

## Research Article

Received:

9 June 2025

Received in revised form:

14 September 2025

Accepted:

21 September 2025

Metharat Chantaneer and Patsawan Suksomwat\*

*Faculty of Management Science, Phranakorn Si Ayutthaya Rajabhat University, Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, 13000 Thailand*

\*Corresponding author's E-mail: patsawan2549@gmail.com

## Extended Abstract (1/2)

**Background:** The Bang Sadet community, located in Pa Mok District, Ang Thong Province, central Thailand, is a historic settlement renowned for its cultural richness and long-standing traditions. Its distinctive cultural assets include the riverside landscape, the royal visit of Her Majesty Queen Sirikit, The Queen Mother, the historic Wat Tha Sutthawat temple, traditional raft houses, local folk singers, the majestic Yang Na (*Dipterocarpus alatus*) trees, ancient temple murals and Wang Palace doll center. Despite this abundance of tangible and intangible heritage, the community has struggled to effectively present these features as part of its tourism identity, resulting in low visitor numbers and limited local economic growth.

**Objectives and Methodology:** This research aimed to develop and promote a distinctive tourism image for the Bang Sadet community through a participatory and systematic approach. The project consisted of five main stages:

- 1) Community awareness and collaboration: Building knowledge, understanding, and participation among local residents to enhance appreciation of cultural value and foster cooperation among community members, entrepreneurs, and relevant agencies;
- 2) Strategic analysis: Conducting a business environment analysis using SWOT and TOWS matrices to formulate context-appropriate development strategies;
- 3) Entrepreneurial capacity assessment: Evaluating the potential and readiness of local producers and service providers;
- 4) Identity creation: Designing and branding a unique community identity supported by storytelling; and
- 5) Promotion and dissemination: Publicizing the new image through media, products, and tourism events.

**Results and Findings:** The participatory process generated tangible and measurable outcomes. A distinctive community identity pattern, inspired by local culture and history, was developed and applied to shirts, pants, and other fabric products. These identity-patterned items served as both tourism symbols and practical everyday attire. Community members and entrepreneurs began wearing them during welcoming ceremonies, tourism events, and official functions, while government agencies adopted the designs to help promote Bang Sadet at provincial and national levels.

These initiatives transformed cultural identity into an economic asset. The sale of community-branded shirts generated additional household income, while new tourism-related occupations emerged, strengthening the local economy. Consistent branding enhanced visibility



**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**





## Extended Abstract (2/2)

and recognition, positioning Bang Sadet as an attractive destination for domestic and international tourists.

Beyond visual branding, the project fostered collaboration among nine local business groups, including artisans, textile producers, souvenir sellers, cultural performers, and small hospitality providers. Through cooperation, these groups shared experiences, coordinated marketing strategies, and organized community-based events offering immersive cultural experiences. The resulting network enabled more efficient resource use and long-term sustainability.

The transmission of community identity extended beyond products. Entrepreneurs and partner organizations produced promotional media reflecting Bang Sadet's culture and traditions, such as short documentaries, cultural exhibitions, and participation in regional fairs. These activities reinforced community pride and positioned local entrepreneurs as cultural ambassadors. Notable examples include online marketing through the community's Facebook page and the collective wearing of identity-patterned shirts during community activities—strengthening both cohesion and visibility.

The project's impacts can be categorized into three major dimensions: policy, business, and academic.

1) *Policy Impacts:* The Bang Sadet model demonstrates an effective framework for developing community entrepreneurship and local branding through participatory processes. The collaboration between local residents, researchers, and government agencies can be replicated in other Thai communities to advance sustainable community-based tourism (CBT). Provincial and subdistrict administrative organizations, along with the Tourism Authority of Thailand (TAT), can adapt this model to design more inclusive and context-sensitive tourism programs. Moreover, the project supports Bang Sadet's eligibility for official CBT certification, ensuring long-term recognition and sustainability at the policy level.

2) *Business Impacts:* The initiative strengthened local entrepreneurship and business innovation. Training sessions equipped participants with practical skills in interpretive communication, storytelling, tourism management, digital marketing, and product development. These competencies enhanced competitiveness and added value to local goods and services. By integrating storytelling with cultural design, Bang Sadet's products gained distinctiveness and consumer appeal. The branding strategy fostered trust and recognition, reinforcing the community's tourism image and stimulating spending on local products and services. The resulting economic activity improved income, employment, and living standards throughout the community.

3) *Academic Impacts:* From an academic standpoint, the research generated new insights into community-based tourism focused on cultural identity and entrepreneurship development. It demonstrated how collaborative partnerships between academics, researchers, and communities can produce co-created knowledge with tangible social benefits. The methodological framework—integrating participatory design, branding, and strategic business planning—provides a model adaptable to other cultural and tourism contexts. It can also be incorporated into university curricula on tourism management, community development, and heritage preservation, enriching both teaching and practice.

**Conclusions:** The Bang Sadet project illustrates how a systematic and participatory approach to identity development can revitalize local tourism and stimulate economic, social, and cultural sustainability. By transforming traditional motifs and narratives into modern identity-based products, the community has created new avenues for self-representation, pride, and prosperity. The project underscores the power of community-led initiatives in ensuring that development is not externally imposed but grows organically from within. By bridging cultural heritage and modern innovation, Bang Sadet provides a replicable model for other communities seeking to achieve sustainable tourism and long-term resilience.

**Keywords:** Ang Thong Province, Secondary city tourism, Entrepreneurs, Image promotion, Networking

## บทควาามวิจัย

วันที่รับบทความ:

9 มิถุนายน 2568

วันแก้ไขบทความ:

14 กันยายน 2568

วันตอบรับบทความ:

21 กันยายน 2568

เมธรัตน์ จันตะนี และ พรรษวรรณ สุขสมวัฒน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000

ผู้เขียนหลัก อีเมล: patsawan2549@gmail.com



## บทคัดย่อ

ชุมชนบางเสด็จ อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันยาวนาน และมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ สายน้ำของชุมชน การเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์ วัดท่าสุทธาวาส แพพักในชุมชน พ่อเพลงแม่เพลง ดนยนา จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส และศูนย์ตุ๊กตาชาววัง แต่ไม่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้ไม่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นในชุมชนบางเสด็จ ด้วยกระบวนการดังนี้ 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในชุมชน โดยจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่ม เพื่อถอดองค์ความรู้ของอัตลักษณ์ชุมชน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและกลยุทธ์การดำเนินงาน 2) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในชุมชนบางเสด็จ โดยการส่งเสริมทักษะด้านการเป็นนักสื่อความหมาย และนักเล่าเรื่องชุมชน การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น และการจัดทำคู่มือการส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนบางเสด็จ การออกแบบตลาดอัตลักษณ์เพื่อใช้งานกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน การสร้างความสัมพันธ์และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้สามารถสร้างตลาดอัตลักษณ์ชุมชน และใช้งานตลาดอัตลักษณ์ชุมชนบนทางเกว เลือโปโล และเสื้อยืด คนในชุมชนสวมใส่ชุดลายอัตลักษณ์ชุมชน เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และต้อนรับผู้มาเยือน และหน่วยงานราชการส่งเสริมการใส่ชุดลายอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ อาชีพใหม่ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในชุมชน

## คำสำคัญ:

จังหวัดอ่างทอง  
การท่องเที่ยวเมืองรอง  
ผู้ประกอบการ  
การส่งเสริมภาพลักษณ์  
การสร้างเครือข่าย

## สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) มีวิสัยทัศน์คือ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัวเติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม” และมียุทธศาสตร์ 4 ด้าน โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อพัฒนาบนพื้นฐานของความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Department of Tourism, 2022) แต่การนำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดยังคงมีช่องว่างและความท้าทายด้านการบริหารจัดการ การเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในกลุ่มผู้ประกอบการ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จังหวัดอ่างทองเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรองที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ตามแนวทางของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2020) โดยจังหวัดอ่างทองมีความโดดเด่นเรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นชุมชนเก่าที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม (Atsawachai, 2022)

ชุมชนบางเสด็จ อำเภอบางบาล จังหวัดอ่างทอง เป็นชุมชนที่มีศักยภาพสูงด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีศักยภาพในการแข่งขันด้านวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Ang Thong Provincial Public Relations Office, 2025) แต่ยังรอการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นระบบจากทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ด้านศักยภาพและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ชุมชนบางเสด็จสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนตามเป้าหมายของการพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ Pakpitjarean et al. (2023) ที่นำเสนอว่า การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความสามารถของผู้ประกอบการให้บริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถในการบริหารทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน

ชุมชนบางเสด็จ เป็นพื้นที่หลักของการพัฒนาการท่องเที่ยว และเป็นแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญ เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันยาวนาน และมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ สายน้ำของชุมชน การเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์ วัดท่าสุทธาวาส จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส แพพักในชุมชน พ่อเพลงแม่เพลง ดนยางนา บ้านตุ๊กตามวยคาดเชือก ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นในชุมชน รวมทั้งศูนย์ตุ๊กตาชาววัง ซึ่งเป็นศูนย์ส่งเสริมการสร้างสรรคและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมด้านการปั้นตุ๊กตาชาววัง ที่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมโดยคนในชุมชน รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าสนใจให้กับภาพลักษณ์ของจังหวัดอ่างทอง (Ang Thong Provincial Public Relations Office, 2025)

**สายน้ำของชุมชน** ตำบลบางเสด็จเป็นท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองอยุธยา เมื่อสมัยอยุธยาเป็นราชธานี ท้องถิ่นแถบนี้จึงเป็นชานเมืองหรือชานพระนคร ทำหน้าที่เป็นแหล่งเสบียงอาหาร และอภิบาลช้าง-ม้า เพื่อนำมาใช้ในการศึกสงคราม ประกอบกับภูมิประเทศบริเวณนี้เป็นคูกน้ำ มีทรายตกตะกอน และมีตลิ่งที่ไม่สูงชัน ทำให้ถูกใช้เป็นที่พักแรมน้ำของทัพหลวง ดังภาพที่ 1 (Figure 1)

**การเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์** โดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงมีความห่วงใยและเสด็จพระราชดำเนินมาเยี่ยมเยียนราษฎรในตำบลบางเสด็จ ทรงมีพระราชดำริวางโครงการปั้นตุ๊กตาชาววัง การทอผ้า การวาดลายจิตรกรรมไทย ณ วัดท่าสุทธาวาส เพื่อให้ราษฎรมีอาชีพหลังสิ้นฤดูการทำนา โดยเสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมราษฎรตำบลบางเสด็จอีกหลายครั้ง ระหว่าง พ.ศ. 2519-2555 ดังปรากฏแผนป้ายจารึกบันทึกช่วงเวลาการเสด็จพระราชดำเนินมาตำบลบางเสด็จของพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ที่ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ ดังภาพที่ 2 (Figure 2)

**วัดท่าสุทธาวาส** หรือวัดท่า สร้างขึ้นในช่วง พ.ศ. 2175 และได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2200 โดยเขตวิสุงคามสีมามีขนาดความกว้าง 9.40 เมตร ยาว 23.50 เมตร เดิมพื้นที่นี้เป็นเส้นทางเดินทัพข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ปัจจุบันสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีทรงรับไว้ในพระอุปถัมภ์ โดยจัดสร้างพลับพลาที่ประทับกลางสระน้ำ ข้างพลับพลาที่ประทับเป็นที่ประดิษฐานของพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชและสมเด็จพระเอกาทศรถ ดังภาพที่ 3 (Figure 3)

**จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส** สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีทรงเสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมเยียนราษฎรในตำบลบางเสด็จ เพื่อ

สืบสานพระราชปณิธานของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ที่ทรงส่งเสริมศิลปาชีพ การปั้นตุ๊กตาชาววังที่ตำบลบางเสด็จ และทรงมีพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระอุโบสถศิลปะอยุธยาที่วัดท่าสุทธาวาส ซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานนับแต่กรุงศรีอยุธยา และโปรดเกล้าฯ ให้ช่างจากกรมศิลปากร ช่างจากในวัง อาจารย์และนักเรียนมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพมาร่วมเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังพระอุโบสถ เพื่อเป็นสนามทดลองงานจริงให้กับครูช่างและผู้เรียนได้ลงมือเขียนที่หน้างาน ทั้งยังเป็นประโยชน์กับชุมชนในการบันทึกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เช่น ภาพเรื่องสงครามยุทธหัตถี ภาพเรื่องเมืองอ่างทอง ภาพเรื่องตำบลบางเสด็จ ภาพเรื่องวัดท่าสุทธาวาส และภาพครั้งพระบรมวงศานุวงศ์เสด็จประทับ ณ พระราชวังบางปะอิน เมื่อครั้งเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ พ.ศ. 2516-2517 ซึ่งนำความปลาบปลื้มปิติมาสู่เหล่าพสกนิกรชาวบ้านบางเสด็จและชาวอ่างทองเป็นอย่างยิ่ง ดังภาพที่ 4 (Figure 4)



Figure 1 Chao Phraya River, the lifeline of the Bang Sadet Subdistrict community

**แพพักในชุมชน** ชุมชนบางเสด็จเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่ผู้คนใช้ชีวิตเรียบง่ายด้วยการหาปลา และมีอาชีพการประมงในแม่น้ำเจ้าพระยา แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปผู้คนเริ่มมองหาความเจียบสงบ และการพักผ่อนที่ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ผู้ประกอบการในชุมชนเริ่มมีแนวคิดทำแพพักสำหรับตกปลา และพักผ่อน ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในชุมชนบางเสด็จ ดังภาพที่ 5 (Figure 5)

**พ่อเพลงแม่เพลง** ตำบลบางเสด็จ เป็นแหล่งพ่อเพลงแม่เพลง ที่ขับร้องเพลงพื้นบ้านที่ขึ้นชื่อแห่งหนึ่งในลุ่มน้ำเจ้าพระยา โดยเฉพาะเพลงเรือ ซึ่งเป็นเพลงพื้นบ้านที่เล่นกันในฤดูน้ำหลาก ชาวบ้านบางเสด็จเคยขับร้องเพลงพื้นบ้านหน้าพระพักตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง และสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งได้ปรากฏภาพของพ่อเพลงและแม่เพลง แห่งตำบลบางเสด็จ เขียนอยู่ในจิตรกรรมวัดท่าสุทธาวาส ดังภาพที่ 6 (Figure 6)



Figure 2 Making royal court dolls in Bang Sadet community



Figure 3 Wat Tha Sutthawat



Figure 4 Murals at Wat Tha Sutthawat

**ต้นยางนา** บริเวณวัดท่าสุทธาวาส ซึ่งเป็นวัดสำคัญของตำบลบางเสด็จ มีต้นยางอายุนับ 100 ปี สูงใหญ่ขนาด 2-3 คนโอบอยู่เป็นจำนวนมาก และขึ้นตามริมคันนาข้างวัด ชาวตำบลบางเสด็จมีประสบการณ์เกี่ยวกับต้นยางมาตั้งแต่ในอดีต เนื่องจากเป็นไม้สารพัดประโยชน์ นอกจากจะให้ร่มเงา ช่วยกำบังลมแล้ว ชาวบ้านนิยมนำยางของต้นยางนามาผสมกับชันเพื่อใช้ซ่อมแซมอุดรอยรั่วของเรือ ซึ่งเป็นพาหนะที่สำคัญในอดีตของคนในท้องถิ่นหรือใช้ยาเครื่องจักสานกันน้ำรั่ว ทาไม้ ใช้ผสมขี้เลื่อยจุดไฟ และทำน้ำมันชักเงา ดังภาพที่ 7 (Figure 7)

**ตุ๊กตามวยคาดเชือก** ตุ๊กตามวยคาดเชือก เป็นการต่อยอดศิลปะการปั้นตุ๊กตาชาววังที่มีสัดส่วนการปั้นของมนุษย์อย่างถูกต้อง และศิลปะแม่ไม้มวยไทย จึงเป็นตุ๊กตามวยคาดเชือกที่มีความสมจริงทั้งท่าทาง การแสดงออกของสีหน้านักมวย ทั้งนี้ ตุ๊กตามวยคาดเชือกพัฒนาจากตุ๊กตาดินปั้นเรซินเพื่อเพิ่มความ

แข็งแรงคงทนไม่แตกหักง่าย มีพื้นฐานจากงานตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ อำเภอป่าโมก ที่ถ่ายทอดกันมาสู่รุ่นปัจจุบัน ดังภาพที่ 8 (Figure 8)

**ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง** ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดท่าสุทธาวาส ตำบลบางเสด็จ เป็นอาคารทรงไทย 2 ชั้น ชั้นล่าง มีการสาธิต



Figure 5 Raft houses in the Bang Sadet Subdistrict community

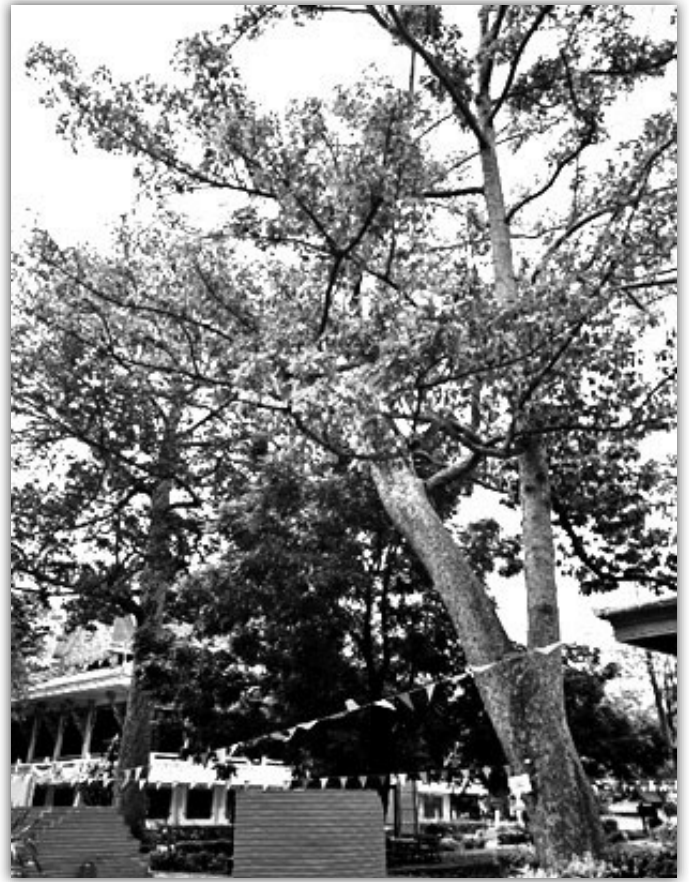


Figure 7 Yang Na tree



Figure 6 Local folk singers of Bang Sadet village



Figure 8 Thai boxing doll house

การปั้นตุ๊กตาชาววัง และการจัดแสดงผลงาน รวมทั้งจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาชาววัง ซึ่งเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน อีกทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจสามารถเข้าชม การสาธิตการปั้นตุ๊กตาชาววัง และเรียนรู้การปั้นตุ๊กตาด้วยดินเหนียว ที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้น และประเพณี วัฒนธรรมไทยต่าง ๆ ได้แก่ การละเล่นของไทย วงมโหรีปี่พาทย์ สุภาพศัคคัพเพไทย และผลไม้ไทยหลากหลายชนิด ซึ่งมีความสวยงามน่ารักในรูปแบบต่าง ๆ ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ เป็นที่รู้จัก ในฐานะสัญลักษณ์สำคัญของจังหวัดอ่างทอง ปรากฏอยู่ในคำขวัญ ประจำจังหวัดอ่างทอง คือ “พระสมเด็จเกษไชโย หลวงพ่อโตองค์ใหญ่ วีรไทยใจกล้า ตุ๊กตาชาววัง โด่งดังจักสาน ถิ่นฐานทำกลอง เมืองสองพระนอน” ดังภาพที่ 9 (Figure 9)



Figure 9 Wang Palace doll center

## กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ชุมชนบางเสด็จ อำเภอบางบาล จังหวัดอ่างทอง ดังภาพที่ 10 (Figure 10) มีกระบวนการพัฒนาทุนทางอัตลักษณ์ชุมชน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

### ขั้นตอนที่ 1 การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในชุมชน

การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความร่วมมือของชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนากลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการยอมรับและพร้อมนำแนวทางใหม่ไปปรับใช้ เพื่อให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่าและศักยภาพของวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

1. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนบางเสด็จ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ เน้นกลุ่มที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ อบต. ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจและมีความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างและทิศทางการพัฒนาของชุมชน 2) ผู้ประกอบการในชุมชน เป็น

ตัวแทนจากภาคธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนความหลากหลายทางเศรษฐกิจของชุมชน เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร แพฟัก ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากนโยบายหรือโครงการพัฒนาต่าง ๆ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงช่วยให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลจากการประชุมมาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริงและเป็นกลุ่มคนที่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ส่งผลให้ผลลัพธ์มีความน่าเชื่อถือและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างตรงจุด เพื่อระดมสมองและสรุปประเด็นที่สำคัญในการถอดองค์ความรู้ของชุมชน ซึ่งกระบวนการนี้ชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพและจุดเด่นของตนเอง รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องได้รับการแก้ไข และร่วมกันกำหนดทิศทางพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชน

2. การสนทนากลุ่ม โดยเปิดเวทีรับความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม ชุมชนได้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อยจำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน โดยแบ่งสมาชิกในกลุ่มให้มีความหลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชน วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การสร้างภาพลักษณ์ และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ดังแผนภาพการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมในภาพที่ 11 (Figure 11) รวมถึงทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวคิดการพัฒนาอัตลักษณ์ชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว ให้มีความน่าสนใจและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

การถอดองค์ความรู้อัตลักษณ์ชุมชน โดยชุมชนได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญในการถอดองค์ความรู้ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ



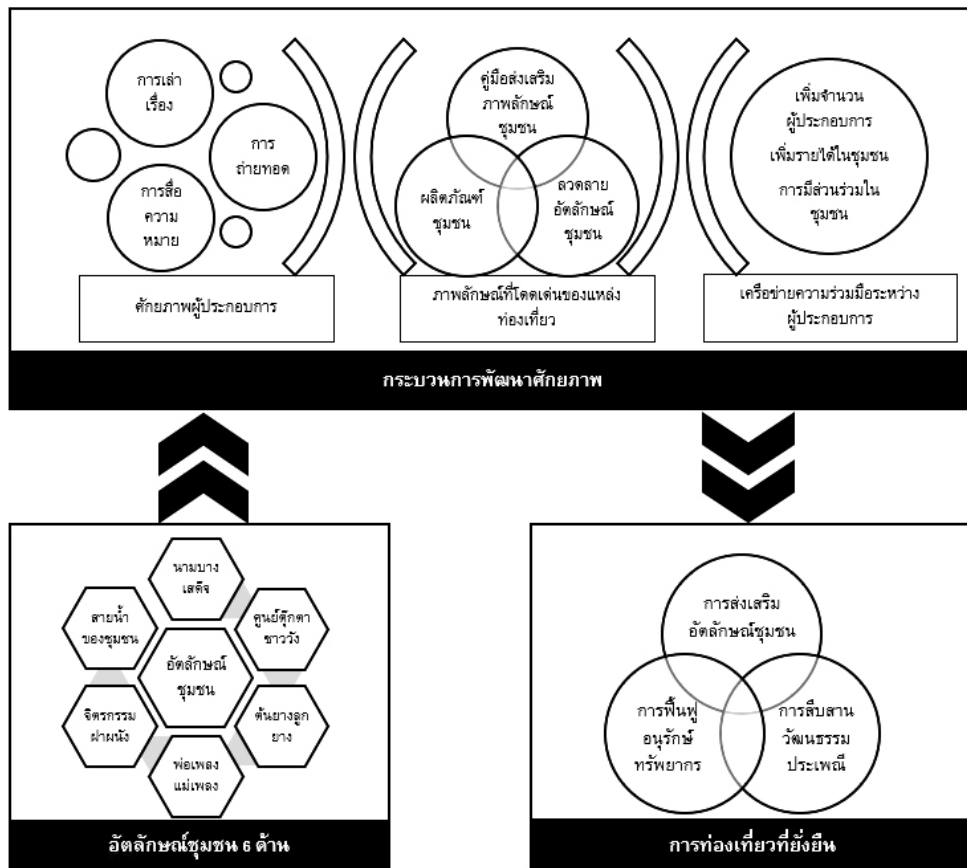


Figure 10 A process of enhancing the potential of entrepreneurs and promoting the distinctive image of tourist attractions in Bang Sadet

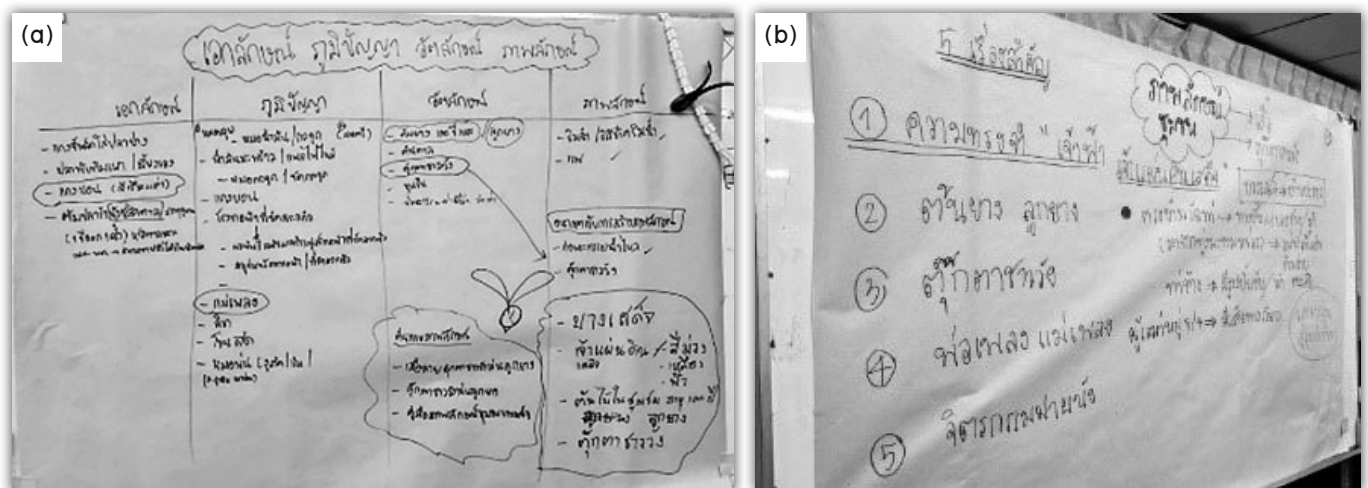


Figure 11 Diagrams of participatory brainstorming on; (a) Community potential and (b) Community identity stories

และการพัฒนาอัตลักษณ์ชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยชุมชนได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมกับการถอดองค์ความรู้อัตลักษณ์ชุมชนทั้ง 6 ประเด็น ดังนี้

1) นามบางเสด็จ ชุมชนได้ร่วมกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของชุมชน เพื่อนำไปสู่การจัดการองค์ความรู้เรื่องเล่าชุมชน โดยชุมชนบางเสด็จมีประวัติศาสตร์มา



ยาวนาน คำว่า “บางเสด็จ” เป็นชื่อที่ใช้เรียกท้องที่แห่งนี้อีกก่อนการประกาศตั้งตำบล เคยปรากฏอยู่ในพระราชนิพนธ์ นิราศทะเลเถื่อน ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) เมื่อครั้งที่เสด็จพระราชดำเนินทางชลมารคไปตามแม่น้ำเจ้าพระยา และมีข้อมูลทางประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าขานในท้องถิ่น กล่าวถึงเหตุการณ์ที่พระเจ้าแผ่นดินและพระบรมวงศานุวงศ์ เสด็จพระราชดำเนินมายังตำบลบางเสด็จหลายครั้งและหลายสมัย นับตั้งแต่กรุงศรีอยุธยา พร้อมทั้งชุมชนยังมีวัฒนธรรม ประเพณีที่สำคัญ เช่น การขับร้องเพลงเรือพื้นบ้าน งานก่อพระทรายน้ำโหล ประเพณีสงกรานต์ ตักบาตรในวันปีใหม่ ประเพณีเข้าพรรษา การแข่งเรือ เป็นต้น ซึ่งสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนบางเสด็จที่มีมายาวนาน และสิ่งสำคัญในชุมชนบางเสด็จ เช่น สายน้ำของชุมชน การเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์ วัดท่าสุทธาวาส แพพัก ต้นยางนา ฟอเพลงแม่เพลง จิตรกรรมฝาผนัง ตึกตามวยคาดเชือก ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง มีดตามใจฝัน กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

2) ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง ทรงมีพระราชดำริให้มีโครงการช่วยเหลือราษฎรให้มีอาชีพเสริม เพื่อเพิ่มพูนรายได้ในการดำรงชีพ และทรงรำลึกถึงงานหัตถศิลป์ชาววังแบบโบราณที่ทอดพระเนตรในสมัยยังทรงพระเยาว์ ซึ่งเป็นตุ๊กตาดินเผารูปจำลอง ขนาดปลายนิ้วก้อย ทาสีเป็นผ้านุ่ง ผ้าห่ม และแตรหน้า ทาปาก มีทรวดทรง ท่าทางอากัปกิริยาต่าง ๆ น่ารัก สามารถใช้วัตถุดิบ คือ ดินเหนียวในท้องถิ่น ทรงมีพระราชปรารภว่า ตุ๊กตาชาววังเป็นของเล่นของเจ้านาย มีความสวยงามน่ารัก ซึ่งในปัจจุบันหาได้ยากและใกล้จะสูญสูญ จึงสมควรให้มีการสืบหอดคิปละนี้ต่อไป จึงทรงมีพระราชดำริพระราชทานเป็นอาชีพเสริมให้ชาวบ้านตำบลบางเสด็จ โดยมีพระราชดำริให้มีการสอนปั้นตุ๊กตาชาววังแก่ชาวบ้านบางเสด็จ โดยใช้ศาลาการเปรียญหลังเก่าของวัดท่าสุทธาวาสเป็นที่เรียน ในปัจจุบันชุมชนได้ร่วมกันสร้างสรรค์งานศิลปะและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการปั้นตุ๊กตาชาววัง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ซึ่งเป็นการส่งเสริมอาชีพด้านงานหัตถกรรมและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

3) ต้นยางนา ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนบางเสด็จ คือ ต้นยางนาอายุนับ 100 ปี สูงใหญ่ขนาด 2-3 คนโอบ จำนวนมากตามริมคันนาข้างวัด ต้นยางนาเป็นไม้สารพัดประโยชน์ นอกจากจะให้ร่มเงา ช่วยกำบังลมแล้ว ชาวบ้านนิยมนำยางของต้นยางนามาผสมกับชัน เพื่อใช้ในการยาซ่อมแซมอุดรอยร้าวของเรือ ซึ่งเป็นพาหนะที่สำคัญในอดีตของคนในท้องถิ่น หรือใช้ในการยาเครื่องจักสานกันน้ำรั่ว ทาไม้ ใช้ผสมขี้เลื่อยจุดไฟ ใช้ทำน้ำมันชักเงา ส่วนใบและเศษซากของต้นยางนาที่ร่วงหล่นจะย่อยสลายกลายเป็น

เป็นอินทรีย์วัตถุที่เป็นประโยชน์ต่อการฟื้นฟูและบำรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งสะท้อนความเป็นสัญลักษณ์ อัตลักษณ์ และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ที่อยู่เคียงคู่กันมาช้านานของตำบลบางเสด็จ

4) ฟอเพลงแม่เพลง ชุมชนบางเสด็จเป็นแหล่งฟอเพลงแม่เพลง ที่ขับร้องเพลงพื้นบ้านที่ขึ้นชื่อแห่งหนึ่งในลุ่มน้ำเจ้าพระยา โดยเฉพาะเพลงเรือ ซึ่งเป็นเพลงพื้นบ้านที่เล่นกันในฤดูน้ำหลาก ชาวบ้านบางเสด็จเคยขับร้องเพลงพื้นบ้านหน้าพระพักตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง และสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งได้ปรากฏภาพของฟอเพลงและแม่เพลงแห่งตำบลบางเสด็จ เขียนอยู่ในจิตรกรรมวัดท่าสุทธาวาส ซึ่งสะท้อนถึงการถ่ายทอดประเพณีท้องถิ่นและร่วมจัดกิจกรรมการแสดงให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเป็นการส่งเสริมอาชีพด้านศิลปะการแสดงของท้องถิ่น

5) จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส การนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในวัดท่าสุทธาวาส เขียนเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของตำบลบางเสด็จ ซึ่งในอดีตชาวบางเสด็จใช้เรือเป็นพาหนะสำคัญในการสัญจรไปมารวมทั้งการหาปลาในแม่น้ำเจ้าพระยา สอดคล้องกับเรื่องเล่าถึงความอุดมสมบูรณ์ของแม่น้ำลำคลองในตำบลบางเสด็จว่ามีปลาหลากหลายชนิด อาทิ ปลาสลวย ปลาหมอ ปลาค้าว ปลาน้ำเงิน ปลาแดง ปลาสวาย เป็นต้น ซึ่งสะท้อนถึงเรื่องราววิถีชีวิตของคนในชุมชนบางเสด็จที่มีมายาวนาน โดยเฉพาะวิถีชีวิตของผู้คนที่ผูกพันกับเกษตรกรรม สายน้ำ และเรือ

6) สายน้ำของชุมชน สายน้ำมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต การเกษตรกรรม และการประมง รวมถึงพิธีกรรมและเทศกาลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำ การจัดกิจกรรมดูแลแหล่งน้ำ เช่น การทำความสะอาดลำคลองเพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรที่ยั่งยืน ในช่วงเทศกาลงานประเพณี เช่น งานพระทรายน้ำโหล ซึ่งเป็นประเพณีในท้องถิ่น จะมีการขับร้องเพลงเรือ สืบสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้ยังคงอยู่คู่กับตำบลบางเสด็จ

ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการถอดองค์ความรู้อัตลักษณ์ชุมชน ผ่านการจัดทำ “คู่มือการส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนบางเสด็จ” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่มีในชุมชน ได้แก่ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรในชุมชน สายน้ำ การเกษตร รวมถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อบอกเล่าถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางเสด็จ

**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT analysis) และกลยุทธ์การดำเนินงาน (TOWS matrix)**

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT analysis) ของศักยภาพผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ของชุมชน

บางเสด็จในประเด็นต่าง ๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงาน (TOWS matrix) ดังตารางที่ 1 (Table 1) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและแก้ไขจุดอ่อนของชุมชน ดังนี้

#### 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

**จุดแข็ง** คือ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรในชุมชน ซึ่งชุมชนบางเสด็จสามารถนำจุดแข็งด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรท้องถิ่น มาใช้พัฒนาชุมชน สอดคล้องกับแนวคิด “ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural capital) ชุมชนบางเสด็จที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานจึง กลายเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่สามารถถ่ายทอดและสร้างมูลค่าได้ในหลายมิติ

**จุดอ่อน** คือ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการด้านนักท่องเที่ยวหรือนักเล่าเรื่องชุมชน โดยเฉพาะทักษะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจสมัยใหม่และการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย 1) ทักษะของผู้ประกอบการ ชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมหรือบริการแบบดั้งเดิม เช่น ตักต้าวข้าววัง ดอกไม้ประดิษฐ์ หรือการให้บริการแพพัก แต่ยังขาดความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ การสร้างแบรนด์ การจัดการต้นทุน และการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างรายได้ได้เต็มศักยภาพ และ 2) ทักษะของนักสื่อความหมาย ชุมชนยังขาดบุคลากรที่ทำหน้าที่เป็น “นักสื่อความหมาย” (Interpreter) ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถถ่ายทอดคุณค่าและเรื่องราวของชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงทรัพยากรต้นยางนาอายุ 100 ปี ให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจและเข้าใจง่าย ทำให้ความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ยังไม่ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ

**โอกาส** คือ การสร้างภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ชุมชนบางเสด็จมีโอกาสอย่างมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืนผ่านการสร้างภาคีเครือข่าย (Networking) ทั้งนี้เพราะการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกจะช่วยเติมเต็มจุดอ่อนของชุมชน โดยเฉพาะด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการทำงานร่วมกันกับภาคีเครือข่าย เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น

**อุปสรรค** คือ การรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการเติบโตของการท่องเที่ยวในชุมชนบางเสด็จ คือ ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและการรักษาสภาพแวดล้อม การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลหรือป้ายบอกทางในชุมชน

#### 2) กลยุทธ์การดำเนินงาน

**กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategies: ใช้จุดแข็งเพื่อคว้าโอกาส)**

– การถ่ายทอดวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์ ชุมชนได้ร่วมกันใช้จุดแข็งด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลาย เช่น ประเพณีก่อพระทรายน้ำโหล การทำบุญรอบหมู่บ้าน เพลงเรือ ศิลปะในชุมชน เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความแตกต่าง โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีส่วนร่วมในประเพณีท้องถิ่น เพื่อใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นการเปลี่ยนโอกาสให้เป็นจุดแข็งในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

**Table 1** Business environment analysis (SWOT analysis) and operational strategies (TOWS matrix)

	Opportunities	Threats
Strengths	Strengths 1. Culture, history, and community resources 2. Tourist attractions in the community	Opportunities 1. Network partners 2. Support from government agencies
	<b>SO strategies</b> 1. Transferring culture and history 2. Creating identity through community products	<b>ST strategies</b> 1. Participating in and building tourism network partners 2. Public relations participation of network partner agencies
Weaknesses	Weaknesses 1. Entrepreneurial skill development 2. Community storytelling or being an interpreter	Threats 1. Conservation and environmental preservation 2. Infrastructure development, such as signposts in the community
	<b>WO strategies</b> 1. Building knowledge and skills in entrepreneurs 2. Creating manuals and promoting the community's image	<b>WT strategies</b> 1. Planning investment for developing community signposts 2. Jointly conserving and preserving the community's environment and resources

- การนำเสนออัตลักษณ์ชุมชน ผู้ประกอบการและสมาชิกในชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องและการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว โดยเน้นการเล่าเรื่องราวที่มาจากภูมิปัญญาและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน เพื่อใช้โอกาสจากแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้และประสบการณ์ มาแก้ไขจุดอ่อนด้านการขาดทักษะการเล่าเรื่องและการถ่ายทอด ทำให้สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว ผ่านลวดลายอัตลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ชุมชน

*กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategies: ใช้โอกาสเพื่อแก้ไขจุดอ่อน)*

- การสร้างความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานราชการ ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณ การฝึกอบรม และการประชาสัมพันธ์ โดยชุมชนเป็นผู้เสนอความต้องการและร่วมวางแผนกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้จุดแข็งด้านความสัมพันธ์อันดีกับองค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ ในการแสวงหาการสนับสนุนด้านงบประมาณ การฝึกอบรม และช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการใช้จุดแข็งเพื่อคว้าโอกาสในการขยายฐานการตลาดและพัฒนาศักยภาพของชุมชนโดยรวม

- การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ผู้ประกอบการในชุมชนได้ร่วมกันใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น โดยชุมชนได้เรียนรู้ทักษะการสร้างเนื้อหาดีจิทัลและการจัดการช่องทางออนไลน์ เพื่อใช้จุดแข็งด้านศักยภาพของชุมชนในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ ในการป้องกันอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์ที่จำกัด และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่กำลังเติบโต

*กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategies: ใช้จุดแข็งเพื่อต่อต้านอุปสรรค)*

- การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนบางเสด็จผ่านผลิตภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงการสร้างแบรนด์สินค้า แต่เป็นการยกระดับคุณค่าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมให้กลายเป็นทรัพย์สินที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยการสร้างเรื่องราว (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คน เพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์และคุณค่าที่ลึกซึ้งกว่าตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีและความประทับใจให้กับผู้บริโภค

- การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ตุ๊กตาชาววัง ให้มีแบรนด์ที่แข็งแกร่งและเป็นที่รู้จัก ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้กับชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกำหนด

เรื่องราวของแบรนด์ เพื่อใช้จุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ในการสร้างความแตกต่างและป้องกันอุปสรรคจากการแข่งขันที่รุนแรงจากชุมชนอื่น ทำให้สินค้าของชุมชนบางเสด็จมีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในตลาด

*กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategies: ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค)*

- การวางแผนการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานกับหน่วยงานราชการ ชุมชนได้ประสานงานกับหน่วยงานราชการเพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ถนน บ้ายบอทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น โดยชุมชนเป็นผู้ระบุความจำเป็นและร่วมกันกำหนดแผนงานกับภาครัฐ เพื่อใช้โอกาสจากการสนับสนุนของภาครัฐในการแก้ไขจุดอ่อนด้านข้อจำกัดของโครงสร้างพื้นฐาน ทำให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและยกระดับคุณภาพการบริการได้

- การรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการตระหนักรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการให้ความรู้กับชุมชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดจุดอ่อนด้านความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการเกษตรและการปรับตัว และหลีกเลี่ยงอุปสรรคจากปัญหาสิ่งแวดล้อม ทำให้ชุมชนสามารถเตรียมพร้อมและปรับตัวเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระยะยาว

การรวบรวมกลยุทธ์เหล่านี้ในการประชุมร่วมกันของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนสำหรับการพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบางเสด็จในอนาคต กระบวนการนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากเดิมผู้ประกอบการทำงานแยกส่วนกัน กลายเป็นการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

## ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในชุมชนบางเสด็จ

ผู้ประกอบการในชุมชนมีบทบาทหลักและเป็นแกนนำในการดำเนินงานในทุกขั้นตอน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในศักยภาพและภาพลักษณ์ของตนเอง รวมถึงการสร้างคามเข้มแข็งอย่างยั่งยืน กระบวนการสร้างความสามารถสำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการหลัก ดังภาพที่ 12 (Figure 12) มีดังนี้

1) การวิเคราะห์และทำความเข้าใจศักยภาพและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนและผู้ประกอบการได้ร่วมกัน

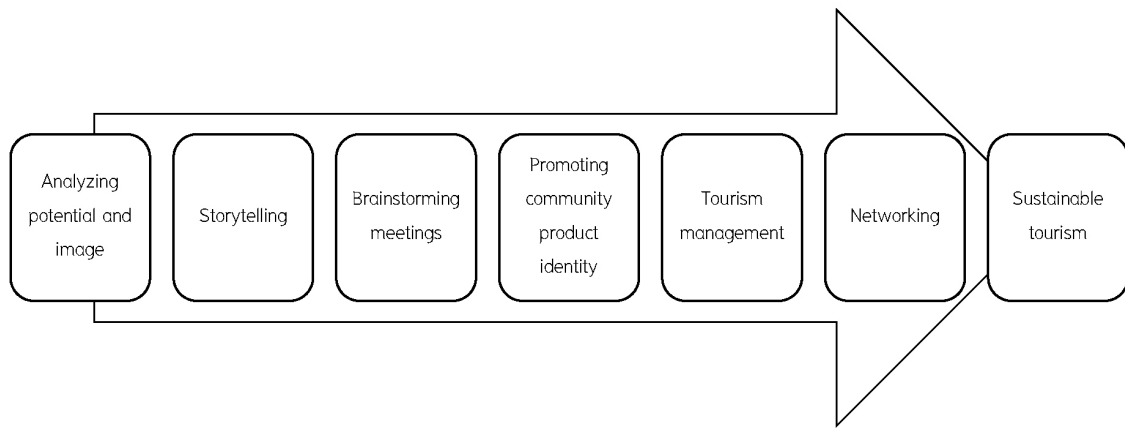


Figure 12 Capacity building for tourism entrepreneurs

วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น ประวัติศาสตร์อันยาวนาน และหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ตุ๊กตาชาววัง เพื่อให้เข้าใจถึงสิ่งที่โดดเด่นและสิ่งที่ต้องปรับปรุงในการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความน่าสนใจและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ผลคือชุมชนและผู้ประกอบการสามารถระบุจุดเด่นและสิ่งที่ต้องปรับปรุงในการสร้างภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบ

2) การจัดการองค์ความรู้ เรื่องเล่าประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ชุมชนมีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้และเรื่องราวเกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น เรื่องเล่าเกี่ยวกับนามบางเสด็จ ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง ต้นยางนา พ่อเพลงแม่เพลง จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส และสายน้ำของชุมชน ซึ่งสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนและเป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น การเล่าเรื่องเหล่านี้ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปต่อยอดในการนำเสนอสินค้าและบริการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ผลคือการเสริมสร้างความภาคภูมิใจในชุมชน และเป็นเครื่องมือให้ผู้ประกอบการนำเสนอสินค้าและบริการได้น่าสนใจยิ่งขึ้น

3) การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ประกอบการในชุมชนในการเสนอแนวทางการส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ร่วมกัน รวมทั้งใช้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อยเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการนี้เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันและการทำงานเป็นทีมของสมาชิกในชุมชน ผลคือการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันและการทำงานเป็นทีมของสมาชิกในชุมชน เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

4) การส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน ชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านลวดลายอัตลักษณ์ชุมชน โดยเฉพาะตุ๊กตาชาววัง ทรัพยากรในชุมชน และวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งมีการออกแบบให้หลากหลายและ

สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น การดำเนินงานในขั้นตอนนี้จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพด้านงานฝีมือให้กับคนในชุมชน ผลคือความน่าสนใจของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และส่งเสริมอาชีพด้านงานฝีมือให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

5) การสร้างระบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนและผู้ประกอบการได้ร่วมกันวางแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การอนุรักษ์ต้นยางนาและสายน้ำ รวมทั้งการรักษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นให้คงอยู่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ผลคือการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว

6) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการในชุมชนได้ร่วมกันสร้างเครือข่ายและความร่วมมือเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันในตลาด โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล และทรัพยากร เพื่อร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและการให้บริการ และมีการสร้างเครือข่ายระหว่างภาคีเครือข่ายในระดับอำเภอ และจังหวัด การทำงานร่วมกันนี้ช่วยเพิ่มความมั่นคงของการดำเนินธุรกิจชุมชน ผลคือความมั่นคงของการดำเนินธุรกิจชุมชนและเสริมศักยภาพการแข่งขันในตลาด และการประชาสัมพันธ์

ชุมชนบางเสด็จได้พัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นให้กับผู้ประกอบการในชุมชน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นรูปธรรม ได้เรียนรู้วิธีการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ และเปลี่ยนการทำงานเดี่ยวเป็นการทำงานเป็นทีมและเป็นการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง และส่งเสริมอาชีพที่หลากหลาย เช่น งานหัตถกรรม การบริการ การนำเสนอมรดกวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในระยะยาว โดยผู้ประกอบการได้รับ

การส่งเสริมทักษะด้านการเป็นนักสื่อความหมาย และนักเล่าเรื่องชุมชน ดังนี้

**1. ทักษะด้านการเป็นนักสื่อความหมาย** เพื่อให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชน ในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยนักสื่อความหมายจะเป็นผู้เล่าเรื่องที่ทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” มีบทบาทในการเปิดมุมมองการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนและชุมชน จะเป็นทั้งผู้เล่าเรื่อง เปิดมุมมอง สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และดูแลความปลอดภัยให้กับผู้มาเยือน เพื่อถ่ายทอดความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้ผู้มาเยือนเข้าใจ โดยมีขั้นตอนดังนี้ คัดเลือกผู้ประกอบการในชุมชนบางเสด็จที่สามารถทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีความพร้อมเป็นนักสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน ซึ่งคัดเลือกผู้เข้าร่วมที่เป็นผู้ประกอบการที่หลากหลาย ทั้งในแง่ของอาชีพ ประสบการณ์ และเพศ เพื่อนำมาสร้างความเข้าใจในตัวตนของชุมชนบางเสด็จในด้านวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเริ่มจากการจัดการองค์ความรู้ในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญร่วมกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และจัดทำใน “คู่มือการส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบางเสด็จ” พร้อมทั้งมีการจัดอบรม “นักสื่อความหมาย” โดยเกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง จากผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าบ้านหรือเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ เงื่อนไขในการเข้าร่วมอบรมคือ ผู้เข้าร่วมต้องเป็นตัวแทนชุมชนในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมอบรมนักสื่อความหมายซึ่งพร้อมทดลองและเตรียมพร้อมเป็นนักสื่อความหมายในชุมชน จำนวน 30 คน

**2. ทักษะด้านนักเล่าเรื่องชุมชน** การพัฒนานักเล่าเรื่องชุมชน เน้นการใช้ทักษะการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดข้อมูลและสร้างประสบการณ์เฉพาะด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ที่

สำคัญ มีขั้นตอนดังนี้ เลือกผู้ประกอบการ 9 คน จาก 9 สถานที่สำคัญในชุมชนบางเสด็จ โดยเกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง เป็นผู้ที่มีการประสบการณ์เฉพาะด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม เพื่อมาถ่ายทอดความรู้ในจุดสำคัญในชุมชนบางเสด็จ โดยเน้นทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ที่ถูกต้อง และน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ฟังด้วยวิธีการเล่าเรื่องที่มีความรู้ลึกซึ้งจริงในด้านนั้น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนในชุมชนได้รับความรู้ โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อพัฒนาทักษะการเล่าเรื่อง จากผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นนักวิชาการจากสถาบันอยุธยาศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นวิทยากรในการพัฒนาทักษะด้านเล่าเรื่อง และมีการทดสอบองค์ความรู้ผ่านการปฏิบัติ โดยการเป็นตัวแทนนักเล่าเรื่องเมื่อมีนักท่องเที่ยวในชุมชนบางเสด็จ โดยแบ่งเรื่องราวที่สำคัญในชุมชนบางเสด็จเป็น 9 ประเด็นสำคัญ ดังนี้ สายน้ำของชุมชน การเสด็จพระราชดำเนินของพระบรมวงศานุวงศ์ วัดท่าสุทธาวาส จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส แพพัก พ่อเพลงแม่เพลง ดันยางนา ตึกตามวยคาดเชือก และศูนย์ตุ๊กตาชาววัง ดังภาพที่ 13 (Figure 13)

**3. การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว** ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนและความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่ต้องจัดสรรทรัพยากรและการนำองค์ความรู้ของชุมชน 6 ประเด็น ได้แก่ นามบางเสด็จ ศูนย์ตุ๊กตาชาววัง ดันยางนา พ่อเพลงแม่เพลง จิตรกรรมฝาผนังวัดท่าสุทธาวาส และสายน้ำของชุมชน มาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1) การจัดทำคู่มือการส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนบางเสด็จ โดยการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสกัดองค์ความรู้ใน 6 ประเด็นหลัก รวมทั้งได้จัดทำคู่มือส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชน เพื่อการสร้างความ



Figure 13 Trial as a community storyteller

ตระหนักว่า ชุมชนได้ร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ทำให้ชุมชนเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ การทำงานร่วมกันในชุมชน ชุมชนได้ร่วมกันถอดองค์ความรู้ และดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Member check) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจากชุมชน ได้รับการนัดหมายและเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย ณ ศาลาไทยศูนย์ตุ๊กตาชาววัง ซึ่งในการประชุมชุมชนได้รับเอกสารสรุปข้อมูลเรื่องราวชุมชนผ่านร่างคู่มือการส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชน บางเสด็จ โดยคนในชุมชน พร้อมผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ที่มีความรู้ในเรื่องราววัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ชุมชน ได้ร่วมกันทบทวนและตรวจสอบ โดยชุมชนแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างอิสระ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะอย่างละเอียด และนำความคิดเห็นไปใช้ปรับปรุงข้อมูลในคู่มือการส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนบางเสด็จให้ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เมื่อปรับปรุงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ชุมชนจะได้รับเอกสารสรุปข้อมูลจากการแก้ไข เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ถูกต้องตรงกัน ก่อนนำไปจัดทำรูปเล่มสมบูรณ์

2) การออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ผ่านผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยร่วมกันออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ผ่านผลิตภัณฑ์ เช่น ลวดลายอัตลักษณ์บนเสื้อยืด เสื้อโปโล และกางเกง ซึ่งเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวอัตลักษณ์ของชุมชนไว้บนสินค้าและบริการ เป็นการส่งเสริมอาชีพด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ผลคือการยกระดับการยอมรับสินค้าและบริการ และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่งเสริมอาชีพ และสร้างรายได้ในชุมชน ชุมชนมุ่งมั่นปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนบนผืนผ้า รวมทั้งพัฒนาการบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้ผู้มาเยือนได้รับคุณค่าจากผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

บริการของชุมชน ผลคือการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการของชุมชน สร้างความพึงพอใจและภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดเหล่านี้เกิดจากการทำงานร่วมกันในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ นำไปสู่การออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชน ดังภาพที่ 14 (Figure 14)

3) การสร้างความสัมพันธ์และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ชุมชนได้เรียนรู้และนำผลิตภัณฑ์ไปใช้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์โปรโมตกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น เน้นแคมเปญส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชน ผู้ประกอบการ ภาคราชการที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมท้องถิ่น เช่น จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ผู้มาเยือน การมอบผลิตภัณฑ์เป็นของที่ระลึกซึ่งช่วยเพิ่มช่องทางจำหน่ายและสร้างรายได้ ผลคือการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม การปรับปรุงคุณภาพการบริการและส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักรู้บูรณาการวัฒนธรรม และส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมทั้งการส่งเสริมประเพณีและการอนุรักษ์ทรัพยากรในชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในระยะยาว และส่งเสริมอาชีพให้ชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งชุมชนได้จัดทำเพจต่าง ๆ เพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

## ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

### ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่เริ่มต้นและบริหารจัดการธุรกิจใหม่ โดยมีความตั้งใจในการสร้างมูลค่าและเชื่อมั่นในความสามารถของตน มีลักษณะเฉพาะ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ ความ

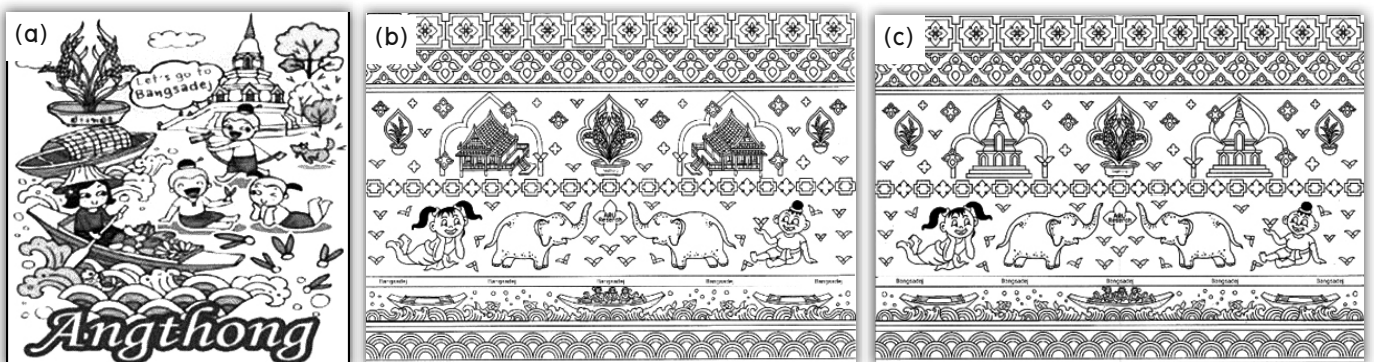


Figure 14 Bang Sadet community identity patterns for; (a) T-shirts, (b) and (c) Pants

กล้าหาญในการรับความเสี่ยง และความสามารถในการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนธุรกิจ (Aviram et al., 2019) นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและธุรกิจเพื่อใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงในตลาด (Antonizzi & Smuts, 2020) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับการประกอบการ ความสามารถในการประกอบการ ประสบการณ์และภูมิหลัง เครือข่ายและการสนับสนุน และแรงจูงใจและความมุ่งมั่น (Mary et al., 2021) โดยผู้ประกอบการจะมีคุณลักษณะที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการรับความเสี่ยง ทักษะและความรู้ทางธุรกิจ การมองเห็นและใช้ประโยชน์จากโอกาส การสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ และนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Salmony & Kanbach, 2022; Wu et al., 2021)

#### การพัฒนาศักยภาพ (Potential development)

การพัฒนาศักยภาพ เป็นกระบวนการที่เสริมสร้างความสามารถและทักษะของบุคคลหรือองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาดดิจิทัล การควบคุมการดำเนินงาน การสร้างนวัตกรรม และการแสดงออกทางอารมณ์และจิตใจ (Leonidou et al., 2018) โดยมีเป้าหมายเพื่อแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Piechowski, 1986) และสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาความสามารถที่มีอยู่ไปสู่ระดับที่สูงขึ้นในด้านความคิด ความรู้สึก และความคิดสร้างสรรค์ (Kim & Huruta, 2022) ซึ่งองค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพประกอบด้วย การมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากสังคม การพัฒนาทักษะและความรู้ การสร้างเครือข่ายและการแลกเปลี่ยนความรู้ ความสามารถในการเรียนรู้และการวิเคราะห์ข้อมูล และความเข้มแข็งทางอารมณ์และความรับผิดชอบ (Fachrurazi et al., 2022)

#### การส่งเสริมภาพลักษณ์ (Image building)

การส่งเสริมภาพลักษณ์ เป็นกระบวนการที่องค์กรใช้เพื่อสร้างและปรับปรุงการรับรู้ที่มีในความคิดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งหวังความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ (Dacko-Pikiewicz, 2022) การส่งเสริมภาพลักษณ์ช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความร่วมมือในสังคมที่ซับซ้อนได้ (Şirzad, 2022) นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการสื่อสารคุณค่า การจัดการความคิดเห็น และการตลาดที่เน้นความไว้วางใจซึ่งช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมได้ (Alshamy & Coyne, 2023) โดยแนวทางในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างความรู้สึกรักและผูกพันและความเชื่อมั่น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การมีผู้เชี่ยวชาญและการสนับสนุน การสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการตลาดออนไลน์ และการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ (Bačík & Kerulová, 2017)

#### การสร้างเครือข่าย (Networking)

การสร้างเครือข่าย เป็นการพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลหรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากร โดยมีเป้าหมายในการขยายตลาดและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Aarikka-Stenroos & Ritala, 2017) การสร้างเครือข่ายจะช่วยลดความไม่แน่นอนในตลาดและสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ โดยสนับสนุนการทำงานร่วมกันและการสร้างนวัตกรรมในระบบนิเวศธุรกิจ (Cuypers et al., 2020) ซึ่งการสร้างเครือข่ายมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสร้างความไว้วางใจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ การเข้าถึงทรัพยากรและการสร้างโอกาสทางธุรกิจ การจัดการความสัมพันธ์ และการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว และการเรียนรู้ร่วมกันและการสร้างระบบนวัตกรรม (Oskam & Boswijk, 2016) โดยมีแนวทางในการสร้างเครือข่าย คือ การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและความไว้วางใจ การพัฒนาความรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างคุณค่าร่วม การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่หลากหลาย และการสนับสนุนจากนโยบายสาธารณะและการจัดการความเสี่ยง (Aaboen & Aarikka-Stenroos, 2017; Mitra, 2000)

#### ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital)

Bourdieu (1970) กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรมเป็นความรู้ การศึกษา และรวมถึงคุณค่าและทักษะที่ถูกปลูกฝังจากสังคมและวัฒนธรรมรอบตัว ซึ่งมี 3 ประเภท ได้แก่ ความรู้/ทักษะ งานศิลปะ/โบราณวัตถุ และทุนทางวัฒนธรรมที่สังเกตจากพฤติกรรม ทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นอาวุธทางสังคมที่ช่วยให้แต่ละบุคคลสามารถสะสมและเพิ่มพูนสถานะของตนเองในสังคมได้

การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาชุมชน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น Saniso et al. (2024) พัฒนาโรงอบแสงอาทิตย์แบบพาสซีฟเพื่อแปรรูปปลาเกลือเค็มในจังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และประชาชนทั่วไป เพื่อแก้ปัญหาการผลิตปลาเกลือเค็มแบบดั้งเดิมที่อาศัยการตากแห้งธรรมชาติ ซึ่งช่วยลดระยะเวลาการอบแห้งและเพิ่มกำลังการผลิต รวมทั้งรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ปลาเกลือเค็ม ทำให้รายได้สุทธิของกลุ่มวิสาหกิจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปอาหารมาต่อยอดด้วยนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและรับประกันความยั่งยืนของการผลิต ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Suriyothin et al. (2025) ศึกษาบทบาทของต้นไม้ประวัติศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี



ซึ่งมุ่งเน้นการอนุรักษ์ จัดการและบูรณาการต้นไม้ประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และนิเวศวิทยาในพระจุลฑาลักษณและอัญญาขวันเข้ากับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้นไม้เหล่านี้เผชิญกับความเสี่ยงจากการขาดการดูแล ซึ่งใช้แนวทางแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของต้นไม้ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีต้นไม้ประวัติศาสตร์เป็นจุดเด่น จึงช่วยสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อบอกเล่าเรื่องราวและดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

### เครือข่ายทางสังคม (Social network)

แนวคิด “เครือข่ายทางสังคม” ของ Granovetter (1973) ในเรื่องจุดแข็งของสายสัมพันธ์ที่อ่อนแอ หมายถึงความสัมพันธ์ที่ไม่ใกล้ชิดแต่หลากหลายกับผู้คนในเครือข่ายที่กว้างกว่า เช่น เพื่อนของเพื่อน หรือคนรู้จักในแวดวงที่แตกต่างกัน มักจะเป็นแหล่งข้อมูลและโอกาสใหม่ ๆ ที่สำคัญกว่า โดยการพัฒนาในระดับพื้นที่ที่ใช้การบูรณาการความรู้ทางวิชาการเข้ากับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมณีเจ้าพระยา จังหวัดปทุมธานี แสดงให้เห็นว่าการพึ่งพาเพียงสายสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมทำให้ยอดขายลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อมีการขยายเครือข่ายไปสู่ช่องทางดิจิทัล ทำให้สามารถสร้างสายสัมพันธ์และเข้าถึงโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ได้ (Iam-Khong et al., 2025) ในทำนองเดียวกัน การนำเทคโนโลยีการผลิตข้าวของกรมการข้าวมาใช้ร่วมกับการสร้างเครือข่ายนวัตกรรมชุมชน (Community innovators) ทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ระหว่างเกษตรกรนำไปสู่การลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตได้อย่างยั่งยืน (Hantanapong et al., 2025) ซึ่งสอดคล้องกับกรณีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาตุ๋นในจังหวัดพัทลุง ที่ความสำเร็จเกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากของเหลือใช้ (Klompong et al., 2025) จึงเห็นได้ว่าการพัฒนาในระดับพื้นที่จะสำเร็จได้ในระยะยาวต้องอาศัยความสามารถของชุมชนในการสร้างและใช้ประโยชน์จากเครือข่ายทางสังคมเพื่อขยายโอกาสและสร้างความยั่งยืน

## สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

การประยุกต์ใช้ลายอัตลักษณ์ชุมชนที่ผ่านการยอมรับจากคนในชุมชน ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ได้อย่างเป็นรูปธรรมและวัดผลได้ ซึ่งเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

ที่โดดเด่นและช่วยเสริมการจดจำการท่องเที่ยวของชุมชน ดังภาพที่ 15 (Figure 15)

การออกแบบลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนบนกางเกง เสื้อโปโล และเสื้อยืด ดังภาพที่ 16 (Figure 16) ส่งผลให้ผู้ประกอบการและประชาชนในชุมชนกลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดและส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนในระดับพื้นที่ การสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้เพิ่มการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและแก้ไขปัญหาการไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

การส่งเสริมทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมจากผู้ประกอบการ 9 กลุ่มธุรกิจ เพื่อผลักดันการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มผู้ประกอบการได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสำคัญต่าง ๆ ดังนี้

1) การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเสริมสร้างความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การทำงานร่วมกันในการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ของชุมชน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการรวมกลุ่มนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์รวมทั้งการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว

2) การถ่ายทอดลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนบางเสด็จผ่านผู้ประกอบการชุมชน ผู้ประกอบการและภาคีเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น หรือร่วมกันจัดกิจกรรมในชุมชน รวมทั้งการเข้าร่วมพิธีกรรมและงานประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ หรือการจัดแสดงสินค้าพื้นบ้าน การมีส่วนร่วมเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการได้แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอย่างกิจกรรมที่ชุมชนบางเสด็จได้ทำร่วมกัน ได้แก่ การขายเสื้อลายอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นการสร้างอาชีพให้กับผู้ประกอบการในชุมชน ชุมชนใส่เสื้อลายอัตลักษณ์ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือน หน่วยงานราชการใส่เสื้อลายอัตลักษณ์ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อร่วมส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชน ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความหลากหลายในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชน โดยยึดอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นจุดขายทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือนี้ ทำให้ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการออกแบบและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของชุมชน ทำให้ชุมชนบางเสด็จมีความเข้มแข็งและเป็นที่รู้จักในระดับพื้นที่มากขึ้น โดยชุมชนมีการ

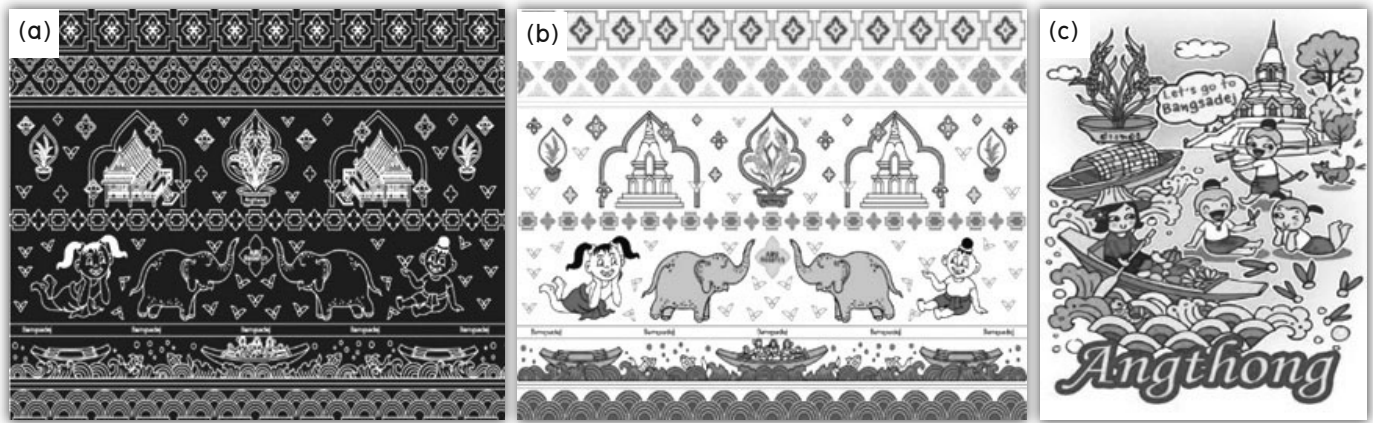


Figure 15 Bang Sadet community identity patterns on; (a) Pants, (b) A polo shirt, and (c) A t-shirt

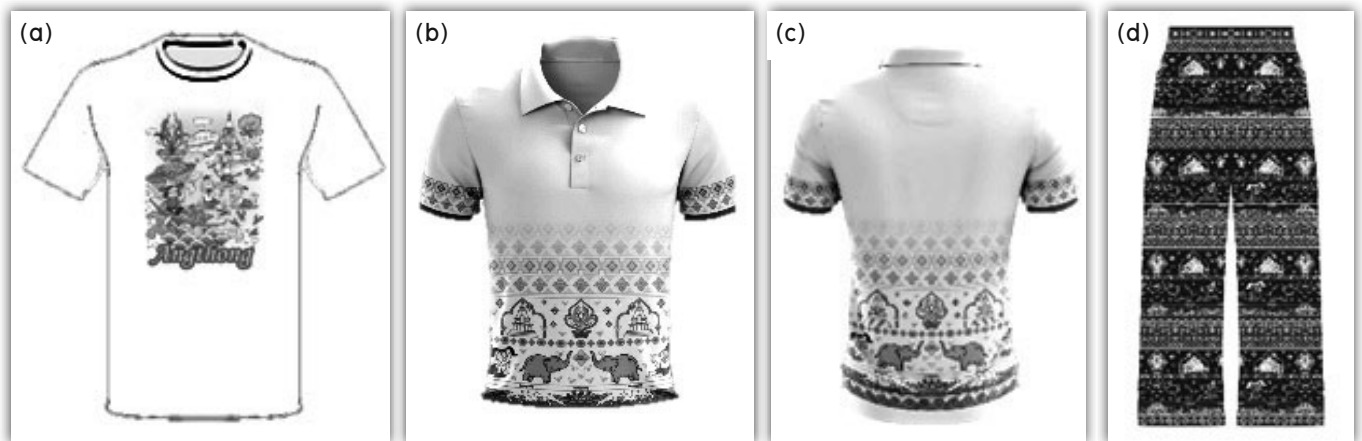


Figure 16 Cloths with Bang Sadet community identity patterns; (a) A t-shirt, (b) The front of a polo shirt, (c) The back of a polo shirt, and (d) Pants

จำหน่ายเสื้อผ้าลายอัตลักษณ์ชุมชนในเพจของชุมชน รวมทั้งใส่เสื้อผ้าลายอัตลักษณ์ชุมชนในการทำกิจกรรมของชุมชน ดังภาพที่ 17 (Figure 17)

## ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

### ผลกระทบเชิงนโยบาย

การสร้างต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน และการสร้างแบรนด์ท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชนสามารถนำแนวทางนี้ไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนที่ยั่งยืนในวงกว้าง และเพื่อขอรับมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคีเครือข่ายทางการ

ท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเพื่อจัดทำนโยบายหรือโครงการสนับสนุนที่ตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### ผลกระทบเชิงธุรกิจ

การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการในชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้และทักษะที่จำเป็น เช่น การเป็นนักสื่อความหมาย การเล่าเรื่องชุมชน การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว การตลาดดิจิทัล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและโดดเด่น ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากชุมชนบางเสด็จ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มและเป็นที่จดจำของผู้บริโภค เกิดการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและน่าเชื่อถือ



**Figure 17** Promoting identity-patterned clothing; (a) Selling clothes on the Facebook page and (b) Wearing community identity-patterned shirts during community activities

สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในชุมชน การกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน การพัฒนาธุรกิจและการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการจับจ่ายใช้สอย การสร้างรายได้ และการสร้างงานในท้องถิ่น ซึ่งช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

#### ผลกระทบเชิงวิชาการ

องค์ความรู้ใหม่เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เปิดโอกาสให้เกิดความร่วมมือระหว่างนักวิชาการ

นักวิจัย และชุมชน ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงานที่ให้คุณค่าและประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและสามารถนำไปบูรณาการในการทำงานเชิงนโยบาย และการเรียนการสอน

#### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณ Fundamental Fund โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ประจำปีงบประมาณ 2567 และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (IRB) เลขที่ 017/2024

## References

- Aaboen, L., & Aarikka-Stenroos, L. (2017). Start-ups initiating business relationships: Process and asymmetry. *IMP Journal*, 11(2), 1–33. <https://doi.org/10.1108/IMP-06-2015-0027>.
- Aarikka-Stenroos, L., & Ritala, P. (2017). Network management in the era of ecosystems: Systematic review and management framework. *Industrial Marketing Management*, 67, 23–36. <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.010>.
- Alshamy, Y., & Coyne, C. J. (2023). Kenneth boulding knowledge, conflict, and power. *The Independent Review*, 28(2), 237–246.
- Ang Thong Provincial Public Relations Office. (2025). Ang Thong Culture Office launches 3 model community tourism routes “Travel Community, See Way of Life” Bang Sadet Subdistrict. Retrieved March 11, 2025, from: <https://angthong.prd.go.th/th/content/category/detail/id/38/iid/355691>. (in Thai).
- Antonizzi, D., & Smuts, H. (2020). The characteristics of digital entrepreneurship and digital transformation: A systematic literature review. *International Federation for Information Processing*, 12066, 239–251. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5\\_20](https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_20).
- Atsawachai, P. (2022). Community identity for sustainable historical tourism development of Chaiyo District, Ang Thong Province. *Journal of Lawasri*, 6(1), 19–35. (in Thai).

- Aviram, N. F., Cohen, N., & Beeri, I. (2019). Wind(ow) of change: A systematic review of policy entrepreneurship characteristics and strategies. *Policy Studies Journal*, 48(3), 612–644.
- Bačík, F. R., & Keruřová, V. (2017). The analysis on the importance of the reputation management in relation to e-commerce subjects. *Polish Journal of Management Studies*, 15(1), 48–56.
- Bourdieu, P. (1970). The Berber house or the world reversed. *Social Science Information*, 9(2), 151–170.
- Cuypers, L. R. P., Ertug, G., Cantwell, J., Zaheer, A., & Kilduff, M. (2020). Making connections: Social networks in international business. *Journal of International Business Studies*, 51, 714–736.
- Dacko-Pikiewicz, Z. (2022). *Reputation management and family business*. New York: Routledge.
- Department of Tourism. (2022). *Tourism development plan B.E. 2566–2570*. Bangkok: Department of Tourism. (in Thai).
- Fachrurazi, Z., Maulida, S., Hanis, R., & Yusuf, M. (2022). Increasing micro small medium enterprises activity entrepreneurial capacity in the field of digital marketing. *Journal Ekonomi*, 11(3), 1653–1660.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Hantanapong, A., Meepanya, S., Jaikawin, S., Kanghae, P., & Inted, S. (2025). Enhancement of rice production through the development of farmers by utilizing rice production technologies from rice department in Mae Jam District, Chiang Mai Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 17(1), 18–34. <https://doi.org/10.48048/abcj.2025.018>.
- Iam-Khong, N., Chaiyarat, S., Tunvichren, P., Unakornsawad, N., & Vongpongsiri, N. (2025). Enhancing the value of OTOP Manee Chao Phraya Handwoven Madmee Fabric, Pathum Thani Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 17(1), 55–71. <https://doi.org/10.48048/abcj.2025.055>.
- Kim, M. S., & Huruta, A. D. (2022). The factors affecting entrepreneurial intention: Why do perceived entrepreneurial capacity, perceived social norm, and attitude towards entrepreneurship matter?. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11(3), 99–106.
- Klompong, V., Klomklao, S., Mayachiew, P., Luanunkarb, T., Hoktha, P., & Thanonkaew, A. (2025). Quality improvement and by-product utilization in dry-fermented catfish processing: A case study of Ban Chumphon Community Enterprise, Phatthalung Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 17(1), 35–54. <https://doi.org/10.48048/abcj.2025.035>.
- Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2018). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*, 119, 245–258. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.054>.
- Mary, S., Mitter, C., K€ucher, A., & Duller, C. (2021). Entrepreneur characteristics and differences in reasons for business failure: Evidence from bankrupt Austrian SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(5), 1–20. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1786647>.
- Mitra, J. (2000). Making connections: Innovation and collective learning in small businesses. *Education + Training*, 42(4/5), 228–237. <http://dx.doi.org/10.1108/00400910010373679>.
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2020). Review of tourist dispersal to secondary cities issues. Retrieved March 11, 2025, from [https://www.google.com/search?q=https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ga/download/article/article\\_20200416204742.pdf](https://www.google.com/search?q=https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ga/download/article/article_20200416204742.pdf). (in Thai).
- Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). Airbnb: The future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22–42. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>.
- Pakpitjarean, A., Yueyong, P., Srisakulchairak, T., & Dokmaithes, R. (2023). The study for proposing guidelines of potential development on the sustainable tourism supply chain in Chanthaburi Province. *Journal of International and Thai Tourism*, 19(1), 18–36. (in Thai).
- Piechowski, M. M. (1986). The concept of developmental potential. *Roeper Review*, 8(3), 189–197. <https://doi.org/10.1080/02783198609552971>.
- Salmony, F. U., & Kanbach, D. K. (2022). Personality trait differences across types of entrepreneurs: A systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 16, 713–749. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00466-9>.

- Saniso, E., Seni, L., Hayibaka, M., & Chaydana, H. (2024). Development of salted four-finger threadfin drying process using a passive solar drying system for salted four-finger threadfin processing community enterprise, Nong Chik District, Pattani Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 16(4), 346–358. <https://doi.org/10.48048/abcj.2024.346>.
- 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. <https://doi.org/10.48048/abcj.2025.072>.
- Şirzad, N. (2022). A review on online reputation management and online reputation components. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23(1), 219–242.
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2021). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of college students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of entrepreneurial competition experience. *Frontiers in Psychology*, 12, 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>.