

การสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของอัตลักษณ์เปอรานากัน จังหวัดระนอง: กรณีศึกษาแบบพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Value Creation in Creative Tourism Based on Peranakan Identity in Ranong Province: A Multi-Stakeholder Case Study

กัณฑพัฒน์ หิรัญโชติเมธากุล¹ และณัฐนรี สมิตร์^{2*}

Kantaphat Hiranchotmetakun¹, and Natnaree Smith^{2*}

Received 13 Oct 2025 Revised 11 Dec 2025 Accepted 16 Dec 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบกรณีศึกษาแบบพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ และทุนทางวัฒนธรรมเปอรานากันในจังหวัดระนอง 2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) นำเสนอแนวทางการสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบกรณีศึกษาแบบพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จำนวน 15 ราย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ภาครัฐ 4 ราย 2) ผู้ประกอบการ 6 ราย และ 3) ชุมชนผู้สืบทอดวัฒนธรรม 5 ราย เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์เปอรานากัน จังหวัดระนอง มีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น 3 ด้าน คือ การแต่งกาย และงานหัตถศิลป์ดินโบราณที่เป็นอัตลักษณ์เชิงประจักษ์ วัฒนธรรมอาหารที่เต็มไปด้วยเรื่องราวจากยุคเหมืองแร่ และสถาปัตยกรรมที่เป็นรากฐานของเมือง 2) การพัฒนาเผชิญกับอุปสรรคสำคัญจากปัจจัยภายในด้านสังคม คือ การขาดการมีส่วนร่วม และความสามัคคีของชุมชนท้องถิ่น แม้มีปัจจัยภายนอกเอื้ออำนวยจากนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) และโอกาสทางการตลาดจากสื่อสังคมออนไลน์ แต่ยังมีความท้าทายจากภาวะเศรษฐกิจ และกฎระเบียบที่ซับซ้อน และ 3) แนวทางการสร้างคุณค่าที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างกลไกความร่วมมือแบบบูรณาการ เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต้นแบบ 3 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมร้อยดิน ร้อยใจ ณ ถนนเปอรานากัน 2) กิจกรรมลิ้มรสแห่งถิ่น สัมผัสภูมิปัญญาแห่งอันดามัน และ 3) กิจกรรมแต่งอย่างเปอรานากัน...สืบสานสิริมงคลผ่านลายผ้า

คำสำคัญ: การสร้างคุณค่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อัตลักษณ์เปอรานากัน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จังหวัดระนอง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยดุสิตธานี

Master's student, Master of Business Administration Program, Dusit Thani College, Thailand, Email: 2301308511007@dtc.ac.th

² หัวหน้ากลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยดุสิตธานี

Head of Hospitality Business Management Concentration, Master of Business Administration, Dusit Thani College, Thailand,

*Corresponding author e-mail: natnaree.sm@dtc.ac.th

Abstract

This qualitative research was conducted as a multi-stakeholder case study. Its objectives were to 1) study the Peranakan identity and cultural capital in Ranong Province 2) analyze the environment for the development of creative tourism activities, and 3) propose guidelines for creating value in creative tourism. Using a multi-stakeholder case study approach, fifteen key informants were purposively selected and divided into three groups: 1) 4 from the government sector 2) 6 entrepreneurs, and 3) 5 from the community of cultural inheritors. The research instruments comprised semi-structured interviews and workshops. Data were analyzed using content analysis.

The findings revealed that: 1) the Peranakan identity in Ranong possessed distinct cultural capital in three primary areas: attire and ancient metallic-thread craftsmanship constituting a tangible identity; a food culture rich with narratives from the tin mining era; and architecture that formed the city's foundation. 2) Development faced a significant obstacle from internal social factors, specifically a lack of participation and unity within the local community. This persisted despite favorable external factors, including the government's policy (Soft Power) and marketing opportunities via social media. However, challenges remained due to economic conditions and complex regulations. 3) The primary guideline identified for value creation was the establishment of an integrated collaborative mechanism among stakeholders. This was proposed as the foundation for developing three prototype tourism activities, namely: 1) Weaving Threads, Weaving Hearts at the Peranakan Origin; 2) Tasting “Hae Kuen”: Touching the Wisdom of the Andaman, and 3) Dressing Peranakan Style: Inheriting Auspiciousness Through Fabric Patterns.

Keywords: Value Creation, Creative Tourism, Peranakan Identity, Stakeholders, Ranong Province

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวโลกเปลี่ยนทิศทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมมีแนวโน้มการเติบโตอย่างก้าวกระโดด จากมูลค่า 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2568 คาดการณ์ว่าจะเติบโตสูงถึง 2.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี พ.ศ. 2578 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.1 ต่อปี

(Future Market Insights, 2025) การเติบโตนี้สะท้อนถึงความต้องการประสบการณ์เชิงมรดกวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่า รัฐบาลไทยจึงควรบรรจุเรื่องนี้ในยุทธศาสตร์ชาติเพื่อใช้นวัตกรรมต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (ปริยวรรณ สุวรรณศูนย์, 2568)

แม้ประเทศไทยมีต้นทุนวัฒนธรรมสูง แต่การพัฒนายังกระจุกตัวในเมืองหลัก เช่น จังหวัดภูเก็ต รัฐปิ่น และรัฐมะละกา ที่ประสบความสำเร็จในการใช้อัตลักษณ์เปอรานากันสร้างคุณค่าให้ชุมชน ขณะที่จังหวัดระนอง กลับถูกมองข้าม ทั้งที่มีอัตลักษณ์เปอรานากันที่โดดเด่น (พุทธิดา กิจดำเนิน, 2564) ผสมผสานวัฒนธรรมจีน และมลายูอย่างลงตัว ทั้งสถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส (Oranratmanee & Sachakul, 2014) อาหารรสชาติเฉพาะตัว (Yarapirom & Riadil, 2023) และชุดเคบาย่าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลก (UNESCO, n.d.)

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยเดิมในระนองมักเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และธรรมชาติ (บุปผา วงษ์พันธุ์ทา และคณะ, 2563) หรือแบบมอง-ชิม มากกว่าการทำ-ร่วมสร้าง (Co-creation) ซึ่งต่างจากพื้นที่ต้นแบบ นอกจากนี้ ยังพบปัญหาสำคัญคือ การขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน และขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญา ซึ่งเป็นหัวใจของความยั่งยืน จึงถือเป็นช่องว่างทางวิชาการ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเรื่อง การสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของอัตลักษณ์เปอรานากัน จังหวัดระนอง กรณีศึกษาแบบพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Multi-stakeholders) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ และสังเคราะห์แนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ให้หน่วยงานรัฐ และผู้ประกอบการนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนจากวัฒนธรรมเปอรานากันได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของเปอรานากันในจังหวัดระนอง
- 2) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอัตลักษณ์วัฒนธรรมเปอรานากันในการสร้างคุณค่า และพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 3) เพื่อนำเสนอการสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของอัตลักษณ์เปอรานากันในจังหวัดระนอง

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้ได้สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

1. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสร้างคุณค่า และการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (CCBT) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนบทบาท

นักท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์เป็นผู้ลงมือปฏิบัติ เพื่อเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของวัฒนธรรม โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ ประสบการณ์ที่ถูกสร้างขึ้นร่วมกัน (Richards, 2020) แนวคิดนี้ยังสามารถขยายผลไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community-based Tourism: CCBT) ซึ่งเน้นกระบวนการของชุมชนในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง และสร้างประโยชน์คืนสู่ชุมชนโดยตรง สอดคล้องกับลัทธิดาวรรณ ทองใบ (2561)

สำหรับการสร้างคุณค่า (Value Creation) ในบริบทนี้ หมายถึง กระบวนการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำงานร่วมกันเพื่อสร้างประโยชน์เชิงประสบการณ์ และเศรษฐกิจ โดยอาศัยการมีส่วนร่วม (Participation) และปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างนักท่องเที่ยว และเจ้าบ้าน (Grönroos & Voima, 2013; Boonyanmethaporn et al., 2024)

2. แนวคิดอัตลักษณ์ และทุนทางวัฒนธรรมเปอรานากัน อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) คือผลลัพธ์ของกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่แสดงออกผ่านวิถีปฏิบัติ และความเชื่อ สำหรับจังหวัดระนอง อัตลักษณ์เปอรานากันถือเป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) สถาปัตยกรรมแบบชิโน-ยูโรเปียน หรือ ชิโน-โปรตุกีส 2) อาหาร และวัฒนธรรมการกิน 3) การแต่งกาย ชุดบาบ๋า-ย่าหยา และ 4) ประเพณีความเชื่อ (ทิพย์พิรุณ พุ่มดวง, 2563; ธนะวิทย์ เพียรดี, 2568)

3. แนวคิดความร่วมมือแบบพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Multi-stakeholders) ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (PESTEL Analysis) เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก 6 ด้าน ได้แก่ การเมือง (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) เทคโนโลยี (Technological) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และกฎหมาย (Legal) เพื่อระบุโอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกัน (สุปชา เพชรโสม และคณะ, 2563; Duxbury et al., 2020)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรณีศึกษาเปรียบเทียบ (Comparative Cases) จากการทบทวนงานวิจัยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบประเด็นสำคัญจากพื้นที่ที่มีบริบทวัฒนธรรมเปอรานากันใกล้เคียงกัน ดังนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมพบจุดเน้นสำคัญที่สอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย นกชนก ตลับเงิน (2565) เสนอแนวคิดว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าต้องอาศัยองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน คือ เรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ (2567) ที่พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการจัดการพื้นที่เมืองเก่าต้องอาศัยกระบวนการของ 'นักเล่าเรื่อง' (Storytellers) ควบคู่ไปกับ "กิจกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นการลงมือทำ" เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง เช่นเดียวกับแนวคิดของ Lan et al. (2021) ที่ยืนยันว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมเกิดจากการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Value Co-creation) ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยน

ทรัพยากรระหว่างผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่แท้จริงและมีคุณค่าร่วมกัน

สำหรับพื้นที่ระนอง ทิพย์พิรุณ พุมดวง (2563) ชี้ว่าแม้มีต้นทุนวัฒนธรรมเปอรานากันสูงแต่ยังขาดการจัดการเนื้อหาที่ดี ดังนั้น การพัฒนาในระนองจึงจำเป็นต้องเน้น การสร้างเรื่องเล่าที่เข้มข้น (Storytelling) และ กระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับประสบการณ์สู่มาตรฐานเดียวกับพื้นที่ต้นแบบอย่างภูเก็ตและป็นัง



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ และนำเสนอแนวทางการสร้างคุณค่า และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากอัตลักษณ์เปอรานากันในจังหวัดระนองอย่างยั่งยืน

รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้อยู่บนพื้นฐานของกระบวนทัศน์การตีความ (Interpretive Paradigm) และใช้รูปแบบกรณีศึกษาแบบพหุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Multi-Stakeholder Case Study) เก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผ่านการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จำนวน 15 ราย แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ 4 ราย เป็นผู้บริหารระดับสูงหรือหัวหน้าส่วนราชการที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง 2) ผู้ประกอบการภาคเอกชน 6 ราย เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจที่มีประสบการณ์ดำเนินธุรกิจไม่น้อยกว่า 3 ปี และมีการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมเปอรานากันมาประยุกต์ใช้เป็นจุดขายสินค้าและบริการ 3) ชุมชน และผู้สืบทอดวัฒนธรรม 5 ราย เป็นปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และทายาทตระกูลท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญ รู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (PESTEL Analysis) และ 2) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อตรวจสอบ และยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Data Validation) และการระดมสมองแบบมีส่วนร่วม โดยใช้เทคนิค Experience Design Canvas

การสร้าง และการกำหนดคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือจากการทบทวนวรรณกรรม และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) นอกจากนี้ ใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ (Methodological Triangulation) และ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์ และบันทึกภาคสนาม มาดำเนินการวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธี การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยเริ่มจากการให้รหัสข้อมูล (Coding) เพื่อจำแนก และจัดหมวดหมู่ข้อมูลอย่างเป็นระบบ ตลอดจนค้นหาคำประเด็นสำคัญ (Themes) และแบบแผน (Patterns) ที่เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากนั้นสังเคราะห์ โดยการนำประเด็นสำคัญ และข้อค้นพบที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาบูรณาการร่วมกับผลลัพธ์ที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการอย่างเป็นองค์รวม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1. อัตลักษณ์เชิงประจักษ์ผ่านอารมณ์ และงานทัศนศิลป์ พบว่า การแต่งกายทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และสื่อสารอัตลักษณ์เปอรานากันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยชุดย่าหยา และผ้าปาเต๊ะเป็นสัญลักษณ์บ่งบอกรากเหง้า และเครื่องมือสร้างการรับรู้ทางการตลาดการท่องเที่ยว

การแต่งกายในฐานะสัญลักษณ์เชิงประจักษ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 13 ราย (86.67%) เห็นตรงกันว่าชุดย่าหยา และผ้าปาเต๊ะเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดเรื่องราวได้ดีด้วยความสวยงาม และความชัดเจน

“...การแต่งกายเป็นการชี้บ่งชัดเชิงประจักษ์ และการแต่งกายของเคบาย่าได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก การแต่งกายจะโดดเด่นที่สุด...” (G-05)

“...เห็นคนใส่ผ้าปาเต๊ะกับเสื้อลูกไม้ ก็รู้ว่าเป็นบ๊าบ่าแน่นอน...” (C-05)

จากอัตลักษณ์เชิงประจักษ์นี้ ในเชิงปฏิบัติหน่วยงานควรใช้การแต่งกายเป็นภาพจำหลักในการสื่อสารการตลาด และพัฒนากิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวสัมผัสอัตลักษณ์นี้โดยตรง

2. อาหาร และเรื่องเล่าแห่งวิถีเหมืองแร่ พบว่า อาหารเปอรานากันเป็นสื่อกลางถ่ายทอดประวัติศาสตร์ยุคเหมืองแร่ และการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างชาวจีน มลายู และไทย

อาหารในฐานะสื่อกลางถ่ายทอดประวัติศาสตร์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 ราย (80%) เสนอว่าอาหารเป็นสื่อกลางถ่ายทอดประวัติศาสตร์ และการผสมผสานทางวัฒนธรรมได้อย่างแนบเนียน

“...อาหารระนองเล่าเรื่องได้ตลอดเวลา คนมากินแล้วเล่าให้ฟังได้ว่าทำไมถึงเรียกชื่อนี้ มีที่มาอย่างไร...” (E-02)

ในเชิงปฏิบัติผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องให้บุคลากรเพื่อยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหารสู่กิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

3. สถาปัตยกรรมรากฐานเมือง พบว่า สถาปัตยกรรมเปอรานากันมีความลึกซึ้งในเชิงปรัชญา และความเชื่อที่ซ่อนอยู่ในองค์ประกอบของอาคาร

ปรัชญา และความเชื่อที่ซ่อนอยู่ในองค์ประกอบสถาปัตยกรรม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 8 ราย (53.33%) มองว่า สถาปัตยกรรมมีความลึกซึ้งในเชิงปรัชญา และความเชื่อที่ซ่อนอยู่ในองค์ประกอบ

“...ตำนานของคนจีนจะใส่ปรัชญาของชีวิตผ่านเชิงสัญลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมเยอะมาก ประตุนหน้าต่างล้วนมีความหมายทั้งสิ้น...” (C-01)

ในเชิงปฏิบัติหน่วยงานควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เน้นการถอดรหัสสัญลักษณ์ และปรัชญาในสถาปัตยกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

1. **ด้านการเมือง** พบว่า นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากส่วนกลางเป็นโอกาส แต่ระดับจังหวัดเผชิญปัญหาความไม่ต่อเนื่องจากการโยกย้ายผู้บริหารบ่อยครั้ง ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 ราย (80%) สะท้อนว่าการโยกย้ายผู้บริหารทุก 2 ปีทำให้นโยบายขาดความต่อเนื่อง

“...ผู้บริหารระดับจังหวัดเปลี่ยนบ่อย 2 ปีก็เปลี่ยนแล้ว พอคนใหม่มาก็ไม่เอานโยบายคนเก่า ความต่อเนื่องของนโยบายทำให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นปัญหา...” (G-02)

2. **ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า ทุนวัฒนธรรมมีศักยภาพแต่ถูกจำกัดด้วยบริบท “เมืองผ่าน” ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 ราย (66.67%) มองว่านักท่องเที่ยวพำนักร่น และใช้จ่ายน้อย จังหวัดขาดจุดขายชัดเจนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“...เศรษฐกิจไม่ดีเลย ท่องเที่ยวก็ยังดีบ้างที่มีบ่อน้ำร้อน แต่ถ้าเป็นการประมงไม่ดีเลย...” (E-06)

3. **ด้านสังคม และวัฒนธรรม** พบว่า สังคมสนใจวัฒนธรรม แต่เผชิญปัญหาสำคัญ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 14 ราย (93.33%) ระบุว่า การขาดความสามัคคีของชุมชน และการขาดทายาทสืบทอดเป็นอุปสรรคพื้นฐาน พิธีกรรมกำลังสูญหายเนื่องจากรุ่นเก่ามีอายุมาก และรุ่นใหม่ไม่สนใจ

“...สิ่งที่พยายามทำแต่เป็นเรื่องยากคือทำให้คนระนองแสนเก่าหมั่นคนมีหัวใจดวงเดียวกัน แต่ยังไม่เห็น แล้วทำยากมาก...” (G-01)

4. **ด้านเทคโนโลยี** พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 ราย (73.33%) ยืนยันว่านักท่องเที่ยวใช้ Facebook และ TikTok ตัดสินใจ แต่มีความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์หากมีการบริหารจัดการไม่ดี

“...เดี๋ยวนี้เขาดูรีวิว เขาก็ตามมาจาก Facebook, TikTok กันทั้งนั้น...” (E-02)

5. **ด้านสิ่งแวดล้อม** พบว่า ธรรมชาติเป็นจุดแข็งแต่การท่องเที่ยวสร้างแรงกดดัน ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 ราย (60%) มองว่าปัญหาการจัดการขยะ และที่จอดรถยังขาดประสิทธิภาพ

“...บรรยากาศ อากาศ ที่ระนองน่าจะดีกว่าที่อื่น...” (E-06)

6. **ด้านกฎหมาย** พบว่า กฎหมายเป็นอุปสรรคจากความซับซ้อน ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 8 ราย (53.33%) สะท้อนว่าหลายหน่วยงานถือกฎหมายของตนเอง อำนาจรวมศูนย์ที่ส่วนกลาง และขาดการบังคับใช้จริงจัง

“...หลายหน่วยงานถือกฎหมายของตัวเอง อำนาจส่วนใหญ่อยู่ที่ส่วนกลาง ทำให้เวลาทำอะไรซ้ำ ไม่ทันการณ์...” (G-01)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้ง 6 ด้าน ในเชิงปฏิบัติควร 1) จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนที่มีวาระต่อเนื่อง 2) พัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงลึก และสร้างจุดขายชัดเจน 3) สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม และถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างรุ่น 4) จัดทำแผนสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และแผนบริหารความเสี่ยง 5) พัฒนาระบบจัดการขยะ และกำหนดขีดความสามารถรองรับ และ 6) เสนอพื้นที่นำร่องที่ยืดหยุ่น และเสริมสร้างกลไกบังคับใช้กฎหมาย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

1. การเปลี่ยนบทบาทนักท่องเที่ยวสู่ผู้ร่วมสร้างสรรค์ พบว่า การสร้างคุณค่าเชิงสร้างสรรค์ต้องเปลี่ยนบทบาทนักท่องเที่ยวจากผู้ชมสู่ผู้ร่วมสร้างสรรค์ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างคุณค่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 15 ราย (100%) เห็นควรว่า ควรมีการเปลี่ยนสินทรัพย์วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมให้เป็นกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ ลงมือทำ และสร้างผลงานด้วยตนเอง เพื่อให้รู้สึกเป็นเจ้าของประสบการณ์ และเกิดความภาคภูมิใจ

การออกแบบกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของประสบการณ์ เช่น กิจกรรม Workshop ที่ให้นักท่องเที่ยวลงมือทำ สามารถสร้างความผูกพัน และคุณค่าทางอารมณ์ได้ลึกซึ้งกว่าการชมหรือฟังเรื่องราวเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะกิจกรรมงานหัตถกรรม และเครื่องแต่งกายที่สามารถนำกลับเป็นของที่ระลึกที่มีความหมาย

“...การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเสื้อผ้าหรือการประดิษฐ์เครื่องประดับด้วยตนเองเป็นสิ่งที่ดี เป็นความภาคภูมิใจ และได้ของที่ระลึกที่ทำด้วยมือเรากลับไป...” (E-06)

ในเชิงปฏิบัติควรออกแบบกิจกรรมที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม และสร้างคุณค่า เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งจะสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย และจดจำได้ยาวนานกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม

2. กิจกรรมต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยใช้ Experience Design Canvas ได้ข้อสรุปกิจกรรมต้นแบบ 3 รูปแบบที่สะท้อนการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 3 มิติ คือ การแต่งกาย อาหาร และสถาปัตยกรรม โดยทุกกิจกรรมมีองค์ประกอบร่วมกัน 3 ประการ คือ 1) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกระบวนการสร้างสรรค์ 2) การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง และ 3) ความเชื่อมโยงกับเจ้าของวัฒนธรรมที่เป็นผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญา

กิจกรรม “ร้อยดิน ร้อยใจ ณ ต้นทางเปอรานากัน” คือ กิจกรรม Workshop งานหัตถกรรมต้นโบราณที่เชื่อมโยงเรื่องราวประวัติศาสตร์ระนอง-ปักษ์ นักท่องเที่ยวเรียนรู้ และลงมือร้อยดินเพื่อสร้างเครื่องประดับหรืองานหัตถกรรมด้วยตนเอง พร้อมรับฟังเรื่องราวการค้าต้นในยุคเหมืองแร่ และความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างชาวเปอรานากันในสองพื้นที่

กิจกรรม “ลิ้มรสแห่งถิ่น สัมผัสภูมิปัญญาแห่งอันดามัน” คือ กิจกรรมทำอาหาร และถ่ายทอดภูมิปัญญาการถนอมอาหารแบบเปอรานากัน นักท่องเที่ยวร่วมปรุงอาหารพื้นเมืองภายใต้การแนะนำของเจ้าของวัฒนธรรม พร้อมเรียนรู้เรื่องราวที่มาของเมนูอาหาร วัตถุดิบท้องถิ่น และภูมิปัญญาการถนอมอาหารที่สะท้อนวิถีชีวิตยุคเหมืองแร่

กิจกรรม “แต่งอย่างเปอรานากัน...สืบสานสิริมงคลผ่านลายผ้า” คือ กิจกรรมเรียนรู้ความหมายมงคลของลายผ้า และการแต่งกาย นักท่องเที่ยวเรียนรู้สัญลักษณ์ และความหมายของลายผ้าปาเต๊ะ และชุดย่าหยา ลองสวม

ใส่ชุดเปอรานากันอย่างถูกต้อง และถ่ายภาพเป็นที่ระลึก พร้อมเข้าใจปรัชญา และความเชื่อที่แฝงอยู่ในการแต่งกาย

ในเชิงปฏิบัติควรพัฒนากิจกรรมเหล่านี้ให้เป็นแฟ้มเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีมาตรฐาน โดยฝึกอบรมเจ้าของวัฒนธรรมให้มีทักษะการถ่ายทอดความรู้ และการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์คุณภาพ และยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองสู่การเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์

อภิปรายผลและสรุป

สรุปผลการวิจัย

อัตลักษณ์ และทุนทางวัฒนธรรมเปอรานากันในจังหวัดระนองที่มีศักยภาพสูงสุด แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) อัตลักษณ์เชิงประจักษ์ ได้แก่ การแต่งกาย และงานหัตถศิลป์ดินโบราณ ทำหน้าที่เป็นด่านหน้าในการดึงดูดความสนใจ 2) วัฒนธรรมอาหาร และเรื่องเล่า ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ยุคหนึ่ง และ 3) สถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นรากฐานเชิงกายภาพที่แฝงปรัชญา และความเชื่อ

สภาพแวดล้อม (PESTEL) การพัฒนาเผชิญกับปัจจัยสองด้าน โอกาสเกิดจากปัจจัยภายนอก คือกระแสสังคมที่ถวิลหาอดีต และเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยขยายการรับรู้ ส่วนอุปสรรคเกิดจากปัจจัยภายใน คือ การขาดความเป็นเอกภาพของชุมชน กฎระเบียบภาครัฐที่ซับซ้อน และโครงสร้างเศรษฐกิจที่เป็นเพียงเมืองผ่าน

แนวทางการสร้างคุณค่าที่เหมาะสม คือ การเปลี่ยนบทบาทนักท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ผ่าน 3 กิจกรรมต้นแบบ ได้แก่ 1) กิจกรรมร้อยดิน ร้อยใจ ณ ด่านทางเปอรานากัน 2) กิจกรรมลิ้มรสแห่งถิ่น สัมผัสภูมิปัญญาแห่งอันดามัน และ 3) กิจกรรมแต่งอย่างเปอรานากัน สืบสานสิริมงคลผ่านลายผ้า

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 อัตลักษณ์ และทุนทางวัฒนธรรมเปอรานากันในระนอง

จากการสังเคราะห์ข้อค้นพบ พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมเปอรานากันในระนอง ประกอบด้วย 3 ระดับที่มีบทบาทต่างกันในการสร้างคุณค่า ได้แก่ อัตลักษณ์เชิงประจักษ์ เช่น การแต่งกาย และงานหัตถศิลป์ที่ดึงดูดความสนใจ วัฒนธรรมอาหาร และเรื่องเล่าที่ถ่ายทอดประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรมที่สะท้อนปรัชญาความเชื่อ ทุนทางวัฒนธรรมจึงไม่ใช่เพียงมรดกที่กระจุกกระจาย แต่เป็นระบบที่จัดลำดับความสำคัญตามศักยภาพในการจับต้องได้ และสื่อสารได้

ข้อค้นพบชี้ว่าชุดย่าหยา และอาหารพื้นถิ่นเป็นทุนที่มีพลังสื่อสารสูงสุด สอดคล้องกับ ธนะวิทย์ เพียรดี (2568) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมลูกผสมเปอรานากันแสดงออกชัดเจนผ่านการแต่งกาย และอาหาร อย่างไรก็ตาม

ระนองยังขาดการร้อยเรียงเรื่องเล่าที่เป็นเอกภาพเมื่อเทียบกับภูเก็ตหรือปักษ์ ซึ่งสนับสนุน ทิพย์พิรุณ พุ่มดวง (2563) ที่พบว่า ศักยภาพของเปอรานากันระนองอยู่ที่ความเป็นของแท้ (Authenticity) แต่จุดอ่อน คือ การขาดการจัดการเนื้อหาที่น่าสนใจ

ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญทั้งเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติ ในเชิงทฤษฎียืนยัน และขยายแนวคิดเรื่องความสามารถในการจับต้องได้ของวัฒนธรรมว่าเป็นปัจจัยแรกเริ่มสำคัญสุดในการสร้างการรับรู้ในกระบวนการสร้างคุณค่า สอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างคุณค่าร่วมที่เน้นว่าการสร้างประสบการณ์ต้องเริ่มจากสิ่งที่จับต้องได้ก่อน ในเชิงปฏิบัติ ภาครัฐ และชุมชนควรพัฒนาการนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น ชุดย่าหยา และอาหารท้องถิ่น ให้พร้อม พร้อมพัฒนาการร้อยเรียงเรื่องเล่าที่เป็นเอกภาพเพื่อเชื่อมโยงทุนเข้ากับบริบททางประวัติศาสตร์ ภาคเอกชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์เชิงประจักษ์เป็นจุดเริ่มต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สภาพแวดล้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การสังเคราะห์ข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ PESTEL ชี้ให้เห็นความขัดแย้งระหว่างโอกาสภายนอก และอุปสรรคภายใน แม้ปัจจัยภายนอก เช่น กระแสสังคมที่ถวิลหาอดีต นโยบาย Soft Power ของภาครัฐ และเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ จะสร้างโอกาสขยายการรับรู้ แต่ปัจจัยภายใน คือ การขาดเอกภาพของชุมชน กฎระเบียบที่ซับซ้อน และโครงสร้างเศรษฐกิจที่เป็นเพียงเมืองผ่าน กลับเป็นอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการขับเคลื่อน ปัญหาหลักจึงไม่ได้อยู่ที่การขาดแคลนทรัพยากร แต่อยู่ที่กลไกความร่วมมือที่ล้มเหลว

ข้อค้นพบสอดคล้องกับ Juma & Khademi-Vidra (2019) ที่ระบุว่าปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือความไว้วางใจ และการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม ผลการวิจัยนี้ขยายความเข้าใจโดยเจาะจงว่า ในบริบทของเมืองรองอย่างระนอง ความไม่เป็นเอกภาพของชุมชนมีรากฐานมาจากประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานที่หลากหลาย และการขาดกลไกการกระจายผลประโยชน์ที่ชัดเจน ทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญทั้งเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติ ในเชิงทฤษฎี ให้มุมมองที่แตกต่างจากแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบนลงล่าง (Top-down) โดยชี้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเมืองรองไม่สามารถพึ่งเพียงการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ แต่ต้องเริ่มจากการซ่อมแซมความสัมพันธ์ และสร้างทุนทางสังคมภายในชุมชนก่อน ซึ่งสนับสนุนทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital Theory) ในเชิงปฏิบัติ ภาครัฐควรปรับบทบาทจากผู้กำหนดนโยบายมาเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) ที่สร้างพื้นที่เจรจา และกลไกการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม ชุมชนควรได้รับการสนับสนุนให้สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่แท้จริง โดยเฉพาะ การพัฒนาผู้นำชุมชนที่เชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ ภาคเอกชนควรตระหนักว่าการลงทุนต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน และมีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการสร้างคุณค่าเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการสังเคราะห์ข้อค้นพบพบว่าแนวทางที่เหมาะสมสำหรับระบองคือการเปลี่ยนบทบาทนักท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์เป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมที่เน้นการลงมือทำ (Hands-on Activities) ทั้ง 3 กิจกรรมต้นแบบล้วนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ทักษะใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าจากกระบวนการไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์

แนวทางนี้ยืนยันแนวคิดของ Richards (2011) และ Boonyanmethaporn et al. (2024) ที่นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง (Skill Development) และมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ ผลการวิจัยนี้ขยายมุมมองเดิมจากการท่องเที่ยวระบองที่เน้นเพียงสุขภาพและธรรมชาติมาสู่การท่องเที่ยวที่เน้นปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ที่เกิดจากประสบการณ์ไม่ใช่วัตถุ นอกจากนี้ ข้อค้นพบยังสอดคล้องกับแนวคิด Service-Dominant Logic ที่เน้นว่าคุณค่าเกิดจากการสร้างร่วมกัน (Co-creation) ระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ

ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญทั้งเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติ ในเชิงทฤษฎี สนับสนุน และขยายความเข้าใจว่าความสำเร็จไม่ได้เกิดจากตัวสินค้า (Product-centric) แต่เกิดจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interaction-centric) ระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน โดยเฉพาะในบริบทของเมืองรองที่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเน้นประสบการณ์ร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกว่าการแข่งขันด้วยสถานที่ท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ในเชิงปฏิบัติ ภาครัฐควรสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว โดยจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาทักษะของชุมชนในการเป็นวิทยากร และการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ชุมชนควรได้รับการฝึกอบรมทั้งทักษะการถ่ายทอดความรู้ และการบริหารจัดการกิจกรรม ภาคเอกชนสามารถพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์หรือตัวกลางในการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมเหล่านี้ พร้อมพัฒนามาตรฐานการให้บริการเพื่อรักษาคุณภาพของประสบการณ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ภาครัฐจังหวัดควรจัดตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เปอรานากันระบอง ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อบูรณาการแผนงาน และสร้างความต่อเนื่องของนโยบาย
- 2) เทศบาล และหน่วยงานกำกับดูแลควรผ่อนปรนกฎระเบียบในพื้นที่นาร่อง อาทิ ย่านเมืองเก่า เพื่อเอื้อให้เกิดการปรับปรุงอาคารที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการใช้พื้นที่สาธารณะสำหรับกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม

3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด และองค์การบริหารส่วนจังหวัดควรกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้ชัดเจน โดยวางตำแหน่งระนองเป็น Creative Wellness City ผนวกจุดแข็งด้านสุขภาพเข้ากับมิติทางวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) ผู้ประกอบการควรนำกิจกรรมต้นแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญา อาทิ การร้อยดิน การทำอาหาร หรือการแต่งกาย ไปทดลองตลาด โดยเน้นกลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ และวิถีเปอร์านากันอย่างลึกซึ้ง

2) ภาคเอกชนควรจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการสร้างสรรค์ระนอง เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการประสานงานกับภาครัฐ เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว และกำหนดมาตรฐานราคาที่เป็นธรรม

3) ผู้ประกอบการควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างเนื้อหาเชิงเจาะลึกที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญามากกว่าการนำเสนอภาพลักษณ์ที่สวยงามเพียงอย่างเดียว เพื่อเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มที่สนใจมรดกทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

ข้อจำกัดในการวิจัย

1) การวิจัยมุ่งเน้นข้อมูลจากฝั่งอุปทาน (หน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชน) แต่ขาดข้อมูลจากฝั่งอุปสงค์ โดยเฉพาะมุมมองของนักท่องเที่ยว และความเต็มใจจ่าย ทำให้ข้อเสนอแนะตั้งอยู่บนฐาน สิ่งที่ชุมชนมีมากกว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ

2) ขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (15 ราย) แม้เกิด data saturation แล้ว แต่อาจจำกัดความหลากหลายของมุมมอง โดยเฉพาะจากกลุ่มที่อาจมีบทบาทสำคัญ เช่น นักลงทุนจากต่างพื้นที่หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประสบการณ์

3) การศึกษากรณีเฉพาะระนองขาดการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นที่มีวัฒนธรรมเปอร์านากันร่วม เช่น ภูเก็ต ปันัง และมะละกา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรวิจัยเชิงปริมาณโดยมุ่งเน้นการวัดความเต็มใจจ่าย (WTP) และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำข้อมูลอุปสงค์ไปวางกลยุทธ์ด้านราคา และการสร้างมูลค่า

2) ควรขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลให้ครอบคลุมมุมมองที่หลากหลาย โดยเฉพาะนักลงทุนจากต่างพื้นที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประสบการณ์ และตัวแทนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

3) ควรศึกษาเปรียบเทียบโมเดลการจัดการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระหว่างระนองกับพื้นที่ต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ อาทิ ย่านเมืองเก่าภูเก็ต ปันัง หรือมะละกา เพื่อถอดบทเรียน และวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย การสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์เปอรานากัน จังหวัดระนอง นี้ได้รับการรับรองโครงการวิจัย โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต เอกสารรับรอง (COA. No.) RSUERB2025-218 รหัสโครงการวิจัย RSU-ERB2025.240.0309 ณ วันที่ 16 เดือนกันยายน พ.ศ. 2568

เอกสารอ้างอิง

- ทิพย์พิรุณ พุ่มดวง. (2563). กลยุทธ์การเล่าเรื่องวัฒนธรรมเพอรานากันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางอันดามันคลาสเตอร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย]. UTCC Scholar.
<https://doi.org/10.14458/UTCC.the.2020.11>
- ธนวิทย์ เพียรดี. (2568). รูปแบบการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเปอรานากันในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน: ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 30(3), 52–73. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/278605>
- นภชนก ตลับเงิน. (2565). รูปแบบการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. NIDA Wisdom Repository.
<https://repository.nida.ac.th/items/a06d6bb0-defa-48eb-be91-8a573ce5d9b1/full>
- นิโลบล วงศ์ภัทรนนท์, สุภาภรณ์ เลิศศิริ และพิชัย ทองดีเลิศ. (2568). แนวทางการส่งเสริมเกษตรในเมืองเชิงพหุภารกิจเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 7(2), 79–93. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JMARD/article/view/271940>
- บุปผา วงษ์พันธุ์ทา, คมสันต์ ทับชัย และธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวและความร่วมมือของเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง (รายงานการวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/digital/api/DownloadDigitalFile/download/185962
- ปรียวรรณ สุวรรณสุนย์. (2568). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ชุมทรัพย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์. หอสมุดรัฐสภา.
<https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2568-feb6>
- พัชรี สมเฑาะฏ, อุมพร กาญจนคลอด, เมธาวีตร ภูธรภักดี, มยุร หล้าสุบ, สุภาวดี พรหมมา และประกอบ ใจมั่น. (2567). การเพิ่มขีดความสามารถเพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและประวัติศาสตร์อย่างสมดุลยั่งยืน อำเภอหนองบัว จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*, 9(2), 55–79. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BSJ/article/view/272825>

- พุทธิดา กิจดำเนิน. (2564). การต่อรองเรื่องเล่าและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของจินเปอรานากันในรัฐกลันตัน ประเทศมาเลเซีย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 33(1), 42–69. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jss/article/view/249128>
- ลัดดาวรรณ ทองใบ. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 8(2), 103–112. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/130769>
- วรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร, ดุจฤดี คงสุวรรณ และปทุมพร แก้วคำ. (2567). การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมชุมชนเมืองโบราณเวียงลอ ตำบลลอ อำเภोजุน จังหวัดพะเยา. *มนุษยสังคมสาร (มสส.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 22(2), 61–80. <https://doi.org/10.14456/jhusoc.2024.16>
- สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แผงเพชร. (2566). สร้างสรรค์ สุข: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่พหุวัฒนธรรม เพื่อสอดรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในความปกติใหม่ จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 43(2), 1-13. <https://doi.org/10.14456/sujthai.2023.10>
- สุปชา เพชรโสม, นวลสมร อุณหะประทีป และณัฐกานต์ ผาจันทร์. (2563). แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้อากาศยานขนาดเล็กเป็นพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวแถบฝั่งทะเลอันดามัน กรณีศึกษา: จังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 31–50. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldte/article/view/243419>
- Boonyanmethaporn, W., Pusiran, A. K., & Janin, Y. (2024). Towards Tourists' Perspective: Creative Tourism and its Main Characteristics. *NIDA Development Journal*, 64(1), 96–115. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NDJ/article/view/268145>
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2021). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. *Sustainability*, 13(1), 2. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Future Market Insights. (2025). *Cultural tourism market outlook (2025-2035)*. <https://www.futuremarketinsights.com/reports/cultural-tourism-market>
- Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical service logic: Making sense of value creation and co-creation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(2), 133–150. <https://doi.org/10.1007/s11747-012-0308-3>

- Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019). Community-based tourism and sustainable development of rural regions in Kenya; Perceptions of the citizenry. *Sustainability*, 11(17), 4733. <https://doi.org/10.3390/su11174733>
- Lan, T., Zheng, Z., Tian, D., Zhang, R., Law, R., & Zhang, M. (2021). Resident-tourist value co-creation in the intangible cultural heritage tourism context: The role of residents' perception of tourism development and emotional solidarity. *Sustainability*, 13(3), 1369. <https://doi.org/10.3390/su13031369>
- Oranratmanee, R., & Sachakul, V. (2014). Streets as public spaces in Southeast Asia: Case studies of Thai pedestrian streets. *Journal of Urban Design*, 19(2), 211–229. <https://doi.org/10.1080/13574809.2013.870465>
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2020). Culture and tourism: Natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 232–234. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0139>
- UNESCO. (n.d.). *Kebaya: Knowledge, skills, traditions and practices*. UNESCO Intangible Cultural Heritage. Retrieved September 15, 2025, from <https://ich.unesco.org/en/RL/kebaya-knowledge-skills-traditions-and-practices-02090>
- Yarapirom, P. S., & Riadil, I. G. (2023). Gastronomy tourism promotion of halal food of ethnic Chinese Peranakan culinary in “Glodok” Jakarta Chinatown. *Journal of International Studies, Prince of Songkla University*, 13(1), 217–254. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/article/view/264563>