

การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ในเส้นทางหุบเขาศรีลานนา จังหวัดเชียงใหม่ Developing Creative Tourism Guidelines Based on Community Identity Along the Sri Lanna Valley Route, Chiang Mai

โฆสิต ไชยประสิทธิ์¹
Khosit Chaiprasit¹

Received: 12 May 2026; Revised: 30 June 2026; Accepted: 04 July 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา 2) ศึกษากระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชนสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) สังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การประชุมกลุ่มย่อย การสังเกตภาคสนาม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และกิจกรรมสะท้อนประสบการณ์จากผู้ทดลองใช้เส้นทางท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยตัวแทนชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และผู้ทดลองใช้เส้นทางต่างวัฒนธรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การจัดกลุ่มประเด็น และการสังเคราะห์เชิงแนวคิด เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลภาคสนามกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ชุมชน ทิวทางวัฒนธรรม และการออกแบบประสบการณ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ อัตลักษณ์ภูมิทัศน์หุบเขาและสายน้ำ อัตลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา อัตลักษณ์วิถีอาชีพและการพึ่งพาทรัพยากร อัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน และอัตลักษณ์ความสัมพันธ์แบบเครือญาติของชุมชน ซึ่งสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างคน พื้นที่ ทรัพยากร และวัฒนธรรม 2) กระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชน ช่วยแปลงทุนท้องถิ่นจากสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่ให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการเล่าเรื่อง การตีความสถานที่ การเรียนรู้ภูมิปัญญา การออกแบบกิจกรรมมีส่วนร่วม และการสื่อสารคุณค่าของพื้นที่แก่ผู้มาเยือน และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมคือ โมเดล 5I ประกอบด้วย Identify การค้นหาอัตลักษณ์ Interpret การตีความคุณค่า Integrate การบูรณาการทุนชุมชน Immerse การออกแบบ

¹ หลักสูตรการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่; Community Development Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University
Corresponding author, E-mail: khosit_cha@cmru.ac.th

ประสบการณ์มีส่วนร่วม และ Institutionalize การจัดระบบให้เกิดความต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้ชุมชนเป็นเจ้าของความหมายของพื้นที่ และสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; อัตลักษณ์ชุมชน; ทูนาทางวัฒนธรรม; การออกแบบประสบการณ์; หุบเขาศรีลันนา

Abstract

This research article aimed to 1) analyze community identity along the Sri Lanna Valley route, 2) study the process of interpreting community identity into creative tourism activities, and 3) synthesize guidelines for developing creative tourism based on community identity. This study employed qualitative research together with participatory action research. Data were collected through documentary study, semi-structured interviews, focus group discussions, field observation, participatory workshops, and reflective activities from trial visitors on the tourism route. The key informants consisted of community representatives, community enterprise members, local product groups, community leaders, and cross-cultural trial visitors. Data were analyzed through content analysis, thematic categorization, and conceptual synthesis in order to connect field data with the concepts of creative tourism, community identity, cultural capital, and experience design.

The research findings revealed that 1) community identity along the Sri Lanna Valley route consisted of five dimensions: the identity of valley and water landscapes, the identity of Lanna culture, the identity of livelihoods and resource dependency, the identity of local product wisdom, and the identity of kinship-based community relations, all of which reflected the connections among people, place, resources, and culture; 2) the process of interpreting community identity helped transform local capital from existing community resources into creative tourism activities through storytelling, place interpretation, wisdom learning, participatory activity design, and communication of local values to visitors; and 3) the appropriate guideline for creative tourism development was the 5I Model, consisting of Identify, which refers to discovering identity; Interpret, which refers to interpreting values; Integrate, which refers to integrating community capital; Immerse, which refers to designing participatory experiences; and Institutionalize, which refers to establishing

a system for continuity. This model enables the community to become the owner of place meaning and to develop tourism sustainably on the basis of identity, culture, and the grassroots economy.

Keywords: Creative Tourism; Community Identity; Cultural Capital; Experience Design; Sri Lanna Valley

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะหลัง มิได้จำกัดอยู่เพียงการนำทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมมาเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่ได้เปลี่ยนไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่ผู้มาเยือนได้เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติ และแลกเปลี่ยนความหมายร่วมกับเจ้าของพื้นที่ แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม การเรียนรู้จากวิถีชีวิต และการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว (Richards & Raymond, 2000; Richards, 2011) ในมิตินี้ ชุมชนจึงมิใช่เพียงพื้นที่บริการหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ประกอบด้วยเรื่องเล่า ความทรงจำ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ ซึ่งสามารถนำมาสื่อสารผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีชีวิต การพัฒนาการท่องเที่ยวในบริบทชุมชน จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความหมายของพื้นที่และบทบาทของคนในชุมชนในฐานะเจ้าของทรัพยากรเจ้าของเรื่องเล่า และผู้กำหนดทิศทางการพัฒนา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการแลกเปลี่ยนคุณค่าทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าของพื้นที่ มากกว่าการบริโภคทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แนวคิดดังกล่าว สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Tourism) และองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ส่งเสริมการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่กับการอนุรักษ์คุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ในทางทฤษฎี อัตลักษณ์ชุมชนเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างคน สถานที่ ทรัพยากร วัฒนธรรม และการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน อัตลักษณ์ไม่ได้เป็นสิ่งหยุดนิ่ง หากเป็นสิ่งที่ถูกสร้าง ตีความ และสื่อสารผ่านปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนและผู้มาเยือน เมื่ออัตลักษณ์ถูกนำมาใช้ในงานท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม จะช่วยให้การท่องเที่ยวไม่หยุดอยู่กับการชมสถานที่หรือซื้อสินค้า แต่ยกระดับเป็นการเรียนรู้ความหมายของพื้นที่ แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมช่วยอธิบายว่า ภูมิปัญญา ประเพณี สัญลักษณ์ และวิถีชีวิตของชุมชนสามารถเป็นฐานในการสร้างคุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจได้ (Bourdieu, 1986) ขณะที่แนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์ชี้ให้เห็นว่า คุณค่าของการท่องเที่ยวเกิดขึ้น เมื่อผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่สร้างความทรงจำ และความหมายเฉพาะตัว (Pine & Gilmore, 1999) ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ จึงต้องอาศัยกระบวนการตีความอัตลักษณ์ การออกแบบประสบการณ์ และการสื่อสารคุณค่าของพื้นที่อย่างเป็นระบบ

งานวิจัยในช่วงหลังสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องตั้งอยู่บนฐานของอัตลักษณ์ชุมชน และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ เนื่องจากอัตลักษณ์ชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าของพื้นที่ นอกจากนี้ การเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม ยังช่วยสร้างความยั่งยืนทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้ชุมชน สามารถรักษาคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างสมดุล (Suriyankietkaew, et al., 2025; Richards, 2025) นอกจากนี้ แนวโน้มการศึกษาวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มิได้มุ่งเน้นเพียงการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หากแต่เป็นกระบวนการสร้างคุณค่าร่วม (co-creation of value) ผ่านการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่น (Adie, et al., 2025; Mavrin, 2024)

เส้นทางหุบเขาศรีลานนา ตำบลแม่ปิง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีทุนท้องถิ่นหลากหลาย ทั้งภูมิทัศน์หุบเขา แหล่งน้ำ วัด ประเพณีล้านนา วิถีเกษตร สมุนไพร ผักต้อแจ่ม และอาหารพื้นถิ่น องค์ประกอบเหล่านี้ สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนอย่างลึกซึ้ง อย่างไรก็ตาม การมีทรัพยากรจำนวนมากไม่ได้หมายความว่าพื้นที่ จะสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้โดยอัตโนมัติ ปัญหาสำคัญคือ ชุมชนจะตีความ จัดลำดับ เชื่อมโยง และสื่อสารคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้น ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่ผู้มาเยือนเข้าใจได้อย่างไร โดยไม่ลดทอนวัฒนธรรมให้เป็นเพียงสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว ประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ พจนา สวนศรี (2546) ที่มองว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องวางอยู่บนฐานการมีส่วนร่วม การจัดการโดยชุมชน และการกระจายประโยชน์อย่างเหมาะสม มิใช่เพียงการเปิดพื้นที่ให้คนนอกเข้ามาใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่น

แม้ว่าพื้นที่หุบเขาศรีลานนา จะได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ได้แก่ ต้นฉำฉากลางน้ำ เดินป่าขึ้นยอดเขาโมอาย การล่องเรือชมธรรมชาติ ฯลฯ แต่การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน การตีความคุณค่าทางวัฒนธรรม และการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวยังมีอยู่อย่างจำกัด (โฆษิต ไชยประสิทธิ์, 2568) ด้วยเหตุนี้ บทความนี้ จึงมุ่งวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนในฐานะแกนกลางของการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญกับการค้นหาคำประกอบของอัตลักษณ์ การตีความคุณค่าของทุนท้องถิ่น และการแปลงความหมายของพื้นที่ให้เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้มาเยือน

สามารถมีส่วนร่วมได้ การศึกษานี้ มุ่งสังเคราะห์ว่าอัตลักษณ์ของหุบเขาศรีลานนา ประกอบด้วยมิติใด กระบวนการมีส่วนร่วมช่วยเชื่อมโยงทุนทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชุมชนให้กลายเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวได้อย่างไร และควรพัฒนาแนวทางเชิงโมเดลอย่างไร เพื่อให้ชุมชนเป็นเจ้าของความหมายของพื้นที่ สามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม และนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน การศึกษานี้ จึงมิได้มุ่งวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวในเชิงทรัพยากรเพียงอย่างเดียว แต่เน้นการอธิบายกระบวนการสร้างความหมายและการออกแบบประสบการณ์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนในมิติที่เชื่อมโยงวัฒนธรรม การเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมร่วมกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา
2. เพื่อศึกษากระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชนสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้การศึกษาเอกสาร ร่วมกับการศึกษาภาคสนาม เพื่อศึกษาการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนในเส้นทางหุบเขาศรีลานนา ตำบลแม่ป๋ม อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยดำเนินการภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อร่วมกันค้นหา วิเคราะห์ ตีความ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน สู่การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาในเชิงเอกสาร ผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย และรายงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ชุมชน ทุนทางวัฒนธรรม การเล่าเรื่อง และการออกแบบประสบการณ์ เพื่อใช้เป็นกรอบในการตีความข้อมูลภาคสนาม และสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาในพื้นที่เส้นทางหุบเขาศรีลานนา ตำบลแม่ป๋ม อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมชุมชน การทดลองเส้นทางท่องเที่ยว และการสะท้อนประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้อง โดยเน้นการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างคน พื้นที่ ทรัพยากร และการสื่อสารคุณค่าของชุมชน การศึกษารั้งนี้ใช้ข้อมูลภาคสนาม ร่วมกับการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน กระบวนการตีความคุณค่า

และการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติที่ลึกกว่าการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยทั่วไป

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิจัยประกอบด้วยตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพ ผู้นำชุมชน ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว กลุ่มผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และผู้ทดลองใช้เส้นทางต่างวัฒนธรรม รวมจำนวน 65 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจงตามบทบาท ประสบการณ์ และความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ชุมชน และการสื่อสารคุณค่าของพื้นที่

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวประเด็นการสนทนากลุ่ม แบบบันทึกการสังเกตภาคสนาม แนวประเด็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ และแบบบันทึกการสะท้อนประสบการณ์จากผู้ทดลองใช้เส้นทาง โดยเครื่องมือดังกล่าว พัฒนาจากกรอบแนวคิดด้านอัตลักษณ์ชุมชน ทูทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการออกแบบประสบการณ์ จากนั้นนำไปตรวจสอบความเหมาะสมของประเด็นคำถาม ความชัดเจนของภาษา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การทดลองเส้นทางท่องเที่ยว และกิจกรรมสะท้อนประสบการณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากทั้งมุมมองของเจ้าของพื้นที่ ผู้จัดกิจกรรม ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผู้มาเยือนต่างวัฒนธรรม ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นอัตลักษณ์ชุมชน ทูทางวัฒนธรรม กระบวนการตีความ และการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการดังนี้ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ทั้งด้านแหล่งข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล และผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งใช้การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล และการอภิปรายผลร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 6 จริยธรรมงานวิจัย งานวิจัยนี้ ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ รหัสอนุมัติ/หมายเลขการรับรอง IRBCMRU 2026/013.20.01 และได้ขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมทุกท่าน ก่อนการเก็บข้อมูล พร้อมทั้งคงไว้ซึ่งความเป็นส่วนตัวและไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ให้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การจัดกลุ่มประเด็น และการสังเคราะห์เชิงแนวคิด โดยเริ่มจากการอ่านบททวนข้อมูลภาคสนามและข้อมูลเอกสารหลายรอบ จากนั้นจำแนกข้อมูลตามมิติของอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ ทุนธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ทางสังคม แล้ววิเคราะห์ว่าทุนท้องถิ่นแต่ละประเภทถูกตีความ เชื่อมโยง และแปลงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างไร ก่อนสังเคราะห์เป็นแนวทางเชิงโมเดล สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

ขั้นตอนที่ 8 การนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่ อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา กระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชนสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน พร้อมทั้งสังเคราะห์เป็นโมเดล 5I เพื่ออธิบายกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา มิได้ปรากฏอยู่เฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนเท่านั้น แต่เป็นระบบความหมายที่เชื่อมโยงระหว่างคน พื้นที่ ทรัพยากร ความทรงจำ และการปฏิบัติทางวัฒนธรรมของชุมชน สามารถจำแนกได้เป็น 5 มิติสำคัญ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ภูมิทัศน์หุบเขาและสายน้ำ สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับธรรมชาติ แหล่งน้ำ ป่า และภูมิประเทศ ซึ่งเป็นฐานสำคัญของวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ 2) อัตลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา ปรากฏผ่านวัด ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ และเรื่องเล่าท้องถิ่น ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ช่วยสร้างความหมายให้กับพื้นที่ และทำให้การท่องเที่ยวมีมิติทางประวัติศาสตร์ สังคม และจิตวิญญาณ 3) อัตลักษณ์วิถีอาชีพและการพึ่งพาทรัพยากร เชื่อมโยงกับเกษตรกรรม ป่า แหล่งน้ำ และการผลิตในครัวเรือน แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาในการดำรงชีวิตและการปรับตัวของชุมชนต่อสภาพแวดล้อม 4) อัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน ปรากฏผ่านสมุนไพร ผ้าทอ จักสาน อาหารพื้นถิ่น และงานหัตถกรรม ซึ่งไม่เพียงเป็นสินค้า แต่เป็นผลผลิตจากความรู้ ประสบการณ์ แรงงาน และความทรงจำของชุมชน 5) อัตลักษณ์ความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ความเป็นเครือญาติ การต้อนรับ การช่วยเหลือเกื้อกูล และการทำงานร่วมกันของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชนสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชน มีบทบาทสำคัญในการแปลงทุนท้องถิ่น จากสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่มีความหมาย สำหรับผู้มาเยือน กระบวนการดังกล่าว ทำให้ชุมชนเปลี่ยนคำถามจาก พื้นที่มีอะไรบ้าง ไปสู่สิ่งที่มีอยู่มีความหมายอย่างไร ควรถ่ายทอดอย่างไร และผู้มาเยือนจะมีส่วนร่วมในการเรียนรู้อย่างไร ซึ่งสามารถอธิบายได้เป็น 4 กระบวนการสำคัญ ได้แก่ 1) การค้นหาและคัดเลือกอัตลักษณ์ที่ต้องการสื่อสาร ชุมชนร่วมกันพิจารณาว่า ทุนทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาใดเป็นสิ่งที่สะท้อนตัวตนของพื้นที่และเหมาะสมต่อการนำเสนอแก่ผู้มาเยือน 2) การตีความคุณค่าของพื้นที่ผ่านเรื่องเล่า ภูมิทัศน์ แหล่งน้ำ วัด ประเพณี และผลิตภัณฑ์ชุมชนถูกเชื่อมโยงกับเรื่องเล่า ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ความเชื่อ และความทรงจำของชุมชน ทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงการเยี่ยมชม แต่เป็นการเรียนรู้ความหมายของพื้นที่ 3) การออกแบบกิจกรรมการมีส่วนร่วม อัตลักษณ์ของพื้นที่ถูกแปลงเป็นกิจกรรมที่ผู้มาเยือนได้ลงมือทำ เช่น การเรียนรู้สมุนไพร การทอผ้า การจักสาน การ

ชิมอาหารพื้นถิ่น การสนทนากับคนในชุมชน และการเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ

4) การสะท้อนผลและปรับปรุงประสบการณ์ ความคิดเห็นจากผู้ทดลองใช้เส้นทางต่างวัฒนธรรม ทำให้เห็นว่า การสื่อสารสองภาษา บ้ายสื่อความหมาย ลำดับกิจกรรม ความปลอดภัย ระยะเวลา และความชัดเจนของเรื่องเล่า เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ช่วยให้การถ่ายทอดคุณค่าของชุมชนมีประสิทธิภาพ และไม่ลดทอนความหมายทางวัฒนธรรม ดังนั้น กระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชนจึงเป็นกลไกที่ช่วยเชื่อมโยงทุนท้องถิ่น กับการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยทำให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเข้าใจคุณค่าของชุมชนอย่างลึกซึ้งมากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนที่เหมาะสมกับบริบทหุบเขาศรีลานนา คือ “โมเดล 5I การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน” ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาที่เริ่มจากการค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน ไปสู่การจัดระบบการท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่อง ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) Identify: การค้นหาอัตลักษณ์ หมายถึง การสำรวจและกำหนดอัตลักษณ์หลักของชุมชนจากทุนทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อให้ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเองและมีฐานข้อมูลสำหรับการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยว 2) Interpret: การตีความคุณค่า หมายถึง การแปลความหมายของอัตลักษณ์ให้เป็นเรื่องเล่า ภาษา สัญลักษณ์ และสาระการเรียนรู้ที่ผู้มาเยือนสามารถเข้าใจได้ โดยยังคงรักษาความลึกซึ้งทางวัฒนธรรมและศักดิ์ศรีของชุมชน 3) Integrate: การบูรณาการทุนชุมชน หมายถึง การเชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้ ผลิตภัณฑ์ กิจกรรม กลุ่มอาชีพ ผู้นำชุมชน และเครือข่ายท้องถิ่นให้เป็นเส้นทางประสบการณ์เดียวกัน เพื่อลดความแยกส่วนของการจัดการและเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ท่องเที่ยว 4) Immerse: การออกแบบประสบการณ์มีส่วนร่วม หมายถึง การพัฒนากิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้ลงมือทำ สนทนา ชิม ทดลอง สังเกต เรียนรู้ และสะท้อนประสบการณ์ร่วมกับคนในชุมชน ทำให้การท่องเที่ยวเกิดความหมายทั้งต่อผู้มาเยือนและเจ้าของพื้นที่ 5) Institutionalize: การจัดระบบให้เกิดความต่อเนื่อง หมายถึง การวางระบบบริหารจัดการ เครือข่ายความร่วมมือ มาตรฐานความปลอดภัย การสื่อสาร การดูแลทรัพยากร และการกระจายประโยชน์ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดำรงอยู่ได้ในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ อัตลักษณ์ด้านภูมิทัศน์และทรัพยากรธรรมชาติ อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมล้านนา อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและอาชีพ อัตลักษณ์ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า อัตลักษณ์ของชุมชนมิได้เกิดจากทรัพยากรด้านใดด้านหนึ่ง หากแต่เกิดจากการหลอมรวมของทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม

ที่สั่งสมผ่านวิถีชีวิต และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จนก่อให้เกิดคุณค่าและความหมายเฉพาะของพื้นที่ ที่สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะอัตลักษณ์ชุมชนมิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หากเป็นผลของกระบวนการสร้างและถ่ายทอดความหมายผ่านประสบการณ์ร่วม ความเชื่อ ประเพณี และภูมิปัญญาที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ส่งผลให้ทรัพยากรในพื้นที่มีคุณค่า ทั้งในเชิงกายภาพและเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ผลการศึกษาค้นคว้านี้ สอดคล้องกับแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu (1986) ซึ่งอธิบายว่า ทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่ก่อให้เกิดคุณค่าและความแตกต่างของชุมชนผ่านองค์ความรู้ ความเชื่อ และการปฏิบัติทางสังคม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Richards (2011) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรตั้งอยู่บนฐานของอัตลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน มากกว่าการนำเสนอทรัพยากร เพื่อการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว รวมทั้งสอดคล้องกับ Suriyankietkaew, et al. (2025) ที่พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำเป็นต้องบูรณาการทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมของชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวและความเข้มแข็งของชุมชน ทั้งนี้ ผลการศึกษาค้นคว้านี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว เนื่องจากอัตลักษณ์ของชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา ไม่ได้เกิดจากทุนทางวัฒนธรรมเพียงด้านเดียว แต่เป็นผลจากการเชื่อมโยงทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมเข้าด้วยกันผ่านวิถีชีวิตและการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ จึงทำให้สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่สะท้อนคุณค่าของชุมชนได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้านี้ยังแสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการจำแนกทรัพยากรของพื้นที่ แต่ควรอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมในฐานะกลไกที่ร่วมกันสร้างคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยขยายองค์ความรู้จากแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu (1986) และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Richards (2011) โดยแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงพลวัตของทุนชุมชนในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนในเชิงวิชาการว่า การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนไม่ควรมุ่งเพียงการจำแนกทรัพยากรของพื้นที่ แต่ควรมองอัตลักษณ์ในฐานะกระบวนการสร้างความหมายร่วมระหว่างคน พื้นที่ และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนในพื้นที่อื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

2. กระบวนการตีความอัตลักษณ์ชุมชนสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การตีความอัตลักษณ์ชุมชนเป็นกระบวนการสำคัญในการแปลงทุนท้องถิ่น ให้กลายเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านเรื่องเล่า การเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และการสร้าง

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ส่งผลให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ที่มีความหมายและเกิดความเข้าใจในคุณค่าของพื้นที่ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติ และมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน มากกว่าการท่องเที่ยวแบบรับชมเพียงอย่างเดียว ดังนั้น กระบวนการตีความอัตลักษณ์ จึงทำหน้าที่เชื่อมโยงทรัพยากรวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนให้กลายเป็นประสบการณ์ที่สร้างคุณค่าร่วมระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของพื้นที่ ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Richards (2011) ซึ่งอธิบายว่า การสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างเจ้าของพื้นที่กับผู้มาเยือน เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวมีรากฐานมาจาก Richards และ Raymond (2000) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม รวมทั้งสอดคล้องกับ Suriyankietkaew, et al. (2025) ที่เสนอว่า การตีความคุณค่าของทุนชุมชน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากการตีความอัตลักษณ์ของชุมชน ไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารข้อมูลหรือประวัติศาสตร์ของพื้นที่ แต่เป็นกระบวนการร่วมกันสร้างความหมายระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ส่งผลให้กิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่า การตีความอัตลักษณ์มิใช่เพียงขั้นตอนของการสื่อความหมาย แต่เป็นกระบวนการร่วมสร้างคุณค่า (Co-creation) ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากการตีความในลักษณะการถ่ายทอดข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพียงฝ่ายเดียว ผลการศึกษาค้นครั้งนี้ยังชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกระบวนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างคุณค่าร่วม และช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของการตีความ ในฐานะกลไกสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อค้นพบนี้ ช่วยอธิบายว่า การตีความอัตลักษณ์เป็นกลไกที่เชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมกับการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความหมายมากกว่าการนำเสนอทรัพยากรหรือกิจกรรมเพียงอย่างเดียว ในเชิงปฏิบัติ ชุมชนสามารถนำกระบวนการดังกล่าว ไปใช้ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การพัฒนาสื่อความหมาย และการสร้างกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

3. การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า โมเดล 5I ประกอบด้วย Identify, Interpret, Integrate, Immerse และ Institutionalize สามารถอธิบายกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การค้นหาอัตลักษณ์ การตีความคุณค่า การบูรณาการทุนชุมชน การออกแบบประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม และการจัดระบบให้เกิดความต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ อาจเป็น

เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืน จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงทรัพยากร วัฒนธรรม เครือข่าย และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน เพื่อให้ชุมชนสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาและกระจายผลประโยชน์ได้อย่างเป็นธรรม ผลการศึกษาสอดคล้องกับ แนวคิดเศรษฐกิจแห่งประสบการณ์ (Experience Economy) ของ Pine และ Gilmore (1999) ที่เสนอว่า คุณค่าของการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากสินค้าและบริการเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการออกแบบประสบการณ์ที่สร้างความทรงจำ ความประทับใจ และการมีส่วนร่วมของผู้มาเยือน และสอดคล้องกับ Richards (2011) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Suriyankietkaew et al. (2025) ยังชี้ให้เห็นว่า การบูรณาการทุนชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม เป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผลการศึกษาครั้งนี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว เนื่องจากโมเดล 5I มิได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว แต่ครอบคลุมกระบวนการตั้งแต่การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน การตีความคุณค่า การบูรณาการทรัพยากร การสร้างประสบการณ์ และการจัดการโดยชุมชน ช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดความต่อเนื่อง เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาครั้งนี้ ยังแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการในลักษณะของ กรอบกระบวนการ (Process Framework) ที่เชื่อมโยง การค้นหาอัตลักษณ์ การตีความคุณค่า การบูรณาการทรัพยากร การสร้างประสบการณ์ และการจัดการโดยชุมชนเข้าด้วยกัน มากกว่าการพัฒนาเป็นกิจกรรมหรือโครงการที่แยกส่วน เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่เดิม พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งอธิบายองค์ประกอบหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ยังไม่ได้นำเสนอกรอบกระบวนการที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ชุมชน กับการออกแบบประสบการณ์ และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ การศึกษาครั้งนี้ จึงช่วยเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวด้วยการเสนอโมเดล 5I ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนได้

ในเชิงวิชาการ โมเดล 5I เป็นข้อค้นพบใหม่ที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงกระบวนการ ระหว่างการค้นหาอัตลักษณ์ การตีความคุณค่า การบูรณาการทุนชุมชน การออกแบบประสบการณ์ และการจัดระบบให้เกิดความต่อเนื่อง ซึ่งช่วยขยายองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการอธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ไปสู่การอธิบายกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่า โมเดล 5I ไม่ได้เป็นเพียงกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี แต่ยังสามารถใช้เป็นกรอบกระบวนการ (Process Framework) สำหรับการวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนได้ และในเชิงปฏิบัติ โมเดลดังกล่าว สามารถใช้เป็นกรอบในการวางแผน พัฒนา และประเมินการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ที่มีบริบทด้านทรัพยากร วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ใกล้เคียงกัน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เสนอ “โมเดล 5I การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน” ซึ่งเป็นกรอบแนวทางเชิงกระบวนการในการแปลงทุนท้องถิ่น ให้เป็นประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือน โมเดลดังกล่าว เกิดจากการสังเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนบนเส้นทางหุบเขาศรีลานนา โดยเชื่อมโยงทุนทางธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ทางสังคม เข้ากับกระบวนการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนเป็นเจ้าของความหมายของพื้นที่ ตามโมเดล 5I การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพ 2



ภาพ 1 โมเดล 5I การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน
ที่มา: ผู้วิจัย (2569)

โมเดลดังกล่าว แสดงลำดับความสัมพันธ์ของทั้ง 5 ขั้นตอนในฐานะกรอบกระบวนการ (Process Framework) ที่สามารถประยุกต์ใช้ในการวางแผน ดำเนินงาน และประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ แตกต่างจากงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งอธิบายองค์ประกอบ ปัจจัยความสำเร็จ หรือศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายด้าน โดยการศึกษาครั้งนี้ได้สังเคราะห์ “โมเดล 5I” ในฐานะกรอบกระบวนการ (Process Framework) ที่เชื่อมโยงการค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน การตีความคุณค่า การบูรณาการทุนชุมชน การออกแบบประสบการณ์ และการจัดระบบการบริหารจัดการเข้าด้วยกันอย่างเป็นลำดับขั้น ทำให้สามารถอธิบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างเป็นระบบ และสามารถประยุกต์ใช้ในพื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงกันได้

โมเดล 5I เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย ซึ่งใช้สำหรับอธิบายกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการกำหนดความหมาย การจัดการทรัพยากร และการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกับผู้มาเยือน โมเดลนี้ เกิดจากการสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนามร่วมกับแนวคิดด้านอัตลักษณ์ชุมชน ทุนทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จนเกิดเป็นกระบวนการเชื่อมโยงจาก “ทุนท้องถิ่น” ไปสู่ “ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมาย” อย่างเป็นระบบ

กระบวนการของโมเดลเริ่มต้นจาก Identify หรือการค้นหาอัตลักษณ์หลักของชุมชน โดยชุมชนร่วมกันสำรวจ วิเคราะห์ และคัดเลือกทุนสำคัญของพื้นที่ ทั้งในมิติธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันว่าคุณค่าหลักของชุมชนคืออะไร ขั้นตอนนี้ช่วยให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง และเห็นศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่

ขั้นตอนาคือ Interpret หรือการตีความคุณค่าและเรื่องเล่า ซึ่งเป็นกระบวนการแปลงอัตลักษณ์ชุมชนให้เป็นเนื้อหาที่สามารถสื่อสารและถ่ายทอดแก่ผู้มาเยือนได้ โดยชุมชนร่วมกันสร้างเรื่องเล่า อธิบายความหมายของพื้นที่ ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้การท่องเที่ยวไม่เพียงเป็นการเยี่ยมชมสถานที่ แต่เป็นการเรียนรู้ความหมายของชุมชนอย่างลึกซึ้ง

จากนั้นคือ Integrate หรือการบูรณาการทุนชุมชนและกิจกรรม โดยเชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้ กลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และเครือข่ายในชุมชนให้ทำงานร่วมกันเป็น “เส้นทางประสบการณ์เดียวกัน” ลดความแยกส่วนของกิจกรรม และช่วยให้ผู้มาเยือนได้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ

ขั้นที่สี่คือ Immerse หรือการออกแบบประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม ซึ่งเน้นให้ผู้มาเยือนได้ลงมือทำ เรียนรู้ สนทนา ทดลอง ชิม สัมผัส และสะท้อนประสบการณ์ร่วมกับคนในชุมชน เช่น การทำอาหารพื้นถิ่น การเรียนรู้สมุนไพร การทอผ้า หรือการร่วมกิจกรรมวัฒนธรรม ขั้นตอนนี้ช่วยสร้างการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง และทำให้เกิดความเข้าใจวิถีชีวิตของชุมชนมากกว่าการท่องเที่ยวแบบรับชมเพียงผิวเผิน

ขั้นสุดท้ายคือ Institutionalize หรือการจัดระบบให้เกิดความต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างกลไกการบริหารจัดการ การพัฒนาเครือข่าย การกำหนดมาตรฐาน ความปลอดภัย การสื่อสาร และการกระจายผลประโยชน์อย่างเหมาะสม เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้ในระยะยาว และเกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ดังนั้น โมเดล 5I จึงไม่ใช่เพียงแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว แต่เป็นกระบวนการพัฒนาชุมชนที่ช่วยให้คนในพื้นที่สามารถค้นหา ตีความ และสื่อสารคุณค่าของตนเองผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยยังคงรักษาความสมดุลระหว่างการสร้างรายได้ การอนุรักษ์ วัฒนธรรม และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนในเส้นทางหุบเขาศรีลานนาเป็นแนวทางที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนท้องถิ่น ให้เป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมาย มากกว่าการเพิ่มจุดท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ใหม่เพียงอย่างเดียว ผลการวิจัยสะท้อนว่าอัตลักษณ์ชุมชนประกอบด้วยมิติด้านภูมิทัศน์ วัฒนธรรมล้านนา วิถีอาชีพ ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเป็นฐานสำคัญในการสร้างเรื่องเล่า การตีความคุณค่าของพื้นที่ และการออกแบบกิจกรรมที่ ผู้มาเยือนสามารถมีส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสม กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้คนในพื้นที่เป็นผู้เลือก ตีความ และสื่อสารคุณค่าของตนเองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิต การสาธิตภูมิปัญญา เวิร์กช็อปผลิตภัณฑ์ อาหารพื้นถิ่น และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้มาเยือนต่างวัฒนธรรม ทั้งนี้ โมเดล 5I ที่สังเคราะห์ขึ้นจากการวิจัยช่วยอธิบายกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การค้นหาอัตลักษณ์ การตีความคุณค่า การบูรณาการทุนชุมชน การออกแบบประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม และการจัดระบบให้เกิดความต่อเนื่อง จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชนสามารถเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างรายได้ ความภาคภูมิใจ การอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม และความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างยั่งยืน และข้อจำกัดของการวิจัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในพื้นที่เฉพาะของเส้นทางหุบเขาศรีลานนา ซึ่งมีบริบททางวัฒนธรรมและทุนชุมชนเฉพาะพื้นที่ ดังนั้น การนำโมเดล 5I ไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นควรพิจารณาความแตกต่างด้านทรัพยากร วัฒนธรรม และโครงสร้างชุมชนร่วมด้วย จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ชุมชนควรจัดทำฐานข้อมูลและแผนที่ อัตลักษณ์ชุมชนที่ เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ และเรื่องเล่าของผู้คนในพื้นที่ เพื่อใช้เป็นฐานในการออกแบบเส้นทาง กิจกรรม และสื่อการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

1.2 ควรพัฒนาศักยภาพนักสื่อความหมายชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน กลุ่มอาชีพ และผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้สามารถถ่ายทอดเรื่องเล่า อัตลักษณ์ และคุณค่าของพื้นที่ได้

อย่างเหมาะสม ทั้งในรูปแบบการสื่อสารสองภาษา การใช้สื่อดิจิทัล และการจัดกิจกรรมเรียนรู้ร่วมกับผู้มาเยือน

1.3 หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนการพัฒนาระบบบริหารจัดการร่วมของชุมชน เช่น มาตรฐานความปลอดภัย การบริหารจัดการกลุ่มบริการ การกระจายรายได้ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และระบบติดตามผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 ควรศึกษาผลกระทบของการประยุกต์ใช้โมเดล 5I ต่อการเปลี่ยนแปลงด้านรายได้ ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ และความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชนในระยะยาว

2.2 ควรศึกษาการประยุกต์ใช้โมเดล 5I ในชุมชนท่องเที่ยวที่มีบริบททางวัฒนธรรม ทรัพยากร และรูปแบบการจัดการแตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จ ข้อจำกัด และแนวทางการพัฒนาให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

2.3 ผลจากการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือน

เอกสารอ้างอิง

โฆสิต ไชยประสิทธิ์. (2568). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมใน เส้นทางหุบเขาศรีลานนา ตำบลแม่ปิ้ง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 15(3), 1–11.

พจนา สอนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

Adie, B. A., Garibaldi, R., Halkier, H., et al. (2025). *Cultural and Creative Tourism in Rural and Remote Areas: Literature Review*. CROCUS Project. Retrieved June 23, 2025, from, <https://crocuseurope.eu/wp-content/uploads/CROCUS-literature-review-cultural-and-creative-tourism-1-1.pdf>

Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241 – 258). Greenwood Press.

Mavrin, I. (2024). *European Capital of Culture and Sustainable Tourism: Challenges, Trends and Perspectives*. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. Retrieved June 25, 2025, from, <https://hrcak.srce.hr/clanak/453442>

- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. Annals of Tourism Research, 38(4), 1225–1253. Retrieved July 22, 2025, from, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2025). *Cultural Tourism: An Integrative Review*. Tourism & Management Studies. Retrieved August 12, 2025, from <https://www.tmstudies.net/index.php/ect ms/article/view/3897>
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. ATLAS News, 23, 16–20. Retrieved August 2, 2025, from, https://www.researchgate.net/profile/Greg-Richards-2/publication/254822440_Creative_Tourism/links/69886f7812f837212a189a83/Creative-Tourism.pdf
- Suriyankietkaew, S., Krittayaruangroj, K., Thinthan, S., et al. (2025). *Community Capitals Framework for Sustainable Development: A Qualitative Study of Creative Tourism in Ban Chiang World Heritage Site*. Sustainability, 17(8), 3311. Retrieved November 2, 2025, from <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/8/3311>