเคยอยู่เบื้องหลัง ได้ก้าวออกมาแสดงบทบาทเป็นผู้นำทางวัฒนธรรม โดยเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายมิติ ตั้งแต่การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การสาธิตงานหัตถกรรมพื้นบ้าน การปรุงอาหารท้องถิ่น ไปจนถึงการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในเส้นทางท่องเที่ยว

สถานการณ์เชิงบวกที่เกิดขึ้นผ่านข้อมูลเชิงประจักษ์ เช่น การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในกิจกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจาก 40 คนเป็น จำนวน 80 คน โดยมีผู้สูงอายุทำหน้าที่เป็นผู้นำกิจกรรมหลักประมาณ 40 คน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วม สามารถสร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เฉลี่ยมากกว่า 500 บาทต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง แม้จะเป็นจำนวนเงินที่ไม่สูง แต่เป็นรายได้ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง และช่วยลดภาระของครอบครัวได้บางส่วน ในด้านกายภาพของชุมชนได้รับการออกแบบปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 6 แห่ง โดยก่อสร้างแล้วเสร็จ 1 แห่ง ได้แก่ ศาลาอเนกประสงค์วัดนาปรือ ซึ่งออกแบบมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาปฏิบัติธรรม และกลุ่มฝึกอบรบวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ขณะเดียวกัน เทศบาลตำบลบ้านนาปรือได้เล็งเห็นถึงปัญหาห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม จึงได้นำแบบห้องน้ำอารยสถาปัตยกรรม จำนวน 2 หลัง ไปก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ดังภาพที่ 17 (Figure 17) โดยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเทศบาล เพื่อดำเนินการก่อสร้างในปีงบประมาณ 2569

ด้านเศรษฐกิจ มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวเนินหอม จำนวน 14 ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร งานฝีมือ และของที่ระลึกจากวัสดุธรรมชาติ มีผู้สูงอายุที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว หลังจากการฝึกฝนจนสามารถดำเนินกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยวได้ และมีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยครั้งนี้ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นยังคงต้องการการพัฒนาและสนับสนุน



Figure 17 Implementation of design outcomes for tourism destination enhancement; (a) The multipurpose pavilion at Wat Naprue has been completed and is now utilized for tourism-related activities, (b) The deteriorated condition of restrooms at the tourist site, and (c) A newly designed universal design restroom funded by Ban Naprue Subdistrict Municipality

อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านการจัดการความรู้ การเสริมสร้างทักษะใหม่ และการพัฒนาระบบบริหารจัดการชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในระยะยาว

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

ชุมชนได้รวมกลุ่มจัดตั้ง ชมรมการท่องเที่ยวชุมชนเนินหอม ซึ่งใช้โครงสร้างบริหารตามรูปแบบของคณะกรรมการหมู่บ้าน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่แบ่งออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายแม่ครัว ฝ่ายปฎิคม ฝ่ายการเงิน ฝ่ายดนตรี และฝ่ายบริหารจัดการ พร้อมกำหนดวาระการดำรงตำแหน่ง 4 ปี มีที่ปรึกษา ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

พระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี การดำเนินงานในปัจจุบัน ชุมชนได้ประชาสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวให้เป็นรู้จักในระดับจังหวัด อีกทั้งได้อบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพ เช่น การอบรมการตัดต่อคลิปวิดีโอด้วย CapCut และเทคนิคการถ่ายภาพและวิดีโอต่าง ๆ การอบรมโค้ดท่องเที่ยวถิ่นและผู้นำเที่ยวชุมชน และเปิดต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะที่สนใจเยี่ยมชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน ชุมชนตำบลเนินหอม เช่นคณะอาจารย์และนักศึกษาจากวิทยาลัย Singapore Polytechnic (SP) สาธารณรัฐสิงคโปร์

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ เลขที่สัญญา N84A670206

References

- Bunto, P., Hongsakul, S., & Kasornbua, T. (2015). Management of rural cultural tourism based on Thai homestay standards: A case study of Ban Dong Homestay, Prachinburi Province. *Srinakharinwirot Research and Development Journal*, 7(14), 52–60. (in Thai).
- Bunyanmethaporn, W., Kamisan, A., Pusiran, P., & Janin, Y. (2024). Tourists' perspectives: Creative tourism and essential attributes. *Development Administration Journal*, 64(1), 96–115. (in Thai).
- Changsanoh, C. (2019). Universal design for museum and auditorium: Case study of Siam Niramit and Museum of Contemporary Art. *Sarasat*, 3(1), 27–40. (in Thai).
- Chumkhet, S., Yodwangjai, N., & Yosprasert, C. (2017). Guidelines of facilities design for all in national park. *Journal of Environmental Design and Planning*, 16(2), 95–117. (in Thai).
- Department of Provincial Administration. (2024). Population statistics from the civil registration, 2024. Retrieved October 10, 2024, from: <https://stat.bora.dopa.go.th>. (in Thai).

- Kasornbua, T., & Sukpriprem, P. (2023). Application of the deming cycle in tourism management of Ban Noen Hom Community, Muang District, Prachinburi Province. *Suratthani Rajabhat Journal*, 11(1), 59–66. (in Thai).
- Khumruean, J., Chittithaworn, C., Chairat, P., & Phuripakdi, S. (2021). A study of tourism potential in Prachinburi Province. *Journal of Nakhon Lampang Buddhist College*, 10(2), 189–198. (in Thai).
- Kongkaew, P. C. (2024). Development of a model for creating and utilizing wisdom from the biodiversity of temples and communities in Prachinburi Province. *Journal of Peace Studies MCU*, 12(6), 2552–2556. (in Thai).
- National Statistical Office. (2023). Number of tourists in Prachinburi Province, 2023. Retrieved June 12, 2025, from: https://prachinburi.gdcatalog.go.th/dataset/dataset_30_03/resource/f1c0c737-0b5c4baa-9ef3-4fd5e8ed94aa. (in Thai).
- National Statistical Office. (2024a). Percentage of the elderly in Prachinburi Province. National Statistical Office. Retrieved April 30, 2025, from: <https://pchburi.nso.go.th/statistical-information-service/key-indicators-of-the-province/percentage-of-the-elderly.html>. (in Thai).
- National Statistical Office. (2024b). Population report of Noen Hom Subdistrict, 2024. Retrieved October 10, 2024, from: <https://stat.bora.dopa.go.th>. (in Thai).
- Richards, G. (2021). An impact self-assessment tool for creative tourism with insights from its application to the CREATOUR project. In G. Richards & N. Duxbury (Eds.), *Creative tourism: A global conversation* (pp. 215–230). Retrieved April 30, 2025, from: https://www.researchgate.net/publication/355660457_An_impact_self-assessment_tool_for_creative_tourism_with_insights_from_its_application_to_the_CREATOUR_R_project.
- Ruangsuk, W., Thongkaew, S., & Boontawi, A. (2024). Cultural capital: Identity, beliefs, and local wisdom in Ban Pho District, Chachoengsao Province. *Journal of the Research Association*, 29(4), 293–308. (in Thai).
- Seangthamthawee, K., & Panmaen, B. (2023). Universal design guidelines for facilities at Nonthaburi pier, Nonthaburi Province. *The Journal of KMUTNB*, 33(2), 648–659. (in Thai).
- Srijarit, N., Nathalang, C., Wongmonta, S., & Techkhana, C. (2024). Development of creative tourism potential in Phatthalung Province. *Journal of Business Administration and Social Sciences, Ramkhamhaeng University*, 7(2), 58–74. (in Thai).
- Sukkasem, M. (2016). Guidelines for developing agrotourism potential in Dong Khilek Subdistrict, Muang District, Prachinburi Province. *Far Eastern University Academic Journal*, 10(4), 97–112. (in Thai).
- Sukkasem, M., Charoenwisan, K., & Phuripakdi, S. (2020). Knowledge management model of the herbal city in Prachinburi Province for health tourism. *Dusit Thani College Journal*, 14(2), 86–102. (in Thai).
- Sukmaitri, J., Saengchan, B., Chakkaphatwong, S., & Rotjam, C. (2022). Active aging of elderly people in Muang Ranong District, Ranong Province. *MCU Social Science Review*, 11(6), 156–166. (in Thai).
- Suriyothin, P., Katawandee, P., & Chotipanich, R. (2025). Leveraging cultural heritage to promote tourism through the historical tree trail on Sichang Island, Chonburi Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 17(1), 72–90. (in Thai).
- Thahom, U., & Senarat, S. (2018). Applying cultural capital to local community development in the Northeastern region. *Journal of Buddhist Disciplinary Studies*, 5(1), 15–24. (in Thai).
- Thongdet, K., Ngammeerit, N., & Anusatsananon, S. (2021). Development of active aging indicators for Thai older persons. *Journal of Education. Mahamakut Buddhist University*, 9(1), 83–86. (in Thai).
- Thuri, S., Chantrarangsee, R., Chantanasut, S., Chinnasot, P., Boonsuk, T., & Rawitvigorn, T. (2024). Creating cultural capital value through the imagery of Thung Luang Rangsit. *Journal of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University*, 16(2), 317–344. (in Thai).
- United Nations. (2002). *World population ageing: 1950–2050*. New York: United Nations.
- Vitsuthilak, S., Saipan, P., Tephakul, O., & Sindetsarak, T. (2013). *Creative tourism (Creative Tourism 21 Thailand)*. Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (in Thai).
- Wongmonta, S. (2021). Creative tourism: An innovative movement of cultural tourism. *Liberal Arts Journal (Wang Nang Leung), RMUTP*, 1(1), 1–24. (in Thai).
- World Health Organization. (2002). *Active ageing: A policy framework*. Geneva: WHO.