

Digital Storytelling: Enhancing the Inno-Life Tourism Community Prototype Identities Through the Power of the Community Innovators Storytellers

Khontaros Chaiyasut¹, Worapol Wattanalaungarun ^{2*} and Kritch Sa-ingthong ³

Received: July 30, 2025 Revised: September 9, 2025 Accepted: September 17, 2025

Abstract

This article aims to extract the knowledge and wisdom of tourism communities to inform tourism community storytelling. Develop the potential of community innovators and storytellers and develop digital storytelling to convey community stories. The research methodology consisted of three phases, in accordance with the objectives. The sample included representatives of local wisdom scholars and representatives from the tourism communities of Ban Mae Kampong, Ban Pa Tan, and Ban Pong Kwao, Chiang Mai Province. The content included knowledge from local wisdom and tourism community identity. The research instrument used was a knowledge record form.

The results revealed that the tourism communities of Ban Pa Tan, Ban Mae Kampong, and Ban Pong Kwao possess distinctive tourism community storytelling knowledge and diverse tourism expertise. The communities have developed their potential as innovative storytellers. The communities expressed the highest level of satisfaction with this development and wish for continued development projects. The communities are capable of conveying the stories of their three tourism villages: Ban Pa Tan, Ban Mae Kampong, and Ban Pong Kwao through digital storytelling media, including e-books, clips, and the website <https://digitalstorytelling.illskill.com>. Add value to tourism, enhance the identity of tourism communities, and enhance the value of local resources through the process of promoting community identity. Communities share their stories, creating memorable experiences and immersing tourists in their communities.

Keywords: Digital Storytelling, Tourism Community, Community Innovators Storytellers

¹ Institute of Research and Development, Chiang Mai Rajabhat University

^{2,3} Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

* Corresponding author. E-mail: worapol_wat@cmru.ac.th

การพัฒนา Digital Storytelling: ยกระดับอัตลักษณ์ชุมชน ท่องเที่ยว นวัตกรรมต้นแบบผ่านพลัง นวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่อง

พนธรส ไชยสุต¹, วรพล วัฒนเหลื่องอรุณ^{2*} และกริช สอิ้งทอง³

วันรับบทความ: July 30, 2025 วันแก้ไขบทความ: September 9, 2025 วันตอบรับบทความ: September 17, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวเพื่อนำมาทำเรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่อง และพัฒนา Digital Storytelling ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชน วิจัยดำเนินการวิจัย มี 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนปราชญ์ภูมิปัญญาและตัวแทนชุมชนท่องเที่ยวบ้านแม่กำปอง บ้านป่าตาล และบ้านโป่งกวาว จังหวัดเชียงใหม่ ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ องค์ความรู้จากภูมิปัญญาชุมชนอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกองค์ความรู้

ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวบ้านป่าตาล บ้านแม่กำปอง และบ้านโป่งกวาว มีองค์ความรู้เรื่องเล่าของชุมชนท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ชุมชนได้รับการพัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่อง โดยมีความพึงพอใจในการได้รับการพัฒนาศักยภาพในระดับมากที่สุด มีความต้องการให้มีการจัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านป่าตาล หมู่บ้านแม่กำปอง และหมู่บ้านโป่งกวาว ผ่านสื่อ Digital Storytelling ทั้งในรูปแบบ E-Book, Clip และเว็บไซต์ <https://digitalstorytelling.illskill.com> เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยว ยกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง

คำสำคัญ: ดิจิทัลสตอรีเทลลิง ชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่อง

¹ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

^{2,3} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

* Corresponding author. E-mail: worapol_wat@cmru.ac.th

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ในมิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ส่งเสริมให้มีระบบการจัดการความรู้อัตลักษณ์ท่องเที่ยวของภูมิปัญญาชุมชน (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าระบบการจัดการความรู้อัตลักษณ์ภูมิปัญญาชุมชนมีความสำคัญและจำเป็นอีกทั้งที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม

จากการศึกษาบริบท สภาพปัจจุบัน จุดเด่น และปัญหาของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับเลือกจำนวน 3 ระดับ ได้แก่ หมู่บ้านแม่กำปอง ถือเป็นต้นแบบในโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม หมู่บ้านป่าตาล ได้รับการประเมินให้ได้รับระดับ 1 ใน 50 หมู่บ้านที่ดีที่สุดในระดับประเทศตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม และหมู่บ้านโป่งกวาว ได้รับการประเมินในระดับดีของจังหวัด และทั้ง 3 หมู่บ้าน มีความเข้มแข็งทางด้านต้นทุนทรัพยากรและศักยภาพของชุมชนที่แตกต่างกัน (Community Development Department, 2018) ทำให้เกิดแนวทางการวิจัยเพื่อพัฒนาต่อยอดการยกระดับเศรษฐกิจต้นแบบชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม เพื่อให้ชุมชนทั้ง 3 ชุมชน เป็นต้นแบบให้กับหมู่บ้านหรือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องเสริมศักยภาพบนพื้นฐานความเข้มแข็งและศักยภาพของชุมชน รวมทั้งการสร้างเครือข่าย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ต่อยอดการเพิ่มมูลค่า อีกทั้งการเป็นหมู่บ้านชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมต้นแบบ หรือแบบอย่างนั้น ทำให้ต้องรักษา พัฒนา ต่อยอดในทุก ๆ ด้านซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม รวมทั้งจากการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมชุมชนบ้านป่าตาล พบว่า ชุมชนต้องการให้พัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชน ให้สามารถประชาสัมพันธ์และสร้างจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน (Wattanukul et al., 2023)

ดังนั้น จึงเป็นความต้องการของชุมชนที่ต้องการให้มีการยกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยววิถีถิ่นแบบผ่านพลังนวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่องโดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำมาทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว บ้านแม่กำปอง บ้านป่าตาล และบ้านโป่งกวาว จังหวัดเชียงใหม่ พัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว พัฒนา Digital Storytelling ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านนวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่องที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง และสร้างเรื่องให้จดจำ (Brand Storytelling) อยากรู้อะไรเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดการยกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านพลังนวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่อง (Atkinson, 1998) และเทคนิคในการพัฒนานวัตกรรมนักเล่าเรื่องของชุมชน (Czarniawska, 2004) แนวคิดการศึกษาบริบทและ

ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวตามแนวคิดของฟรานซ์ โบแอส (Boas, 1940; Colón & Hobbs, 2015) เพื่อเข้าถึงบริบทของชุมชน สำรวจวิถีชีวิต ค่านิยม สัญลักษณ์ ประเพณี การดำรงอยู่ของชุมชน โดยการสืบย้อนอดีตจากการสืบทอดของคนในสังคมที่ผ่านมาด้วยการบอกเล่าจากปราชญ์ภูมิปัญญาชุมชนถึงที่มาของวิถีชีวิต ค่านิยม วัฒนธรรม และมรดกภูมิปัญญา แนวคิดของครีฟฟอร์ดเกียร์สและคลีฟฟอร์ดเลวีสเตราส์ (Clifford, 1973) เพื่อวิเคราะห์และตีความหมายของภูมิปัญญาชุมชน และจัดระบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชุมชนท่องเที่ยว แนวคิดการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านเทคโนโลยี (Department of Tourism, 2019) เพื่อการยกระดับและเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชุมชน ด้วยกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนและตามแนวคิดการวิเคราะห์ การออกแบบ และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อจัดทำสื่อ Digital Storytelling ของ ADDIE Model (Seels & Glasgow, 1998) ผลจากการศึกษานี้จะส่งผลให้ได้วัดกรชุมชนนักเล่าเรื่องมืออาชีพเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวผ่านพลังนักวัดกรชุมชนนักเล่าเรื่อง มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยว ยกกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำมาทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพความเป็นนักวัดกรชุมชนนักเล่าเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว
3. เพื่อพัฒนา Digital Storytelling ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านนักวัดกรชุมชนนักเล่าเรื่อง

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ แนวคิดการยกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านพลังนักวัดกรชุมชนนักเล่าเรื่อง (Atkinson, 1998) และเทคนิคในการพัฒนานักวัดกรนักเล่าเรื่องของชุมชน (Czarniawska, 2004) แนวคิดการศึกษาบริบทและภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวตามแนวคิดของฟรานซ์ โบแอส (Boas, 1940; Colón & Hobbs, 2015) เพื่อเข้าถึงบริบทของชุมชน สำรวจวิถีชีวิต ค่านิยม สัญลักษณ์ ประเพณี การดำรงอยู่ของชุมชน โดยการสืบย้อนอดีตจากการสืบทอดของคนในสังคมที่ผ่านมาด้วยการบอกเล่าจากปราชญ์ภูมิปัญญาชุมชนถึงที่มาของวิถีชีวิต ค่านิยม วัฒนธรรม และมรดกภูมิปัญญา แนวคิดของครีฟฟอร์ดเกียร์สและคลีฟฟอร์ดเลวีสเตราส์ (Clifford, 1973; Levi-Strauss, 1966) เพื่อวิเคราะห์และตีความหมายของภูมิปัญญาชุมชน และจัดระบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชุมชนท่องเที่ยว แนวคิดการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านเทคโนโลยี (Department of Tourism, 2019) เพื่อการยกระดับและเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชุมชน ด้วยกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่าน

การถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนและตามแนวคิดการวิเคราะห์ การออกแบบ และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อจัดทำสื่อ Digital Storytelling ของ ADDIE Model (Seels & Glasgow, 1998) 5 ขั้นตอนดังนี้ 1) การวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) การพัฒนา 4) การนำไปใช้ 5) การประเมินผล ผลจากการศึกษานี้จะส่งผลให้ได้นวัตกรรมชุมชนนักร้องมีอาชีพเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวผ่านพลังนวัตกรรมชุมชนนักร้อง มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยว ยกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง

วิธีดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 สกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำมาทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว บ้านแม่กำปอง บ้านป่าตาล และบ้านโป่งกวาว จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนปราชญ์ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวบ้านแม่กำปอง จำนวน 1 คน บ้านป่าตาล จำนวน 5 คน และบ้านโป่งกวาว จำนวน 1 คน เกณฑ์การคัดเลือกเป็นปราชญ์ภูมิปัญญาที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนและมีความเต็มใจเข้าร่วมโครงการ

ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ องค์ความรู้จากภูมิปัญญาชุมชนอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้ ศึกษาบริบทและภูมิปัญญาชุมชน บันทึกข้อมูลโดยใช้แบบบันทึกการสกัดองค์ความรู้ ตรวจสอบผลการบันทึกข้อมูล นำองค์ความรู้ที่ได้พัฒนาเป็น Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว จัดทำสื่อ E-book

เครื่องมือ ได้แก่ แบบบันทึกการสกัดองค์ความรู้ แบบประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติบรรยาย การวิเคราะห์เนื้อหา ใช้วิธีการสังเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อนำไปสู่การสกัดองค์ความรู้

ระยะที่ 2 พัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรรมชุมชนนักร้องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว ดำเนินการวิจัย ดังนี้ วิเคราะห์ จัดทำหลักสูตรการอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็น นวัตกรรมชุมชนนักร้อง เรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว จัดอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็น นวัตกรรมชุมชนนักร้อง เรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านแม่กำปอง บ้านป่าตาล และบ้านโป่งกวาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความต้องการพัฒนาศักยภาพ จำนวนชุมชนละ 10 คน รวม 30 คน

จัดอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็น นวัตกรรมชุมชนนักร้องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 พื้นที่ จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ 1) วันที่ 22 มิถุนายน 2565 ณ ชุมชนบ้านโป่งกวาว ตำบลสะเมิงเหนือ อำเภอสะ

- เมิง จังหวัดเชียงใหม่ 2) วันที่ 24 มิถุนายน 2565 ณ ชุมชนบ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่
3) วันที่ 28 สิงหาคม 2565 ณ ชุมชนบ้านป่าตาล ตำบลห้วยแก้วอำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่

ระยะที่ 3 พัฒนา Digital Storytelling

ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านนวัตกรชุมชนนักร้องเรื่องที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง และสร้างเรื่องให้จดจำ (Brand Storytelling) อยากมาเที่ยว มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้ วิเคราะห์ ออกแบบ วางเนื้อหาในการทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว ถ่ายทำต้นแบบ Story Telling เรื่องเล่าตลาดชุมชน ผ่านนวัตกรชุมชนนักร้องเรื่องต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ

ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ องค์ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาชุมชนอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านป่าตาล บ้านแม่กำปอง และบ้านโป่งกวาว

กลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้และหาคุณภาพสื่อ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้ทดลองใช้ปราชญ์ชุมชน จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทดลองใช้สื่อ แบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ประโยชน์ (Utility) ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) ด้านความเหมาะสม (Propriety) และด้านความถูกต้อง (Accuracy)

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทดลองใช้ โดยมีเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการทดลองใช้ ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย
0.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำมาทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว

ผลการศึกษาบริบทและภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว สำนวณวิถีชีวิต ค่านิยม สัญลักษณ์ ประเพณี การดำรงอยู่ของชุมชน โดยการสืบย้อนอดีตจากการสืบทอดของคนในสังคมที่ผ่านมาด้วยการบอกเล่าจากบรรพชนที่มาจากวิถีชีวิต ค่านิยม และวัฒนธรรมชุมชน และการสัมภาษณ์ในชุมชน เพื่อนำมาสกัดองค์

ความรู้ และบันทึกในแบบบันทึกการสกัดองค์ความรู้ พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวบ้านป่าตาล บ้านแม่กำปอง และบ้านโป่งกวาว มีองค์ความรู้เรื่องเล่าของชุมชนท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายแสดงดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว

ชุมชนท่องเที่ยว	บริบทชุมชน	แหล่งท่องเที่ยว	สินค้าชุมชน
ชุมชนบ้านป่าตาล ตำบลบวก ค้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งได้เป็นต้นแบบเป็นตัวแทนของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นต้นแบบอยู่หลายอย่างด้วยกัน เช่น ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม เป็นตัวแทนระดับประเทศ หมู่บ้านป่าตาลเป็นต้นแบบชุมชนบวร อ่อนทั่ว และเที่ยวชุมชนวิถีถิ่น ของจังหวัดเชียงใหม่ มีงานสืบสานวัฒนธรรม สืบฮีต สานฮอย วิถีไทยของ รวมถึงมีการจัดกิจกรรมมากมายที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม	โบราณสถานวัดป่าตาล วัดบวกค้าง พระวิหาร กลับหัววัดโป่งช้างคต สล้าเพชรบ้านช้างหนัก สล้ายองนำชีเสื้อยมาบ้าน การทำหมวกกะโล่ การทำผ้าชิ้น การทอผ้า การทำเรือสำเภา การสานกำวย การทำตุ้งใยแมงมุม โสมสเตย์ ร้านอาหารเหนือ	ผลิตภัณฑ์จักสานจากไผ่ตาล ตะกร้า ไม้กวาด โคม หมวกกะโล่โบราณ ข้าวแคบ ทอผ้า เสื้อผ้าพื้นเมืองชุดชาวยอง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้าน
บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอมะฮอน จังหวัดเชียงใหม่	หมู่บ้านกลางหุบเขาที่เขียวชอุ่ม มีธารน้ำไหลผ่านทั้งหมู่บ้าน มีอาหาร มีน้ำตก มีธรรมชาติที่สวยงาม เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการบริหารจัดการโดยชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ น้ำตก ดูพระอาทิตย์ขึ้นที่วัดผื่น วัดคันธพญากษัตริย์การเรียนรู้กาแฟ พิพิธภัณฑ์เหมืองแม่กำปอง โสมสเตย์	ถ่านอัดแท่งจากกากกาแฟ อาหารพื้นเมือง ยาใบเมี่ยง ใบเมี่ยงชุบแกทอด สินค้าของฝากของที่ระลึก
บ้านโป่งกวาว ตำบลสะเมิงเหนือ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่	ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าอุดมสมบูรณ์ มีการอนุรักษ์ผืนป่าไปพร้อมกับทำพื้นที่ปลูกกาแฟ ภายในชุมชนที่รายล้อมไปด้วยป่าแห่งนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการทำเกษตรของชาวบ้าน	น้ำตกนางาด น้ำพุร้อนบ้านโป่งกวาว ม่อนผาจำว วัดต้นตัน โสมสเตย์	จิ้นส้มและน้ำพริกตาแดง

ที่มา: Analyzed and concluded by the author

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรชุมชนนักเล่าเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ท้องถิ่น

จากผลการศึกษาในตอนที่ 1 สักต่องค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท้องถิ่น เพื่อนำมาทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท้องถิ่น จากการสัมภาษณ์พบว่า ชุมชนยังขาดทักษะในการสื่อสารเล่าเรื่องชุมชน และขาดทักษะการสร้าง Story ของสถานที่ท้องถิ่นและสินค้าอัตลักษณ์ จึงได้มีการพัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรชุมชนนักเล่าเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น

ผลการพัฒนาหลักสูตรการอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็น นวัตกรชุมชนนักเล่าเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น มีรายละเอียด ดังนี้ 1) จุดมุ่งหมายของหลักสูตร เพื่อพัฒนาทักษะความเป็นนวัตกรนักเล่าเรื่องในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น มีความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนท้องถิ่น มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชน ที่จะช่วยสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนและสินค้าในชุมชน และสร้างเรื่องให้จดจำ (Brand Storytelling) อย่างมาเที่ยวและอุดหนุนสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ในชุมชน 2) คำอธิบายหลักสูตร ได้แก่ เทคนิคการสร้าง Story ของชุมชนและสินค้า การนำเสนอและการเล่าเรื่อง 3) กลุ่มเป้าหมาย ชุมชนท้องถิ่นบ้านแม่กำปอง บ้านป่าตาล และบ้านโป่งกวาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความต้องการพัฒนาศักยภาพ จำนวนชุมชนละ 10 คน รวม 30 คน 4) ขั้นตอนการอบรม จัดการอบรมหลักสูตรระยะสั้นและฝึกปฏิบัติตามแผนการดำเนินการประเมินผลหลังจากเสร็จสิ้นการอบรม

ผลการจัดอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรชุมชนนักเล่าเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น โดยจัดอบรมชุมชนท้องถิ่นทั้ง 3 พื้นที่ จากการสัมภาษณ์ประเมินผลการจัดอบรม พบว่าผู้เข้าร่วมอบรม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีความรู้ในการสร้าง Story ของชุมชนและสินค้าให้โดนใจ มีเทคนิคการนำเสนอและการเล่าเรื่อง (Story Telling) ที่จะให้ชุมชนท้องถิ่นและสินค้าอัตลักษณ์ในชุมชนเป็นที่น่าสนใจ และสร้างเรื่องให้จดจำ (Brand Storytelling) มีความต้องการให้มีการจัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง และหลังการอบรมจากการติดตามผลชุมชนสามารถนำความรู้ไปใช้ในการสร้าง Online Content การถ่ายและตัดต่อเรื่องเล่าเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวออนไลน์ และสินค้าได้ด้วยตนเอง แสดงดังภาพที่ 1 และตารางที่ 2



ภาพที่ 1 แสดงการจัดอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรชุมชนนักเล่าเรื่อง

ตอนที่ 3 ผลการพัฒนา Digital Storytelling ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านนวัตกรรมชุมชนนักร้อง

จากผลการศึกษาในตอนที่ 1 ศึกษาบริบทและภูมิปัญญาชุมชนทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำมาสังกัตองค์ความรู้ และจากการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ในตอนที่ 2 ทำให้ชุมชนมีทักษะมีความสามารถในการได้ร่วมกันออกแบบการพัฒนา Digital Storytelling

สรุปผลการนำองค์ความรู้ที่สกัดได้จากตอนที่ 1 และการจัดอบรมในตอนที่ 2 ไปออกแบบตัวการ์ตูน โลโก้ Infographic เพื่อนำไปจัดทำ E-Book และผลจากการพัฒนาศักยภาพความเป็นนวัตกรรมชุมชนนักร้องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวได้ร่วมกันออกแบบการพัฒนา Digital Storytelling จำนวน 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านป่าตาล หมู่บ้านแม่กำปอง และหมู่บ้านโป่งกวาว นำองค์ความรู้ที่สกัดได้ไปออกแบบตัวการ์ตูน โลโก้ โดยออกแบบตัวการ์ตูนหมู่บ้านป่าตาล จำนวน 23 ภาพ หมู่บ้านแม่กำปอง จำนวน 18 ภาพ และหมู่บ้านโป่งกวาว จำนวน 8 ภาพ



ภาพที่ 2 แสดง E-Book บ้านแม่กำปอง



ภาพที่ 3 แสดง E-Book บ้านป่าตาล



ภาพที่ 4 แสดง E-Book บ้านโป่งกวาว

สรุปผลการสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท้องถิ่น เกี่ยว การพัฒนาศักยภาพความเป็นวัดกร ชุมชนนักร้องเรื่องสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น และการพัฒนา Digital Storytelling เพื่อถ่ายทอด เรื่องราวของชุมชนผ่านวัดกรชุมชนนักร้องเรื่อง ทำให้ได้ E-Book และคลิปท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอด เรื่องราวของชุมชน จำนวน 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านป่าตาล หมู่บ้านแม่กำปอง และหมู่บ้านโป่งกวาว รายละเอียดดังเว็บไซต์ <https://digitalstorytelling.illskill.com>



ภาพที่ 4 แสดงการออกแบบเว็บไซต์ Digital Storytelling ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านวัดกรชุมชนนักร้องเรื่อง

ที่มา: (Chaiyasut, 2022b)

ผลการทดลองใช้สื่อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทดลองใช้มีความพึงพอใจต่อสื่อในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.65 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการใช้ประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความถูกต้อง และความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ E-book และ Clip

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลจากการศึกษานี้จะส่งผลให้ได้นวัตกรรมชุมชนนักร้องมีอาชีพเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวผ่านพลังนวัตกรรมชุมชนนักร้อง มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยว ยกกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง

การอภิปรายผลการสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำมาทำ Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยว ใช้แนวทางการยกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านพลังนวัตกรรมชุมชนนักร้อง (Atkinson, 1998) และเทคนิคในการพัฒนานวัตกรรมนักร้องของชุมชน (Czarniawska, 2004) แนวคิดการศึกษาริบทและภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยวตามแนวคิดของฟรานซ์ โบแอส (Boas, 1940) เพื่อเข้าถึงบริบทของชุมชน สำรวจวิถีชีวิต ค่านิยม สัญลักษณ์ ประเพณี การดำรงอยู่ของชุมชน โดยการสืบย้อนอดีตจากการสืบทอดของคนในสังคมที่ผ่านมาด้วยการบอกเล่าจากปราชญ์ภูมิปัญญาชุมชนถึงที่มาของวิถีชีวิต ค่านิยม วัฒนธรรม และมรดกภูมิปัญญา แนวคิดของครีฟฟอร์ดเกียร์ซ และคลีฟฟอร์ดคลีฟฟอร์ด (Clifford, 1973) เพื่อวิเคราะห์ตีความหมายของภูมิปัญญาชุมชน และจัดระบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชุมชนท่องเที่ยว แนวคิดการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านเทคโนโลยี (Department of Tourism, 2019) เพื่อการยกระดับและเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชุมชน ด้วยกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนและตามแนวทางการวิเคราะห์ การออกแบบ และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อจัดทำสื่อ Digital Storytelling ของ ADDIE Model (Seels & Glasgow, 1998) ผลจากการศึกษานี้จะส่งผลให้ได้นวัตกรรมชุมชนนักร้องมีอาชีพเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวผ่านพลังนวัตกรรมชุมชนนักร้อง มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยว ยกกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับ จริยา สุพรรณ และคณะ (Supun et al., 2022) ศึกษาการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี พบว่า พื้นที่ทั้ง 14 แห่งมีความรู้เรื่องราวท้องถิ่นที่นำมาพัฒนาหรือต่อยอดได้ 57 เรื่อง

จัดเก็บความรู้ในรูปแบบของเว็บไซต์และคู่มือการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และประภาภรณ์ รัตน์ (Ratano, 2019) วิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการสืบทอดและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ประเพณีบุญผะเหวดจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของประเพณี กระบวนการสื่อสารเพื่อสืบทอด และการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวประเพณีบุญผะเหวดจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างยั่งยืน

การอภิปรายผลการพัฒนาศักยภาพ โดยจัดอบรมพัฒนาศักยภาพความเป็นวัดกรชุมชนนักร้อง เรื่อง พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรม มีความพึงพอใจมากที่สุด โดยโครงการนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชนได้ และมีความต้องการให้มีการจัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ กรรณกนิลคำ (Nindum, 2020) ศึกษาการสร้างการเล่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย โดยการท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถสร้างการเล่าเรื่องด้วยการเลือกวิธีการเล่าเรื่องที่นำเสนอผสมผสานไปกับเรื่องราวของชุมชน สินค้า บริการ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไว้ด้วยกัน ส่งผลให้เพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้ง สมปอง มุลมณี และ กรรณ สุขุม (Mulmanee, 2021) ศึกษาเรื่องเล่าประจำถิ่นจังหวัดจันทบุรี การสร้างพื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม พบว่า เรื่องเล่าประจำถิ่นที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างพื้นที่เชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี นอกจากนั้นแล้ว กัลยา ยศคำลือ (Yoskhamlue, 2022) ศึกษา การมีส่วนร่วมเรียนรู้เพื่อทำเรื่องเล่าชุมชนบ้านท่าดีหมี อำเภอเชียงदान จังหวัดเลยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวสกายวอล์กเลย ยงยุทธ แก้วอุดม และ มนรัตน์ ใจเอื้อ (Kaewudom & Jaieua, 2025) ศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองสู่การเป็นเมืองน่าเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ทำให้สามารถพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยว

การอภิปรายผลการพัฒนา Digital Storytelling ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนผ่านวัดกรชุมชนนักร้อง เรื่อง สรุปผลจากการศึกษานี้จะส่งผลให้ได้นักกรชุมชนนักร้องเรื่องมีอาชีพเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวผ่านพลังนักกรชุมชนนักร้อง เรื่อง มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยว ยกกระดับอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง โดยวิเคราะห์และตีความหมายของภูมิปัญญาชุมชน และจัดระบบฐานข้อมูลภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชุมชนท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชุมชน ด้วยกระบวนการชูคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนและตามแนวคิดการวิเคราะห์การออกแบบ และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อจัดทำสื่อ Digital Storytelling ของ ADDIE Model (Seels & Glasgow, 1998) ซึ่งมีขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ได้แก่ การวิเคราะห์ (Analysis) การออกแบบ (Design) การพัฒนา (Development) การนำไปใช้ (Implementation) และการประเมินผล (Evaluation) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้ สื่อ Digital Storytelling ที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่มีการนำระบบดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาสื่อเทคโนโลยี อาทิเช่น งานวิจัยของสาธิตา แก้วเหล็ก และ ชินิเพ็ญ มะลิสสุวรรณ (Kaewlek & Malisuwan, 2025) พัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้เข้าถึงข้อมูลที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมได้ดียิ่งขึ้น และมุ่งเน้นเฉพาะประเด็นสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยว รู้จัก จดจำ สนใจ เข้าใจเนื้อหาที่น่าสนใจ นอกจากนี้แล้ว พนธรส ไชยสุต และ วินารัตน์ แสงวงกิจ (Chaiyasut & Sawangkij, 2022) พัฒนาสื่อแอปพลิเคชัน Smart Learning Smart Lanna Job เพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตเกี่ยวกับภูมิปัญญาปราชญ์ล้านนาด้านทักษะอาชีพวิถีล้านนา และ พนธรส ไชยสุต (Chaiyasut, 2022a) พัฒนาแอปพลิเคชันอุ้ยสอนหลาน เรียนรู้สืบสานภูมิปัญญาชุมชน เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชน และงานวิจัยของวิสิทธิ์ บุญชุม และคณะ (Boonchom et al., 2020) ที่ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน สำหรับการเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งระบบดังกล่าวทำให้ใช้งานง่าย เข้าถึงข้อมูลรวดเร็วและน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับ อุมาภรณ์ เหล็กดี (Lagdee, 2014) ที่ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า สื่อแอปพลิเคชันที่เผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้ดีมากที่สุดและมีคุณภาพมากที่สุด อีกทั้งการเรียนรู้ของศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ ในปัจจุบัน สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านระบบนวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายประหยัดเวลาในการเดินทางไปศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ ดังนั้นการพัฒนาระบบการจัดการความรู้อัตลักษณ์ภูมิปัญญาชุมชนมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษานี้ทำให้ได้นวัตกรรมชุมชนนักเล่าเรื่องมืออาชีพที่มีความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนท่องเที่ยว มี Story Telling เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง จากการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานระดับประเทศควรมีนโยบายในการให้ความสำคัญในการส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชน ที่เน้นการจัดทำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดการความรู้อัตลักษณ์ภูมิปัญญาชุมชน และสามารถนำไปใช้เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนที่จะช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนอย่างลึกซึ้ง และสร้างเรื่องให้จดจำ (Brand Storytelling) อย่างมาเที่ยว

2. หน่วยงานระดับประเทศควรมีนโยบายในการปรับกระบวนการขั้นตอนของการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้มีการบูรณาการการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล กับกระบวนการจัดการความรู้อัตลักษณ์ภูมิปัญญาชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ

3. หน่วยงานระดับประเทศควรมีนโยบายในการส่งเสริมพัฒนาทักษะและสมรรถนะดิจิทัลให้ชุมชนท่องเที่ยว เพราะจะเป็นส่วนสำคัญในการนำมาพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนผ่านสื่อเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. เนื่องจากการสกัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรมชุมชนในครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านเนื้อหาศึกษาเฉพาะด้านที่โดดเด่นของทั้ง 3 ชุมชน ซึ่งยังมีภูมิปัญญาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนอื่นๆ ที่สำคัญในแต่ละพื้นที่อีกเป็นจำนวนมาก ดังนั้นควรมีการจัดหมวดหมู่ในการศึกษาในด้านอื่นๆ ที่ใหญ่มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถเป็นแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชนท่องเที่ยว ผ่านวัฒนธรรมชุมชน อีกทั้งในการพัฒนาศักยภาพชุมชนอาจมีข้อกีดในด้านความรู้ด้านเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ หากมีการจัดอบรมบ่อยขึ้น อาจทำให้ชุมชนมีความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น

2. ผลงานวิจัยนี้ได้จัดทำสื่อ E-Book Clip และ เว็บไซต์ แต่ยังขาดการออกแบบและการใช้งานในเทคโนโลยีอื่นๆที่กำลังนิยมในยุคปัจจุบัน เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน การท่องเที่ยวชุมชนในโลกเสมือนจริง เมตาเวิร์ส

กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) พ.ศ. 2566 รหัสหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ IRBCMRU 2021/103.02.1

บรรณานุกรม

- Atkinson, R. (1998). Contexts and uses of life stories. In *The life story interview*. Sage.
- Boas, F. (1940). *Language and culture*. New York: The Macmillan.
- Boonchom, V., Khamdam, K., & Kreutong, R. (2020). The development of android application for disseminating Thai cultural heritage of the lower Southern Provinces of Thailand. *Thaksin University Journal*, 23(3), 31–40. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/tsujournal/article/view/240094> [in Thai]
- Chaiyasut, K. (2022a). Application Development of "Oui Soan Lan" to Learn and Inherit the Wisdom of the Community. *Journal of Information Science Research and Practice*, 40(3), 62–78. <https://doi.org/10.14456/jiskku.2022.18> [in Thai]

- Chaiyasut, K. (2022b). *Digital Storytelling: Enhancing the Inno-Life Tourism Community Prototype Identities Through the Power of the Community Innovators Storytellers*.
<https://digitalstorytelling.illskill.com> [in Thai]
- Chaiyasut, K., & Sawangkij, W. (2022). *Smart Learning Smart Lanna Job Application to develop lifelong learning resources about Lanna wisdom teachers and philosophers in the field of Lanna vocational skills*. <https://smartlanna.illskill.com/> [in Thai]
- Clifford, G. (1973). *Thick description: Toward an interpretive theory of culture*. In C. Geertz (Ed.), *The interpretation of cultures: Selected essays* (pp. 3–30). Basic Books.
- Colón, G. A. T., & Hobbs, C. A. (2015). The Intertwining of Culture and Nature: Franz Boas, John Dewey, and Deweyan Strands of American Anthropology. *Journal of the History of Ideas*, 76(1), 139–162.
<http://www.jstor.org/stable/43948728>
- Community Development Department. (2018). *Guidelines for the OTOP Nawatwithi community tourism project*. Community Development Department, Ministry of Interior. [in Thai]
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in social science research*. Sage.
- Department of Tourism. (2019). *Community tourism personnel development manual*. Party Boom. [in Thai]
- Kaewlek, S., & Malisuwan, C. (2025). Development of infographic media to promote tourism in the three southern border provinces. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 45(1), 159–184. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/article/view/278044> [in Thai]
- Kaewudom, Y., & Jaiuea, M. (2025). Guidelines for developing secondary cities into tourist attractions worth visiting for senior tourists with spending potential. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 45(1), 185–210. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/article/view/279125> [in Thai]
- Lagdee, U. (2014). The application development for local knowledge distribution in Maha Sarakham Province. *Journal of Technology Management Rajabhat Maha Sarakham University*, 1(1), 66–72. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/itm-journal/article/view/111445> [in Thai]

- Levi-Strauss, C. (1966). Anthropology: Its achievements and future. *Current Anthropology*, 7(2), 124–127. <http://www.jstor.org/stable/2740022>
- Mulmanee, S. (2021). Local narratives of Chanthaburi: The relation of space construction for eco-tourism management in Chanthaburi. *Wiwitwannasan*, 5(3), 337–358. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wiwitwannasan/article/view/251221> [in Thai]
- Nindum, K. (2020). Creation storytelling of health tourism sites in Chiang Rai. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 14(2), 109–135. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/245044> [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *The thirteenth national economic and social development plan (2023–2027)*. Office of the National Economic and Social Development Council. [in Thai]
- Ratano, P. (2019). Communication for inheriting and sustainable tourism development: A case study of Bun Phawet Festival in Roi Et. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 13(2), 158–189. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/241038> [in Thai]
- Seels, B., & Glasgow, Z. (1998). *Making instructional design decisions* (2nd ed.). Merrill.
- Supun, J., Ratanasuwongchai, N., & Chuenka, R. (2022). Knowledge management for developing creative tourism story and activities in Chainat, Singburi and Lopburi Provinces. *Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*, 4(3), 560–574. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/264536> [in Thai]
- Wattanakul, S., Ekiem, B., Panyadee, C., & Techatunminasakul, S. (2023). The strategy of OTOP Nawatvithi community tourism development for Banpattan, Buak Khang Sub-District San Kam Phaeng District, Chiang Mai Province. *School of Administrative Studies Academic Journal*, 6(2), 102–119. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SASAJ/article/view/263532> [in Thai]
- Yoskhamlue, K. (2022). Participation of Learning Storytelling in communication Ban Thademee Ching Karn District Loei Province for support tourism skywalk Loei. *Journal of Thammasat*, 3(2), 39–49. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/tmwj/article/view/583> [in Thai]