

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์
ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
Guideline for the Creative Tourism Development Based
on Thainess Identity at Bang Rachan Thai Retro Market,
Sing Buri Province

อธิป จันทร์สุริย์ / Athip Jansuri^๑

สุดสันต์ สุทธิพิศาล / Sutsan Suttipisan^๑

ขวัญณภัทร ขนอนคราม / Khwannabhat Khanonkram^๒

Received: Feb 03, 2020 Revised: Aug 10, 2020 Accepted: Aug 24, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษา วิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ๒) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คณะกรรมการตลาด ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้นำชุมชน ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์สภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ประกอบด้วย ทุนทางวัฒนธรรม ความคิด

^๑ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

^๒ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

สร้างสรรค์ ทักษะเฉพาะตัว และเทคโนโลยี โดยสามารถนำจุดแข็งในแต่ละองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้พัฒนาต่อยอดให้เป็นส่วนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านจุดอ่อนและอุปสรรคนั้นจะเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนา เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และด้านโอกาสจะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันให้เกิดความยั่งยืนต่อไป ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ประกอบด้วย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการตลาด ควรมีการส่งเสริม สนับสนุนให้พ่อค้า แม่ค้า ยังคงรักษาอัตลักษณ์ในช่วงยุคบางระจันอย่างต่อเนื่อง ควรให้ความสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากสินค้าที่เป็นจุดเด่นของตลาด เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับพ่อค้า แม่ค้า และชุมชน คณะกรรมการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการส่งเสริมการสร้างมูลค่าให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ ความเป็นไทย

Abstract

This research is intended to: 1) to study the analysis of creative tourism management based on Thainess identity and: 2) to purpose a guideline for the creative tourism development based on Thainess Identity Bang Rachan Thai Retro Market, Sing Buri Province is research by using qualitative research methods by interviews, the main data provides by government officials, market commission staffs, merchants and community leader, it is

activating as content analytic methods. The results of the study showed the analysis of tourism management in the creation of Thai identity base that it contains cultural funds, creatives, unique skills, technologies with the ability to bring strengths in each element of creative tourism to be a matter part in tourism management. For the weakness and barriers will guide through improvement and development to ensure more complete creative tourism management. And the opportunity that are delivering to promote and manage tourism in the future of Bang Rachan Thai Retro Market. Therefore, a guideline for the creative tourism development based on Thainess identity includes of those who are involved in marketing should encourage merchants to continue to maintain their identity during the period of the time. Furtherness, it should be important to drive the development of creative tourism activity patterns from the market's outstanding products, strengthen to understand creative tourism with merchants and community. However, the Bang Rachan Thai Retro Market staffs take advantages of the various information and technology, and social media to promote information about the promoting value to local wisdom.

Keywords : Guideline Development, Creative Tourism, Thainess Identity

บทนำ

ปัจจุบันเริ่มมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรม การได้มีโอกาสเฝ้ามองวิถีชีวิตประจำวันหรือกิจกรรมทั่วไปของชุมชนที่ไปเยี่ยมไปเยือนและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ได้และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต บรรยากาศ เรื่องเล่า การสร้างสรรค์ และสื่อของพื้นที่ที่ตนเองไปเยี่ยมไปเยือน (Richards, 2010) สอดคล้องกับ Unesco (2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นความผูกพันและประสบการณ์ที่แท้จริงผ่านการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมในงานศิลปกรรมรดกทางวัฒนธรรม และคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่โดยเชื่อมโยงกับคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรม

จากแนวโน้มทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ๒๕๕๔) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวัฒนธรรม และสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระและใกล้ชิดวัฒนธรรมมากขึ้น ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภาคธุรกิจทางการท่องเที่ยวควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ชุมชน พร้อมกับสินค้าและการบริการให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปอย่างยั่งยืน (พิศาล แก้วอยู่ และประกอบศิริ ภัคดิพิณิจ, ๒๕๕๗) ปัจจัยที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จ ชุมชนต้องมีความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และหรือธรรมชาติของตนเองและขณะเดียวกันก็มีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, ๒๕๕๔)

กระทรวงวัฒนธรรมจะดำเนินการเพื่อสนองเป้าหมายดังกล่าว โดยการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม อนุรักษ์ และสร้างค่านิยมความเป็นไทยที่ดียิ่ง

การสืบสาน สร้างสรรค์มรดก ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย รวมทั้ง การดำเนินการเพื่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายนำหลักธรรมทางศาสนาเพื่อพัฒนา คุณภาพชีวิต (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๕๙) สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของ โลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดย การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการ ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้าง ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และ เสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับ ประชาชนทุกระดับ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, ๒๕๖๐) รัฐบาลไทยได้ริเริ่มการดำเนินนโยบายสนับสนุนการอนุรักษ์และเผยแพร่ ศิลปวัฒนธรรมไทย รวมทั้งสร้างความตระหนักของประชาชนให้เห็นความ จำเป็นในการสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาของวัฒนธรรมไทย เกี่ยวกับความรู้ และทักษะในการศึกษา มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม สังคมและ ศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริมประเพณีท้องถิ่นและวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (อัญญานันท์ วราภิพงศ์, ๒๕๖๐) จากความสำคัญด้านการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับสากล และการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งแหล่ง ท่องเที่ยวของชุมชนหนึ่งที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานเรื่องราว ทางประวัติศาสตร์ และ ต้นทุนทางด้านวัฒนธรรมอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่มีเสน่ห์ ทั้งเรื่องราว สถานที่ การแต่งกาย อาหาร ขนบธรรมเนียมและความเชื่อ ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้ สัมผัสทั้งบรรยากาศ และความรู้สึกไทยหาอดีต คือ ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ตลาดไทยย้อนยุคที่ตั้งอยู่ในสถานที่จริงทางประวัติศาสตร์ไทย เกี่ยวกับวีรกรรมของชุมชนที่ยิ่งใหญ่ของวีรชนผู้กล้า ๑๑ คน จุดเริ่มต้นความคิด ของท่านเจ้าอาวาส คือ พระครูวิชิต วุฒิกุณ เจ้าคณะอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี และชาวบ้านร่วมกันก่อตั้ง ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน เพื่อนำ เงินส่วนหนึ่งมาบำรุงพัฒนาวัดโพธิ์เก้าต้น และได้ถูกส่งเสริมให้เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวเมื่อปลายปี ๒๕๕๙ ที่ผ่านมา ด้วยแนวความคิดแบบไทยโบราณย้อนยุค ไปถึงสมัยนักรบบางระจัน บรรยากาศของตลาดชาวบ้านที่ตกแต่งร้านค้า แบบเรียบง่าย ใช้ผลิตภัณฑ์ที่หาได้ง่ายจากวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น และ นิยมใช้ในสมัยโบราณและการจำหน่ายสินค้าย้อนยุค นอกจากนี้พ่อค้า แม่ค้า จะแต่งกายด้วยชุดไทยนักรบโบราณ หรือชุดชาวบ้านในยุคบางระจัน อีกทั้ง การพูดก็ยังใช้คำพูดที่เคยพูดคุยกันของชาวบ้านระจันเมื่อครั้งอดีต ภายใน ตลาดยังมีการจัดแสดงเรื่องราวของวีรชนคนกล้าบางระจัน ให้นักท่องเที่ยวได้ ชมอีกด้วย โดยปัจจุบันตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันได้มีการจัดกิจกรรมที่ สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้ การทำอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการขี่ม้าและบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ถึงแม้จะมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน แต่ก็ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่สามารถพัฒนาเพื่อสนับสนุนการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ด้วยต้นทุนทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ความเป็น ไทยของตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญ อีกทั้งกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัส กับวิถีชีวิตที่แท้จริง และเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่น จึงมีความสำคัญใน การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐาน อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งนี้เพื่อ เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทย และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ โดยความรู้และผลของการวิจัยที่เป็นประโยชน์ จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะแก่ชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน การจัดการการท่องเที่ยวตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทย (SWOT Analysis) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

๒. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินวิจัย ดังต่อไปนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน และผู้ดูแลจัดการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ดังต่อไปนี้ กลุ่มที่ ๑ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ จำนวน ๕ คน กลุ่มที่ ๒ ผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน ๘ คน และกลุ่มที่ ๓ ผู้นำชุมชน และผู้ดูแลจัดการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน ๕ คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structures Interview) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการจำแนกประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางที่กำหนดไว้โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล และลงสำรวจพื้นที่ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ผลการวิจัย

๑. ศึกษา และวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย (SWOT Analysis) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้ศึกษา และวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย (SWOT Analysis) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในประเด็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ประกอบด้วย ทูทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ทักษะเฉพาะตัว (Specialized Skills) และเทคโนโลยี (Technology) จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ซึ่งได้ผลการวิจัย ดังนี้

๑.๑ ทูทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) พบว่าจุดแข็ง (Strengths)

๑) เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวีรกรรมของชุมชนที่ยิ่งใหญ่ครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ไทยของวีรชนผู้กล้า ๑๑ คน และพระอาจารย์ธรรมโชติ
 ๒) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันตั้งอยู่บนพื้นที่จริงที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย
 ๓) การตกแต่งร้านค้าต่าง ๆ เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศของตลาดและสถานที่ที่มีความเป็นมาของเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ โดยการเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น การมุงจาก การทำร้านค้าด้วยไม้ไผ่ เป็นต้น
 ๔) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายสะท้อนอัตลักษณ์ในช่วงยุคบางระจันอย่างชัดเจน
 ๕) สินค้าและบริการ ภายในตลาดมีการกำหนดรูปแบบการทำร้านจำหน่ายสินค้าและบริการเป็นแบบไทยย้อนยุคทั้งหมด การแต่งกาย การพูดจา และอาหารของพ่อค้า แม่ค้า ยังคงรักษาอัตลักษณ์ในช่วงยุคบางระจันเอาไว้
 จุดอ่อน (Weaknesses) ๑) ภายในตลาดมีอาหารมากมายแต่ยังไม่มีอาหารชนิดใดที่นำมาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตลาด จนเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการติดตาม และเดินทางเข้ามาชิมอาหาร ๒) การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหรือข้อมูลกิจกรรมที่ยังไม่ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าภายในตลาดมีกิจกรรมอะไรบ้าง ๕) กิจกรรมการท่องเที่ยว การหาบน้ำแก้บน อุปกรณ์การหาบน้ำแก้บนมีไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวและผู้คนที่ต้องการเข้ามาหาบน้ำแก้บน ทำให้

นักท่องเที่ยวต้องรอนาน โอกาส (Opportunities) ๑) การจัดงานแสดงสินค้า และงานเทศกาลต่าง ๆ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน สามารถส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง เพื่อสามารถนำเสนอสินค้า และบริการในงานแสดงสินค้านี้ระดับประเทศ ๒) การจัดงานสตูดิโอวีรชนค่ายบางระจัน ณ บริเวณวัดโพธิ์เก้าต้น และอุทยานค่ายบางระจัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรำลึกถึงวีรกรรมของชาวบ้านบางระจัน สืบสาน และอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม บนพื้นฐานความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี โดยการจัดงาน จะช่วยส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้า และคนในชุมชน อนุรักษ์ รักษา พื้นฟู และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง ๓) การส่งเสริมท่องเที่ยว เมืองรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจังหวัดสิงห์บุรี เป็น ๑ ใน ๗ จังหวัดภาคกลาง ที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโอกาสให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันเพิ่มมากขึ้น อุปสรรค (Threats) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เริ่มมีการสร้าง และพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะนำเสนอต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว

๑.๒ ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) พบว่า จุดแข็ง (Strengths)

๑) การตกแต่งร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศของตลาดและสถานที่ที่มีความเป็นมาของเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ โดยมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการตกแต่งร้านค้าบนฐานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะการเลือกใช้สีน้ำตาล ซึ่งเป็นสีที่คล้ายกับสีของลำต้นของต้นไม้ ที่มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ อีกทั้งการเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น การมุงจากการทำร้านค้าด้วยไม้ไผ่ เป็นต้น ๒) เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน สามารถนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ถ่ายทอดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อาทิ การแต่งกาย การพุดจา การแสดง อาหาร และเพลงที่เปิดภายในตลาด ๓) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันโดยการจัดการของ

คณะกรรมการ มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เช่น กิจกรรมแต่งชุดไทยย้อนยุค กิจกรรมชิมชาชมตลาด ๔) การแสดง มีการผสมผสานเรื่องราวในยุคบางระจันร่วมกับความเป็นร่วมสมัย ที่ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ถึงเรื่องราวในยุคบางระจัน และความตลกขบขันของนักแสดงที่ผสมผสานได้อย่างลงตัว จุดอ่อน (Weaknesses) การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในการจัดการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน อาจไม่สามารถนำเสนอได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากยังคงต้องรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นไว้ (Opportunities) ๑) การลงทุน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอาจร่วมมือกันในกลุ่มชนเพื่อสร้างหมู่บ้านโฮมสเตย์ สะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้านระจันให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่ง ทั้งยังประยุกต์แนวทางการทำการเกษตร เช่น การทำนา เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วย ๒) สถานศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้กับเยาวชน และคนในชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมบนพื้นฐานการรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นไว้ อุปสรรค (Threats) ๑) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาทักษะเฉพาะตัวของคนในชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อาจยังไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ส่งผลต่อการพัฒนาการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญ ส่งผลต่อการผลิตงานศิลปกรรมต่อไป ๒) วิถีความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด อาจส่งผลต่อความยืดหยุ่นทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ไม่กล้าแสดงความคิดสร้างสรรค์ออกมา ซึ่งอาจส่งผลต่อการพัฒนาสร้างสรรค์ทุนทางวัฒนธรรม

๑.๓ ทักษะเฉพาะตัว (Specialized Skills) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ๑) สินค้าและบริการ โดยทักษะเฉพาะตัวของคนเกิดจากการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมโดยมีทุนความคิดสร้างสรรค์ เป็นรากฐานที่สำคัญ ส่งผลต่อการผลิตงานศิลปกรรม อาทิ การแสดงวีรกรรมวีรชน การแต่งกาย การพูดจาอาหาร และกิจกรรม เป็นต้น ๒) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน โดยการจัดการของคณะกรรมการ โดยอาศัยทักษะเฉพาะตัวของ

ตัวบุคคล ซึ่งเป็นคนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อ
ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับเรื่องราวทาง
ประวัติศาสตร์ จุดอ่อน (Weaknesses) เยาวชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี
อาจยังให้ความสนใจในการเสริมสร้างทุนทางวัฒนธรรมค่อนข้างน้อย ส่งผลต่อการ
พัฒนาทักษะเฉพาะตัวของเยาวชนในพื้นที่ ทั้งนี้ยังส่งผลต่อความตระหนักใน
การอนุรักษ์ รักษา และฟื้นฟูทุนทางวัฒนธรรมของตนเองอีกด้วย โอกาส
(Opportunities) ๑) สถานศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนซึ่งมีส่วนสำคัญในการ
สร้างความรู้ ความเข้าใจด้านคุณค่าในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และมรดก
ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านระจันให้กับเยาวชน เพื่อเยาวชนมีความรู้
ความเข้าใจ เห็นคุณค่า และตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องราวทาง
ประวัติศาสตร์ รวมทั้งการอนุรักษ์ รักษา และฟื้นฟูทุนทางวัฒนธรรมของ
ท้องถิ่นตนเอง ๒) เทคโนโลยี ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน
สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาทักษะเฉพาะตัวของพ่อค้าแม่ค้า เช่น
การให้ข้อมูลอาหารผ่านทางเว็บไซต์ หรือการสแกน QR Code ข้อมูลร้านค้า
๓) การจัดงานแสดงสินค้า และงานเทศกาลต่าง ๆ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของตลาดไทยย้อนยุค
บ้านระจัน สามารถส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าพัฒนาสินค้าและบริการของ
ตนเอง เพื่อสามารถนำเสนอสินค้าและบริการในงานแสดงสินค้านระดับประเทศ
และงานเทศกาลต่าง ๆ อุปสรรค (Threats) ๑) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง การพัฒนาทักษะเฉพาะตัวของคนในชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
อาจยังไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะเฉพาะตัวของ
คนในชุมชน และการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญ ส่งผล
ต่อการผลิตงานศิลปกรรมต่อไป ๒) กระแสการท่องเที่ยว เนื่องจากกระแสการ
ท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต (Nostalgia Tourism) กำลังเป็นกระแสการ
ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามกระแสการท่องเที่ยวอาจ
เกิดการเปลี่ยนแปลง หรืออาจได้รับความนิยมลดน้อยลงในอนาคต ซึ่งอาจส่งผล
ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลงตามไปด้วย

๑.๔ เทคโนโลยี (Technology) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ๑) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง Facebook ทั้งนี้ยังมีการแพร่ภาพสดบรรยากาศภายในตลาด และกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ๒) การถ่ายทำรายการ เพื่อเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ และการเผยแพร่ผ่านช่องทาง Youtube ทำให้ตลาดไทยย้อนยุคโบราณบ้านระจันเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จุดอ่อน (Weaknesses) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางแอปพลิเคชันของตลาดเอง เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันจะสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ทั้งยังเป็นการกระตุ้นการเรียนรู้ ความสนใจทางประวัติศาสตร์ ให้กับเยาวชน โอกาส (Opportunities) ๑) ช่วงงานสำคัญ หรือเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ที่จัดขึ้น อาจนำเสนอข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Facebook หรือปฏิทินงานสำคัญของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จัก ๒) การส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจังหวัดอาจมีการแนบลิงค์ Facebook ของตลาดโบราณบ้านระจัน เพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของตลาด อุปสรรค (Threats) ๑) งบประมาณการจัดทำเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางแอปพลิเคชัน อาจมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ๒) การดูแลระบบข้อมูลข่าวสาร อาจใช้เวลาค่อนข้างนาน เนื่องจากจำเป็นต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย (SWOT Analysis) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยสามารถนำจุดแข็งในแต่ละองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาใช้พัฒนา ต่อยอด ให้เป็นส่วนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านจุดอ่อนและอุปสรรคนั้นจะเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาต่อไป เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และด้าน

โอกาสจะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวตลาดไทย
ย้อนยุคบ้านระจัน ให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

๒. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์
ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำผล
การศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐาน
อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้ดังนี้

๒.๑ ด้านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

๒.๑.๑) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ และ
เห็นคุณค่าในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวีรกรรมของชุมชนที่ยิ่งใหญ่
ครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ไทย ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ ความเข้าใจ และ
เห็นคุณค่าในเรื่องราวประวัติศาสตร์ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติตนในการ
เที่ยวชมตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม เพื่อไม่ให้เป็น
การละเมิดความเชื่อและวิถีปฏิบัติของชุมชนท้องถิ่น

๒.๑.๒) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการตลาด ควรมีการส่งเสริม
สนับสนุน ให้พ่อค้าแม่ค้ายังคงรักษาอัตลักษณ์ในช่วงยุคบางระจันอย่าง
ต่อเนื่อง ทั้งสินค้าและบริการ การแต่งกาย การพูดจา และอาหาร อาจประชุม
ร่วมกันเพื่อการคัดเลือกขนมหรืออาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์มีความ
สอดคล้องกับพื้นที่ เช่น ขนมใบบัว ที่มีความสอดคล้องกับลักษณะพื้นที่ของ
อำเภอค่ายบางระจัน เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งยังเป็น
การสร้างจุดแข็งในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวที่ลักษณะเดียวกันอีกด้วย

๒.๑.๓) ความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจ
สร้างผลิตภัณฑ์ ให้ร่วมกันคิดร่วมกันทำอย่างจริงจัง การชำระรักษาไว้ซึ่ง
ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ดั้งเดิม ดังนั้นเรื่องราวอันเป็นประวัติศาสตร์ของ
องค์ประกอบในผลิตภัณฑ์และแหล่งมรดกศิลปวัฒนธรรม เพราะนอกจากจะ
เป็นความรู้ทางวิชาการเพื่อความเข้าใจในมรดกศิลปวัฒนธรรมของชาติแล้ว
ยังมีความสำคัญในการสร้างความซาบซึ้งให้ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณค่าอย่างยั่งยืน
ตลอดไป

๒.๑.๔) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ควรส่งเสริม กระตุ้นให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการสร้างคุณค่าของวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยการจัดงานสำคัญในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ อาทิ วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันลอยกระทง ทั้งนี้ต้องอาศัยผู้นำชุมชนในการเป็นตัวแทน เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดและสามารถเข้าถึงคนในชุมชนได้มากที่สุด

๒.๑.๕) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน สร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ให้เป็นสถานที่รวบรวมวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือเป็นลักษณะเชิงท่องเที่ยว มีการจัดแสดงองค์ความรู้ในหลายๆ รูปแบบ เช่น แบบเป็นลายลักษณ์อักษรหรือเป็นแบบการแสดงการเล่น การพ้อนรำต่าง ๆ

๒.๑.๖) ให้สถาบันทางการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา นิทรรศการภายในตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน เช่น การจัดสร้างป้ายนิทรรศการ เนินดิน ที่ได้จัดตั้งขึ้นมาแล้วโดยอาจให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดสิงห์บุรี โดยการให้นักศึกษาเข้ามาบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์วีรชนบ้านบางระจันให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นข้อมูลที่ถูกต้องจากแหล่งเรียนรู้ โดยการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร หรือการบันทึกข้อมูลบนฐานอิเล็กทรอนิกส์ เพราะฐานข้อมูลสามารถสนับสนุนการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสิงห์บุรีได้

๒.๒ ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในอนาคตตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ควรเพิ่มกิจกรรมที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น อาทิ การนำประเพณีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นมานำเสนอ เช่น การทำนา วิถีเกษตรกรรม หรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรม เพื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนา รูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากสินค้าที่เป็นจุดเด่นของตลาดที่คัดเลือกให้เป็นสินค้าหลักในการสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยแยกประเภทกิจกรรมให้เกิดความหลากหลาย และสามารถสร้างทางเลือก

ให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพราะนักท่องเที่ยวอาจมีความสนใจ หรือสามารถทำ
กิจกรรมเหล่านี้ได้เพียงบางขั้นตอน ซึ่งในระหว่างการทำกิจกรรมทางการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พ่อค้า แม่ค้า ควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถ
พูดคุย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ต่าง ๆ ร่วมกันได้ ทั้งนี้
คณะกรรมการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ควรมีการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับ
ทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงมีการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ของ
นักท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงทรัพยากรภายในพื้นที่ในส่วนที่เสื่อมโทรม โดย
การบูรณาการร่วมกันระหว่างชุมชน เพื่อสร้างจิตสำนึกต่อท้องถิ่นของการเป็น
เจ้าบ้านที่ดีให้แก่คนในชุมชน

๒.๓ ด้านทักษะเฉพาะตัว (Specialized Skills)

๒.๓.๑) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐ
ภาคเอกชน ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ปลูกฝังให้คนในชุมชนยังคงรักษา
อาชีพหลักเพื่อให้อยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยว ด้านการศึกษา
สถานศึกษาอาจพัฒนาและสร้างหลักสูตรเพื่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
มุ่งเน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เสริมสร้างเอกลักษณ์และสร้างการจัดการ
ทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และควรสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับพ่อค้า แม่ค้า และชุมชน โดยการจัด
ประชุมเพื่ออบรมความรู้ทางด้านการท่องเที่ยว จากผู้เชี่ยวชาญทางด้าน
การท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนัก ความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของ
ชุมชน นำไปสู่ความภาคภูมิใจ และการจัดการที่ถูกต้องโดยชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป

๒.๓.๒) การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
คณะกรรมการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ควรมีการบริหารจัดการขีดจำกัดใน
การรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละกิจกรรมตามจำนวนที่เหมาะสม
เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวัฒนธรรม และสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยน
ประสบการณ์ความรู้ต่าง ๆ และสามารถใกล้ชิด เข้าถึงวัฒนธรรมได้มากขึ้น
ส่งผลต่อการส่งเสริมทักษะเฉพาะตัวของนักท่องเที่ยว และชุมชนร่วมกัน

๒.๔. ด้านเทคโนโลยี (Technology)

๒.๔.๑) คณะกรรมการตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน ควรใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการส่งเสริมการสร้างมูลค่าให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น Website Facebook Line โทรศัพท์ วิทยุ ฯลฯ

๒.๔.๒) ทางร้านค้า ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวอาหารผ่าน QR Code ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือจัดทำป้ายข้อมูลประวัติเกี่ยวกับอาหาร เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่น่าสนใจกับนักท่องเที่ยว

๒.๔.๓) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการจัดการตลาด ควรมีการจัดทำใบประเมินหรือเปิดรับความคิดเห็นออนไลน์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อนำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมาพัฒนา ปรับปรุง ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน หรืออาจจะเข้าไปแสดงความคิดเห็นผ่าน Facebook ของตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันได้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จากการวิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย (SWOT Analysis) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในประเด็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย พบว่า ด้านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวีรกรรมของชุมชนที่ยิ่งใหญ่ครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ไทย ตั้งอยู่บนพื้นที่จริงที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย มีการตกแต่งร้านค้าต่าง ๆ เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศของตลาดและสถานที่ที่มี ความเป็นมาของเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ สินค้าและบริการ ภายในตลาดมีการกำหนดรูปแบบการทำร้านจำหน่ายสินค้าและบริการเป็นแบบไทยย้อนยุคทั้งหมด ที่มีความหลากหลายสะท้อน อัตลักษณ์ในช่วงยุคบางระจันอย่างชัดเจนยังคงรักษาอัตลักษณ์ในช่วงยุคบางระจันเอาไว้ สอดคล้องกับ Suttipisan (2013)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นเครื่องมือที่จะสามารถก่อให้เกิดการบูรณาการการใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นหรือชุมชนอย่างคำนึงถึงการรักษาให้คงอยู่และเพื่อพัฒนาท้องถิ่นหรือชุมชนที่ตนเองอยู่ให้เกิดรายได้และสามารถดำรงอยู่ได้นั้น นับเป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งยังสอดคล้องกับ ช่อพฤกษ์ ฝิวู่ (๒๕๖๐) กล่าวว่า การนำทุนวัฒนธรรมมาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์และบริการได้โดยการใช้แนวคิดสร้างสรรค์ คุณค่าการสร้างตราสัญลักษณ์สินค้าไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ด้านการพัฒนาสังคม ก็สามารถนำทุนวัฒนธรรมในเรื่องของระบบคุณค่า ค่านิยม ความเชื่อ จารีตและประเพณีต่าง ๆ

ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) พบว่า การตกแต่งร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศของตลาดและสถานที่ที่มีความเป็นมาของเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ โดยมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการตกแต่งร้านค้าบนฐานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สามารถนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ถ่ายทอดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อาทิ การแต่งกาย การพุดจา การแสดง อาหาร และเพลงที่เปิดภายในตลาด กิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เช่น กิจกรรมแต่งชุดไทยย้อนยุค กิจกรรมขี่ม้าชมตลาด สอดคล้องกับ ปิรันธร์ ชินโชติ และ ธีระวัฒน์ จันทิก (๒๕๕๙) ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการพัฒนาหรือการจัดการกระบวนการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ รูปแบบกิจกรรมใหม่ ๆ หรือการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งยังสอดคล้องกับ ภูริวิจันต์ เดชอุ่ม (๒๕๕๖) การร่วมมือของทุกฝ่าย การเชื่อมโยงเครือข่ายประสานงาน ร่วมกันสร้างแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถพัฒนาทั้งศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว และการบริการทางการท่องเที่ยวได้

ด้านทักษะเฉพาะตัว (Specialized Skills) พบว่า สินค้าและบริการโดยทักษะเฉพาะตัวของคนเกิดจากการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมโดยมีทุน

ความคิดสร้างสรรค์เป็นรากฐานที่สำคัญ ส่งผลต่อการผลิตงานศิลปกรรม โดยอาศัยทักษะเฉพาะตัวของตัวบุคคล ซึ่งเป็นคนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สอดคล้องกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (๒๕๕๙) กล่าวว่า การสร้างสรรค์ทั้งในมุมตัวชาวบ้านเอง ที่ต้องช่วยกันต่อยอดของดีในชุมชน และสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในรูปแบบการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีการใช้ชีวิตของคนในชุมชน ทั้งยังสอดคล้องกับ Greg (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการเรียนรู้

และด้านเทคโนโลยี (Technology) พบว่า ตลาดไทยย่อนยุคบ้านระจัน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง Facebook ทั้งยังมีการแพร่ภาพสดบรรยากาศภายในตลาด และกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ทั้งการถ่ายทำรายการ เพื่อเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ และการเผยแพร่ผ่านช่องทาง Youtube ทำให้ตลาดไทยย่อนยุคบ้านระจันเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิป จันทรสุรีย์ (๒๕๖๑) ผลการศึกษาพบว่า อาจนำเทคโนโลยีมาใช้ในประชาสัมพันธ์ และการเก็บข้อมูล เป็นฐานข้อมูลในการสืบค้นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม โดยอาจทำการศึกษา และยังสามารถสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (๒๕๕๖) ผลการศึกษาพบว่าการจัดโปรโมททางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลเกี่ยวกับไทยพวนโดยเริ่มจากภาษาอังกฤษ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทาง Internet Facebook WebBlog เพื่อขยายช่องทางการสื่อสารให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

จากการอภิปรายผลการศึกษา ทำให้เห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้จากการศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย่อนยุค

บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จะเป็นส่วนขับเคลื่อนสู่การดำเนินงานในภาคส่วนที่
เกี่ยวข้องและการส่งผลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในการก้าวสู่
ความยั่งยืนต่อไป ซึ่งสามารถเสนอแผน ดังภาพที่ ๑



ภาพที่ ๑ ความเชื่อมโยงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทยตลาด ไทยย้อนยุคบ้านระจัน
จังหวัดสิงห์บุรี
(ที่มา: อธิป จันทรสุริย์, ๒๕๖๒)

ข้อเสนอแนะ

๑. ภาครัฐ ควรส่งเสริม สนับสนุน ให้ชุมชนใช้ทุนทางวัฒนธรรมใน
การสร้างมูลค่า สามารถนำมาใช้ประโยชน์บนพื้นฐานของความเหมาะสม และ
การเป็นต้นแบบการต่อยอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

๒. ผู้ประกอบการ ควรส่งเสริม สนับสนุน และร่วมมืออย่างเต็มที่กับ
หน่วยงานภาครัฐ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคณะกรรมการตลาดไทย
ย้อนยุคบ้านระจัน ในการดำเนินการตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของตลาด

รวมทั้งการอนุรักษ์ รักษา ฟื้นฟู ต่อยอด ในการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและ
การจัดการการท่องเที่ยว

๓. ภาคชุมชน ควรร่วมกันอนุรักษ์ รักษา ฟื้นฟู ต่อยอด ร่วมมือ
สร้างความเข้มแข็งในการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและการจัดการการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (๒๕๕๙). **กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ด้านวัฒนธรรม
ระยะ ๒๐ ปี**. สืบค้น ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๒. จาก
[https://www.m-culture.go.th/mculture_th60/download/article/
article_20161115150015.pdf](https://www.m-culture.go.th/mculture_th60/download/article/article_20161115150015.pdf).
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (๒๕๖๐). **แผนพัฒนาการ
ท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (๒๕๖๐-๒๕๖๔)**. สืบค้น ๒๙ เมษายน
๒๕๖๒. จาก [https://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/
/mots_web57/download/article/article_20170320150102.pdf](https://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/
/mots_web57/download/article/article_20170320150102.pdf).
- ช่อพฤกษ์ ผิวู่. (๒๕๖๑). **แนวทางการพัฒนาทุนวัฒนธรรมวัดกรรมสู่
Thailand ๔.๐**. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๔
สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. กำแพงเพชร:
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ธัญญานันท์ วราภิงค์. (๒๕๖๐). **ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรกับงานวิเทศสัมพันธ์.
จดหมายข่าวศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)**, ๑๙ (๙๓).
- ปรีรันธ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก. (๒๕๕๙). **รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง**. *Veridian E-Journal*, ๙ (๑), ๒๕๐-๒๖๘.
- พิศาล แก้วอยู่ และประกอบศิริ ภัคดีพินิจ. (๒๕๕๗). **แนวทางการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวา
ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา**. รายงานสืบเนื่องการประชุม
วิชาการการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ครั้งที่ ๔ ประจำปี ๒๕๕๗.
ฝ่ายวิจัยพัฒนาและบริการวิชาการ คณะวิศวกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (๒๕๕๖). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:
กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย**. *วารสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, ๓๓ (๒), ๓๓๑-๓๖๖.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุณา เตพลกุล และธีระ สิ้นเดชารักษ์.

(๒๕๕๔). **ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (๒๕๕๖). **ทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวนอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก**. วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๑๖ (๑).

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (๒๕๕๙). **นียมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. สืบค้น ๒๙ เมษายน ๒๕๖๒. จาก <https://tis.dasta.or.th/dastaknowledge/creativetourism/>.

อธิป จันทร์สุริย์. (๒๕๖๑). **การพัฒนาตัวบ่งชี้การจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นฐานสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Richards, G. (2010). **Creative Tourism and Local Development**.in Wurzburger, R, et al. **Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide**. Santa Fe: Sunstone Press.

Suttipisan, S. (2013). Adaptive Uses of Local Textiles for Creative Tourism Product Development in Thailand. **International Journal of Cultural and Tourism Research**, 6 (1), 47-55.

UNESCO. (2006). **Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism**. Santa Fe: New Mexico, USA.