

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก
ของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
The Development Product of Wellness Tourism to Promote the Local
Economy of Ban Kiew Community based Tourism Group,
Mae Tha District, Lampang

เกศณีย์ สัตตัตถนขจร¹, สอนธิยา สุวรรณราช², กมลวรรณ ทาวัน³, สุพรรณิ คำวาส⁴,
อัจฉรา เมฆสุวรรณ⁵, อัญธิชา รุ่งแสง⁶ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช⁷

Ketsanee Sattarattanakhachon¹, Sonthiya Suwannaraj², Kamonwan Tawan³,
Supunnee Kamwass⁴, Atchara meksuwan⁵, Anthicha Rungsang⁶ and kajohnsak Wongwirach⁷

^{1,3} อาจารย์ สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

^{2,4} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

^{5,7} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁶ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Corresponding Author: Ketsanees@gmail.com

Received: April 8, 2026. Revised: August 3, 2026. Accepted: August 18, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิว 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าชุมชน และ 3) จัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิวจำนวน 30 คน ใช้การสัมภาษณ์ การสังเกต และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ผลการศึกษาจากการประเมินศักยภาพ พบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิวมีศักยภาพเอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านภูมิปัญญา สินค้าเกษตรปลอดภัย แต่ขาดคนรุ่นใหม่เข้ามาขับเคลื่อนทำให้ขาดนักสื่อความหมายรวมถึงขาดแผนการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่ชัดเจน ส่วนโอกาสคือภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนาคือคุณภาพและบริการด้านการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาสินค้าชุมชนให้มีอัตลักษณ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าชุมชนคือกิจกรรมการแช่เท้าสมุนไพร การทำถุงหอม การทำบัวลอยไข่ดำ การสานตาแหลว และการทำ ECO Print การพัฒนาสินค้าชุมชน คือ น้ำพริกไข่ดำ ผงกล้วยอบแกล้ม สินค้าจากผ้าขี้ม่อน ผ้าขี้ม่อนผสมไหม สินค้าจากไม้ไผ่ การสื่อสารการตลาดโดยออกแบบโลโก้กลุ่มฯและเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทาง 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน รวมถึงคู่มือโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยว สื่อวีดิทัศน์เผยแพร่ทาง ยูทูบ และเฟซบุ๊ก

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This research aimed to 1) study and analyze the potential of the Ban Kiew Community-Based Tourism Group, 2) develop wellness tourism products and community products, and 3) design wellness tourism routes linking tourist attractions within Mae Tha District, Lampang Province. The target group consisted of 30 members of the Ban Kiew Community-Based Tourism Group. Data were collected through interviews, observations, and knowledge-sharing activities.

The potential assessment revealed that the Ban Kiew Community-Based Tourism Group had potential for wellness tourism management, particularly in terms of local wisdom and safe agricultural products. However, the group lacked participation from younger generations, resulting in a shortage of local interpreters and the absence of a clear tourism development plan. In terms of opportunities, government agencies had promoted wellness tourism. The development approaches focused on improving the quality of tourism services, creating added value, and developing distinctive community products that reflected local identity.

The wellness tourism products and community-based tourism activities developed included herbal foot soaking, scented sachet making, bua loi with *Wolffia globosa* (Kai Pam), traditional Ta-Laew basket weaving, and eco-printing. The community products developed included *Wolffia globosa* chili paste, organic banana powder, products made from perilla fabric, perilla-and-bamboo blended fabric products, and bamboo products. For marketing communication, a group logo was designed, along with one-day and two-day, one-night tourism routes and a tourism route program guide. In addition, video media were produced and disseminated through YouTube and Facebook.

Keywords : Product Development, Health Tourism, Community-Based Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดของโลก ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด19 ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพทั้งด้านร่างกาย จิตใจและคุณภาพชีวิตควบคู่ไปกับการเดินทางท่องเที่ยว ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเปลี่ยนจากการรักษาพยาบาลเพียงอย่างเดียวไปสู่การสร้างประสบการณ์ด้านสุขภาพแบบองค์รวม ที่ผสมผสานธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพเข้าด้วยกัน ประเทศไทยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ โดยยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งเน้นยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวคุณภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูมิภาค ควบคู่กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามแนวคิด BCG Economy Model ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรชีวภาพ การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนและสิ่งแวดล้อม จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพรไทยและวิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงเอกลักษณ์ สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของในพื้นที่ การกระจายรายได้และการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอันสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางการออกแบบกิจกรรมและการจัดการการท่องเที่ยว

บ้านก๊วกตั้งอยู่ในตำบลบ้านก๊วก อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ เป็นพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การนวดและประคบสมุนไพร มีการปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพ ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้ โดยกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านก๊วกเกิดจากกลุ่มคนที่รักสุขภาพรวมตัวกันปั่นจักรยานออกกำลังกายเห็นศักยภาพในพื้นที่และอยากให้มีคนมาท่องเที่ยว จึงเริ่มมีการจัดการตั้งกลุ่มท่องเที่ยว เริ่มต้นจากพานักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและสวนเกษตรอินทรีย์ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักคือ วัดดอยพระมาน วัดนาตหลวง บ้านหลุก (หมู่บ้านแกะสลัก) มีการบริการที่พักโฮมสเตย์ (Homestay) 5 หลัง มีอาหารทำจากเกษตรอินทรีย์ รวมถึงของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของชุมชนยังพบข้อจำกัดในด้านการเชื่อมโยงกิจกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาด ทำให้ศักยภาพดังกล่าวยังไม่ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่

ดังนั้น โครงการวิจัยนี้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพเป็นทุนเดิมของชุมชนเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและสินค้าชุมชนให้มีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ โดยมีการออกแบบโปรแกรมและเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นภายในอำเภอแม่ทะ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมถึงการทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวร่วมกับการสร้างภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว อันจะส่งผลให้สามารถยกระดับเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนให้เกิดการประกอบอาชีพที่มั่นคง ยกระดับคุณภาพชีวิตและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านก๊วก
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าชุมชนของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านก๊วก
3. เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism: CBT)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวคิดของประเทศไทย หรือ CBT Thailand เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานและมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการบริหารจัดการ โดยประชาชนในชุมชนมีบทบาทในการวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินงานและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท., 2561)

โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีแนวคิดสำคัญในการพัฒนา คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้บริหารจัดการ 2) การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน 3) การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 4) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 5) การเรียนรู้ร่วมกัน และ 6) การพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้านคือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ ซึ่งในมิติของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความพร้อมอย่างน้อย 4 เรื่อง คือโปรแกรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบการบริหารจัดการ (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550)

ด้วยข้อมูลดังกล่าวเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน การเป็นเจ้าของของชุมชน และการบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยมีพื้นฐานจากการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาที่ยั่งยืน การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งทั้งหมดล้วนมุ่งสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นประเด็นหลักในการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิว

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อแสวงหาการบำรุงรักษาหรือการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของบุคคล มีขอบเขตถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลสุขภาพในเชิงการป้องกันในลักษณะเป็นองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสมัครใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ (Global Wellness institute, 2018) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้นิยามของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Wellness Tourism เป็นการดูแลและส่งเสริมสุขภาพเชิงป้องกันเพื่อสร้างความสมดุลทั้งร่างกายและจิตใจ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ Medical Tourism เป็นการเดินทางเพื่อรับการรักษาโรคหรือบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง ขณะที่การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ Health Tourism คือแนวคิดการเดินทางแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทั้งการส่งเสริม ฟิตเนส และรักษาสุขภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว

อย่างรอบด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) อาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวและทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy)

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวและรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2026)

ด้วยข้อมูลดังกล่าวเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้นำมาเป็นประเด็นหลักในการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำมาข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

แนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมและจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามวิถีชีวิตของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (Richards, G., 2010) ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจุดเน้นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรม การท่องเที่ยวของชุมชนและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยวและการเข้าร่วมเชิงปฏิบัติในกิจกรรม สอดคล้องกับแนวคิดทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience Tourism) ที่นักท่องเที่ยวร่วมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ โดยนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวปรารถนามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวปฏิบัติตนเช่นเดียวกับคนในชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรม ใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับผู้คนในท้องถิ่น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท., 2561)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามวิถีชีวิตของพื้นที่ มาใช้เป็นหลักในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิว

แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

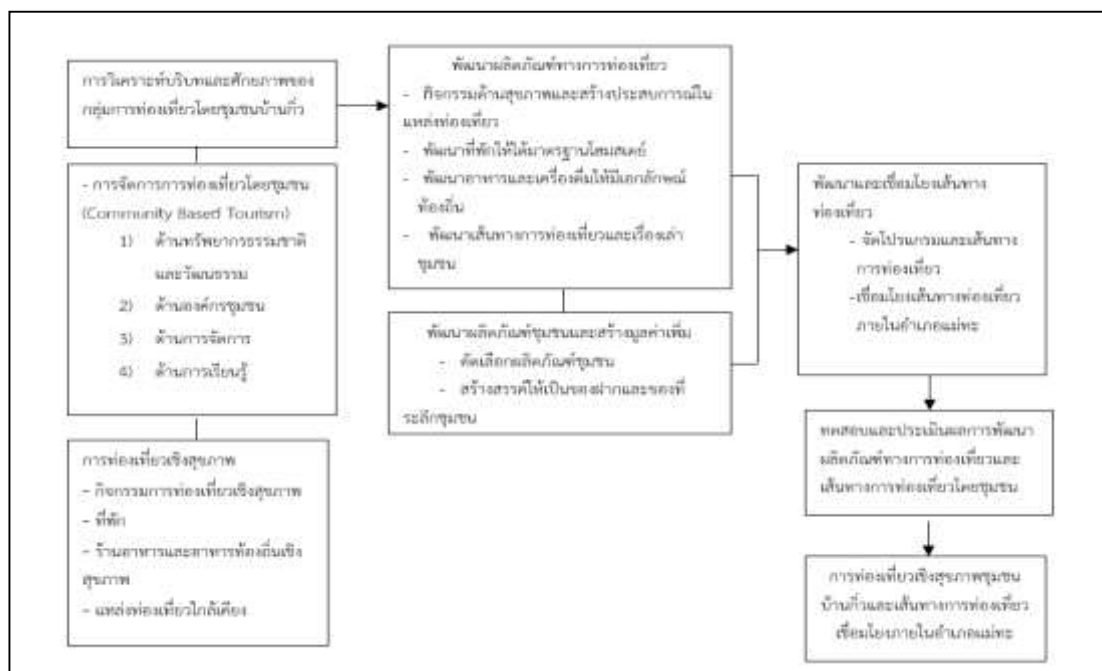
ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สินค้าและบริการที่เกิดขึ้นจากคนในชุมชน ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้สินค้าต้องมีการพัฒนา โดยการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ชุมชน ปัจจุบันจัดอยู่ใน 4 รูปแบบ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ยังคงการใช้สอยในรูปแบบเดิม ผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุงบางส่วน ผลิตภัณฑ์ที่ถูก

ประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์ที่สูญหายไป ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้านคุณค่าของงานหัตถกรรมจะพบว่างานหัตถกรรมพื้นบ้านมีคุณค่า ที่น่าสนใจในคุณค่าทางด้านจิตใจสิ่งของทุกอย่างในโลกเมื่อมีการใช้สอยด้วยระยะเวลาที่ยาวนาน คุณค่าทางด้านวิถีชีวิต การคิดสร้างสรรค์งานของผู้คนแต่ละเผ่าพันธุ์ คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอยและความงาม และคุณค่าทางด้านการสืบทอดฝีมือในการผลิต ซึ่งการมีส่วนร่วมในการเลือกรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามอัตลักษณ์ชุมชนทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวสามารถสร้างความยั่งยืนให้ชุมชน ส่วนแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ส่วนสำคัญคือ การพัฒนาคุณภาพวัสดุ การพัฒนาทักษะการผลิต การพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรได้รับการกำหนดให้เหมาะสมกับวิถีของชุมชน รวมทั้งการดำเนินธุรกิจวัฒนธรรมและศักยภาพเฉพาะตัวของวิสาหกิจชุมชนในแต่ละกลุ่ม (อัจจิมา ศุภจริยาวัตร, 2565)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มอาชีพในบ้านกิ้วเพื่อนำมาเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้บริโภคผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนแต่พัฒนาให้มีความน่าสนใจและแตกต่างจากเดิม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เริ่มจากการวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้วโดยใช้แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและสร้างมูลค่าเพิ่ม นำไปสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวพร้อมประเมินเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนบ้านกิ้วกับเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในอำเภอแม่ทะ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : คณะผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มเป้าหมายในการประชุมระดมความคิดเห็นและวิเคราะห์ศักยภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้วซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มอาชีพจักสานไม้ไผ่ จำนวน 5 คน กลุ่มอาชีพผู้สูงอายุผู้ทอ จำนวน 5 คน กลุ่มอาชีพนวดสมุนไพร จำนวน 5 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์และเครือข่ายผลิตภัณฑ์/สินค้าชุมชน จำนวน 15 คน รวม 30 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือใช้วัดประเมินความเหมาะสมของการเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงเส้นทางและกิจกรรม

2.2 แบบสัมภาษณ์ (interview form) เป็นเครื่องมือใช้ประกอบการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้ว โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 2 ท่าน ทำการตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำไปหาความเที่ยงตรงโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้เท่ากับ 0.50-1.00 ทั้งนี้ การดำเนินการใช้แนวคิดการตรวจสอบแบบสามเส้าเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่เครื่องมือและการใช้ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่แม่นยำยิ่งขึ้น

2.3 แบบสังเกต (observation form) เครื่องมือที่ใช้ในการสังเกตตรวจสอบรายการแบบ Check list สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้วที่มีบริการให้กับนักท่องเที่ยวและยังคงให้บริการหรือไม่

2.4 การจัดเวทีเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กระบวนการมีส่วนร่วมของนักวิจัยและชุมชนในการประเมินวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่และการสรุปเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** การเก็บข้อมูลทำให้ได้ข้อมูลสองส่วนคือข้อมูลจากการสำรวจและข้อมูลจากการสัมภาษณ์การประเมินโดยมีหัวข้อหลักจำแนกตามคำถามที่แตกออกมาจากวัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 การลงพื้นที่สำรวจพื้นที่เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกของชุมชนก่อนนำมาออกแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาเป็นแนวทางในการถามคำถามโดยเป็นชุดคำถามอย่างกว้างและชุดคำถามสัมภาษณ์เฉพาะ โดยใช้แบบตรวจสอบความครบถ้วนของการเก็บข้อมูล เพื่อควบคุมความครบถ้วนและความนิ่งของข้อมูล รวมถึงการออกแบบสังเกตเพื่อนำมาใช้ในการเก็บข้อมูล

3.2 การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่โดยนำประเด็นคำถามในแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสังเกตในการเก็บข้อมูล

3.3 การนำข้อมูลมาพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและนำมาทดสอบและประเมินความเหมาะสมโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้แบบประเมินในการเก็บข้อมูลและนำผลมาสรุปเพื่อพัฒนาปรับปรุงต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Content Analysis) ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และการสังเกตร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมในภาพรวมทางกายภาพและสังคมของชุมชนเกี่ยวข้องในประเด็นบริบทของชุมชน ความร่วมมือ ลักษณะเฉพาะ ปัญหาและความต้องการของคนในชุมชน

วิเคราะห์ข้อมูลได้โดยกำหนดเป้าหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตามโจทย์วิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมกับการนำเสนอผลการวิจัยโดยจำแนกเป็นประเด็นเนื้อหาและข้อมูลต่างๆ จากการได้มาด้วยการใช้เครื่องมือวิจัย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถวัดได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ในการสอบถามความคิดเห็นต่อโปรแกรมนำเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้ว

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้ว มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากฐานทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม มีพื้นที่ป่าและแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรอินทรีย์ 2) ด้านวัฒนธรรมชุมชนบ้านกิ้ว มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความเชื่อจะทำตามประเพณีของชาวล้านนา 3) ด้านองค์กรชุมชน มีการรวมกลุ่มอาชีพที่หลากหลาย อีกทั้งมีการส่งเสริมในการจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษบ้านกิ้ว กลุ่มสมุนไพรอินทรีย์ กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้า กลุ่มโคขุนทุ่งนางตอง และ 4) ด้านการเรียนรู้ มีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือนเช่นการทอผ้าและการทำเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ มีการบริการทางการท่องเที่ยว มีที่พัก มีอาหารจากเชิงดอย

นอกจากนี้ ในมิติของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า มี 1) โปรแกรมหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกี่ยวกับสุขภาพ คือ มีบริการนวด ประคบ อบสมุนไพร (wellness center) และมีศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรและหัตถกรรม 2) บริการด้านการท่องเที่ยว มีที่พักแบบโฮมสเตย์และที่พักแบบ HOME Lodge จำนวน 5 หลัง มีการบริการอาหารผักเชียงดาและผักอินทรีย์ เช่น ผักเชียงดา แกงเชียงดา ปลาอย่าง และก๋วยเตี๋ยวผักเชียงดา เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ผักอินทรีย์ สมุนไพร ชาเชียงดา น้ำมันไพร ผงขมิ้นชัน ผ้าทอขี้ม่อน จักสานไผ่หม่น ตะกร้าสาน เป็นต้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวก บ้านกิ้วมีโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการรองรับและให้บริการนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย ปลอดภัยในการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันไม่ก่อผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และ 4) ระบบการบริหารจัดการยังไม่มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจนมีเพียงแต่การประชุมและมอบหมายงาน มีการกำหนดอัตราค่าบริการที่เป็นมาตรฐาน เช่น ค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าที่พัก ค่าอาหาร แต่ยังไม่มีการจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งเข้าสาธารณประโยชน์ของชุมชน

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้วด้วย SWOT Analysis มีประเด็นสำคัญดังตาราง

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. มีทรัพยากรและภูมิปัญญาที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2. มีที่พักได้มาตรฐาน Home lodge และมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอาหารปลอดภัย 3. สมาชิกในกลุ่มฯมีความพร้อม และมีอัธยาศัยดี	1. ขาดการประชาสัมพันธ์ช่องทาง online ที่ทันสมัย 2. ขาดบุคลากรเป็นนักสื่อความหมายและคนรุ่นใหม่ในการบริหาร 3. ขาดแผนการพัฒนากองท่องเที่ยวและองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
โอกาส (Opportunities)	ข้อจำกัด/อุปสรรค (Threats)
1. อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ง่าย 2. นโยบายภาครัฐและกระแสการรักษาสุขภาพช่วยหนุนเสริมการท่องเที่ยว 3. ได้การสนับสนุนทางวิชาการสถาบันการศึกษาและงบประมาณจากภาครัฐ	1. การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศทำให้กระทบต่อการบริการให้นักท่องเที่ยว 2. สภาพเศรษฐกิจที่มีความผันผวนทำให้กระทบต่อการซื้อของนักท่องเที่ยว 3. การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกขาดการต่อเนื่อง

กลยุทธ์ TOWS Matrix ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนดังนี้

1. การสื่อสารการตลาด จัดทำสื่อสังคมออนไลน์ การสร้าง content marketing และจัดแคมเปญโปรโมชัน ตามฤดูกาล (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
2. การพัฒนาบุคลากร การอบรมเพิ่มทักษะการบริหารจัดการท่องเที่ยว ทักษะนักสื่อความหมาย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพิ่มสมาชิกกลุ่มคนรุ่นใหม่ และการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นระบบ(กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
3. การยกระดับการบริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีอัตลักษณ์ จัดบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) และมุ่งเน้นการบริการที่เป็นเลิศ (กลยุทธ์เชิงรุก)
4. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนและชุมชนใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว (กลยุทธ์เชิงรุก)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกัว

ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนโดยออกแบบเน้นการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตามทุนทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนที่บูรณาการกิจกรรมด้านสุขภาพและการเรียนรู้ ได้แก่ การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ การแปรรูปสมุนไพร การทอผ้า การจักสาน การทำ Eco printing ควบคู่กับการใช้วัตถุดิบผักอินทรีย์และอาหารพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความโดดเด่นและสอดคล้องกับตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยยังคงอัตลักษณ์ชุมชนเช่น ชาเชียงดา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผ้าฝ้ายลายงาช้างม่อน และผลิตภัณฑ์จักสานเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้แก่ชุมชนดังนี้

1. ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ รวมถึงอาหารสุขภาพเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.1 กิจกรรมแช่เท้าด้วยสมุนไพรท้องถิ่นและขมิ้นชันแดงสยาม: สมุนไพรขมิ้นชันแดงสยามกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของขมิ้นชันแดงสยามจากการเพาะปลูกของชุมชนและเป็นการต่อยอดจากการวิจัยในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้นในการจัดการท่องเที่ยวจากองค์ความรู้ที่มีอยู่ของชุมชน เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลายจากการเดินทางท่องเที่ยว

1.2 กิจกรรมการทำถุงหอมจากผ้าจกขี้ม่อน: การทอผ้าจากภูมิปัญญาสู่สินค้าชุมชนเป็นการนำผ้าฝ้ายทอมือลายจกขี้ม่อน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตำบลบ้านกิว มาตัดเย็บเป็นถุงและนำสมุนไพร ดอกไม้ในท้องถิ่นมาทำเป็นบุหงาและใช้น้ำมันหอมระเหยกลิ่นสมุนไพร เป็นการใช้ทุนของชุมชนในการต่อยอดเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมถึงการอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาในการทอผ้าของชุมชน กิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายและน่าเป็นของที่ระลึก

1.3 กิจกรรมการทำบัวลอยไข่ดำ: อาหารถิ่นกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การนำอาหารทุนทางด้านเกษตรของกลุ่มสมาชิก มาทำเป็นกิจกรรมผสมผสานกับองค์ความรู้ขนมไทยเป็นบัวลอยไข่ดำซึ่งไข่ดำ เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้รักสุขภาพ ถือว่าเป็นซูเปอร์ฟู้ด เนื่องจากมีคุณค่าทางอาหารสูง เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวในการทำบัวลอยไข่ดำด้วยตนเอง

1.4 กิจกรรมการทำ ECO Print: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการอนุรักษ์ เป็นกิจกรรม Low Carbon Tourism เป็นกิจกรรมนำทุนของพื้นที่ในการนำดอกไม้ ใบไม้ในพื้นที่มาออกแบบลงบนกระเป๋าสีฟ้า ฝ้ายและนำมาทาบเพื่อให้สีของดอกไม้และใบไม้ลงบนกระเป๋าสีฟ้า เป็นสีธรรมชาติ ออกมาเป็นชิ้นงานที่กักเก็บสี สันนิษฐาน และลดละลายมีชีวิตของเหล่าดอกไม้เอาไว้เรียกว่า ECO Print ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทำให้นักท่องเที่ยวมีสมาธิและความภูมิใจงานฝีมือของตนเอง

1.5 กิจกรรมการทำพวงกุญแจตาแหลว: ตาแหลวกับความเชื่อของคนล้านนาสู่กิจกรรมการท่องเที่ยว การนำเอาภูมิปัญญาชุมชนมาทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงการดูแลสุขภาพทางจิตใจ โดยในการสานตาแหลวต้องใช้สมาธิในการสาน ในแต่ละชิ้นและนำมามัดรวมกัน ในเชิงจิตใจทำให้มีสมาธิ และมีความสุขและความภูมิใจ เมื่อทำเสร็จและนำกลับไปใช้เป็นเครื่องราง โดยเชื่อมโยงกับความเชื่อว่าจะสามารถป้องกันอันตราย กิจกรรมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีสมาธิและเป็นการดูแลสุขภาพทางจิตใจ



ภาพที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้ว
ที่มา : คณะผู้วิจัย

การพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น

พื้นที่บ้านกิ้วมีการทำการเกษตรปลูกผักอินทรีย์ โดยผักที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปคือ ผักเชียงดา มีประโยชน์ลดน้ำตาลในเลือด มีการแปรรูปเป็นชาเชียงดาและนำมาทำเป็นอาหาร เช่น ผัดผักเชียงดาใส่ไข่ แกง ผักเชียงดาปลาแห้งและก๋วยเตี๋ยวผักเชียงดาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในการพัฒนาอาหารจากทุนทางด้านการเกษตรของกลุ่มสมาชิกคือ ไข่ผ่าโดยนำมาทำเป็นของหวาน คือบัวลอยไข่ผ่า นอกจากพัฒนาเป็นอาหารหวานสำหรับนักท่องเที่ยว ยังจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. การพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน

ผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของกลุ่มการท่องเที่ยวฯ โดยแบ่งเป็น 1) ผลิตภัณฑ์จากผลิตทางการเกษตร คือ น้ำพริกไข่ผ่า และผงกล้วยบดออร์แกนิก ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรจากการทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยของคนในชุมชน และ 2) ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม จากผ้าทอลายขี้ม่อน ได้แก่ ย้อม และหมอนใบชา โดยพัฒนาลายปักบนผ้าเพื่อสร้างการจดจำด้วย “ลวดลายใบเชียงดา” และงานหัตถกรรมประเภทไม้ คือผลิตภัณฑ์ที่รองจานและรองแก้วจากผ้าทองขี้ม่อนผสมดอกสีธรรมชาติ

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นการประยุกต์วัสดุท้องถิ่น และงานฝีมือในกระบวนการผลิต เพื่อเกิดรูปทรงและลวดลายใหม่ สามารถใช้สอยตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่นผลิตภัณฑ์ผ้าทอผสมดอกสี และผลิตภัณฑ์ผ้าทอปักลาย มีการปรับปรุงบางส่วน ให้มีความหลากหลายไม่ลอกเลียนแบบ มีเพียงชิ้นเดียว นำไปสู่การสร้างคุณค่าด้านจิตใจ ซึ่งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนนี้ส่งผลให้ 1) พัฒนาทักษะคนในชุมชนซึ่งเป็นผู้ผลิตผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนฝีมือคนใน

ชุมชนทั้งในการออกแบบกิจกรรมและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายขีดความสามารถด้านทักษะ 2) พัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกนำไปใช้ประโยชน์ให้ตรงตามต้องการ และ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำอัตลักษณ์ชุมชนมาออกแบบกิจกรรม บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่สามารถสะท้อนคุณค่าได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอแม่ทะจังหวัดลำปางและการจัดสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกิจกรรมภายในชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในอำเภอแม่ทะ โดยบูรณาการทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพเข้าด้วยกัน พร้อมจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว โดยมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอแม่ทะ คือโปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วันและ 2 วัน 1 คืน ภายใต้แนวคิด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางกายและทางใจ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ในการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยว พบว่าเส้นทางที่พัฒนามีความเหมาะสม สามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวและเพิ่มโอกาสในการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนดังนี้

1. โปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วันและ 2 วัน 1 คืน ภายใต้แนวคิด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางกายและทางใจ โปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน “สร้างเสริมเติมพลังจิตใจจากวิถีชุมชนคนบ้านกัว” เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพกายและใจของนักท่องเที่ยว ที่สนใจกับการเติมพลังให้กับตนเองเพื่อเยียวยาจิตใจและฟื้นฟูพลังสร้างสมดุลให้ชีวิต จากทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น โดยโปรแกรมมีกิจกรรมที่หลากหลายได้ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ ประกอบด้วย การแช่เท้าด้วยสมุนไพร การเรียนรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์และสมุนไพร การทำอาหารและขนมจากผลผลิตทางการเกษตรเพื่อสุขภาพ และการเรียนรู้การทอผ้า การทำพวงกุญแจจากฐานความเชื่อ การพักผ่อนในบรรยากาศที่เงียบสงบและเป็นธรรมชาติ ส่วนโปรแกรมการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน “สร้างเสริมเติมพลังจิตใจจากวิถีชุมชนคนบ้านกัวเชื่อมโยงท้องถิ่นอำเภอแม่ทะ” มีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอแม่ทะ ดังภาพ



ภาพที่ 4 การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้ว
ที่มา : คณะผู้วิจัย

2. การทดสอบเส้นทางตามโปรแกรมการท่องเที่ยว มีเข้าร่วม 20 คนเป็นนักวิชาการเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 6 คนและสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 14 คน ผลการทดสอบเส้นทางพบว่าเส้นทางตามโปรแกรมการท่องเที่ยวภาพรวม มีความเหมาะสมระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, $S.D.=0.07$) โดยมีจุดเด่น ความเพียงพอของที่จอดรถ การต้อนรับของชุมชน และความเหมาะสมของแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ส่วนข้อเสนอแนะ ควรเพิ่มความชัดเจนของป้ายบอกทาง พัฒนาทักษะการถ่ายทอดความรู้ของสถานที่และเพิ่มผู้นำเที่ยวในชุมชน และ การบริหารจัดการควรมีการแบ่งความรับผิดชอบให้ชัดเจน

3. สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีการจัดทำทั้งเป็นรูปแบบสื่อภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งสื่อแผ่นพับเพื่อใช้ในการแนะนำการท่องเที่ยว สื่อป้ายเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนบ้านกิ้วและสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้สื่อผ่านทางช่องทาง Youtube <https://youtu.be/6hGy1xw9Ekw> และ Facebook ของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้ว <http://www.facebook.com/CBTbankiew>



ภาพที่ 5 การพัฒนาคู่มือโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ที่มา : คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 6 ป้ายแนะนำการท่องเที่ยว
ที่มา : คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 7 สื่อนำเสนอท่องเที่ยวชุมชนบ้านกัว
ที่มา : Youtube <https://youtu.be/6hGy1xw9Ekw>

โดยสรุปผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าชุมชนบ้านกัวมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น หากมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ การตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จะสามารถยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกัวให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ศักยภาพบ้านกุ่มมีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนา ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย และทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาวะของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ที่มองว่าการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเป็นการเดินทางเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และวิถีชีวิต ผ่านประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชน มากกว่าการรักษาโรคเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ บ้านกุ่มมีทรัพยากรที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพได้อย่างหลากหลาย เช่น การแช่เท้าสมุนไพร การทำสมาธิ การใช้สมุนไพรพื้นบ้าน และการบริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งล้วนตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness) นอกเหนือจากการพักผ่อนทั่วไป

ส่วนในมิติของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าความเข้มแข็งของทรัพยากรชุมชนและการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นให้ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การบริหารจัดการ และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรและการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตนา ภักโพิธิวงศ์ และคณะ (2564) นำขวัญ วงศ์ประทุม และดวงศิริ ภูมิวิษณุเวช (2564) และสุดถนอม ตันเจริญ (2560) ที่พบว่าการบูรณาการภูมิปัญญา วิถีเกษตร และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเข้ากับการท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้และเพิ่มคุณค่าให้แก่เศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ชุมชนจะมีศักยภาพด้านทรัพยากร แต่ยังมีข้อจำกัดด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) โดยเฉพาะการขาดคนรุ่นใหม่เข้ามาสืบทอดงานด้านการท่องเที่ยว การขาดนักสื่อสารความหมายชุมชน และการไม่มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นระบบ ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับศักยภาพของบุคลากรและการจัดการองค์ความรู้ในชุมชนด้วย เพราะนักสื่อสารความหมายเป็นผู้ถ่ายทอดคุณค่า เรื่องราวและอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้เกิดประสบการณ์ที่มีความหมายต่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและการถ่ายทอดองค์ความรู้จากคนรุ่นสู่คนรุ่น เพื่อสร้างความต่อเนื่องของการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งสอดคล้องกับ กวินพัฒน์ เลิศพงษ์มณี (2565) นิติพงษ์ ทนน้ำ และชิดชนก อนันตมงคลกุล (2567) ธัญยาภรณ์ อสิพงษ์ (2564) ประไพ กรายแก้ว และคณะ (2564) และชัยภูานุช ยุทธวรวิทย์ (2565)

ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบ้านกุ่ม เช่น การแช่เท้าสมุนไพรด้วยขมิ้นชันแดงสยาม การทำถุงหอม การทำบัวลอยไข่ดำ การสานตาแหลว การทำ ECO Print รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากไข่ดำ กล้วยออร์แกนิก ผ้างาขี้ม่อน และไม้ไผ่ แสดงให้เห็นว่าการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติและเรียนรู้ร่วมกับชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยว ผลการวิจัยจึงสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ (Wellness Experience) และสอดคล้องกับแนวคิด CBT ที่เน้นการเรียนรู้วิถีชีวิตและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมของชุมชน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ภัฏญพัชร์ พัฒนาโกคินสกุล และนิมิต ชื่นสั้น (2566) และดวงพร พุทธวงศ์, ฐิติมา พูลเพชร และนฤมล จิตรเอื้อ (2566) ที่พบว่ากิจกรรมเชิงประสบการณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในด้านการสื่อสารการตลาด พบว่าการพัฒนาโลโก้ การใช้ Facebook และ YouTube รวมถึงการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน ช่วยเพิ่มการรับรู้และการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลดังกล่าวสะท้อนว่า แม้ชุมชนจะมีทรัพยากรและกิจกรรมที่โดดเด่น แต่หากขาดการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมก็ไม่สามารถสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวที่มองว่าการสื่อสารดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสอดคล้องกับงานของ ดวงพร พุทธวงศ์ ฐิติมา พูลเพชร และนฤมล จิตรเอื้อ (2566) ธันยาภรณ์ อสีพงษ์ (2564) ชัยภูณานุช ยุทธวรวิทย์ (2565) และวิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง และคณะ (2563)

โดยสรุป ผลการวิจัยยืนยันว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้วจะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องบูรณาการองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ทุนทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชน (2) การมีส่วนร่วมและศักยภาพของคนในชุมชนตามแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่สร้างประสบการณ์ด้านสุขภาวะตามแนวคิด Wellness Tourism และ (4) การสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ เมื่อทั้งสี่องค์ประกอบเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ จะช่วยเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านกิ้วจะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องบูรณาการองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ทุนทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว (2) การให้ชุมชนมีส่วนร่วมและพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนตามแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่สร้างประสบการณ์ด้านสุขภาวะตามแนวคิด Wellness Tourism และ (4) การใช้สื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ เมื่อนำทั้ง 4 องค์ประกอบเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบจะช่วยเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยนำวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นมาช่วยในการพัฒนาเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชน
2. ควรมีการศึกษาการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมและช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนบ้านกิ้ว

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล และนิมิต ชื่นสั้น. (2566). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
แบบสร้างสรรค์: การพัฒนาเมืองรอง จังหวัดระนอง. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(50). 328-342.
- กันตนา ภัทรโพธิวงศ์, ภูริวัจน์ ปุณยวุฒิปรีดา และพระปลัดประพจน์ สุภาโต. (2564). การ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรักษาสุขภาพด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนยายชา
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. *วารสารมจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 6(2). 145-155.
- กวินพัฒน์ เลิศพงษ์มณี. (2565). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน. *วารสารวิชาการสถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*,
8(1). 19-33.
- ดวงพร พุทธวงศ์, วิฑิตมา พูลเพชร และนฤมล จิตรเอื้อ. (2566). รูปแบบการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 29(2).
254-269.
- นำขวัญ วงศ์ประทุม และดวงศิริ ภูมิวิเศษ. (2564). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
โดยชุมชนตามศาสตร์พระราชา. *วารสารศิลปะการจัดการ*, 5(2). 299-311.
- นิติพงษ์ ทนน้ำ และชิตชนก อนันตมงคลกุล. (2567). *ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบล
บ่อแสน จังหวัดพังงาการประชุมวิชาการระดับชาติพิบูลสงครามวิจัย ครั้งที่ 9*. (น.1-10).
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ประไพ กรายแก้ว, เสน่ห์ บุญกำเนิด และภมรรัตน์ สุธรรม. (2564). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
อย่างยั่งยืนของบ้านสวนกล้วย ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
วารสารมหาจุฬานาครทรรค์, 8(9). 211-226.
- สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน.การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้าน
สมเด็จเจ้าพระยา.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2550). *คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ : สำนัก
พัฒนาการท่องเที่ยว. บริษัท ศรีเมืองการพิมพ์ จำกัด.
- อัจฉิมา ศุภจริยาวัตร. (2565). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งออก กรณีศึกษา กลุ่มผ้าไหมทอ
มือสุสำหรับราษฎร จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 5(1). 429-444.
- อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง. (2024). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อ
เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปรณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *วารสาร
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2). 79-90.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท.
(2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ :
บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2567). *เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand Standard)*. <http://dasta.or.th/th/>.

- Global Wellness Institute. (2018). *INTERNATIONAL WELLNESS TOURISM GROWING MUCH FASTER THAN DOMESTIC*. Retrieved May 18, 2022, from http://www.thaispaassociation.com/news_inside.php?news_id=22.
- Richards, G. (2010). *Creative tourism and local development*. In Wurzbürger, R., Ageson, T., Salman, D. & Uygur, D. (2010). Creative Tourism and Emotional Labor : an Investigatory model of Possible Interactions. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4 (-). 186-197.