



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จ.สุพรรณบุรี

โทรศัพท์ (มือถือ) ๐๘-๓๖๑๘-๗๘๓๐ E-mail sakdanai.san@mcu.ac.th

ที่ พิเศษ / 2565

วันที่ พฤศจิกายน 2565

เรื่อง ส่งรายงานวิจัยฉบับร่างสมบูรณ์ (ฉบับแก้ไข)

กราบเรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

ตามที่มหาวิทยาลัย ได้อนุมัติให้ข้าพเจ้า พระครูใบฎีกาศักดิ์ดินัย ฉายา สมนจิตโต นามสกุล เนตรพระ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรพุทธศาสตรบัณฑิต รักษาการสำนักงานผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี / ส่วนงาน วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จ.สุพรรณบุรี ภาควิชา รัฐศาสตร์ ตามสัญญา ได้จัดทำการวิจัยส่วนงาน ปีงบประมาณ 2565 MCURS 800765170 โครงการวิจัยย่อย ๓ เรื่อง แนวทางการจัดการตลาด ส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แผนงาน วิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี โดย กำหนดให้นักวิจัย ทราบแล้ว นั้น

ในการบัดนี้ ข้าพเจ้าได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ปรับปรุง โครงการวิจัยย่อย ๓ ฉบับร่าง สมบูรณ์ (ฉบับแก้ไข) ตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อวันที่ 13-14 กันยายน 2565 ดังกล่าว กระผมได้ดำเนินการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตามข้อเสนอแนะนั้น จึงได้ดำเนินการส่ง รายงานวิจัยโครงการย่อย 1 ฉบับร่างสมบูรณ์ (ฉบับแก้ไข) จำนวน 1 ชุด พร้อมข้อมูล แฟรชไดรฟ์ (UHB) จำนวน 1 อัน แก่สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ เพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป ตามรายละเอียดที่แนบมาพร้อมนี้

จึงกราบเรียนมาเพื่อทราบ และดำเนินการต่อไป

(พระครูใบฎีกาศักดิ์ดินัย, ดร.)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อย ๓



รายงานการวิจัย

โครงการย่อยที่ ๓ เรื่อง

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตร
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
Guidelines for the Marketing Management to Promote
Agricultural Tourism of Community Enterprises
Buddhist way of Life Suphanburi Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ
ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี
The Approaches to Adding Product Value and Value of Local Plants
for Creative Economy and Agricultural Tourism of Community
Enterprises Buddhist Way of Life The Banana Conservation
Center Suphanburi Province

โดย

พระครูใบฎีกาศักดิ์ด้นัย
นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ
พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากส่วนงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ
MCURS 800765170



รายงานการวิจัย

โครงการย่อยที่ ๓ เรื่อง

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตร
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
Guidelines for the Marketing Management to Promote
Agricultural Tourism of Community Enterprises
Buddhist way of Life Suphanburi Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ
ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี
The Approaches to Adding Product Value and Value of Local Plants
for Creative Economy and Agricultural Tourism of Community
Enterprises Buddhist Way of Life The Banana Conservation
Center Suphanburi Province

โดย

พระครูใบฎีกาศักดิ์ดินัย

นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากส่วนงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

MCURS 800765170

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Sub-Research Report 3

Guidelines for the Marketing Management to Promote
Agricultural Tourism of Community Enterprises
Buddhist way of Life Suphanburi Province

Under Research Program

The Approaches to Adding Product Value and Value of Local
Plants for Creative Economy and Agricultural Tourism of
Community Enterprises Buddhist Way of Life The Banana
Conservation Center Suphanburi Province

BY

Phrakhrubaidika Sakdanal
Mr. Aekmongkol Phetwong

Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Suphanburi Buddhist College
C.E. 2022

Research Project Funded by SuphanBuri Sri Suvarnabhum Buddhist
College

MCURS 800765170

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ณ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
๑.๓ คำถามการวิจัย	๕
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย	๕
๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย	๕
๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๘
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๐
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว	๑๐
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๕
๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	๒๙
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	๓๖
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนวิถีพุทธ	๓๘
๒.๖ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย	๔๕
๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๔๘
๒.๘ กรอบแนวคิดในการวิจัย	๕๕
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๕๖
๓.๑ รูปแบบการวิจัย	๕๖
๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๕๗
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๕๘
๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล	๖๐
๓.๕ สรุปรายงานผลการวิจัย	๖๒
๓.๖ แผนการดำเนินการวิจัย	๖๒

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๓.๗ กระบวนการวิจัย	๖๓
๓.๘ การพิทักษ์สิทธิและจรรยาบรรณในการวิจัย	๖๕
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๖๖
๔.๑ การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๖๖
๔.๒ ศึกษาองค์ประกอบหลักและส่วนประสมการจัดการตลาด ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี	๑๐๓
๔.๓ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ การเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี	๑๑๗
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	๑๒๐
๕.๑ สรุปผลการวิจัย	๑๒๑
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย	๑๒๔
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๓๒
บรรณานุกรม	๑๓๔
ภาคผนวก	๑๔๐
ภาคผนวก ก. บทความวิชาการ	๑๔๑
ภาคผนวก ข. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	๑๕๕
ภาคผนวก ค. ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรม ที่ได้ดำเนินการมาแล้วผลที่ได้รับของโครงการ	๑๕๘
ภาคผนวก ง. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๑๖๑
ภาคผนวก จ. หนังสือยินยอม เข้าร่วมการวิจัย	๑๖๙
ภาคผนวก ฉ.. รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๒๐๐
ภาคผนวก ช. ใบขอจริยธรรม	๒๐๓
ภาคผนวก ซ. รูปภาพกิจกรรมที่ดำเนินการวิจัย	๒๐๖
ภาคผนวก ญ. แบบสรุปโครงการวิจัย	๒๑๐
ภาคผนวก ฎ. ประวัติคณะผู้วิจัย	๒๑๕

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒.๑	แสดงการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการใช้สื่อ	๑๒
๒.๒	แสดงหลักธรรมที่นักวิชาการเสนอให้นำไปเป็นแนวปฏิบัติในชุมชนวิสาหกิจ	๔๔
๓.๑	แสดงแผนการวิจัยชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายงานวิจัยย่อยโครงการที่ ๓	๖๒
๔.๑	แสดงจำนวนวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็นรายอำเภอ	๖๗
๔.๒	แสดงสถานภาพผู้ร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๘๓
๔.๓	แสดงการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยภายนอกตามองค์ประกอบ PESTEL Model	๙๘
๔.๔	แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง	๙๙
๔.๕	แสดงสัดส่วนผู้สมัครใจเข้าร่วมเสวนา ตามรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ๑๐๓	
๔.๖	แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม	๑๐๙
๔.๗	แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายการกลุ่ม “ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)”	๑๑๐
๔.๘	แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายการกลุ่ม “ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังวังยาง”	๑๑๑
๔.๙	แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายการกลุ่ม “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม”	๑๑๒๐
๔.๑๐	แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายการกลุ่ม “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี”	๑๑๓
๔.๑๑	แสดงฉันทามติในการพิจารณา ความสอดคล้ององค์ความรู้ใหม่กับ ผลการวิจัยที่ได้	๑๒๐

สารบัญภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๒.๑ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)	๔๖
๒.๒ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	๔๗
๒.๓ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม	๔๗
๒.๔ ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	๔๘
๒.๕ แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	๕๔
๓.๗ แสดงกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	๖๔
๔.๑ แผนที่ แสดงเส้นทางไปที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)	๖๘
๔.๒ แปลงนาสาธิต ชนิดพันธุ์ข้าวนาปรังทุกชนิด	๗๐
๔.๓ ร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต	๗๐
๔.๔ ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก	๗๐
๔.๕ ทักษะภาพที่สวยงามทั่วไปของศูนย์การเรียนรู้	๗๑
๔.๖ แผนที่ แผนที่ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์วังยาง	๗๒
๔.๗ นายสงบ ลาภปัญญา รองประธานบริหารวิสาหกิจชุมชนวังยาง	๗๒
๔.๘ สวนปลูกเห็ดชีวภาพไม่ใช้สารเคมีแห่งเดียวในประเทศ	๗๓
๔.๙ ภูมิปัญหาค้นบ้าน ทำกิจกรรม สานกระเป่า ปลูกเห็ด	๗๓
๔.๑๐ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม	๗๔
๔.๑๑ รวมกิจกรรมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลม	๗๗
๔.๑๒ แผนที่ ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	๗๘
๔.๑๓ ภาพมุมสูงสถานที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ๑๑ ไร่	๘๐
๔.๑๔ บรรยายให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม	๘๐
๔.๑๕ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา รวมทั้ง ตลาดต้นไม้ส่งเสริมนักท่องเที่ยว	๘๑
๔.๑๖ การเสวนากลุ่มและการสัมภาษณ์ จากประธาน และรองประธานกลุ่มการท่องเที่ยว เชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง	๘๔
๔.๑๗ ภาพคณะกรรมการ การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก	๘๕
๔.๑๘ เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	๘๘
๔.๑๙ สถานที่พักของชุมชน ตำบลบ้านแหลม บ้านทรงไทยหลายหลัง	๘๙
๔.๒๐ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมวิถีไทย	๙๐
๔.๒๑ กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มตำบลบ้านแหลมสุพรรณ	๙๑
๔.๒๒ กิจกรรมพานักท่องเที่ยวล่องเรือริมแม่น้ำท่าจีน	๙๑
๔.๒๓ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับหลัง เสวนาของ “ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)”	๑๑๔
๔.๒๔ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับหลัง เสวนาของ “ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง”	๑๑๔

สารบัญภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๔.๒๕ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับหลังเสวนาของ “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม”	๑๑๕
๔.๒๖ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับหลังเสวนาของ “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี”	๑๑๕
๔.๒๗ แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย	๑๒๐

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

อักษรย่อในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ใช้อ้างอิงจาก พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย

ก. คำย่อชื่อคัมภีร์พระไตรปิฎก

พระสุตตันตปิฎก				
คำย่อ		ชื่อคัมภีร์		ภาษา
ที.ปา. (ไทย)	= สุตตันตปิฎก	ทีฆนิกาย	ปาฏิกวรรค	(ภาษาไทย)
ม.ม. (ไทย)	= สุตตันตปิฎก	มัชฌิมนิกาย	มูลปณาสก	(ภาษาไทย)
อง.ปญจก.(ไทย)	= สุตตันตปิฎก	อังคุตตรนิกาย	ปัญจกนิบาต	(ภาษาไทย)

ชื่อรายงานการวิจัย : แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
วิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้วิจัย : พระครูใบฎีกาศักดิ์ดนัย, นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์

ส่วนงาน : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปีงบประมาณ : ๒๕๖๕

ทุนอุดหนุนการวิจัยส่วนงาน : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี
ศรีสุวรรณภูมิ จังหวัดสุพรรณบุรี

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมวิจัยคือผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้นำชุมชน ใช้การเลือกแบบเจาะจงจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 4 แห่ง เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ SWOT จัดเวทีเสวนา สังเกต และการตรวจเยี่ยมประเมินผลประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบอุปนัยและเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงอนุมานและเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ มีทั้งปัจจัยเชิงบวกและคณะบุคคลเป็นเจ้าของกิจการสร้างคุณค่าคุณค่างานบริการธรรมชาติท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีระบบเทคโนโลยีและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย การคมนาคมสะดวก มีกิจกรรมให้บริการทุกกลุ่มทุกรุ่นอายุ มีผลผลิตทางเกษตรปลอดสารพิษและของฝากไว้บริการ 2) องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 72.75 คะแนน สอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แต่ต้องมีการเสริมสร้างการจัดทำแผนพัฒนาองค์กร เปิดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกกิจกรรม และ 3) แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ได้แก่ (1) การยกระดับองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานคุณภาพ (2) การบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ (3) การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำสำคัญ แนวทางการจัดการตลาด/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร / กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ

Abstract

Research Title : Guidelines for the Marketing Management to Promote Agricultural Tourism of Community Enterprises Buddhist way of Life Suphanburi Province.

Researchers : Phrakhrubaidika Sakdanal
Mr.aekmongkol Phetwong

Department : Mahachulalongkornrajavidyalaya
University SuphanBuri Sri Suvarnabhumi Buddhist College

Fiscal Year : 2022

Research Scholarship Sponsor : Division SuphanBuri Sri Suvarnabhumi Buddhist College

Abstract

This research aims to 1) Study the current situation of agritourism promotion market management. 2) Study the main components and management of agritourism promotion marketing mix; and 3) Propose guidelines for marketing management, promoting agritourism and increasing distribution channels for Buddhist community enterprise products Suphanburi Province. It is a participatory action research. The key informant and co-researcher were entrepreneurs, members and community leaders. Using a specific selection from four agritourism community enterprises. Collecting data from group discussions, in-depth interviews, SWOT analysis, forums, observations, and earnings assessment visits. Inductive and quantitative analysis of content data using inferential and descriptive statistics.

The research showed that 1) Current situation, marketing management for Buddhist community agricultural tourism promotion there are both individuals and groups of people owning businesses that value local natural resources as an agricultural tourist attraction. There are modern technology and security systems, convenient transportation, activities for all groups and ages. There are non-toxic agricultural products and souvenirs to serve. 2) The main components and management of the marketing mix to promote agritourism as a whole passed the quality standard of agritourism at a very good level. The mean total score was 72.75 points, consistent with the interviews with key informants, but there must be a strengthening of the organization development plan and open to the community to participate in all activities. and 3) market management guidelines for promoting

agritourism and increasing distribution channels for Buddhist community enterprise products, namely: (1) upgrading the main components of agritourism to quality standards. (2) management of the main components of agritourism sites in relation to the service marketing mix. (3) providing opportunities for communities to participate in the management of agricultural tourism sites.

Keywords: marketing management approach/agritourism promotion/Buddhist community enterprise group

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับความเมตตาอนุเคราะห์ช่วยเหลือเป็นอย่างดี
ยิ่งจากคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้มีพระคุณทั้งหลาย ผู้วิจัยขอจารึกนามให้ปรากฏเพื่อเป็นเกียรติ
แลพแสดงความขอบพระคุณ ดังต่อไปนี้

ขอกราบขอบพระคุณพระเดชพระคุณพระธรรมพุทธิมงคล (สิรินันโท) มีนามเดิมว่า
สอั้ง อาสน์สถิตย์ ที่ปรึกษาเจ้าคณะภาค ๑๔ เจ้าอาวาสวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี และ
พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์,ดร. ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิและเจ้าคณะจังหวัด
สุพรรณบุรี เป็นผู้มีคุณูปการสนับสนุนช่วยเหลือด้านแนวคิด ด้านวิชาการ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
กับงานวิจัย

ขอกราบขอบคุณท่านผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ พระเดชพระคุณพระสุธีรัตน
บัณฑิต (สุทิตย์ อาภากรโร/อบอุ้น) เจ้าอาวาสวัดสุทธิวาราม รวมทั้งคณาจารย์ในสถาบันวิจัยพุทธป/
คน ได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำชี้แนะตรวจแก้ไขรายงานการวิจัยจนทำให้งานวิจัย
ฉบับนี้ ดำเนินไปได้โดยสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรและคณาจารย์พิเศษของวิทยาลัยสงฆ์
สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ จังหวัดสุพรรณบุรีทุก ๆ ท่าน ที่ให้ข้อเสนอแนะและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อ
การวิจัย ขอขอบคุณเจ้าของตำราและผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ขอขอบคุณครูบาอาจารย์ที่
ได้ประสิทธิ์ประสาทวิทยาการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งบิดา มารดา และญาติพี่น้องที่คอย
เกื้อหนุนด้วยดีเสมอมา และขอขอบคุณทุก ๆ ท่านที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัยทั้งจากภาครัฐและเอกชน
ที่ช่วยสนับสนุนให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จด้วยดี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและความมั่นคงของ
พระพุทธศาสนา

หากผลประโยชน์ที่พึงประสงค์จากรายงานวิจัยฉบับนี้ยังประโยชน์สุขต่อชุมชน สังคม
และวงการศึกษา ผู้วิจัยขอน้อมถวายเป็นพุทธบูชาแด่พระศรีรัตนตรัย บูชาพระคุณบิดามารดา ครู
อาจารย์และผู้มีคุณูปการแก่ผู้วิจัย มา ณ โอกาสนี้

พระครูใบฎีกาศักดิ์ดนัย

๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย ทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักในประเทศ เป็นแหล่งที่มาของการจ้างงานที่สำคัญ ซึ่งช่วยแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศไทย นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังช่วยทำให้เกิดและนำมาซึ่งการกระจายความเจริญไปสู่ระดับภูมิภาค เป็นการลดปัญหาความยากจน และปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของคนในเขตเมืองและเขตชนบท นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นตัวแปรสำคัญช่วยในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศทั้งด้านระบบคมนาคม เช่น สนามบิน ถนน และด้านสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของคนต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และจากการคาดการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยปีงบประมาณ ๒๕๖๕ หากไม่มีการระบาดหนักอีกจนทำให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการควบคุมเข้มงวดดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นในปี ๒๕๖๔ คาดว่า จะมีทิศทางการเติบโตดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเป็นการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปในด้านจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ารายได้ เพราะเศรษฐกิจยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาได้เร็ว โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยประมาณ ๓๖,๔๐๐,๐๐๐ ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๙ และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว ๑,๔๒๕,๐๐๐ ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๗ ซึ่งจังหวัดหลักและรองที่พึ่งพิงนักท่องเที่ยวคนไทยเริ่มทยอยเติบโตดีขึ้นมาก่อน^๑

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมพื้นที่การท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว^๒ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างกลุ่มที่ ๑ ซึ่งกำหนดเป้าหมายการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ไว้ว่า “ศูนย์กลางการผลิตและการตลาดสินค้าภาคเกษตร อุตสาหกรรมปลอดภัย การท่องเที่ยวคุณภาพเชิงสร้างสรรค์และการค้าภาคตะวันตก” ประเด็นการพัฒนาที่ ๒ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวคุณภาพเชิงสร้างสรรค์ ด้านนิเวศน์

^๑ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, รายงานประจำปี ๒๕๖๔, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๔), หน้า ๒๖.

^๒ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ ๒๕๖๐-๒๕๖๔ (ฉบับทบทวน พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๔), (กรุงเทพมหานคร : กองนโยบาย ฝายวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๔), หน้า ๙๒.

สุขภาพ วัฒนธรรมในพื้นที่ประวัติศาสตร์ภาคตะวันตกและอารยธรรมทวารวดี^๓ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มาก เนื่องจากมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ป่าเขา น้ำตก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เมืองโบราณบ้านคูบัว จังหวัดราชบุรี เส้นทางรถไฟสายมรณะ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ด่านเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ขึ้นหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ชุมชนท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ เช่น ตลาดน้ำตลาร้อยปี ตลาดโบราณ โฮมสเตย์ ตลาดสามชุก-สุพรรณบุรี และตลาดเจ็ดเสมียนจังหวัดราชบุรี ดอนหวาย พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน (สุพรรณบุรี) ผู้ที่มาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ซึ่งสามารถสัมผัสได้ทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อการผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เดียวกัน^๔ จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร และบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มทวารวดี

ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติ ไมตรีที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นคนไทย การบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด

ตลาดการท่องเที่ยวนี้มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ในส่วนตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังจะขึ้นมาเป็นกระแสหลักหลัง COVID-19 จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญหลายท่านมองว่า การท่องเที่ยวแบบนี้ตอบโจทย์ทั้งการหลีกเลี่ยงพื้นที่ชุมชนหนาแน่น ได้ประสบการณ์ถึงผจญภัย ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ โดยกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คือจุดหมายที่จะได้ประโยชน์จากเทรนด์นี้มากที่สุด เพราะเป็นการท่องเที่ยวกลางแจ้งท่ามกลางธรรมชาติ พักผ่อนในบ้านพักกลางป่า และเน้นการรับประสบการณ์^๕ สอดคล้องกับ **ราณี อิลิชัยกุล** กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี และนำเอา

^๓ กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑, แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ (กาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี) พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐, (ราชบุรี : กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดราชบุรี, ๒๕๖๔), หน้า ๑.

^๔ เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๒.

^๕ Pattarat, “ท่องเที่ยวเชิงเกษตร” เทรนด์ที่กำลังมาแรง เมื่อคนเมืองอยากสัมผัสชีวิตชนบทหนี COVID-19, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://positioningmag.com/1289665> [๓๐ มีนาคม ๒๕๖๕].

ทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร^๖

บริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี^๗ เป็นหนึ่งในสามจังหวัดกลุ่มภาคกลางตอนล่าง ๑ ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรทางธรรมชาติและการเกษตร รวมถึงเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญเมืองหนึ่งในภูมิภาคภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ได้มีเป้าหมายการพัฒนาให้เป็นเมืองเกษตรกรรมยั่งยืน เศรษฐกิจเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดี สังคมมีสุข พื้นที่ตั้งมีความเหมาะสม รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมและมีความพร้อมในการรองรับการขยายตัว มีระบบชลประทานครอบคลุมร้อยละ ๗๓.๔ ของพื้นที่การเกษตร ได้รับการสนับสนุนการเกษตรจากจังหวัดให้สามารถเพาะปลูกได้ตลอดปี มีศักยภาพการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อการส่งออกและอุตสาหกรรมสนับสนุนในภาคสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและความพร้อม มีแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเกษตรครอบคลุมทั้งการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมงและการป่าไม้ ซึ่งสนับสนุนศักยภาพการเกษตร และสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ทางการเกษตรได้ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิต มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิต เชิงประวัติศาสตร์ พุทธศาสนาและแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกอำเภอ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง ชุมชนหมู่บ้านควาย ชุมชนบ้านท่าคอย อำเภอศรีประจันต์ ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย อำเภอเมือง ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เป็นต้น จังหวัดสุพรรณบุรีแม้จะมีจุดแข็งและโอกาสดังกล่าวก็ตาม จากการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร^๘ ยังพบจุดที่ควรพัฒนา ได้แก่ ปัญหาการท่องเที่ยวของโครงสร้างพื้นฐานที่ยังกระจายรายได้ไม่ได้เท่าที่ควร รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญยังไม่ครอบคลุมและทั่วถึง ประชาชนในหมู่บ้านมักจะไม่มีความกังวลเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติหวั่นถูกทำลาย ขาดทักษะในการสร้างความเชื่อมั่นและความต้องการของลูกค้าโดยตรง ช่องทางการจำหน่ายไม่มีกฎหมายตัว ซึ่งจะถูกกำหนดโดยสภาวะตลาด ตัวกำหนดราคาจะแปรไปตามฤดูกาล และการจัดการส่งเสริมการขายยังขาดการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เป็นต้น สอดคล้องกับ รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์กรแบบพหุภาคี

^๖ ราณี อธิชัยกุล, แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยที่ ๒, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๖๐), หน้า ๘.

^๗ สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๕ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๓), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www1.suphanburi.go.th/files/com_strategic/2019-01_3698f41fc355f67.pdf [๓๐ มีนาคม ๒๕๖๕].

^๘ สัมภาษณ์ กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี, และกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมสุพรรณบุรี, ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ชุมชนวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี^๙ ระบุว่า ชุมชนวังยางและชุมชนอื่น ๆ ที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอศรีประจันต์ ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง จากการพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน พบว่า เป็นกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในระดับชุมชนเพียงด้านเดียว ทำให้เกิดช่องว่างในการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่จำกัดและไม่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอ รวมถึงขาดกลไกกลางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับอำเภอที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงจากชุมชนสู่ระดับจังหวัด การส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการทำงานตามพันธกิจของหน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่ ขาดการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ยังสนับสนุนไม่ตรงประเด็น และขาดการสนับสนุนในมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การนำองค์ประกอบหลักหรือมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาเป็นกรอบในการส่งเสริมตลาดด้านบริการ (7Ps)^{๑๐} เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เชื่อว่าจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีมาตรฐานคุณภาพ มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทุกฤดูกาล

จากปัญหา/อุปสรรค ความต้องการและความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดังกล่าวนี้นี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนาม รวบรวมประเด็นปัญหา/อุปสรรค ข้อจำกัดและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเบื้องต้นแล้ว จึงมีความสนใจที่จะยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอขอรับทุนโครงการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และได้รับอนุมัติให้เป็นหนึ่งในสามโครงการย่อย โดยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แบ่งการวิจัยเป็น ๓ ระยะ ระยะที่ ๑ เชิญผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ SWOT ระยะที่ ๒ จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว ระยะที่ ๓ เสนอแนวทางการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๑.๒.๒ เพื่อศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

^๙ ชง คำเกิด และคณะ, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์กรแบบพหุภาคีชุมชนวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี”, วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๖ (พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๔๓๕ (๔๓๒-๔๕๐).

^{๑๐} Kotler, Philip อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, แนวคิดการบริหารการตลาดยุคใหม่, (กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๕๒).

๑.๒.๓ เพื่อเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๑.๓ คำถามการวิจัย

๑.๓.๑ สภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

๑.๓.๒ องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

๑.๓.๓ เพื่อเสนอแนวทางการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี มีแนวทางอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้การศึกษาทั้งเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษา แนวคิด ทฤษฎีการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเสวนาองค์ประกอบและส่วนประสมการตลาดการให้บริการ 7 Ps มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พฤติกรรมผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตด้านประชากร แบ่งเป็น ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน ๔ คน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๑๐ คน ผู้นำชุมชน ๔ คน ผู้นำท้องถิ่น ๔ คน และเจ้าอาวาสวัดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตั้งอยู่ ๑ รูป รวม จำนวน ๒๓ รูป/คน

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่ มุ่งศึกษาวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในจังหวัดสุพรรณบุรี

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา ในช่วงเดือนมีนาคม ๒๕๖๕ ถึง เดือน กันยายน ๒๕๖๕ รวม ระยะเวลา ๗ เดือน

๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย

๑.๕.๑ การจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีได้จัดทำแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการตลาดด้านบริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๑.๕.๒ ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง เทคนิค วิธีการ และกระบวนการในการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับและตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุดโดยให้ความสำคัญ ดังนี้

๑) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ถูกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น ๒ ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ของฝาก หรือของที่ระลึก เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประสิทธิภาพที่ได้รับจากการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ทั้ง ๔ แห่ง

๒) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินที่นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคานักท่องเที่ยวจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของแหล่งท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบด้านราคาที่มีความเกี่ยวข้องกับอัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่าย ค่าการเข้าร่วมกิจกรรม และราคาของฝากและของที่ระลึก

๓) ด้านการช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในด้านคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง และช่องทางการนำเสนอบริการ

๔) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ในการที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังช่วยให้ข้อมูลถึงบทบาทของนักท่องเที่ยวในกระบวนการนำเสนอสินค้าและบริการ และทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงบริการอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

๕) ด้านบุคลากร (People) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๔ แห่ง

๖) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง มีปฏิสัมพันธ์กันรวมถึงองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่าง ๆ

๗) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน ระเบียบ หรือกระบวนการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับนักท่องเที่ยว

๑.๕.๓ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางเที่ยวชมความสวยงามและได้สัมผัสวิถีความเป็นอยู่ของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธทั้ง ๔ แห่ง เยี่ยมชมการประกอบอาชีพทางการเกษตรการเรียนรู้ การพักผ่อนในโฮมสเตย์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่ออย่างมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นแล้วยังได้ซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำขึ้น

๑.๕.๔ องค์ประกอบหลักหรือมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การกำหนดแนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการ การให้บริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบหลัก ได้แก่

๑) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานวางแผน ควบคุม ดูแล จัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน เช่น การส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ การแปรรูป ผลผลิตการเกษตร ไปเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร การพัฒนาฉากและบรรยากาศ การยกระดับมาตรฐานสินค้าไปสู่สากล เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสำหรับลูกค้า เป็นต้น

๒) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความพร้อมในการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางเดินเท้าเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางสะดวกและปลอดภัย (ความสะดวก พิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อไป) เป็นต้น

๓) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้ การพักผ่อนและให้ความบันเทิง ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ประเภท เป็นต้น

๔) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท ภายในระยะรัศมี ๒๐ กิโลเมตร มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ หรือไม่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

๑.๕.๕ วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการรวมกลุ่มอาชีพของคนในชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อร่วมกันทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดำรงวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ การจัดการทรัพยากร การจัดการชุมชน กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ โดยใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีชาวบ้าน ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

๑.๕.๖ ชุมชนวิถีพุทธ หมายถึง คณะบุคคลในจังหวัดสุพรรณบุรีที่ดำรงชีพโดยประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา มีการอดหนุนเกื้อกูลกันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ตามบทบาทของผู้คนในชุมชน สังคม ที่ต้องดูแลร่วมกันรักษา เช่น สภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ สาธารณประโยชน์ ฯลฯ เคารพในจารีต กฎระเบียบ ข้อปฏิบัติ กฎหมาย มีความเข้าใจ รู้ในประโยชน์และโทษ มีส่วนร่วมในรักษาวินัยธรรม ประเพณี ภาษาท้องถิ่น รู้จักการยกระดับภูมิปัญญาและเทคโนโลยีชาวบ้านผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค และพร้อมที่พัฒนาตนตามหลัก

พระพุทธศาสนาที่แตกต่างกันตามจริตของแต่ละวิสาหกิจ ของแต่ละชุมชน เพื่อนำพาตนและชุมชนมุ่งสู่สันติสุขอย่างยั่งยืน หลักไตรสิกขา ประกอบด้วย

- ๑) ศีลสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีใช้อบรมทางด้านความประพฤติ
- ๒) จิตตสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีใช้อบรมจิตให้เกิดสมาธิ
- ๓) ปัญญาสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีใช้อบรมปัญญาให้รู้แจ้งตามความเป็นจริง

๑.๕.๗ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งผู้บริโภคมีความคาดหวังที่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเองภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนการตัดสินใจซื้อ

๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๖.๑ ด้านวิชาการ

- ๑) คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการเพิ่มองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- ๒) คณะผู้วิจัยสามารถนำเสนอแนวทางในการพัฒนาความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี
- ๓) คณะผู้วิจัยมีข้อมูลผลการประเมินองค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำไปพัฒนาศักยภาพการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีได้
- ๔) มีการเผยแพร่องค์ความรู้แบบบทความวิจัย ในวารสารทางวิชาการ การเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านวิทยุทัศน์ หนังสืองานวิจัย หรือผ่านระบบมัลติมีเดีย

๑.๖.๒ ด้านนโยบาย

- ๑) หน่วยงานทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชนมีองค์ความรู้ด้านวิชาการ นำไปปรับใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ
- ๒) สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตร สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุพรรณบุรีสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์เพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์/นโยบายในด้านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ให้มีความสามารถในการแข่งขันระบบการตลาดและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานคุณภาพได้

๑.๖.๓ ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

- ๑) วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับคุณภาพเพิ่มขึ้น มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธอย่างน้อย ๔ แห่ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

๒) วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการขายผ่านออนไลน์ องค์ความรู้ในการเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการบริการที่พัก การจำหน่ายอาหาร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นอื่น ๆ

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี” คณะผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า และให้ความสำคัญกับแนวคิด ทฤษฎี บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานความคิดและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยกำหนดประเด็น มีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว
- ๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- ๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- ๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนวิถิพุทธ
- ๒.๖ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย
- ๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ๒.๘ กรอบแนวคิดการวิจัย

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว

๒.๑.๑ การตลาดการท่องเที่ยว

การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามของหน่วยงานหรือผู้ประกอบการ ธุรกิจที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า ตนเองมีทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วจึงใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวจูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้น เกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ศรัณยา วรากุลวิทย์^๑ ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมทั้งนี้เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แบ่งแยกไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ดังนั้นการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาการตลาดอย่างหนึ่งคือความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารต่างๆ ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงประชากรอย่างแพร่หลาย จะมีส่วนสนับสนุนให้ประชากร

^๑ ศรัณยา วรากุลวิทย์, **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : Orientation to tourism industry**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เฟื่องฟ้า พรินตติ้ง , ๒๕๔๖), หน้า ๗๗.

เกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้ประชากรมีความสามารถในการเดินทางได้มากยิ่งขึ้น

นิคม จารุมณี^๒ ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย ๕ ประการคือ ๑) การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ ๒) กำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ ๓) กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการจะได้ ๔) คัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ๕) การขายการท่องเที่ยว

กมล รัตนวิระกุล^๓ ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันว่ามีการใช้การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communication) เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้กันมากเพื่อหวังผลให้สินค้า และข่าวสารการเสนอขายได้รับความสนใจ สร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และมากที่สุด การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรหมายถึง การเลือกเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับสินค้า หรือบริการมากกว่า ๑ ประเภท มาใช้ผสมผสานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การอบรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบอกเล่าปากต่อปาก

การตลาดท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลักของภาครัฐจำเป็นต้องศึกษาลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยลง เป็นผู้เดินทางหนุ่มสาวมากขึ้น นักธุรกิจสตรีเป็นกลุ่มนักเดินทางรุ่นใหม่ที่มีความต้องการเฉพาะ นักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ เป็นต้น ช่องทางการจัดจำหน่ายสมัยใหม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น การติดต่อสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ระบบการตลาดอินเทอร์เน็ต (internet marketing) จะเป็นความจำเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักเดินทางที่เปลี่ยนไป เครื่องมือสื่อสารและเอกสารโฆษณาและแผ่นพับจะเป็นระบบ Digital brochure สภาพเหมือนจริง (virtual) ส่งตรงถึงลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถเปิดดูข้อมูลและรายละเอียดผ่านคอมพิวเตอร์ที่ไหนก็ได้ เวลาใดก็ได้ที่ลูกค้าต้องการ

Oelkers D.^๔ ได้เปรียบเทียบข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการใช้สื่อต่าง ๆ ว่า สื่อส่วนใหญ่จะถูกแยกออกเป็น ๔ ประเภทได้แก่

- ๑) สื่อสิ่งพิมพ์ (print)
- ๒) สื่อกระจายเสียง (broadcast)

^๒ นิคม จารุมณี, การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียน-สโตร์, ๒๕๓๖), หน้า ๒๐๑.

^๓ กมล รัตนวิระกุล, การจัดการยุคใหม่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทแอดวานซ์ ฮอสพิทาลิตี คอนซัลแตนท์ จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๑๗๙, ๒๖๔-๒๖๕.

^๔ Oelkers, D. Oelkers, D., Travel and Tourism Marketing, Student edition, (USA : Thomson South-Western, 2007), p. 238.

๓) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic) และ

๔) สื่อภายนอก outdoor)

และสื่อเหล่านี้อาจแปรเปลี่ยนเป็นสื่ออื่นเช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร โบรชัวร์ เป็นต้น แต่สื่อเหล่านี้จะมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันดังนี้

ตารางที่ ๒.๑ แสดงการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการใช้สื่อ

ประเภทสื่อ	ตัวอย่าง	ข้อดี	ข้อเสีย
สื่อสิ่งพิมพ์	หนังสือพิมพ์	มีผู้อ่านจำนวนมาก	ระยะเวลาสั้น
สื่อกระจายเสียง	ทีวี	ผู้ชมจำนวนมาก ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ	ราคาสูงซึ่งต้องใช้เงินจำนวนมาก
อิเล็กทรอนิกส์	อินเทอร์เน็ต	ง่ายในการวัด ค่าใช้จ่ายน้อย	จำกัดผู้เข้าชม
ภายนอก	บิลบอร์ด	ต้นทุนต่ำ	Increasingly restricted

สรุปได้ว่า การจัดการตลาดที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการจัดการตลาดการพยากรณ์คัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการ เพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการนักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

๒.๑.๒ แนวคิดข้อมูลผู้บริโภคในเชิงลึก (Consumer Insight)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการทางด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลชักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นการประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแจ้งข้อมูลและจูงใจในการขายสินค้าและบริการหรือส่งเสริมความคิด การส่งเสริมการตลาดถือเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาด เพื่อการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยข่าวสารอาจจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา หรือคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายก็ได้

๑. วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด

๑) เพื่อแจ้งข่าวสาร (to Inform) เป็นการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข่าวสารแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

๒) เพื่อบูชาใจ (to Persuade) เป็นการสื่อสารเพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท

๓) เพื่อเตือนความทรงจำ (to Remind) เป็นการสื่อสารทางการตลาดเพื่อย้ำเตือนกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้าหรือบริการส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า การสื่อสารการตลาด เกี่ยวข้องกับ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้เพื่อให้บรรลุ

วัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดขององค์การ โดยองค์กรหรือธุรกิจใช้ในการโน้มน้าวใจ การชักจูงลูกค้า

การประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแจ้งข้อมูลจูงใจลูกค้า เพื่อขายสินค้าและบริการหรือความคิด มีรายละเอียดดังนี้^๕

๑) การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบการเสนอขาย ความคิด สินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย และต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ การโฆษณาจึงมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นการเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิดโดยการใช้สื่อ และต้องมีการจ่ายเงินค่าสื่อโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

๒) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) กิจกรรม ระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริม การขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถ กระตุ้นความสนใจการตลาดใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัด จำหน่ายแต่ละระดับ “หรืออาจกิจกรรมระยะสั้น ซึ่งใช้ช่วยและเสริมการขายโดยใช้พนักงานและการ โฆษณา” การส่งเสริมการขายอาจใช้ร่วมกับการโฆษณา หรือการขายโดยพนักงานขาย

๓) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรง แบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขาย ถือเป็นการ ติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication)

๔) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) เป็นการ ส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคล ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์กรที่ได้รับผลประโยชน์จากการให้ข่าวนั้น “การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มที่เป็นลูกค้าและไม่ใช้ลูกค้า” ซึ่งประกอบด้วย ประชาชนทั่วไป พนักงานในองค์กร ผู้ถือหุ้น และหน่วยราชการ หรืออาจหมายถึง ความพยายามที่มี การวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวจึง เป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

๕) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง การทำการตลาดไปสู่กลุ่ม ผู้บริโภคโดยตรงโดยอาศัยสื่อใดสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายให้โอกาสในการ ตอบกลับ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาฐานข้อมูลของลูกค้า (Customer Database) ขึ้นมาด้วย

๒. ลักษณะของการตลาดทางตรง

๑) เป็นระบบการกระทำร่วมกัน (Interactive System) หมายถึง เป็นกิจกรรมทาง ตรงที่ได้ผลทั้งสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างนักการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

๒) ให้โอกาสในการตอบกลับ (Opportunity to Respond)

๓) สามารถทำที่ไหนก็ได้ (Take Place at any Location) ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องไปที่ ร้านค้าเมื่อซื้อสินค้า

๔) สามารถวัดได้ (Measurable) โดยวัดจากการตอบกลับของลูกค้า

๕) มีการวางกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แน่นอน (Precision Targeting)

^๕ ้องอาจ ปทะวานิช, การส่งเสริมการขาย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แสงดาว, ๒๕๕๗).

๖) เป็นกลยุทธ์ที่ไม่สามารถมองเห็นได้ (Invisible Strategies) ทำให้คู่แข่งไม่ทราบ ว่าเรากำลังทำอะไรกับใคร

๓. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) หมายถึง การที่ผู้ผลิตใช้การส่งเสริมการตลาดมุ่งที่คนกลาง ในช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ผลิต หรืออาจหมายถึง การใช้ความพยายามในการส่งเสริมการตลาด เพื่อช่วยการขาย โดยมุ่งที่สมาชิกในช่องทาง เพื่อจูงใจคนกลางให้สั่งซื้อ จำหน่ายผลิตภัณฑ์และ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต โดยทั่วไปผู้ผลิตจะส่งเสริมมุ่งที่ผู้ค้าส่งก็จะให้กลยุทธ์ผลักกับผู้ค้าปลีก เพื่อให้พ่อค้าปลีกเข้าถึงลูกค้าผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้มากสำหรับกลยุทธ์ผลัก คือการขายโดยใช้ พนักงานขายและอาจใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายช่วยการสาธิตหรือช่วยการจัดแสดงสินค้าให้กับ ร้านค้าคนกลางกลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) หมายถึง การมุ่งส่งเสริมสินค้าไปยังผู้ใช้คนสุดท้าย (End User) เพื่อให้เข้ามาถามซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตจากคนกลาง ผู้ใช้ขั้นสุดท้ายส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภค ขั้นสุดท้าย กลยุทธ์นี้ต้องใช้การโฆษณาอย่างมากรวมกับการส่งเสริมการขายที่เป็นไปได้ เช่น ของแถม จัดแสดงสินค้า ฯลฯ

กลยุทธ์ดึงมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสร้างความต้องการซื้อของผู้บริโภคให้เกิดขึ้น ทำให้ ผู้บริโภคมาถามซื้อสินค้าของผู้ผลิตจากร้านค้าปลีกใด ๆ ก็ได้ ผู้ค้าปลีกจะไปถามซื้อจากผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งจะถามซื้อจากผู้ผลิต วิธีนี้จึงถือว่า เป็นการดึงลูกค้าให้มาสนใจผลิตภัณฑ์

๔. การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

เป้าหมายสำคัญของการส่งเสริมการตลาด คือ การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เชิง บวกและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะกระตุ้น ความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นการกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับ ประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามที่ตน คาดหวังไว้เครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

๑) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว เชิงมรดกวัฒนธรรมจะใช้การประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการโฆษณา เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสามารถสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ใช้การโฆษณาเพื่อน ำเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น

๒) การส่งเสริมการขายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมมักจะมีรูปแบบที่ เป็นการเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายกับหน่วยงานอื่น อาทิการเข้าร่วมการส่งเสริมการขายในงาน กิจกรรมหรืองานเทศกาลที่ภาครัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้น นอกจากนี้การลดราคาสินค้าและบริการบาง ช่วงเวลาและการให้บริการเพิ่มเติมในโอกาสพิเศษ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิด การเดินทางท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมได้

๓) การขายโดยบุคคล ในการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมไม่ได้ให้ความสำคัญกับ การเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยพนักงานขาย แต่เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและ ผลิตภัณฑ์ ในการท่องเที่ยวผ่านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น โดยมี

การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางในการนำเสนอข้อมูลและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม

๔) การส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก เป็นการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนและเกิดการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยเฉพาะการบอกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, การเขียน Blog เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน^๖ เป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยว เป้าหมายสำคัญของการส่งเสริมการตลาด คือ การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เชิงบวกและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นการกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามที่ตนคาดหวังไว้

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง จากที่ที่หนึ่งโดยไม่ได้คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และจะมีการค้างแรมหรือไม่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นโดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ มาเที่ยวชมชุมชนชนภาคการเกษตร เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของชาวชนบท ศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ในเรื่องเกษตรกรรมซึ่งอาจเป็นทั้งเกษตรกรรม ในรูปแบบดั้งเดิม และเกษตรกรรมที่มีความก้าวหน้าทันสมัย รวมถึงได้เที่ยวชมทัศนียภาพที่สวยงามของชุมชนนั้น ๆ ทั้งนี้เกษตรกร และชุมชนนั้น ๆ จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตนเอง ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรและชุมชน นอกจากนั้น เป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรและชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

๒.๒.๑ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ โดยสรุป ดังนี้

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว^๗ ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) ไว้ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี

^๖ มนรัตน์ ใจเอื้อ, “การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษา : กรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๙), หน้า ๔๕.

^๗ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, คู่มือประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร, (กรุงเทพมหานคร : กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๗), หน้า ๑.

และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่น จะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

สุขุม คงดิษฐ์และคณะ^{๕๕} กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่ใช้วิถีเกษตรกรรมเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว รวมถึงการนำวิถีเกษตรกรรมมาสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อชมความงาม ความสนุกสนานเพลิดเพลิน รวมถึงการร่วมทำกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และยังได้รับความรู้รวมถึง ๒๑ ประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างความเข้าใจอันดีถึงวิถีเกษตรกรรม และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร^{๕๖} ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า คือ การเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ต่างๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษา ที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จ และเพลิดเพลินในกิจกรรมการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ โดยได้รับความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)^{๕๗} ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ เหนืออื่นใดคือ การได้หวนกลับไปค้นหา เรียนรู้ เข้าใจ ภาควิชาการกับอาชีพเกษตรกรรม รากฐานของแผ่นดินไทย ที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่า ภายใต้แนวคิด ปรัชญา องค์ความรู้ภูมิปัญญา ของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนาชนบทชนบทชนบทชนบท วิถีวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลายทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามที่บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ได้ความประทับใจที่เกิดจากการได้ชม ชิม ช้อผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อเกิดความรู้ทักษะและประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

^{๕๕} สุขุม คงดิษฐ์ และคณะ, “นวัตกรรมกรเชื่อมโยงการตลาดการท่องเที่ยวนิเวศเกษตร ชุมชนสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๖๑), หน้า ๒๐-๒๑.

^{๕๖} สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร, การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทย, (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๔๑), หน้า ๑.

^{๕๗} การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองของคนในกรุงเทพมหานคร, (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๔๔), หน้า ๒.

กรมการท่องเที่ยว^{๑๑} ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไว้ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ^{๑๒} ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในการสวนเกษตร ได้ความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางเที่ยวชมความสวยงามและได้สัมผัสวิถีความเป็นอยู่ของเกษตรกร เยี่ยมชมการประกอบอาชีพทางการเกษตร มีการเรียนรู้การพักผ่อนในโฮมสเตย์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่ออย่างมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น แล้วยังได้ซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำขึ้น

๒.๒.๒ ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เสริมเสริมสร้างความรู้ด้านการเกษตรควบคู่กับการพักผ่อนและความบันเทิง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมสัมผัสกับวิถีชีวิตเกษตร ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการเกษตรที่หลากหลาย เพื่อสร้าง แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเกษตรและได้รับความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งสามารถซื้อหาผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนกลับภูมิลำเนา^{๑๓}

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท).^{๑๔} ได้แยกประเภททรัพยากร และจัดกิจกรรม ๙ กิจกรรมและได้นำมาเผยแพร่เป็นAmazing Thailand กิจกรรมหนึ่งใน Amazing Thailand ก็คือการเกษตรไทยหรือ Amazing Agricultural Heritage ซึ่งเป็นกิจกรรมย่อยๆ ได้แก่

๑. การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตาม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑชาข้าว ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่างๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรม การกินข้าวไทย เป็นต้น

^{๑๑} กรมการท่องเที่ยว, **คู่มือการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., ๒๕๕๒), หน้า ๑.

^{๑๒} ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, **ท่องเที่ยวยั่งยืน (ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**, (กรุงเทพมหานคร : อนุสาร อสท., ๒๕๔๔), หน้า ๑.

^{๑๓} สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, **คู่มือประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**, หน้า ๑.

^{๑๔} การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองของคนในกรุงเทพมหานคร**, หน้า ๔.

๒. การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิดเช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิด ไม้กระถาง ทุกประเภทรวมถึงไร่นาทะวัน

๓. การทำสวนผลไม้ (Horticulture) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำสวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำสวนยางพารา สวนไข่ สวนปาล์มน้ำมัน

๔. การทำผักสวนครัว (Vegetable) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่ผักไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพด ข้างฟาง ไร่พริกไทย เป็นต้น

๕. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้ เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้านเพื่อใช้เป็นเครื่องดื่มเครื่องสำอางและการแพทย์แผนไทย

๖. การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิดเช่น การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะเภา ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะพันธุ์สัตว์หายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนของสภากาชาดไทยด้วย

๗. งานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลีนี่ เทศกาลลาโย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น ๓ ประเภทคือ^{๑๕}

๑. แหล่งท่องเที่ยวเกษตร ประเภทชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตรเป็นการดำเนินการร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน ทั้งประเภทที่พักค้างคืนในหมู่บ้าน และเข้าไปเย็นกลับ โดยในแต่ละหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีกิจกรรมโดดเด่น เช่น หมู่บ้านทำนา ทำสวนผลไม้ เป็นต้น

๒. แหล่งท่องเที่ยวเกษตร ประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรม คือ พื้นที่เกษตรของเกษตรกรรายใดรายหนึ่ง ที่ประสบความสำเร็จในการเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ เช่น สวนเงาะ สวนทุเรียน สวนเกษตรผสมผสาน การทำฟาร์มโคเนื้อโคนม เป็นต้น

๓. แหล่งท่องเที่ยวเกษตร ประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์คือ การจัดงานเทศกาลหรือการจัดมหกรรมทางด้านการเกษตร ที่น่าสนใจ เช่น งานวันทุเรียนโลก งานวันมะขามหวาน งานเทศกาลกินหมูอย่างเมืองตรัง เป็นต้น และเป็นปรากฏการณ์ทางการเกษตร ที่น่าสนใจในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น งานทุ่งดอกทานตะวันบาน ที่ลพบุรี เป็นต้น

^{๑๕} กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร, (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ๒๕๔๔), หน้า ๓.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้จัดประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ออกเป็น ๔ ประเภทคือ^{๑๖}

๑. แหล่งผลิตหรือพื้นที่เฉพาะ ทางเกษตร แบ่งออกเป็น ๓ ประเภทคือ

๑.๑ ฟาร์มท่องเที่ยวเกษตร (Agro-tourism farm) เป็นแหล่งเกษตรกรรมที่มีความน่าสนใจดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดจากหน่วยเกษตรที่ตั้งอยู่โดดเดี่ยว โดยเกษตรกรได้นำกิจกรรมของการเกษตรมาเสนอขายในเชิงการท่องเที่ยว ในบางแห่งอาจมีการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์

๑.๒ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism village) เป็นลักษณะที่มีการจัดการท่องเที่ยวเกษตรทั้งหมู่บ้านหรือพื้นที่เดียวกัน และเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่มีความน่าสนใจดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว เช่น ตำบลกระพวง จ.ระยอง เป็นต้น

๑.๓ อุทยานท่องเที่ยวเกษตร (Agro-tourism park) เป็นแหล่งเกษตรที่มีความต่อเนื่องของพื้นที่เกษตร มีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว อันเกิดจากพื้นที่ขนาดใหญ่ต่อเนื่องกัน หลายหมู่บ้านและมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบเดียวกัน โดยการวางแผน จัดเป็นพื้นที่อุทยานท่องเที่ยวและให้บริการบางอย่าง ร่วมกันได้

๒. โครงการการศึกษาและสถานีวิจัยของรัฐ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทคือ

๒.๑ โครงการการศึกษาและสถานีวิจัยของรัฐเป็นแหล่งที่ทางราชการจัดเป็นสถานีสทดลองหรือศูนย์วิจัยทางการเกษตร ที่มีความดึงดูดใจผู้ที่ต้องการศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ต้องการพบเห็น การค้นพบสิ่งใหม่ทางการเกษตร

๒.๒ โครงการตามพระราชดำริเป็นโครงการในพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงช่วยเหลือเกษตรกร ให้มีการพัฒนาพื้นที่ ทางเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยังเป็นแหล่งที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้สนใจทางด้านการเกษตร

๓. งานเทศกาลการเกษตร เป็นการจัดการให้มีการแสดงทางการเกษตรตามฤดูกาล เพื่อ มุ่งส่งเสริมสินค้าเกษตร และเผยแพร่ความรู้ด้านการเกษตร

๔. ตลาดสินค้าเกษตร เป็นพื้นที่ที่จัดให้เป็นพื้นที่พบปะระหว่างผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรกับเกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นถาวรหรือตามฤดูกาล

๒.๒.๓ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กรมการท่องเที่ยว ได้จัดทำมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การกำหนด แนวทางการพัฒนา การบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบหลัก ได้แก่^{๑๗}

๑) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

^{๑๖} สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเทศไทย, ๒๕๔๓), หน้า ๖.

^{๑๗} อุดม เขียววงศ์ และคณะ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, (กรุงเทพมหานคร : แสงดาว, ๒๕๔๘), หน้า ๓-๗.

๒) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๓) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความร่วมมือส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ปัจจัยหลักหรือปัจจัยรอง / ตัวแปรหลักหรือตัวแปรรอง ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับนำไปใช้ในการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีรายละเอียดประกอบการประเมิน ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ : ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานวางแผน ควบคุม ดูแล จัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนประกอบด้วย ๑๐ ตัวชี้วัด ดังนี้

(๑) โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจากการ วางแผนบุคลากร งบประมาณ ผลผลิตทางการเกษตร แผนการตลาด เป็นต้น

(๒) การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น กำหนดเขตใช้ประโยชน์ พื้นที่เพื่อการเกษตร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ ถนนและลานจอดรถ เป็นต้น

(๓) การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย

(๔) การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ขยะ สิ่งปฏิกูล น้ำเสีย และมลพิษในอากาศ ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

(๕) การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในวิสาหกิจชุมชน การรักษาวัฒนธรรม การจ้างงานและสร้างรายได้ในชุมชน

(๖) การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยว ความเชื่อมโยง กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน

(๗) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาความอุดมสมบูรณ์ของ ทรัพยากรการผลิต ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ การผลิตแบบปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัย

(๘) การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การรักษาความสะอาดห้องน้ำและที่พัก การดูแลรักษาระบบถนน ไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์ การปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

(๙) การส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ การแปรรูป ผลผลิตการเกษตรไปเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ การยกระดับมาตรฐานสินค้าไปสู่สากล เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสำหรับลูกค้า

(๑๐) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แผนพับ ป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ ๒ : ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความพร้อมในการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๗ ตัวชี้วัด ดังนี้

(๑) เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวกและปลอดภัย (ความสะดวก พิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ตอบ)

(๒) ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต

(๓) ความพร้อมด้านที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีหรือไม่มีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์หรือแบบกางเต็นท์นอน

(๔) ความพร้อมด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น ไม่มีอาหารบริการ มีอาหารบริการเฉพาะเมื่อสั่งจองล่วงหน้า และมีร้านอาหารบริการในแหล่งท่องเที่ยว

(๕) การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดที่พักรวม การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวหรือไม่มีการกระจายหรือส่งต่อนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นหรือไม่ เมื่อมีนักท่องเที่ยวกว่าจำนวนที่กำหนด

(๖) การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว มีบุคลากรพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลาหรือไม่และมีเพียงพอหรือไม่ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

(๗) การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว มีการกำหนดช่วงฤดูกาลหรือระยะเวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปีหรือไม่

องค์ประกอบที่ ๓ : ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๔ ตัวชี้วัด ดังนี้

(๑) การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว มีการบรรยาย แนะนำสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว แจ้งให้ทราบถึงกติกาและการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวขณะเยี่ยมชม หรือพักอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

(๒) มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออธิบายถ่ายทอดความรู้และข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน มัคคุเทศก์หรือผู้นำชม สามารถพูดภาษาต่างประเทศได้หรือไม่

(๓) ร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึก สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวจับจ่าย ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว หรือนำกลับบ้าน

(๔) ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้ การพักผ่อนและให้ความบันเทิง ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ประเภท

(๕) การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว เช่น เอกสารหรือแผ่นพับ บอร์ด หรือป้ายแสดงข้อมูลหรือความรู้ด้านการเกษตร และการสาธิตวิธีปฏิบัติ

(๖) การให้บริการด้านยานพาหนะเยี่ยมชมสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริการรถพ่วง รถจักรยาน หรือพาหนะต่างๆสำหรับบริการนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ หรือส่วนบุคคล

(๗) การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการส่งจดหมาย โทรศัพท์ ภายในและภายนอกประเทศ บริการอินเทอร์เน็ต

(๘) การให้บริการฝึกอบรมและการถ่ายทอดองค์ความรู้ ได้แก่ การให้บริการอุปกรณ์ฝึก ทักษะเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการให้บริการฝึกอบรมเป็นหมู่คณะ

(๙) การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ บริการผู้สูงอายุและคนพิการหรือไม่ ที่สำคัญ ได้แก่ ห้องน้ำ ทางลาดเอียง ทางสัญจร สื่อเพื่อ การเรียนรู้และฝึกอาชีพผู้สูงอายุและคนพิการ

องค์ประกอบที่ ๔ : ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๘ ตัวชี้วัด ดังนี้

(๑) ความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่เป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรม เช่น การผลิตพืชแบบไม่ใช้ดิน ฟาร์มโคนมสมัยใหม่ที่มีคุณค่าต่อการการเรียนรู้ และมีการถ่ายทอดความรู้ให้นักท่องเที่ยว

(๒) ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเกษตรทฤษฎีใหม่ การเกษตรกรรมแบบธรรมชาติ หรือเกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพเพื่อกำจัดศัตรูพืช

(๓) สภาพธรรมชาติและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว มีความสวยงามตามธรรมชาติหรือได้รับการตกแต่งภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม และกลมกลืนกับธรรมชาติ

(๔) ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท ภายในระยะรัศมี ๒๐ กิโลเมตร มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือไม่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

(๕) การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณจากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น รางวัลกินรี รางวัลโลกสีเขียว ตราสัญลักษณ์ A (Agro tourism) ใบรับรอง GAP จากกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

(๖) ความโดดเด่นและหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ไวน์ สบู่ สมุนไพร ผลไม้แปรรูป สินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

(๗) ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การอบ การนวด และประคบสมุนไพร การขี่ม้า การรีดนมวัว การเก็บผลไม้ การคราดหอย การตกปลา การนั่งช้าง เป็นต้น

(๘) การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร ได้แก่ การร่วมกิจกรรมและพักค้างคืนกับเกษตรกรในที่สูง การสัมผัสชีวิตของชาวนาไทยในภาคกลาง การร่วมกิจกรรมกับชาวประมง ชายฝั่งทะเล การร่วมกินอยู่และทำกิจกรรมกับชาวสวนอัมพวา เป็นต้น

สรุปได้ว่า การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต้องมีการวางแผนการพัฒนา การบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามประกอบ ๔ องค์ประกอบหลัก ได้แก่

๑) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีตัวชี้วัด ๑๐ ตัว เช่น การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น กำหนดเขตใช้ประโยชน์ พื้นที่เพื่อการเกษตร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ ถนนและลานจอดรถ เป็นต้น

๒) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีตัวชี้วัด ๗ ตัว เช่น ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

๓) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีตัวชี้วัด ๙ ตัว เช่น การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว มีการบรรยาย แนะนำสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว แจกให้ทราบถึงกติกาและการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวขณะเยี่ยมชม หรือพักอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

๔) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตัวชี้วัด ๘ ตัว เช่น สภาพธรรมชาติและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว มีความสวยงามตามธรรมชาติหรือได้รับการตกแต่งภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม และกลมกลืนกับธรรมชาติ เป็นต้น

ชลธิชา พันธุ์สว่างและคณะ^{๑๘} กล่าวว่า แนวคิดองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการโดยเฉพาะบริบทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการผสมผสานระหว่างกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เสนอขายซึ่งได้มีการออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ หรืออีกนัยหนึ่งคือการมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้และสามารถกำหนดราคาให้นักท่องเที่ยวที่นั้นยอมรับได้และนักท่องเที่ยวยินดีจ่าย เพราะเห็นว่ามีคุณค่า นอกจากนี้ยังมีความพยายามที่จะจูงใจให้เกิดความชื่นชอบในตัวสินค้าและบริการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจบริการในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามแนวคิดของ

๒.๒.๔ การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การจัดการการบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการจัดการที่มีเป้าหมายให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวประกอบด้วย

๑) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มุ่งให้ความรู้ การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวโดยประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ประทับใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ ผู้ประกอบการจัดนาเที่ยวจะต้องคำนึงถึงหลักการดังนี้

^{๑๘} ชลธิชา พันธุ์สว่าง และคณะ, “การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี”, วารสารสมาคมนักวิจัย, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๑๐๗-๑๐๙.

๑.๑) คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ คือ มีความรอบรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดี ด้รักและรู้คุณค่าศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นฐาน มีบุคลิกภาพและความประพฤติที่ดี

๑.๒) การอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และมีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น ในด้านการบริการด้านอื่นๆ ต้องมีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานสากลมีความปลอดภัยและมิตรไมตรี

๑.๓) การจัดการรายการนำเที่ยว เป็นการให้ข้อมูลโดยควรแจ้งรายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเตรียมตัวเดินทางได้ถูกต้องมุ่งเน้นการให้ความรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางและให้ข้อคิดแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง

๑.๔) การมีส่วนร่วมโดยประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผนดำเนินการการรับผลประโยชน์เสมอภาคกัน การจัดการนี้ควนอนุอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการสหกรณ์ บริษัท ชุมชน

๒) การจัดที่พัก การจัดที่พักเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต้องคำนึงถึงการจัดการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น การออกแบบที่พักต้องมีส่วนสร้างเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยรักษาระบบนิเวศและดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เข้าไปพักค้างแรมอย่างสะดวกสบาย

๓) การจัดการสินค้าของที่ระลึก คุณลักษณะของสินค้าที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

๓.๑) สินค้าจากพืชมอาหารทั้งของสดและของแห้ง นั้น ควรเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานการรับรองความสะอาดและสุขอนามัย พร้อมทั้งวันผลิตและหมดอายุกำกับด้วย

๓.๒) สินค้าจากพืชมของใช้ เครื่องประดับที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติควรเป็นของที่สามารผลิตปลูกได้เองตามธรรมชาติและปราศจากมลพิษ

๓.๓) การผลิตสินค้าที่ระลึก เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงการรักษาระบบนิเวศแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยหลีกเลี่ยงการนำวัสดุที่เป็นส่วนประกอบของธรรมชาติในแต่ละระบบนิเวศมาผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึก

๒.๒.๕ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

องค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการพิจารณาเพื่อใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องพิจารณาก่อนที่จะทำ

การวางแผนส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๑๐ ด้าน^{๑๙} ดังต่อไปนี้

๑. แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สร้างแรงดึงดูดใจและความสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่น ประกอบไปด้วยกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำร่วมกันอย่างหลากหลาย จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้และมีมูลค่าทางทรัพย์สินทางปัญญา

๒. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีระบบสาธารณูปโภคปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น เส้นทางคมนาคม ถนน ป้ายบอกทาง ไฟส่องสว่างเพื่อสร้างความปลอดภัยในการเดินทาง รวมถึงสถานีขนส่งที่สามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างเหมาะสม

๓. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำ ลานจอดรถ ร้านขายอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีสัญญาณโทรศัพท์อินเทอร์เน็ตให้บริการอย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมีศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสารหรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

๔. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เป็นการจัดการบริการด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภครับความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น ศูนย์กลางที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว บริการด้านสาธารณสุขห้องสุขา สถานีเติมน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการแบ่งหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในวางแผนนโยบายการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การกำกับ ดูแล และตรวจสอบความเรียบร้อย

๕. ที่พัก (Accommodation) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งจำเป็นลำดับแรกของนักท่องเที่ยว โดยที่จะต้องมีความเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความสะอาดและความปลอดภัย ที่พักมีความหลากหลายไว้บริการสำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น รีสอร์ท หรือโฮมสเตย์ เป็นต้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม รวมถึงที่พักอาจจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถชมวิวทิวทัศน์และเกิดความผ่อนคลาย

๖. กิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันนี้ไม่ใช่แค่การเดินทางเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เน้นไปที่การมีโอกาสเข้าร่วมทำกิจกรรมที่หลากหลายด้วยกันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น การปลูกพืชท้องถิ่น การทำผลิตภัณฑ์ การปลูกข้าว ปลูกต้นไม้ที่เป็นสมุนไพร เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกันกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่

^{๑๙} Buhalis, D., "Marketing the Competitive Destination in The Future", *Tourism Management*, Vol. 21 No.1. (2000) : 97-116.

แปลกใหม่กิจกรรมต้องมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๗. การรับรู้ (Awareness) เป็นคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ การพูดจาที่สุภาพและให้เกียรติ การแต่งกายที่เรียบร้อย ความกระตือรือร้นและการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

๘. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) เป็นคุณลักษณะที่วัดความรู้สึกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวครั้งแรกและตลอดระยะเวลาที่ได้การเข้าพักในแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทาง เช่น ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ความประทับใจต่อสภาพพื้นที่ ความสบายใจเมื่อได้ใช้บริการที่พักในแหล่งท่องเที่ยวความผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงความต้องการกลับมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกครั้ง เป็นต้น

๙. ความเชื่อมั่น (Assurance) เป็นคุณลักษณะที่แสดงถึงระดับความมั่นใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งในด้านการให้บริการ กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และอุปกรณ์สำหรับประกอบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

๑๐. การเห็นคุณค่า (Appreciation) หมายถึง ความรู้สึก เช่น ความประทับใจหรือความต้องการที่จะบอกต่อกับผู้อื่นให้เดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น โดยเป็นความรู้สึกที่ได้รับอิทธิพล

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยวจะต้องตระหนักถึงหน้าที่การต้อนรับและการให้บริการที่เน้นความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้รับตลอดช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ รวมถึงการเล็งเห็นคุณค่าและได้รับความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งสามารถนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริบทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เสนอขาย ควรมีการออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ หรืออีกนัยยะหนึ่ง คือการมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

๒.๒.๖ แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Theory)

แนวคิด ของคอตเลอร์ ฟิลลิป (Kotler, Philip) กล่าวว่ากลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P's) ว่าเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายบริการผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เรียกว่าส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

(Physical and Presentation) โดย ส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยเน้น น้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

๑. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น และการสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ทรงคุณค่า บริษัทต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented Product) รวมถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

๒. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้าต้องการสินค้าต้องจ่ายกับ สินค้าหรือบริการนั้น ๑ การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้า ว่าต้องการกำไร ต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการ ก่อพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่ผันตัวเงินการตั้งราคาค่าบริการ มีการเรียกราคาของ บริการได้หลายแบบและราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการ มันได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะ รับรู้บริการด้วย ถ้าลูกค้ามีเกณฑ์ในการตัดสินใจคุณภาพน้อยเกณฑ์ เขาจะประเมินบริการด้วยราคาเนื่องจากบริการยากที่จะประเมินราคาจึงมักมีบทบาทสำคัญในการซื้อคุณภาพ

๓. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) หมายถึง เป็นกระบวนการทำงาน ที่จะทำให้อินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการให้ บริการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ กลยุทธ์ การให้บริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการ และสิ่งที่ ลูกค้าให้คุณค่านักการตลาดจะจัดการให้มีการรับบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปยังตลาดหรือผู้บริโภค ให้เป็นที่พอใจและประทับใจของลูกค้า ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญขึ้น การส่งสินค้าและบริการก็ง่ายขึ้นสำหรับทั้งผู้ผลิตและสำหรับลูกค้า

๔. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้ กระบวนการ การสื่อสารทางการตลาดให้แน่ใจว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอความไม่มีตัวตนของบริการมันทำให้เป็นไปไม่ได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้น การ ส่งเสริมการตลาดบริการจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไร และให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร โดยมีเครื่องมือที่สำคัญ ๔ ชนิด คือ

๔.๑ การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดี ที่สุด แต่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด

๔.๒ การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภค กลุ่มใหญ่ เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง

๔.๓ การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการสื่อสารโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า

๔.๔ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นกิจกรรม ที่เน้น วัตถุประสงค์การให้บริการแก่สังคม เพื่อเสริมภาพพจน์ หรือชดเชย เบี่ยงเบน ความรู้สึกของ ผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์

๕. ปัจจัยด้านการบริการ (Process) หมายถึง ระเบียบวิธี (Procedures) กลไก (Mechanisms) และการเคลื่อนย้าย (Flow) ของกิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นทั้งในระบบการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค เนื่องจาก กระบวนการของการบริการมีความสลับซับซ้อน จึงมีความจำเป็นต้องผนวก กระบวนการเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อให้การทำงานของกระบวนการเป็นไป โดยราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้.

๖. ปัจจัยด้านบุคลากร (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายถึง รวมถึงทั้ง ลูกค้า บุคลากรที่จำหน่ายและบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย บุคลากรผู้ให้บริการ จำเป็นต้องคัดเลือก ให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ นอกจากนี้ บุคลิกภาพ การแต่งกาย ทัศนคติและ พฤติกรรมของพนักงาน ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ในการบริการของลูกค้ารวมถึงการปฏิบัติต่อ ลูกค้า คนอื่น ๆ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับลูกค้าด้วยกันเองเพื่อทำให้สามารถ สร้าง ความพึงพอใจและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

๗. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการเนื่องจากการบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ จึงแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์ หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ และที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน รวมถึงส่วนประกอบใด ก็ตามที่เห็นได้ชัดเจน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการสิ่ง ที่ซึ่งแสดงให้เห็นลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ป้าย แผ่นโฆษณา ซอง กระดาษจดหมาย รถให้บริการ และความสะอาดของอาคารสถานที่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถกายภาพฯ นี้ได้ เช่น การจัดรายงานประจำปีที่สวยงามด้านงานพิมพ์ แสดงเนื้อหาที่เน้นปรัชญา เป้าหมายขององค์กร ตลาดเป้าหมาย บริการที่นำเสนอ และการเอาใจใส่ในคุณภาพของบุคลากร ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ในทางการบวกขององค์กร ส่วนสิ่งที่นำเสนอทางกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ เป็นการบริการรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นชัดเจนรวมถึงส่วนประกอบใด ๆ ก็ตามที่ เห็นได้ชัดเจน ช่วยอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการและให้ลูกค้า เห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของบริการได้ จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น^{๒๐}

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง เทคนิค วิธีการ และกระบวนการในการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับและตอบสนองความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุดโดยให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการบริการ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านกายภาพ ด้านการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ การใช้พนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และการรับรู้ในการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก เพื่อเตรียมตัวรับผลกระทบและเตรียมวางแผนในการดำเนินงานต่อไป

๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

๒.๓.๑ ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน^{๒๑} ระบุว่า หมายถึง กิจการชุมชนเกี่ยวกับผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘^{๒๒} กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนหมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

เสรี พงศ์พิศ^{๒๓} กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise--SMCE) หมายถึง การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุน ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก

^{๒๐} อุดลย์ จาตุรงค์กุล, **พฤติกรรมผู้บริโภค**, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐), หน้า ๓๔๑-๓๔๓.

^{๒๑} กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, **กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.sceb.doae.go.th/> [๑ เมษายน ๒๕๖๕].

^{๒๒} “พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘”, **ราชกิจจานุเบกษา**, เล่ม ๑๒๒ ตอนที่ ๖ ก, (๑๘ มกราคม ๒๕๔๘) : ๑.

^{๒๓} เสรี พงศ์พิศ, **คู่มือการทำวิสาหกิจชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทยการพิมพ์, ๒๕๕๒), หน้า ๑๒.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล^{๒๔} ระบุว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการที่เริ่มจากชุมชนมีการดำเนินการโดยชุมชนในการผลิตสินค้าและบริการ โดยมีการรวมกลุ่มเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ พัฒนาด้านการตลาด ด้วยการนำผลผลิตที่ได้จากชุมชนมาผลิตภายใต้เงื่อนไขเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนสู่การพึ่งตนเองแบบมีเป้าหมายสนับสนุนการเรียนรู้พัฒนาระบบเศรษฐกิจ เน้นให้ชุมชนช่วยตนเอง ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการด้วยตนเอง ผลผลิตที่ได้มาจากการรวมกลุ่มในชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมของชุมชนมาผลิตภายใต้เงื่อนไขบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมอย่างเป็นระบบโดยใช้การเรียนรู้เป็นหัวใจในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสามารถพึ่งพาตนเองได้

สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการรวมกลุ่มอาชีพของคนในชุมชนเพื่อร่วมกันทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดำรงวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ การจัดการทรัพยากร การจัดการชุมชน กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ โดยใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีชาวบ้าน ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลรูปแบบใด หรือไม่ใช่นิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

๒.๓.๒ ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล^{๒๕} ได้แบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ ๒ ประเภท ดังนี้

๑) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ ๕ อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของท้องถิ่นต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของ แต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไป ไม่ว่าจะอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อสินค้าใช้

๒) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า การแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน สามารถแบ่งออกได้ ๒ ประเภท ดังนี้

^{๒๔} ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล, วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสันเพลส โปรดักส์, ๒๕๕๖), หน้า ๑๗.

^{๒๕} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๖.

๒.๑) ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นการประกอบกิจกรรมเพื่อกินใช้ในครอบครัว เพื่อทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้กินในครอบครัว

๒.๒) ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง เป็นการประกอบกิจการ โดยกลุ่ม เพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่าย ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าได้ เพื่อที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ ทั้งนี้ การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

อานันท์ ตะนัยศรี^{๒๖} กล่าวว่า การที่จะทำตลาดของวิสาหกิจชุมชนนั้น ต้องมีเป้าหมายในการผลิตก่อนว่า ต้องการทำการผลิตเพื่อบริโภคภายในครอบครัว ในชุมชนหรือระหว่างชุมชน ทำการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการและจัดการผลผลิตให้ได้ก่อน ถ้าผลผลิตนั้นไปได้ดีแล้วจึงค่อยเพิ่มปริมาณการผลิตหรือหากว่าผลิตภัณฑ์บางตัวในชุมชนนั้นมีความโดดเด่นมีคุณภาพ มีลักษณะเฉพาะตัวพอที่น่าออกไปจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้ ก็เป็นเรื่องของกลไกการตลาดที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งตลาดวิสาหกิจชุมชนนั้น แบ่งได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑) ตลาดพอเพียง หมายถึง ตลาดท้องถิ่น ตลาดภายในชุมชนและระหว่างชุมชน หรือในเครือข่าย

๒) ตลาดผูกพัน หมายถึง ตลาดที่มีการตกลงหรือเซ็นสัญญาซื้อขายระหว่างองค์กรหน่วยงานนอกชุมชน เช่น โรงพยาบาลหนึ่งตกลงซื้อข้าวกล้องจากชุมชนปีหนึ่ง ๑๐ ตัน รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งตกลงซื้อผ้าฝ้ายทอมือจากชุมชนปีละ ๑๐,๐๐๐ เมตร เพื่อให้พนักงานตัดชุดใส่วันศุกร์ เป็นต้น

๓) ตลาดทั่วไป หมายถึง ตลาดที่ต้องแข่งขันกับคนอื่น ในเมือง หรือส่งออกไปต่างประเทศความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชน อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติของชุมชนที่มีจุดแข็ง ๓ อย่าง ได้แก่

๓.๑) ความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นชุมชนที่ยังมีป่า มีดิน น้ำ ธรรมชาติ ที่มากด้วยสิ่งที่มีคุณค่าต่อชีวิต เป็นอาหาร เป็นยา เป็นของใช้ต่าง ๆ ถ้าหากคนให้พบคุณค่า สิ่งเหล่านั้นก็จะมีมูลค่า ดูแต่หญ้าแห้ง หญ้าคา หญ้าแพรก ซึ่งคนยุคใหม่วันนี้เรียกกันว่า “วัชพืช” และพยายามทำลายด้วยสารเคมีก็ล้วนมีคุณค่าเป็นยาอายุวัฒนะ เป็นยาขับปัสสาวะ ลดความดัน สามารถใช้แทนยาสมัยใหม่ได้

๓.๒) ภูมิปัญญาของท้องถิ่น แม้ว่าในปัจจุบันเรื่องภูมิปัญญาของท้องถิ่นจะหายไปพร้อมกับคนรุ่นเก่า แต่ก็ยังมีเหลืออยู่ไม่น้อยหากรู้จักค้นหา มาประยุกต์และผสมผสานกับความรู้ใหม่ ๆ ในปัจจุบันก็อาจจะได้สิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่า

^{๒๖} อานันท์ ตะนัยศรี, วิสาหกิจ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://ophbgo.blogspot.com> [๑ เมษายน ๒๕๖๕].

๓.๓) เครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชน คนในชุมชนนั้นต้องมีความร่วมมือร่วมใจกันจัดการองค์กรชุมชนและเครือข่าย สามารถพึ่งพาอาศัยกัน ร่วมกันจัดการทรัพยากร ผลผลิตต่าง ๆ แบ่งกันผลิตและร่วมกันบริโภค เป็นชุมชนพึ่งตนเองได้

เสรี พงศ์พิศ^{๒๗} ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะสำคัญ ๗ ประการคือ

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
๒. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
๓. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
๔. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
๕. ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ
๖. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
๗. มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชน เป้าหมายกฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรมี ๓ ระดับ ได้แก่

๑) ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนำทุนชุมชนมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม การร่วมมือกันของคนในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

๒) ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพสินค้า การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานหาแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไปในอนาคต

๓) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะต้องให้การสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนในด้านการประกอบธุรกิจ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย ภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงยั่งยืนให้แก่กิจการของวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ เนื่องจากว่าชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็จัดได้ว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ถ้าใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึงการแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่ถ้าชุมชนเป็นเจ้าของนั้นก็จะมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก โดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิด และได้จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยว ๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช้กิจกรรมที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกิน ทำใช้ทดแทนการซื้อใช้ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคของที่มีอยู่ในท้องถิ่นและต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่น ๆ ที่ชุมชนทำได้เองโดยที่ไม่ใช่เรื่องยาก การทำกินทำใช้ถือเป็นลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจในชุมชนเข้มแข็งขึ้น

^{๒๗} เสรี พงศ์พิศ, คู่มือการทำวิสาหกิจชุมชน, หน้า ๑๕.

นอกจากนี้ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ ตามกระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเสมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งและเป็นกระจายโอกาสในการประกอบอาชีพให้แก่คนในชุมชนเปรียบเสมือนเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

๒.๓.๓ สารสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒^{๒๘}

๑. หลักการสำคัญของกฎหมาย

๑.๑ ความมุ่งหมาย

พระราชบัญญัติฉบับนี้ประกาศใช้ โดยต้องการส่งเสริมคณะบุคคลหรือชุมชนให้ประกอบกิจการในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ที่นำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาและผลิตเป็นสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดหรือชุมชน ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ในชุมชน และเพื่อให้กิจการดังกล่าวมีความมั่นคง สามารถแข่งขันได้ จำเป็นต้องมีการส่งเสริมความรู้ความสามารถในการประกอบกิจการเพื่อให้พัฒนาไปเป็นกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑) เพื่อให้มีการรับรองสถานะการประกอบกิจการในลักษณะของ “วิสาหกิจชุมชน” หรือ “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน” (มาตรา ๖, มาตรา ๙) โดยวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนแล้วสามารถขอรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หรือมาตรการต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ให้การสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน

๒) เพื่อที่รัฐบาล หน่วยงานของรัฐและเอกชน ทราบข้อมูลและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุน (มาตรา ๑๓)

๑.๓ ขอบเขตการมีผลบังคับใช้

๑) วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการขอรับการส่งเสริมต้องยื่นจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร โดยสามารถยื่นคำขอจดทะเบียนได้ที่สำนักงานเกษตรอำเภอที่

^{๒๘} กรมส่งเสริมการเกษตร, สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.doae.go.th/about_detail.php?id=ZoZwOWFTcUls [๑ เมษายน ๒๕๖๕].

วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตั้งอยู่ (ระเบียบฯ ว่าด้วยการจดทะเบียน ๒๕๔๘ ข้อ ๙)

๒) การจดทะเบียนเพื่อให้สถานะวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ใช้กับเฉพาะบุคคลผู้มีที่มิสัญชาติไทย (ระเบียบจดทะเบียน ข้อ ๑๐ (๒.๒, ๒.๓)

๓) ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชนเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์แต่ให้สมาชิกเป็นผู้ครอบครองแทนเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้ ให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนอสังหาริมทรัพย์จากสมาชิกคืนให้แก่วิสาหกิจชุมชน ที่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๑.๔ สาระสำคัญของกฎหมาย

๑.๔.๑ หมวด ๑ วิสาหกิจชุมชน สาระสำคัญ คือ

๑) วิสาหกิจชุมชนที่ต้องการขอรับการส่งเสริม ต้องจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร (มาตรา ๕) ณ สำนักงานเกษตรอำเภอที่วิสาหกิจชุมชนตั้งอยู่ โดยมีหลักฐานประกอบการจดทะเบียน ได้แก่ (ระเบียบฯ ข้อ ๑๐)

- (๑) ชื่อวิสาหกิจชุมชน ที่ต้องการจดทะเบียน
- (๒) ที่ตั้งที่ทำการของวิสาหกิจชุมชน
- (๓) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนพร้อมบัตรประจำตัวประชาชน
- (๔) รายชื่อและที่อยู่พร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของสมาชิก
- (๕) กิจกรรมที่ดำเนินการหรือมีความประสงค์จะดำเนินการ
- (๖) หนังสือรับรองที่สมาชิกไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมดลงนาม หรือสำเนามติที่ประชุมที่มอบหมายให้บุคคลตามข้อ (๓) เป็นผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชน

๒) ให้นายทะเบียน (เกษตรอำเภอ) ออกหนังสือรับรองการจดทะเบียนให้กับวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการอนุมัติให้จดทะเบียน (ระเบียบฯ ข้อ ๑๓)

๓) วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินการต่อ ณ สำนักงานเกษตรอำเภอ ภายใน ๓๐ วัน หลังสิ้นปีปฏิทิน หากไม่แจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินกิจการเป็นเวลา ๒ ปี และไม่ปฏิบัติตามหนังสือที่นายทะเบียนแจ้งเตือน นายทะเบียนสามารถถอนชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนออกจากทะเบียนได้ (มาตรา ๘ ประกอบระเบียบฯ ข้อ ๑๘) และวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการเลิกกิจการให้แจ้งกรมส่งเสริมการเกษตรทราบภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันที่เลิกกิจการ (ระเบียบฯ ข้อ ๒๐)

๑.๔.๒ หมวด ๒ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ๓ มาตรา มีรายละเอียด ดังนี้

๑) เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการขอรับการส่งเสริม ต้องจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร การจดทะเบียน การแจ้งการดำเนินการและการเลิกกิจการ ให้ดำเนินการเหมือนกับวิสาหกิจชุมชน (มาตรา +) โดยเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้องมีวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย ๒ วิสาหกิจชุมชนรวมตัวกันและมาขึ้นจดทะเบียน (ระเบียบฯ ข้อ ๒๓)

๒) เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้องมีข้อบังคับในการดำเนินกิจการ และการดำเนินการของเครือข่ายต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ ทั้งนี้ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จะเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้

๓) การดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สามารถทำได้ ดังนี้

(๑) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ดังนี้

(ก) ให้ความช่วยเหลือในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน

(ข) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่น

(ค) ให้ความรู้ การฝึกอบรม หรือความช่วยเหลือในการปรับปรุงหรือพัฒนาการผลิต การให้บริการ การบริหารจัดการ การหาทุน การตลาด และอื่นๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(ง) เป็นคนกลางในการติดต่อกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ รวมทั้ง องค์กรภาคเอกชน เพื่อขอรับความช่วยเหลือและการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(จ) ประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ หรือดำเนินกิจกรรมอื่น อันเป็นประโยชน์หรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(๒) เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ไม่ว่าในด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาการตลาด

(๓) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

๑.๔.๓ หน้าที่และอำนาจของกรมส่งเสริมการเกษตร ในฐานะที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ (มาตรา ๒๔)

(๑) ด้านงานธุรการ

(๒) จัดทำแผนพัฒนาและส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

(๓) ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

(๔) จัดทำข้อมูลสถิติเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการของวิสาหกิจชุมชน

(๕) จัดอบรมและให้ความรู้แก่วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการประกอบการ

๑.๔.๔ ในการส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมีฐานะเป็นนิติบุคคล ให้กรมส่งเสริมการเกษตรหรือสำนักงานเกษตรจังหวัด อำนวยความสะดวก ติดตามหรือประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปแบบต่างๆ ของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการติดต่อกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลด้วยตนเองได้ (มาตรา ๒๖/๑)

๑.๔.๕ ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชนเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์แต่ให้สมาชิกเป็นผู้ถือครองแทนเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้ ให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนอสังหาริมทรัพย์จากสมาชิกคืนให้แก่วิสาหกิจชุมชน โดยกรมส่งเสริมการเกษตรจะออกหนังสือรับรองให้กับสมาชิกและวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปยื่นต่อเจ้าพนักงานที่ดิน เพื่อใช้ประกอบการยกเว้นค่าธรรมเนียมการโอน (มาตรา ๒๖/๒)

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารหายใจหรือเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมในการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด ซึ่งจะขogl่าวเป็นตอน ๆ ดังนี้

๒.๔.๑ ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

Belch and Belch^{๒๙} ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลได้มีการเสาะแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล รวมถึงการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง และทำให้ตนเองได้ความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler)^{๓๐} ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

ธงชัย สันติวงษ์^{๓๑} กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงในการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ โดยกระบวนการตัดสินใจนั้นมีมาก่อน และเป็นส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

^{๒๙} Belch, G. E., & Belch, M. A., *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*, 9th ed., (New York : McGraw-Hill/Irwin, 1993), p. 103.

^{๓๐} คอตเลอร์ (Kotler) อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, *การบริหารการตลาดยุคใหม่*, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๑), หน้า ๑๒๔-๑๒๕.

^{๓๑} ธงชัย สันติวงษ์, *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*, (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๑), หน้า ๒๙.

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคมีความคาดหวังที่สินค้าและบริการเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตนเองภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น เมื่อธุรกิจทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้ว จะสามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้บริโภค เพื่อให้แต่ละธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

๒.๔.๒ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

สมจิตร์ ล้วนจำเริญ^{๓๒} กล่าวว่า ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์นั้นมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น ๖ ลักษณะดังนี้

๑) กลุ่มผู้บริโภคตามช่วงอายุ พฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคนั้นมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ โดยผู้บริโภคที่มีช่วงอายุตั้งแต่ ๑๖-๓๕ ปี จะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นสมัยนิยม และมีการใช้เงินที่ฟุ่มเฟือย เนื่องจากคนกลุ่มนี้มีการรับวัฒนธรรมใหม่ ๆ เข้ามาเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็วอีกด้วย ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ ๓๖-๕๕ ปี คนกลุ่มนี้มีอาชีพการทำงานที่มั่นคง จึงมีกำลังในการเลือกซื้อสินค้าที่ค่อนข้างสูง และนิยมซื้อสินค้าที่มีราคาแพง ได้แก่ บ้าน หรือ รถยนต์ เป็นต้น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ ๕๖ ปีขึ้นไปนั้น เป็นกลุ่มคนที่ใกล้เกษียณอายุการทำงาน คนกลุ่มนี้จึงมองหาความสุข บั้นปลายของชีวิต และมีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงมากกว่าการเลือกซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

๒) กลุ่มผู้บริโภคตามเพศ กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าโดยมีแรงจูงใจในการเลือกซื้อทางด้านอารมณ์มากกว่าด้านเหตุผล ในขณะที่เพศชายเป็นเพศที่ไม่ใช้อารมณ์ในการซื้อสินค้านัก ทั้งนี้ลักษณะการซื้อสินค้าของเพศหญิงจะมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่เน้นรูปทรงที่มีความบอบบาง กะทัดรัด ซึ่งให้ความรู้สึกที่นุ่มนวล และมีสีที่สดใส ในขณะที่เพศชายนั้นจะเน้นที่รูปทรงที่ดูบึกบึน มีขนาดกว้างใหญ่ และมีสีที่เรียบง่าย

๓) กลุ่มผู้บริโภคตามสถานะทางสังคม กลุ่มผู้บริโภคที่แต่งงานแล้ว จะมีความต้องการซื้อสินค้าที่สามารถใช้ร่วมกันภายในครอบครัวได้ โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวที่มีบุตร ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นโสด จะมีความต้องการซื้อสินค้าที่เป็นส่วนตัวมากกว่า

๔) กลุ่มผู้บริโภคตามรายได้ กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง ได้แก่ ประธานบริษัท เป็นต้น จะมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายใช้สอยที่ค่อนข้างมาก เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่หาความสุขให้กับชีวิต โดยเลือกซื้อสินค้าเพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ของตนเอง ดังนั้น การตัดสินใจซื้อของคนกลุ่มนี้นิยมซื้อสินค้า ฟุ่มเฟือย โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคา และในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับเงินเดือนสูง

^{๓๒} สมจิตร์ ล้วนจำเริญ, พฤติกรรมผู้บริโภค (กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๑), หน้า ๓๒๕.

ได้แก่ นักธุรกิจระดับบริหาร นักธุรกิจขนาดเล็ก ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ เป็นต้น แม้ว่าคนกลุ่มนี้ จะมีอำนาจในการซื้อสินค้า แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้เหตุผลประกอบการซื้อ มากกว่าทางด้านอารมณ์ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ใช้จ่ายเงินตามเงินเดือนหรือรายได้ที่ตนเองได้รับ อย่างไรก็ตาม คนกลุ่มนี้ยังคงนิยมใช้สินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นหลัก แต่สำหรับผู้บริโภคที่เป็นพนักงานบริษัท หรือข้าราชการระดับกลาง เป็นต้น คนกลุ่มนี้จะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยจะคำนึงถึงราคาสินค้าที่มีราคาถูก และมองหาสินค้าที่ทำสำเร็จรูปแล้ว มากกว่าการสั่งทำสินค้าพิเศษ

๕) กลุ่มผู้บริโภคตามระดับการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่คำนึงถึงเหตุผลในการซื้อ รวมถึงปัจจัยทางด้านความคุ้มค่า และความต้องการยกระดับมาตรฐาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง

๖) กลุ่มผู้บริโภคตามเชื้อชาติ พฤติกรรมการซื้อนั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มเชื้อชาติของตนเป็นใหญ่ ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีเชื้อชาติจีนจะมีพฤติกรรมการซื้อที่บ่งบอกถึงความมั่งคั่ง เช่น การซื้อสินค้าที่มีสีแดง และ สีทอง เป็นต้น ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีเชื้อชาติตะวันตก จะนิยมซื้อสินค้าที่ช่วยรักษาทรัพยากรของโลก และผู้บริโภคที่มีเชื้อชาติไทยจะนิยมซื้อสินค้าจากต่างประเทศ เป็นต้น

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนวิถีพุทธ

การพัฒนาชุมชนทั้งชนบทและเมืองให้มีความเจริญ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยลดช่องว่างทางสังคมและจัดปัญหาทั้งด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมในชุมชนให้ลดน้อยลง การจะดำเนินการดังกล่าวให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาในทุกมิติได้ ต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจของทุกฝ่ายในชุมชนเป็นด้านหลัก นั้นหมายความว่า ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนย่อมเกิดจากฐานรากคือชุมชน ในส่วนปัจจัยเสริมอาจได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน หรือนักวิชาการเป็นด้านรอง

ชุมชนไทยส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา ซึ่งได้รับการเพาะบ่มกล่อมเกลามาตั้งแต่แรกเกิดจนตาย อาจกล่าวได้ว่าเป็นชุมชนวิถีพุทธ เป็นการดำรงชีพที่ยอมรับนับเอาพระรัตนตรัยเป็นสรณะ วัฒนธรรมประเพณีส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา เช่น ประเพณีการบวช การทำบุญ การเข้าวัดฟังธรรม เป็นต้น จนเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่ทั่วโลกรับรู้และให้การยอมรับ

๒.๕.๑ ความหมายของ ชุมชนวิถีพุทธ

ชุมชนวิถีพุทธ เป็นการบูรณาการหลักพุทธธรรมหรือหลักคำสอนในพระพุทธศาสนาเพื่อพัฒนาสังคมซึ่งหลักธรรมที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ คือ

จักร ๔^{๓๓} เป็นหลักธรรมนำชีวิตไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง ดุจวงล้อนำสู่เป้าหมาย เพื่อความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วย^{๓๔}

๑) ปฏิรูปเทวาสะ (อยู่ในถิ่นที่ดี มีสิ่งแวดล้อมเหมาะสม) การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ควรเลือกสถานที่ที่มีบริบทสภาพแวดล้อมอุดมสมบูรณ์ เอื้อต่อการดำเนินการในการผลิตสินค้าหรือบริการที่เหมาะสม อีกทั้งยังเป็นแหล่งชุมชนที่มีความพร้อมในด้านคมนาคมไปมาสะดวก เอื้ออำนวยหลายด้านกับประชาชน

๒) สัปปริสฺสึปัสสยะ (สมาคมกับสัตบุรุษ) ส่งเสริมให้ประชาชนได้เสวนาคบหาบุคคลภายนอกชุมชนหรือสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยหน่วยงานท้องถิ่นจัดอบรมร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่น เพื่อนำองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาปรับใช้ให้สอดคล้องรวมถึงหมั่นประชุมอย่างต่อเนื่อง เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

๓) อตฺตสัมมาปณิธิ (ตั้งตนไว้ชอบ, ตั้งจิตคิดมุ่งหมาย นำตนไปถูกทาง) ส่งเสริมให้ประชาชนใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่าผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตเป็นสินค้าชุมชนที่มีอัตลักษณ์ รวมทั้งถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติทางการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านเทคโนโลยีในทางที่ถูกต้อง

๔) ปุพเพตปฺปญฺญาตา (ความเป็นผู้ได้ทำความดีไว้ก่อนแล้ว, มีพื้นเดิมดี, ได้สร้างสมคุณความดีเตรียมพร้อมไว้แต่ต้น) การขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นสำคัญ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชน เกิดจากที่ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ โดยใช้วัตถุดิบทรัพยากร ทุนแรงงานในชุมชน เป็นหลัก เกี่ยวข้องกับงบประมาณ บัญชีรายรับ-รายจ่าย ดังนั้น การดำเนินการของสมาชิก กลุ่มต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ ปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ มีความสามัคคีช่วยเหลือซึ่งกันและกันจึงจะทำให้สมาชิกกลุ่มและวิสาหกิจชุมชนอยู่รอด

๒.๕.๒ การพัฒนาชุมชนตามแนววิถีพุทธ

วิถีพุทธ คือ สัจธรรมที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้คือ อริยสัจ ๔ สามารถนิยาม วิถีพุทธ ได้ว่าเป็นวิถีแห่งการ ประจักษ์แจ้งสัจจะ หรือ วิถีแห่งการทำความจริงให้ปรากฏ ซึ่งความจริงที่ต้องประจักษ์แจ้งหรือทำให้ปรากฏ นั้น มีอยู่ ๔ มิติหลักๆ คือ^{๓๕}

^{๓๓} ทศมาวดี ฉากภาพ, การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.grad.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2020/06/2.ทศมาวดี.pdf> [๒๖ เมษายน ๒๕๖๕].

^{๓๔} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://84000.org/tipitaka/dic/> [๒๖ เมษายน ๒๕๖๕].

^{๓๕} ทาริตา แต่งเส็ง, ญัฐวิภา ทองรุ่ง และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, “การพัฒนาชุมชนตามแนววิถีพุทธ”, Journal of Modern Learning Development, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๔ (กรกฎาคม-สิงหาคม ๒๕๖๓) : ๒๔๔-๒๔๙.

๑) ความจริงของทุกข์หรือปัญหาต่าง ๆ (ทุกข์สัจจะ) เป็นความจริงที่เราต้องรู้หรือเข้าใจอย่างถ่องแท้ ว่าทุกข์หรือปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นนั้น คืออะไร มีขอบเขต และผลกระทบอย่างไร

๒) ความจริงของสาเหตุแห่งทุกข์หรือปัญหาต่าง ๆ (สมุทัยสัจจะ) เป็นความจริงที่เราต้องรู้และแก้ไข ให้ได้หรือจัดการแก้สาเหตุที่แท้จริงของปัญหาให้ได้

๓) ความจริงของความพ้นทุกข์หรือเป้าหมายของการแก้ปัญหา (นิโรธสัจจะ) เป็นความจริงที่เราต้อง บรรลุถึง หรือทำให้เกิดความชัดเจนว่าเป้าหมายในการแก้ปัญหาคืออะไร ประโยชน์สุขที่แท้จริงที่เราต้องการ คืออะไร

๔) ความจริงของทางพ้นทุกข์หรือทางแก้ปัญหา (มรรคสัจจะ) เป็นความจริงของทางแก้ปัญหาที่เรา ต้องสร้างขึ้นและใช้ปฏิบัติเพื่อขจัดสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา และบรรลุเป้าหมายหรือประโยชน์สุขที่แท้จริง

วิถีพุทธ คือ หลักธรรมต่างๆ ที่เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดการ ชุมชนวิถีพุทธ ในแต่ละด้าน ดังนี้

๑) ด้านเศรษฐกิจ (ทิฐธัมมิกัตถประโยชน์) (ได้นำเสนอแล้ว)

๒) ด้านสังคม (หลักศีลธรรม) ประกอบด้วย ศีล๕ มีสาระมุ่งไปเพื่อการไม่เบียดเบียน ซึ่งเป็นขั้นเริ่มต้นของการสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกื้อกูลศีล ต่อจากนั้นจะเป็นการเน้นการเกื้อกูลสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ส่วนตัวและการฝึกหัดขัดเกลา (กิเลส) ตนเอง การรักษาศีลมีเป้าหมายหลัก๒ ประการ คือ ขัดเกลากิเลส พัฒนาดนเองให้เป็นคนดีสามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข และเพื่อเกื้อกูลประโยชน์ต่อผู้อื่นและต่อสังคม

๓) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (อवासสัปปายะธรรม) ประกอบด้วย

๓.๑) อवासสัปปายะ ที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม

๓.๒) โคจรสัปปายะ ที่หาอาหาร ที่เที่ยวบันเทิงบาทที่เหมาะสม

๓.๓) ภัสสัปปายะ การพูดคุยที่เหมาะสม การพูดคุยในเรื่องที่เป็นประโยชน์

๓.๔) บุคคลสัปปายะ บุคคลที่ถูกต้องกันเหมาะสมกัน บุคคลที่ถูกคอกัน หรือบุคคลที่ทรงคุณธรรมทรงภูมิ ปัญญาสามารถเป็นที่ปรึกษาแก้ข้อขัดข้องต่าง ๆ ได้ มีการปฏิบัติที่เสมอกัน ทิฐิเสมอกัน ศีลเสมอกัน อยู่ ด้วยกันอย่างมีเมตตาและเกื้อกูลกัน

๓.๕) โภชนสัปปายะ อาหารที่เหมาะสม

๓.๖) อุตุสัปปายะ ดินฟ้าอากาศธรรมชาติแวดล้อมที่เหมาะสม มีธรรมชาติแวดล้อมที่ดี

๓.๗) อิริยาปถสัปปายะ อิริยาปถที่เหมาะสม

๔) ด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม (หลักสังคหัตถุธรรม) ประกอบด้วย

๔.๑) ทาน คือการให้ คือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของตลอดถึงให้ความรู้ และแนะนำสั่งสอน

๔.๒) ปิยวาจา คือ วาจาเป็นที่รัก วาจาพูดดีมีน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจ คือกล่าวคำสุภาพไพเราะ อ่อนหวานสมานสามัคคี ให้เกิดไมตรีและความรักใคร่นับถือ ตลอดถึงคำแสดงประโยชน์ ประกอบด้วยเหตุผล เป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยอมตาม

๔.๓) อุตถจริยา คือ การประพฤติประโยชน์ คือ ขวนขวายช่วยเหลือกิจการ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ตลอดถึงช่วยแก้ไขปรับปรุงส่งเสริมในทางจริยธรรม

๔.๔) สมานัตตตา คือ ความมีตนเสมอ ทำตนเสมอด้วยปลาย ปฏิบัติสม่ำเสมอในชนทั้งหลาย และเสมอในสุขทุกข์โดยรวมรับรู้ร่วมแก้ไข ตลอดถึงวางตนเหมาะสมแก่ฐานะ ภาวะ บุคคล เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต) ได้กล่าวว่า ถึงอย่างไรก็ตามการที่จะสร้างเนื้อสร้างตัวนั้น จำเป็นจะต้องรู้จักชั้นแจ้งจัดสรรทรัพย์ ขึ้นจับจ่ายกินใช้ด้วย จึงจะทำให้การสร้างเนื้อสร้างตัวนั้นเป็นไปด้วยความราบรื่น ซึ่งหลักการดังกล่าวปรากฏอยู่ใน “ธรรมานุญชีวิต” ดังนี้

๑) คนรู้จักทำมาหาเลี้ยงชีพคนที่รู้จักหา รู้จักใช้ทรัพย์ หรือหาเงินเป็น ใช้เงินเป็น เป็นคนทำมาหากินที่ดี ตั้งตัวสร้างหลักปักฐานได้ และทรัพย์สมบัติให้เป็นประโยชน์ เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ทางเศรษฐกิจอย่างถูกต้องก็เพราะปฏิบัติตามหลักธรรมต่อไปนี้

๑.๑) ค้นหาและรักษาสมบัติปฏิบัติตามหลักธรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน หรือหลักธรรมอัน นวยประโยชน์สุขขั้นต้น ที่เรียกว่า ทิฐฐัมมิกัตถสังวัตตนิกธรรม ๔ ประการ

(๑) อุฏฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น คือ ขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติหน้าที่การงาน การประกอบอาชีพที่สุจริต ฝึกฝนให้มีความชำนาญและรู้จัก รู้จักใช้ปัญญาสอดส่องตรวจตราหาวิธีการที่เหมาะสมที่สุด จัดการและดำเนินการให้ได้ผลดี

(๒) อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษา คือ รู้จักคุ้มครองเก็บรักษาโภคทรัพย์และผลงานที่ตนได้ทำไว้ด้วยความขยันหมั่นเพียรโดยชอบธรรม ด้วยกำลังงานของตน ไม่ให้เป็นอันตรายหรือเสื่อมเสีย

(๓) กัลยาณมิตตตา คบหาคนดีเป็นมิตร คือรู้จักเสวนาหาคบหาคน ไม่คบไม่เอาอย่างผู้ที่ชักจูงไปในทางเสื่อมเสีย เลือกละเลาะเสวนาศึกษาเยี่ยงอย่างท่านผู้รู้ผู้ทรงบุญ ผู้มีความสามารถ ผู้นำเคารพนับถือ และมีคุณสมบัติเกื้อกูลแก่อาชีพการงาน

(๔) สมชีวิตตา เลี้ยงชีวิตแต่พอดี คือ รู้จักกำหนดรายได้และรายจ่าย เป็นอยู่พอดีสมรายได้ มีให้ฝืดเคืองหรือฟุ่มเฟือย ให้รายได้เหนือรายจ่าย มีประหยัดเก็บไว้^{๓๖}

๑.๒) ชั้นแจ้งจัดสรรทรัพย์เมื่อหาทรัพย์มาได้แล้ว รู้จักจัดแจงทรัพย์นั้น โดยถือหลักการแบ่งทรัพย์เป็น ๔ ส่วน ที่เรียกว่า โภควิภาค ๔ คือ

“เอเคน โภเค ญญเคเชย” พึงใช้สอยโภคสมบัติด้วยส่วนหนึ่ง

“ทวิหิ กम्म ปโยชเย” พึงประกอบกิจการงานด้วยสองส่วน

“จตุตถญจ นิธาเปยย” พึงเก็บส่วนที่สี่ไว้ด้วย

๑.๓) ชั้นจับจ่ายกินใช้พึงเข้าใจและคำนึงอยู่เสมอว่า การที่เพียรพยายามแสวงหารักษา และครอบครองโภคทรัพย์ไว้นั้น ก็เพื่อจะใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งแก่ตนและคนอื่น ถ้าไม่ใช้ทรัพย์สมบัติให้เกิดคุณประโยชน์แล้ว การหาและการมีทรัพย์สมบัติก็ปราศจากคุณค่า หากความหมายใดๆ ไม่ได้ ดังนั้น เมื่อมีทรัพย์หรือหาทรัพย์มาได้แล้ว พึงปฏิบัติต่อทรัพย์ ตามหลัก โภคาทียะ (ประโยชน์ที่

^{๓๖} ดูรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๑๙๗/๒๐๒.

ควรถือเอาจากโศกหรือเหตุผลที่อริยสาวกควรยึดถือในการที่จะมีหรือครองทรัพย์สมบัติ) ๕ ประการ ดังพุทธพจน์

(๑) อริยสาวกแสวงหาโศกทรัพย์มาได้ด้วยน้ำพักน้ำแรงความขยันหมั่นเพียรของตน เลี้ยงบิดา มารดา บุตร ภรรยา และคนในปกครองทั้งหลายให้เป็นสุข

(๒) บำรุงมิตรสหาย และผู้ร่วมกิจการงานให้เป็นสุข

(๓) ใช้ปกป้องรักษาสวัสดิภาพ ทำตนให้มั่นคงปลอดภัยจากภัยอันตราย

(๔) ทำพลี คือสละเพื่อบำรุงบูชา ประกอบด้วย

ก. ญาติพลี สงเคราะห์ญาติ

ข. อติถิพลี ตอนรับแขก

ค. ปุพเพตพลี ทำบุญหรือสักการะอุทิศให้แก่ผู้ล่วงลับ

ง. ราชพลี บำรุงราชการด้วยการเสียภาษีอากร เป็นต้น

จ. เทวตพลี ถวายเทวดา คือ ทำบุญอุทิศให้แก่สิ่งที่เคารพบูชาตามความ

เชื่อถือ

(๕) อุปถัมภ์บำรุงพระสงฆ์ และบรรพชิตผู้ประพฤติดี ปฏิบัติชอบ เมื่อได้ใช้โศกทรัพย์ทำประโยชน์อย่างนี้แล้ว ถึงโศกจะหมดสิ้นไปก็สบายใจได้ว่า ได้ใช้โศกนั้นให้เกิดประโยชน์ถูกต้องตามหลักเหตุผลแล้ว ถึงโศกจะเพิ่มขึ้นก็สบายใจเช่นเดียวกัน เป็นอันไม่ต้องเดือดร้อนใจในทั้งสองกรณีการใช้จ่ายใน ๕ ข้อนี้ ท่านมุ่งแจกแจงรายการที่พึงจ่าย ให้รู้ว่าควรใช้ทรัพย์ทำอย่างไรบ้าง^{๓๗}

๒.๖.๒ วิถีชุมชนชาวพุทธ^{๓๘}

หลักธรรมกับการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง คือการนำหลักธรรมมาขยายให้มีมิติทางสังคมที่กว้าง เป็นคุณธรรมต่อสังคมซึ่งมีขอบเขตที่ต้องรักษาร่วมกันเช่นในส่วนที่เป็น รูปธรรม คือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง ป่าไม้ ทรัพยากรธรรมชาติ ถนน สวนสาธารณะ ฯลฯ ส่วนที่เป็นนามธรรม คือ หลักการ กฎระเบียบ ข้อปฏิบัติ กฎหมาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะต้องมีความเข้าใจ รู้ในประโยชน์ และโทษตามหลักการทางพระพุทธศาสนาให้ความสำคัญเพราะเป็นประโยชน์ส่วนตน และประโยชน์ของสังคม ซึ่งมีหลักธรรมที่น่าเสนอไว้ ดังนี้

หลักธรรม คือ จักร ๔, ทิฏฐธัมมิกัตถประโยชน์ ๔, (ได้นำเสนอไว้แล้ว)

อิทธิบาท ๔, หลักธรรมที่นำผู้ปฏิบัติไปสู่ความสำเร็จผลที่มุ่งหมาย ประกอบด้วย

๑) ฉันทะ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น

๒) วิริยะ ความพากเพียรในสิ่งนั้น

๓) จิตตะ ความเอาใจใส่ฝึกฝนในสิ่งนั้น

๔) วิมังสา ความหมั่นสอดส่องในเหตุผลของสิ่งนั้น

^{๓๗} ดูรายละเอียดใน อด.ปญจก.(ไทย) ๒๒/๔๑/๔๘.

^{๓๘} เกษราภรณ์ บุรวัฒน์, และคณะ, “หลักธรรมกับการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง”, วารสารสิรินธรปริทรรศน์, ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๓๘๗-๓๘๙.

พละ ๕ เป็นหลักธรรมที่สร้างให้สังคมชุมชนมีความเข้มแข็งจนถึงระดับรากหญ้า ประกอบด้วย

- ๑) ศรัทธาพละ ความเชื่อกำลังการควบคุมความสงสัย ความวิตก
- ๒) วิริยะพละ ความเพียรกำลังการควบคุมความเกียจคร้าน
- ๓) สติพละ ความระลึกได้กำลังการควบคุมความประมาท ความงมงาย
- ๔) สมาธิพละ ความตั้งใจมั่นกำลังการควบคุมการวอกแวกไขว่คว้า ฟุ้งซ่าน
- ๕) ปัญญาพละ ความรอบรู้กำลังการควบคุม การทำเกินพอดี

แนวคิดหลักพุทธธรรมที่นำมาประยุกต์ใช้เป็นวิถีชาวพุทธ ดังนี้^{๓๙}

- ๑) เน้นการพึ่งตนเอง
- ๒) เน้นการใช้ชีวิตอย่างไม่ประมาท
- ๓) เน้นอธิษฐาน หรือการละเว้นจากการสร้างเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดความรุนแรง
- ๔) เน้นการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพการงานที่เป็นประโยชน์สุจริต และมีมานะ

อดทนหรือ สัมมาอาชีวะ

- ๕) เน้นการมาเบียดเบียนตนเองและผู้อื่น
- ๖) พยายามละกิเลสและความโลภ
- ๗) เน้นความซื่อสัตย์ สุจริต มีความละเอียด และเกรงกลัวการกระทำผิด

การพัฒนาชุมชนเข้มแข็งตามหลักเบญจศีล หรือศีล ๕ เป็นหลักเบื้องต้นของพุทธศาสนิกชนที่ควร ประพฤติปฏิบัติในการอยู่ร่วมกัน เพื่อให้สังคมอยู่ด้วยกันได้อย่างมีความสุข ไม่เบียดเบียนผู้อื่นทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ ไม่ประพฤติดิตทางเพศ ไม่นอกใจคู่ครองของตน ไม่โกหกหลอกลวง และไม่ดำเนินชีวิตด้วยความประมาท

หลักเบญจศีลหรือศีล ๕ คือข้อกำหนดอย่างต่ำที่สุดในการควบคุมความประพฤติของมนุษย์ ประกอบด้วย

๑) เว้นจากปาณาติปาต คือ ไม่ทำลายชีวิต ดำเนินชีวิตโดยปราศจากการเบียดเบียนผู้อื่นทางด้าน ชีวิตร่างกาย

๒) เว้นจากอทินนาทาน คือ ไม่เอาของที่เขาไม่ได้ให้ ดำเนินชีวิตที่ปราศจากการเบียดเบียนผู้อื่น ทางด้านทรัพย์สิน และกรรมสิทธิ์

๓) เว้นจากกาเมสุมิฉฉาจาร คือ ไม่ประพฤติดิตในทางทั้งหลาย ดำเนินชีวิตที่ปราศจากการ เบียดเบียนผู้อื่น ทางด้านคู่ครอง บุคคลที่รักหวงแหน ไม่ผิดประเพณีทางเพศ ไม่นอกใจคู่ครองของตน

๔) เว้นจากมุสาวาท คือ ไม่พูดเท็จ ดำเนินชีวิตที่ปราศจากการเบียดเบียนผู้อื่นด้วยวาจาเท็จ โกหก หลอกลวง ตัดรอนประโยชน์หรือแกล้งทำลาย

^{๓๙} บรรพต วีรชัย, และคณะ, “พระสงฆ์กับสังคมไทยโดยพิจารณาในเชิงสังคมเศรษฐกิจ การเมืองและการปกครอง: กรณีศึกษาวัดในกรุงเทพมหานครและฉะเชิงเทรา”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาลัย, ๒๕๓๒).

๕) เว้นจากของมีนเมา อันเป็นที่ตั้งของความประมาท คือไม่เสพของมีนเมา ดำเนินชีวิตที่ปราศจาก ความประมาทพลั้งพลาดมีนเมา เนื่องจากการใช้สิ่งเสพติดที่ทำให้เสียสติสัมปชัญญะ

คณะผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย ได้มีความคิดเห็นร่วมกันว่า ควรนำหลักธรรมที่เป็นรากเหง้าแห่งพฤติกรรมที่สามารถพัฒนาชุมชนทั้งด้านกาย วาจา และใจ ให้เป็นชุมชนวิถีพุทธสมบูรณ์แบบด้วยการปฏิบัติควบคู่ไปกับหลักธรรมอื่น ๆ หลักธรรมที่จะนำมาพัฒนาพฤติกรรมของมนุษย์ที่เน้นถึงเรื่องความสะอาด สงบ สว่าง ที่ประกอบด้วย ศีล คือความสะอาด สมาธิ คือความสงบ ปัญญา คือความสว่าง เป็นสิ่งขัดเกลาจิตใจ ซึ่งเรียกว่า “ไตรสิกขา” คือ การฝึกหัดอบรมกาย วาจา และจิตของมนุษย์ให้สามารถค้นพบและควบคุมตนเอง เรียนรู้และพัฒนาตนเอง โดยใช้ปัญญาเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง และเกิดประโยชน์แก่ชุมชนตามหลักการศึกษา ๓ ประการ คือ

๑) ศีลสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับอบรมทางด้านความประพฤติ

๒) จิตตสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับอบรมจิตให้เกิดสมาธิ

๓) ปัญญาสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับอบรมปัญญาให้รู้แจ้งตามความเป็นจริง

ไตรสิกขา เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาฝึกฝนอบรมมนุษย์ทั้ง ๓ ด้าน คือ ด้านพฤติกรรม (ศีล) ด้านจิตใจ (สมาธิ) และด้านความรู้ความคิด (ปัญญา) อนึ่ง ไตรสิกขานี้มีเนื้อหาครอบคลุมมรรค ๘ ทั้งหมด องค์ประกอบ ๘ อย่างของมรรค ดังปรากฏในจุฬาทิลลสูตร ความว่า สมัยหนึ่งพระผู้มีพระภาคประทับอยู่ที่พระวิหารเวฬุวัน อันเป็นสถานที่ให้เหยื่อแก่กระแต เขตพระนครราชคฤห์ ครั้นนั้น วิสาขอุบาสกเข้าไปหาธรรมทินนาภิกษุณีถึงที่อยู่ อภิวัตแล้วนั่ง ณ ที่ควรส่วนข้างหนึ่งแล้วสนทนาธรรมว่าด้วย เรื่อง มรรค ๘ กับชั้น ๓^{๔๐}

จากการศึกษา รายงานการวิจัย เอกสารทางวิชาการ พบว่า ได้มีการเสนอหลักธรรมที่นำไปปฏิบัติในชุมชนวิถีพุทธจำนวนหลายหลักธรรม คณะผู้วิจัยจึงนำมารวบรวม ดังแสดงในตารางที่ ๒.๒ ดังนี้

ตารางที่ ๒.๒ แสดงหลักธรรมที่นักวิชาการเสนอให้นำไปเป็นแนวปฏิบัติในชุมชนวิถีพุทธ

ชื่อหลักธรรม	เพื่อประโยชน์	ความถี่
ทิฐธัมมิกัตถสังวัตตนิกธรรม ๔	เศรษฐกิจมั่งคั่ง ยั่งยืน มั่นคง	๓
จักร ๔	เป็นหลักธรรมนำชีวิตไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง บรรลุเป้าหมาย	๒
อิทธิบาท ๔	เป็นหลักธรรมที่นำไปสู่ความสำเร็จผลที่มุ่งหมาย	๑
พละ ๕	เป็นหลักธรรมที่สร้างให้สังคมชุมชนมีความเข้มแข็ง	๑
อริยสัจ ๔	วิถีแห่งการทำความจริงให้ปรากฏ	๑
เบญจศีล/เบญจธรรม ๕	ด้านสังคมเป็นปกติสุข	๒
อวาสสัปปายะธรรม ๗	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์	๑
หลักสังคหัตถุธรรม ๔	ด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม	๒

^{๔๐} ดูรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๕๐๘/๓๔๓.

สรุปได้ว่า ชุมชนวิถีพุทธ เป็นชุมชนที่ดำรงชีวิตโดยประพฤติปฏิบัติตามหลักพุทธธรรม ตามคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา มีการอุดหนุนเกื้อกูลกันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ตามบทบาทของผู้คนในชุมชน สังคม ที่ต้องดูแลร่วมกันรักษา เช่น สภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ สาธารณประโยชน์ ฯลฯ เคารพในจารีต ฎีกะเบียบ ข้อปฏิบัติ กฎหมาย มีความเข้าใจ รู้ในประโยชน์และโทษ มีส่วนร่วมในรักษาวัฒนธรรม ประเพณี ภาษาท้องถิ่น รู้จักการยกระดับ ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีชาวบ้านผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค และพร้อมที่พัฒนาตนตามหลักพระพุทธศาสนาที่แตกต่างกันตามจริตของแต่ละวิสาหกิจ ของแต่ละชุมชน เพื่อนำพาตนและชุมชนไปสู่สันติสุขอย่างยั่งยืน

๒.๖ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย

๒.๖.๑ จังหวัดสุพรรณบุรี^{๔๑}

มีพื้นที่อยู่ภาคกลางด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีน หรือแม่น้ำสุพรรณบุรีไหลผ่านตามแนวยาวของจังหวัดจากเหนือ จรดใต้ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ๓-๑๐ เมตร มีพื้นที่ประมาณ ๕,๓๕๘.๐๑ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๓.๓ ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ ๕.๒ ของพื้นที่ภาคกลาง อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ ๑๐๗ กิโลเมตร (ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐) โดยทางรถไฟประมาณ ๑๔๒ กิโลเมตร

๒.๖.๒ การปกครอง

จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งส่วนราชการออกเป็น ๒ ส่วน คือการบริหารราชการส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๑๐ อำเภอ ๑๑๐ ตำบล และ ๑,๐๐๗ หมู่บ้าน และการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น แบ่งการปกครองออกเป็น องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลเมือง ๒ แห่งคือ เทศบาลตำบล ๔๓ แห่งและองค์การบริหารส่วนตำบล ๘๑ แห่ง

ในปี ๒๕๖๕ จังหวัดสุพรรณบุรีมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนและได้รับอนุมัติทะเบียนแล้ว จำนวน ๑,๒๘๔ แห่ง แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม (๑) กลุ่มการผลิตสินค้า มีจำนวน ๑๘ กลุ่ม มีเครือข่าย จำนวน ๑,๑๖๗ แห่ง จำแนกเป็นกลุ่มการผลิตพืช จำนวน ๓๑๖ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๐๗ ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด (๒) กลุ่มการให้บริการมีเครือข่าย จำนวน ๑๑๗ แห่ง^{๔๒} สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มุ่งกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นด้านหลัก เพราะเป็นวิสาหกิจที่กำลังเป็นสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัส

^{๔๑} พระครูโสภณวิธานวัตร,ดร. และคณะ, “การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี”, รายงานการวิจัย, (วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ จังหวัดสุพรรณบุรี : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๓), หน้า ๙๔-๙๗.

^{๔๒} ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, รายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ระดับจังหวัด (สุพรรณบุรี), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://smce.doae.go.th/> [๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕].

ธรรมชาติ ได้เรียนรู้วิถีเกษตรกร และสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ของไวรัสโควิด-๑๙ ที่นักท่องเที่ยวต้องการที่โล่งแจ้ง อากาศถ่ายเทได้สะดวก คณะผู้วิจัย ได้ลงพื้นที่สำรวจครอบคลุมทั้ง ๑๐ อำเภอ โดยนิสิตของวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ ได้ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้นด้วยวิธีการสนทนา การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยมีเกณฑ์การพิจารณาเบื้องต้น ได้แก่ เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในท้องถิ่น เป็นมิตรต่อธรรมชาติ เน้นให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีวิถีชีวิตที่ยั่งยืนในพระรัตนตรัย และปฏิบัติตามหลักไตรสิกขา มีความเต็มใจที่จะเข้าร่วมกับโครงการวิจัยนี้อย่างต่อเนื่องประมาณ ๗ เดือน มีกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการและผ่านเกณฑ์จำนวน ๔ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ ต่อมา คณะผู้วิจัย ได้ลงเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก ผ่านการสนทนา การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แล้วนำเสนอในที่ประชุมคณะผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษางานวิจัย

กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสุพรรณบุรีที่ผ่านการคัดกรอง จำนวน ๔ กลุ่ม ประกอบด้วย

๑) ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)

ตั้งอยู่เลขที่ ๑๕๐/๒ หมู่ ๘ ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐ มีนายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา บุตรชาย ของเฮียใช้ เป็นผู้จัดการจัดการ เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่ เวลา ๐๘.๐๐-๑๘.๐๐ น. ผู้ที่สนใจเข้าเยี่ยมชมทั่วไปฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย สนใจติดต่อดูงานเป็นคณะติดต่อได้จากหมายเลขโทรศัพท์: ๐๙๒-๖๒๖-๑๕๑๕ FAX : ๐๓๕-๔๔๖๙๕๔ หรือ E-mail : H.chai_rice seed@hotmail.com เว็บไซต์ <http://www.herechai.com>

จุดเด่น เป็นศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ศูนย์พัฒนาระบบเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีความบริสุทธิ์สูงได้สำเร็จอย่างมีคุณภาพยอดเยี่ยม ส่งผลให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและพี่น้องเกษตรกรมาเยี่ยมชม ศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งเรียนรู้วัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพของเกษตรกร เพื่อให้เป็นสื่อเล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือประกอบอาชีพ มีแหล่งการเรียนรู้เรือน ศูนย์รวมดวงใจไทยทั้งชาติ แปลงนาสาธิตร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก



ภาพที่ ๒.๑ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)

๒) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง

สถานที่ตั้ง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง รหัสทะเบียน ๒-๗๒-๐๕-๐๙/๑-๐๐๑๘ ที่อยู่ : เลขที่ ๑๗๐ หมู่ที่ ๕ ถนน ตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โทรศัพท์ : ๐๘๑-๘๘๐-๘๘๒๘ มีนายสงบ ลากปัญญา เป็นประธาน

จุดเด่น มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ๑) การทำนาหั่วครบวงจร ๒) ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ๓) กลุ่มการทำยาหม่องสมุนไพร ๔) กลุ่มผู้ผลิตและบริโภคผักปลอดสารพิษในครัวเรือน ๕) กลุ่มสตรีแม่บ้านอาสาสมัครแปรรูปผลิตภัณฑ์หั่ว



ภาพที่ ๒.๒ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง

๓) กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม

สถานที่ตั้ง ซอย บ้านแหลม ๒๘ ตำบล บ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า สุพรรณบุรี ๗๒๑๕๐ มี นายโสภณ พันธุ เป็นประธานกลุ่ม

จุดเด่น มีการจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม .กิจกรรมทำขนมสายบัว หรือขนมไทยโบราณ ทำอาหารพื้นบ้านเช่น น้ำพริก ชมรมต๋าน้ำพริกเผาโบราณสูตร นวดลูกประคบ นวดไทยแผนโบราณ เป็นชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หนึ่งใน ๒๑๕ ชุมชนจากทั่วประเทศเป็นชุมชนโครงการ Village Thailand Academy ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม หนึ่งใน ๒๒ ชุมชนจากทั่วประเทศ สอบถามเพิ่มเติม โทร ๐๘๐-๐๗๓๗๓๙๗ คุณโสภณหรือไอดีไลน์ sophol23



ภาพที่ ๒.๓ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม

๔) ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

สถานที่ตั้งเลขที่ ๘/๓ ถนนสถานีรถไฟ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี พิกัด : <https://goo.gl/maps/8WUXLVieqG2W-445RC9> เปิดให้เข้าชม : ๐๙.๐๐-๒๙.๓๐ น. เว็บไซต์ : <https://www.facebook.com/BananaSuphanburi>

จุดเด่น เป็นศูนย์การเรียนรู้พันธุ์กล้วยทุกสายพันธุ์ มีการสาธิตการปลูกกล้วย ขยายพันธุ์กล้วยบุรี กิจกรรม ด้านตลาดการท่องเที่ยวได้แบ่งเป็นหลายส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ แหล่งน้ำได้จัดทำเป็นแหล่งอาศัยของปลานานาชนิดมี

ส่วนที่ ๒ แหล่งน้ำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้พายเรือรอบเกาะ ได้ถ่ายรูป ตี๋มดำกับสายน้ำและฝูงปลา

ส่วนที่ ๓ การจัดกิจกรรมเป็นแหล่งเรียนรู้

ส่วนที่ ๔ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา มีกิจกรรม “นาวาภิกขาจาร” ตักบาตรข้าวสารอาหารแห้งทางน้ำทุกวันพระ ๘ ค่ำ/๑๕ ค่ำ และในเทศกาลวันสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ ๒.๔ ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลธิชา พันธุ์สว่างและคณะ ทำวิจัยเรื่อง เรื่อง การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี ๓ ด้าน ได้แก่ แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการนั้นควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาวิจัยสามารถนำเสนอแนวทางการจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดราชบุรีออกเป็น ๓ หัวข้อสำคัญ คือ ๑) การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ๒) สร้างเอกลักษณ์และ

กิจกรรมของแต่ละพื้นที่บนวิถีท้องถิ่น และ ๓) การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีอย่างยั่งยืน^{๔๓}

รัชฎาพร บุญเรือง ทำวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มชาวบ้านร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยการจัดกิจกรรมในรูปแบบของฐานการเรียนรู้โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชนมากขึ้นเพื่อได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร ชนบทธรรมนิยม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ และการประกอบอาชีพการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ชุมชนร่วมกันพัฒนาให้เกิดเป็นฐานการเรียนรู้ จำนวน ๔ ฐานคือ ๑) ฐานการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๒) ฐานการเรียนรู้การผลิต เครื่องสำอางจากน้ำมันข้าว ๓) ฐานการเรียนรู้การผลิตอาหารพื้นบ้าน ๔) ฐานการเรียนรู้กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ ชาวบ้านร่วมมือกันสร้างอาชีพให้เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน โดยมีตลาดประชารัฐเป็นสถานที่ขายผลผลิตการเกษตรจากชุมชน การขายอาหารพื้นบ้านแบบชุมชนวิถีไทยเพื่อการอนุรักษ์อาหารไทยพื้นบ้าน การเปิดร้านค้ากาแฟ กิจกรรมบ้านควายสอนคนเป็นการสอนการทำนาปลูกข้าวแบบวิถีไทยโดยใช้กระบือทำนาแทนรถไถ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากประสบปัญหาสถานการณ์โควิด-19 ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องปิดตัวลงเนื่องจากขาดนักท่องเที่ยวเป็นเวลานาน เมื่อสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง กลุ่มชาวบ้านจึงร่วมมือกันฟื้นฟูกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ข้อเสนอแนะควรเน้นให้ความรู้และใช้ความรู้ทางการเกษตร รูปแบบกิจกรรมทางการเกษตร ที่หลากหลายและเน้นการส่งเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์ รวมทั้งให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคคลที่สนใจและบุคคลทั่วไปให้ได้รับรู้ถึงความน่าสนใจในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร^{๔๔}

เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์ ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนตำบลวังยาง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตรที่สร้างรายได้หลักให้กับคนในชุมชน คือ แห้ว แหล่งปลูกแห้วที่ใหญ่ที่สุดแห่งเดียวในประเทศไทย อากาศที่ปราศจากมลพิษ น้ำจากแหล่งธรรมชาติ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับวิถีชีวิตเกษตรภาคกลาง ชุมชนยังไม่มีตลาดที่จำหน่ายสินค้าเกษตรในชุมชนโดยเฉพาะ มีเพียงร้านจำหน่ายสินค้าและผลผลิตจากแห้วและสินค้าเกษตรในชุมชน บริเวณริมถนนในพื้นที่เท่านั้น ชุมชนมีรีสอร์ต ๓ แห่ง รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ ชุมชนยังไม่มีที่พักตาม

^{๔๓} ชลธิชา พันธสวาท และคณะ, “การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี”, วารสารสมาคมนักวิจัย, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๑๐๗-๑๐๙.

^{๔๔} รัชฎาพร บุญเรือง, “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก”, วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๓ (มีนาคม ๒๕๖๔) : ๔๐๔-๔๐๕.

บ้านหรือที่พักตามสวนเกษตร และยังไม่มีการบริการนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ ชุมชนมีศักยภาพที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนได้ครบในด้านความดึงดูดใจ การเข้าถึงได้ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คณะทำงานกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ๘ ด้าน การวางแผนสร้างเครือข่ายโดยความร่วมมือจากชุมชนใกล้เคียง กลุ่มกิจกรรม และหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่สนับสนุนการท่องเที่ยว จัดทำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ฐานจากการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของแห้ว (GI) และจัดทำตลาดสินค้าชุมชน^{๔๕}

กุลธิกา วิบูลย์ปัน ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลบ้านแหลม มีความน่าสนใจและหลากหลาย ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ๒) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ตำบลบ้านแหลม ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ มี ๙ ด้าน ได้แก่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรองรับ ความมีชื่อเสียง การบริหารจัดการ กิจกรรม กระบวนการ และการมีส่วนร่วมของชุมชน และ ๓) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ ผู้วิจัยเสนอแนวทางออกเป็น ๓ แนวทางหลัก ๆ คือ ด้านการพัฒนาศักยภาพและการวางรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านแหล่งท่องเที่ยวและการสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน ในด้านทักษะการนำชมและการบริการ^{๔๖}

พระครูโสภณวิธานวัตร, ผศ.ดร. ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ๑) กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ ๔.๒๖ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ ๐.๓๖ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสภาพทั่วไปของศูนย์ฯมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ๔.๓๗ ๒) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดด้านบริการการพัฒนาศูนย์ฯ ให้มีมาตรฐานคุณภาพ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ ๔.๒๕ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ ๐.๔๑ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การพัฒนาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอลักษณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสูงสุดเท่ากับ ๔.๓๕ และ ๓) ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดด้านบริการกับการพัฒนามาตรฐานคุณภาพศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย มีระดับความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง และเป็นไป

^{๔๕} เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์, “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ ตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี”, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๖๑), หน้า ๕๔-๕๕.

^{๔๖} กุลธิกา วิบูลย์ปัน, “แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๔๓๙ (๔๓๘-๔๔๗).

ในทิศทางเดียวกันกับการพัฒนามาตรฐานคุณภาพศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย โดยมีค่า r เท่ากับ ๐.๔๔๓ มีค่า $Sig < ๐.๐๕$ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การตลาดด้านการบริการส่งผลให้การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรีมีมาตรฐานคุณภาพ ผลสรุปจากการประชุมกลุ่ม (Focus Group) เสนอแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรีให้มีมาตรฐานคุณภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับความจำเป็น มีคุณค่าจริง ราคาไม่สูงมากนัก มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง มีวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญถ่ายทอดความรู้เรื่องการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มที่นั่ง เพิ่มห้องน้ำ สำหรับผู้สูงวัย และคนพิการ รวมทั้งให้การต้อนรับอย่างกัลยาณมิตร มีระบบเทคโนโลยีและมีพื้นที่รองรับผู้มาเข้าเยี่ยมชมศูนย์อย่างพอเพียง^{๔๗}

ศิรินทร เลียงจินดาถาวร และเขมิกา แสนโสม ทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งสองมีจุดแข็งที่ชุมชนเป็นเจ้าของ กิจกรรม มีทรัพยากรในการสร้างผลผลิตมาจากชุมชน รวมทั้งมีการพึ่งพาตนเอง แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในด้านการจัดการ ทำให้การดำเนินงานยังเป็นลักษณะเป็นกลุ่มกิจกรรมส่วนตัว ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันที่เข้มแข็ง ไม่มีหลักการในการคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้จึงส่งผลต่อการตั้งราคาขาย อีกทั้งยังไม่สามารถขยายตลาดได้เนื่องจากไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย ขาดการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาถึงจุดประสงค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของชาวบ้านในชุมชนบ้านหนองเล็ง-อุปโป พบว่า เพื่อเป็นการนำวัตถุดิบในชุมชนมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นการประกอบอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ เพื่อส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน และเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน สำหรับการเสนอแนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ที่ผ่านการวิเคราะห์จากคณะผู้วิจัยและจากชุมชนที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจประกอบด้วย ประเด็นในการพัฒนาและกระบวนการพัฒนา ดังต่อไปนี้ ๑) การบริหารเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิต ๒) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ ๓) การพัฒนาด้านการตลาด ผู้ผลิตจำเป็นต้องเปลี่ยนแนวคิดจากการผลิตนำการตลาด มาเป็นการตลาดนำการผลิต หน่วยงานภาครัฐจะต้องสนับสนุนในการจัดหาสถานที่เพื่อสนับสนุนการแสดงสินค้าของชุมชน รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร เพื่อทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเองในด้านต่างๆ ได้แก่ การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการตลาด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การบริหารสมาชิก เพื่อเป็นต้นแบบและแนวทางให้วิสาหกิจชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาวิสาหกิจได้นำไปใช้มี ดังนี้ ๑) การพัฒนาชุมชนให้สามารถประกอบอาชีพได้ด้วยการพัฒนาตัวเองนั้น ชุมชนต้องสามารถวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง และมีความพยายามในการ

^{๔๗} พระครูโสภณวิธานวัตร, ผศ.ดร., “การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี”, วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๔) : ๙๕ (๙๕-๑๐๖).

นำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยสมาชิกในชุมชนต้องสามารถทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของชุมชนตนเอง เพื่อให้เห็นถึงสภาพ ปัญหา อันจะนำไปสู่การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของตนโดยเน้นการพึ่งพาตนเอง ๒) แนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาสู่ความเข้มแข็งของ ชุมชน จะต้องเริ่มจากการสร้างกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง มีผู้นำที่มีความสามารถเป็นที่ยอมรับของ ชุมชน ควรดำเนินการเพื่อช่วยเหลือกันในลักษณะเครือข่ายมีการบริหารเครือข่าย การพัฒนา ความสัมพันธ์ของเครือข่าย เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันของสมาชิก ในกลุ่มทั้งในเชิงสังคม และเชิง ธุรกิจ และสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองด้านต่างๆ อีกทั้งยังต้องได้รับการ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และสร้างตลาดในท้องถิ่น อัน จะส่งผลดีต่อการสร้างรายได้ของชุมชนท้องถิ่น เกิดความมั่นคงในอาชีพ ทำให้คนในชุมชนสามารถ พัฒนาคุณภาพชีวิตของครอบครัวให้ดีขึ้น ซึ่งการสร้างรายได้ดังกล่าวก่อให้เกิดแหล่งอาหารที่สำคัญ ของชุมชนจากฐานทรัพยากรที่ชุมชนที่มีอยู่^{๔๘}

นภดล แสงแข และคณะ ทำวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมไชยาพันธุ์พื้นเมือง ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ๑) การบริหารจัดการจำแนกตามรูปแบบการ บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ๒ รูปแบบ (๑) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ซึ่งการเปิดให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะมีกิจกรรมเฉพาะ และ (๒) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีรูปแบบวิสาหกิจชุมชนประเภทคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคลมีการจัดการ ท่องเที่ยวสมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในชุมชนสังคมเดียวกัน จากการวิเคราะห์การบริหารจัดการ ๔ มิติ พบว่า มิติด้านบุคลากร :ยังขาดแคลนบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ มิติด้านผลผลิต: ในช่วง ผลไม้ไม่เพียงพอ ต้องซื้อผลไม้จากแหล่งอื่นที่ไม่สามารถรับรองคุณภาพได้ มิติด้านการตลาด :กิจกรรม มีรูปแบบใกล้เคียงกันทุกสวนขาดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ มิติด้านการเงิน : การจัดเก็บเอกสารไม่เป็นระบบ จึงไม่สามารถใช้ข้อมูลทางการเงินมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจของ ธุรกิจได้ ๒) การเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการนำ ข้อมูลการจัดการทั้ง ๔ มิติมาแยกออกเป็นส่วน ๆ แล้วนำมาประกอบใหม่ให้กลายเป็นวิธีการใหม่ ซึ่ง สามารถแบ่งรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ได้ ๓ รูปแบบนั่นคือ ๑) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Style) ๒) รูปแบบ การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (Zoning Style) ๓) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร (Learning Style)^{๔๙}

เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์ ทำวิจัยเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ทั้งหมด ๑๔ แห่ง มี

^{๔๘} ศิรินทร เลียงจินดาภาวร และเขมิกา แสนโสสม, “รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม”, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๐), หน้า บทคัดย่อ.

^{๔๙} นภดล แสงแข และคณะ, “รูปแบบการจัดการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๑๒๒-๑๓๖.

ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพในระดับดี โดยมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย ศักยภาพการบริหารจัดการ ศักยภาพการรองรับ ศักยภาพการให้บริการ^{๕๐}

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และคณะ ทำวิจัยเรื่อง โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ชุมชนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี มีระบบนิเวศวัฒนธรรมที่พึ่งพาแม่น้ำในการตั้งถิ่นฐาน อาศัยแม่น้ำอุปโภคและบริโภค เดินทางสัญจร ทำเกษตรกรรม จนอาจกล่าวได้ว่าสังคมคนสุพรรณบุรีเป็นภาพตัวแทนของสังคมลุ่มน้ำภาคกลาง ที่อยู่กับน้ำ จึงเป็นปัจจัยกำหนดวิถีชีวิตผู้คนทำหน้าที่หล่อรวมวิถีนิเวศวัฒนธรรมชุมชนผ่านการผูกโยงพึ่งพิงทรัพยากรและความหลากหลายเชิงชีวภาพของพื้นที่ลุ่มน้ำต่าง ๆ ทั้งหมดเป็นคุณค่าของสังคมลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรีที่กลายเป็นศักยภาพและความสมบูรณ์ของภูมิสังคมกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของชุมชนกลายเป็นทรัพยากรสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนได้ โดยมีความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เป็นต้นแบบความสำเร็จสำคัญ ได้แก่ ๑) องค์ความรู้ด้านมรดกวัฒนธรรมชุมชนลุ่มน้ำสุพรรณบุรี ๒) องค์ความรู้การบริหารและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแหลม ประกอบด้วย (๑) ชุดองค์ความรู้เกี่ยวกับกลไกการบริหารและจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (๒) องค์ความรู้กลไกการจัดการทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน ๓) องค์ความรู้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนลุ่มน้ำสุพรรณบุรียั่งยืน และนำไปสู่ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนวิถีริมแม่น้ำสุพรรณบุรียั่งยืนต่อไป^{๕๑}

อิสริย์ สุขพรสินธรรม และ โสมฤทัย สุนธยาธร ทำวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ ๐.๐๕^{๕๒}

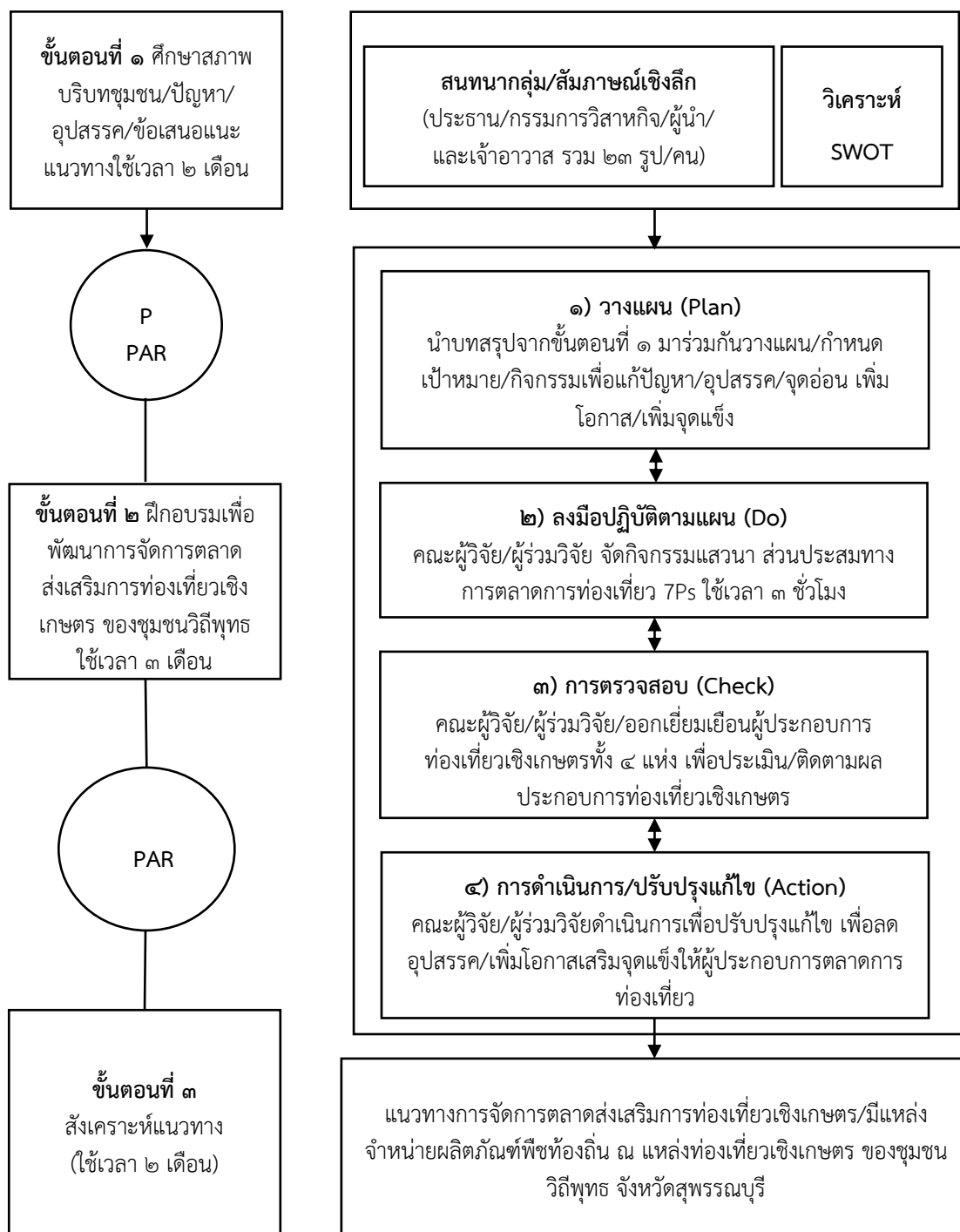
^{๕๐} เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์, “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๑๙๐-๒๑๒.

^{๕๑} ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และคณะ, “โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี”, รายงานการวิจัย, (คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน (ภายใต้โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้เพื่อการใช้ประโยชน์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.), ๒๕๖๓), หน้า บทคัดย่อ.

^{๕๒} อิสริย์ สุขพรสินธรรม และ โสมฤทัย สุนธยาธร, “ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทย”, วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๒) : ๑๑๒-๑๒๕.

๒.๘ กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี” มากำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



แผนภาพที่ ๒.๕ แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย โครงการย่อย ๓ เรื่อง แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๕ สรุปรายงานผลการวิจัย
- ๓.๖ แผนการดำเนินการวิจัย
- ๓.๗ กระบวนการวิจัย
- ๓.๘ การพิทักษ์สิทธิและจรรยาบรรณในการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม^๑ (participatory action research) ผสานกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ทราบถึงประเด็นในรายละเอียดที่สำคัญ และมีความครอบคลุมในเนื้อหาสาระสำคัญที่ทำการศึกษาอย่างครบถ้วนและจะทำให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึก (In-depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงตรรกะได้ (Analytic Induction) รวมทั้งมีการศึกษาจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยภาคสนาม (Field Research) ซึ่งผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวิจัยได้จัดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย (Research Process) เป็น ๓ ระยะ คือ

^๑ วราภรณ์ บุญเชียง, การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action Research – PAR), คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/document/ [๑๒ เมษายน ๒๕๖๕].

๓.๑.๑ ระยะที่ ๑ แบ่งเป็น ๓ กิจกรรม

๑) ศึกษาบริบทวิสาหกิจผลิตพืชชุมชน เพื่อสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ ๑๐ อำเภอ จังหวัดสุพรรณบุรี

๒) ดำเนินการคัดเลือกวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการสัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์ เพื่อทวนสอบกับคุณสมบัติพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน และสมัครใจยินดีที่จะเข้าร่วมโครงการวิจัย โดยมีความสมบัติตามเกณฑ์ ดังนี้

๒.๑) เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุพรรณบุรี

๒.๒) ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค

๒.๓) ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป็นชุมชนวิถีพุทธ มีวัตรปฏิบัติตามหลักธรรมของพระพุทธศาสนาเป็นที่ประจักษ์

๒.๔) มีวิถีชีวิตไม่เบียดเบียนธรรมชาติ

๒.๕) สมัครใจและยินดีเข้าเป็นผู้ร่วมวิจัยและเข้าอบรม

๓) จัดเวทีสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

๓.๑.๒ ระยะที่ จัดเวทีเสวนา แบ่งออกเป็น ๓ กิจกรรม ได้แก่

๑) คัดเลือกผู้ร่วมวิจัยแบบเฉพาะเจาะจงที่มีความสมบัติตามเกณฑ์เบื้องต้น

๒) เชิญประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรร่วมเสวนา เรื่อง การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๓) ดำเนินงานจัดเสวนา

๓.๑.๓ ระยะที่ ๓ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการแบ่งกลุ่ม ดังนี้

๓.๒.๑ กลุ่มประชากร

ได้แก่ ประธานกลุ่มและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับอนุมัติการจดทะเบียนแล้ว ณ วันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕ ของจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน ๒๑ แห่ง ๑๔๗ ราย^๒ ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น และเจ้าอาวาสวัดที่วิสาหกิจชุมชน จำนวน ๔ ราย

๓.๒.๒ กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการเลือกแบบเจาะจง แบ่งเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่

^๒ ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, รายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วจังหวัดสุพรรณบุรี, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17 [๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕].

๑) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ประกอบด้วย ประธานกรรมการวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๔ ราย คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๑๔ ราย ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๔ ราย และเจ้าอาวาสที่วัดตั้งอยู่ในหมู่บ้านที่มีกลุ่มวิสาหกิจเข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน ๑ รูป รวม ๒๓ ราย

๒) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการเข้าร่วมเสวนาและเป็นผู้ร่วมวิจัย ประกอบด้วย ประธานกรรมการวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๔ ราย คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๖ ราย ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๒ ราย และเจ้าอาวาสที่วัดตั้งอยู่ในหมู่บ้านที่มีกลุ่มวิสาหกิจเข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน ๑ รูป รวมจำนวน ๑๓ ราย

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งออกเป็น ๓ ชุด ได้แก่

ชุดที่ ๑ เป็นแบบสนทนากลุ่มเพื่อสืบสาวหาสภาพการณ์ปัจจุบันในด้านองค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

ชุดที่ ๒ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกชนิดมีโครงสร้างลักษณะผสมกันทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อสืบสาวหาเหตุปัจจัยของปัญหา/อุปสรรคและความต้องการ รวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และสภาพแวดล้อมทั่วไป โดยกำหนดประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ตามกรอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ชุดที่ ๓ เป็นแบบตรวจเยี่ยมผลประกอบการวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลังสิ้นสุดการเสวนา ใช้กระบวนการ สังเกตผลงานแบบมีโครงสร้าง การสนทนา/พูดคุยตามประเด็นด้านองค์ประกอบและการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๓.๓.๑ แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม/การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๑) คำถามหลักในการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยสอบถามเพื่อแสวงหาสภาพการณ์ปัจจุบัน ในด้านการบริหารจัดการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวน ๕ คำถาม ดังนี้

ข้อที่ ๑ การจัดการตลาดด้านการท่องเที่ยวท่านมีวิธีการจัดการอย่างไร

ข้อที่ ๒ ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีวิธีการบริหารจัดการ การจัดการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธอย่างไรบ้าง

ข้อที่ ๓ วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาในความร่วมมือการทำงาน และผู้ประสานในชุมชน แหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร

ข้อที่ ๔ วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาการหาแหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของท่านอย่างไรบ้าง

ข้อที่ ๕ วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาช่องทางหรือสถานที่/จุดกระจายผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๒) คำถามหลักในการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยนำองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๔ อย่าง ส่วนประสมทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยว (7 P_s) มาเป็นกรอบคำถามหลักเพื่อสืบสาวหาเหตุปัจจัยของปัญหา/อุปสรรคและความต้องการ รวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และสภาพแวดล้อมทั่วไปของวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เช่น แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางสะดวกและปลอดภัย อย่างไรก็ตาม สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ อินเทอร์เน็ต ร้านอาหาร เป็นอย่างไรบ้าง กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีกิจกรรมใดบ้างที่โดดเด่น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจพึงพอใจจากลูกค้า และต้องการที่จะมาเยี่ยมชมอีกในรอบที่ ๒ รอบที่ ๓ ท่านได้มีการบริหารจัดการปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง เป็นต้น

๓) แบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสนทนา/พูดคุย กับผู้ประกอบการ ในประเด็นองค์ประกอบหลักการท่องเที่ยว ๔ องค์ประกอบหลัก ประเด็นการจัดการตลาดการท่องเที่ยว 7P_s เมื่อจบจากการเสวนา ผู้วิจัยนำแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสำนักพัฒนามาปรับปรุงแล้วนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

๔) การเสวนาแบบโต๊ะกลม ในประเด็น การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี มีขอบเขตการเสวนา ดังนี้

๔.๑) สภาพปัญหาปัจจุบันการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๒) การพัฒนาองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๓) ข้อเสนอแนะแนวทางทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี .เช่น

๔.๔) แรงจูงใจในการจัดสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๕) ท่านมีวิธีการสร้างความเชื่อมั่นและความหวังให้นักท่องเที่ยวจ่ายค่าเดินทางมาเที่ยวอย่างไร

๔.๖) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่านมีจุดเด่น อะไรบ้างและจุดที่ควรพัฒนามีอะไรบ้าง

๔.๗) ในอนาคตการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการวิสาหกิจอื่นๆ สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไปวางจำหน่ายที่แหล่งท่องเที่ยวของท่าน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม การสังเกต (observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการเสวนา การตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะถูกนำไปใช้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) ในการตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นแรก คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบว่าได้ข้อมูลเพียงพอครบถ้วนแล้วหรือยัง ข้อมูลที่ได้มานั้นได้ตอบปัญหาของการวิจัยแล้วหรือไม่ หากคณะผู้วิจัยพบว่าได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกัน คณะผู้วิจัยจะตรวจสอบว่าข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า^๓ (Triangulation) ดังต่อไปนี้

๑) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบคือการตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่มาที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา ถ้าเวลาต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ ถ้าสถานที่ต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมอยู่อีกหรือไม่

๒) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยไปจัดเก็บแต่ละครั้งจะแตกต่างกันอย่างไร ในกรณีที่ไม่น่าแน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลสนาม ผู้วิจัยได้เพิ่มและอาจปรับเปลี่ยนผู้วิจัยให้มีหลายคนขึ้น

๓) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าถ้าใช้แนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

๔) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (methodology triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันเช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกัน นั่นก็คือการศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วยนั่นเอง

๕) การสร้างบทสรุปและการพิสูจน์บทสรุป เป็นการนำแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยต่างๆ ทางวิชาการ มาสร้างเป็นบทสรุปพร้อมกับข้อมูลที่เชื่อถือได้อีกครั้งหนึ่ง โดยเน้นความเชื่อมโยงเพื่อนำไปสู่การพิสูจน์ที่เป็นรูปธรรมและตรงต่อข้อเท็จจริงที่ปรากฏ

๖) นำเสนอแนวทางการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธให้ผู้เชี่ยวชาญทราบและพิจารณา (focus group) เช่น ประธานหอการค้า พาณิชย์ เกษตร พัฒนาชุมชน และอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สนใจเข้าร่วมรับฟังรายงานผลการวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งมีขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา ดังต่อไปนี้

^๓ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/> [๒๒ มีนาคม ๒๕๖๕].

๑) คณะผู้วิจัยจะร่วมกันตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นสำหรับการคัดเลือกเอกสาร และหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์

๒) มีการวางแผนเค้าโครงข้อมูล โดยการทำรายชื่อหรือข้อความที่จะถูกนำมาวิเคราะห์แล้วแบ่งออกเป็นประเภท (Categories) ซึ่งจะช่วยให้คณะผู้วิจัยสามารถตัดสินใจได้ว่าจะดึงคำหรือตัดข้อความใดออกไป

๓) คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงบริบท (Context) หรือสภาพแวดล้อมมาประกอบข้อมูลเอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างลึกซึ้ง

๔) การวิเคราะห์เนื้อหา คณะผู้วิจัยจะทำตามเนื้อหาที่ปรากฏ (Manifest Content) ในเอกสารมากกว่าการกระทำต่อเนื้อหาที่แฝงอยู่ (Latent Content) โดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองวิธีด้วยข้อความแบบบรรยาย ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเด็นหรือปัญหาที่จะวิเคราะห์และการเลือกของคณะผู้วิจัยที่ได้ข้อมูลจากการทำการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก

๕) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีโครงสร้าง การเสวนาโต้เถียง ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียง และจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมายเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้ โดยดำเนินการไปพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อประเด็นใดวิเคราะห์แล้วไม่มีความชัดเจนก็จะตามไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ เหล่านั้น เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี

๖) ข้อมูลที่ได้จากการตรวจเยี่ยมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๔ แห่ง จะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลตามคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามเกณฑ์ ดังนี้

กรอบตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๓๔ ตัวชี้วัด กำหนดเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) มี ๓ ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนน^๔ ดังนี้

ค่าคะแนน	หมายถึง
๑	สูงกว่ามาตรฐาน
๐.๕	ได้มาตรฐาน
๐	ต่ำกว่ามาตรฐาน

การกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- ๑) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีเยี่ยม มีคะแนนรวม ตั้งแต่ ๘๑ คะแนนขึ้นไป
- ๒) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีมาก มีคะแนนรวม อยู่ระหว่าง ๗๑-๘๐ คะแนน
- ๓) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดี มีคะแนนรวม อยู่ระหว่าง ๖๑-๗๐ คะแนน

^๔ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๗), หน้า ๗.

การสรุปและการเขียนรายงาน จะเป็นการประมวลผลของการเก็บข้อมูลทั้งหมดจากจากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิโดยนำมาประยุกต์องค์ประกอบตลาดการท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว 7Ps ทำการสังเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนวิถียุทธสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เพิ่มแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน เพิ่มตลาดท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดสุพรรณบุรี

เป็นการแสดงรายละเอียดให้เห็นตัวแบบการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด
โครงการ ภายใต้กรอบเวลาต่างๆ ของโครงการ ดังแสดงในตารางภาพที่ ๓.๑ ดังนี้

ตารางที่ ๓.๑ แสดงแผนการวิจัยชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายงานวิจัยย่อยโครงการที่ ๓

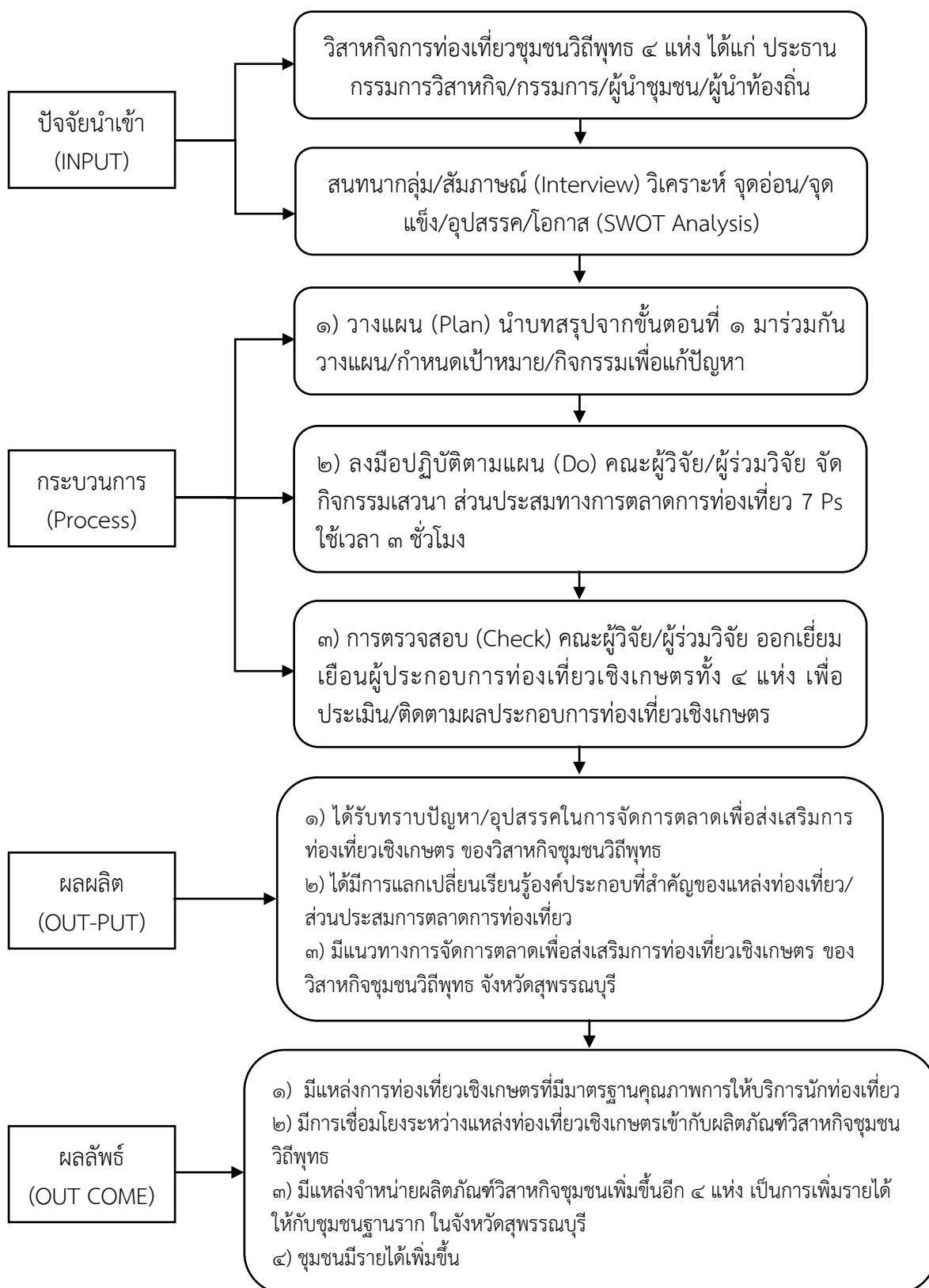
ลำดับที่	กิจกรรม/เดือนที่	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑	ระยะที่ ๑ ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	✓						
๒	การสนทนากลุ่ม ปัญหา/อุปสรรค/ด้านองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยว 7 PS	✓	✓	✓				
๓	นำข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม/การสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix เสนอในที่ประชุมกลุ่มนักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐ/เอกชน/ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนา			✓				
๔	ระยะที่ ๒ ศึกษาส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้การเสวนาแบบโตะกลม			✓	✓	✓		
๕	จัดทำร่างขอบเขตการเสวนาและแผนการเสวนาให้กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเข้าร่วมเสวนาและร่วมเป็นผู้วิจัย		✓		✓	✓		
๖	การจัดทำรายงานความก้าวหน้าโครงการวิจัยย่อย ๓			✓		✓		
๗	การดำเนินการตามแผน (จัดเสวนา/ติดตามประเมินผลประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่ง)			✓		✓		

ตารางที่ ๓.๑ แสดงแผนการวิจัยชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายงานวิจัยย่อยโครงการที่ ๓ (ต่อ)

ลำดับที่	กิจกรรม/เดือนที่	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๘	ระยะที่ ๓ เสนอแนวทางการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี						✓	
๙	การประสานเครือข่ายจำหน่ายผลผลิตผ่านพันธมิตร/หรืองานแสดงสินค้าในเทศกาลต่างๆ						✓	
๑๐	การวิเคราะห์/จัดทำรายงานการวิจัย						✓	
๑๑	การสรุปผลการวิจัยเสนอในที่ประชุมนักวิจัย/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ที่ปรึกษา/ประธานกลุ่มวิสาหกิจ							✓
๑๒	การปรับปรุงรายงานการวิจัย และส่งรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์							✓

๓.๗ กระบวนการวิจัย

เป็นการแสดงรายละเอียดให้เห็นตัวแบบขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ ของกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังแสดงในตารางภาพที่ ๓.๑ ดังนี้



แผนภาพที่ ๓.๑ แสดงกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

๓.๘ การพิทักษ์สิทธิและจรรยาบรรณในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น กรรมการวิสาหกิจชุมชน และพระสังฆาธิการ คณะผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย คณะผู้วิจัยได้พิจารณาออกแบบการวิจัยด้วยความระมัดระวังเรื่องความเสี่ยงหรือผลกระทบซึ่งอาจเกิดขึ้นได้กับผู้ร่วมวิจัย รวมทั้งผลกระทบทั้งด้านร่างกายและจิตใจ หรือด้านทรัพยากรอื่นๆ ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยยึดหลักการการพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและผู้ร่วมวิจัย ได้ดำเนินการขออนุญาตทำวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยก่อนดำเนินการวิจัย และได้ผ่านคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ และได้รับอนุมัติให้ดำเนินการตามเลขใบรับรองที่ ว.๓๑๕/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๕

บทที่ ๔

ผลการศึกษา

การศึกษาค้างนี้ คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ศึกษาในบริบทองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิจัย (Research Process) เป็น ๓ ระยะ ประกอบด้วย

๔.๑ การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ส่วนที่ ๒ ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง

๔.๒ ศึกษาองค์ประกอบหลักและส่วนประสมการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่

ส่วนที่ ๑ ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม

ส่วนที่ ๒ ผลจากการตรวจเยี่ยมประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ส่วนที่ ๓ ผลการเปรียบเทียบทางกายภาพระหว่างก่อนการเสวนากับหลังการเสวนา

๔.๓ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันพิจารณา แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ ๒ องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

๔.๑ การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๑.๑ ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามแนวคิด ของคอตเลอร์ ฟิลลิป (Kotler, Philip) กล่าว กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P's) ว่าเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายบริการผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เรียกว่าส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านการ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) โดย ส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยเน้น น้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

บริบทการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ผลจากการสำรวจแหล่งข้อมูลปฐมภูมิทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัย มีผลการดำเนินงานดังนี้

๑.๑) ผลจากการสำรวจข้อมูลระหว่างวันที่ ๓-๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕ แสดงจำนวนวิสาหกิจบริการและการท่องเที่ยว จำแนกเป็นรายอำเภอ ดังแสดงในตารางที่ ๔.๑

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็นรายอำเภอ^๑

อำเภอ	วิสาหกิจท่องเที่ยว (แห่ง)	ร้อยละ	หมายเหตุ
เมือง	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
บางปลาม้า	๒	๙.๕๒	จดทะเบียนแล้ว
สองพี่น้อง	๒	๙.๕๒	จดทะเบียนแล้ว
อู่ทอง	๘	๓๘.๐๙	จดทะเบียนแล้ว
ดอนเจดีย์	-	๐.๐๐	จดทะเบียนแล้ว
หนองหญ้าไซ	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
ด่านช้าง	๓	๑๔.๒๙	จดทะเบียนแล้ว
เดิมบางนางบวช	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
สามชุก	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
ศรีประจันต์	๒	๙.๕๒	จดทะเบียนแล้ว
รวม	๒๑	๑๐๐	

จากตารางที่ ๔.๑ จำนวนวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรีที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วมีจำนวน ๒๑ แห่ง พบว่า อำเภออู่ทอง มีวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จดทะเบียนมากที่สุด จำนวน ๘ แห่งคิดเป็นร้อยละ ๓๘.๐๙ รองลงมาได้แก่ อำเภอด่านช้าง มีจำนวน ๓ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๒๙ และอำเภอที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอเดิมบางนางบวชและอำเภอสามชุก จำนวน ๑ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔.๗๖ ตามลำดับ

๑.๒) การคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเข้าร่วมโครงการวิจัย

^๑ ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, รายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ระดับจังหวัด (สุพรรณบุรี), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://smce.doae.go.th/snce1/report/select_report_smce.php?report_id=17 [๑๒ กันยายน ๒๕๖๕].

คณะผู้วิจัย ได้ดำเนินการคัดกรอง โดยการสอบถามกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อทวนสอบกับเกณฑ์คุณสมบัติพื้นฐาน พบว่า วิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ไม่ประสงค์จะเข้าร่วมโครงการวิจัย เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ และอยู่ในช่วงต้องปรับปรุงพื้นที่หรือเตรียมการเพาะปลูก ดังนั้น จึงเหลือวิสาหกิจท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติและสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน ๔ แห่ง

๑.๓) คณะผู้วิจัยร่วมกับนิสิตจิตอาสาได้ออกจัดเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อเข้าเยี่ยมชมวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร สังเกตลักษณะทางกายภาพ เพื่อประเมินองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวในเบื้องต้น สอบถามช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา ชนิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และอื่น ๆ สรุปผลการเข้าเยี่ยมชม ดังนี้

๑ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ตั้งอยู่เลขที่ ๑๕๐/๒ หมู่ ๘ ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐ มีนายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา บุตรชายของเฮียใช้ เป็นผู้บริหารจัดการ เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่ เวลา ๐๘.๐๐-๑๘.๐๐ น. ผู้ที่สนใจเข้าเยี่ยมชมทั่วไปฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย สนใจติดต่อดูงานเป็นคณะติดต่อได้จากหมายเลขโทรศัพท์: ๐๙๒-๖๒๖-๑๕๑๕ FAX : ๐๓๕-๔๔๖๙๕๔ หรือ E-mail : H.chai_rice_seed@hotmail.com เว็บไซต์ <http://www.herechai.com>



ภาพที่ ๔.๑ แผนที่ แสดงเส้นทางไปที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)

แรงจูงใจในการจัดตั้ง

คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา^๒ บุตรชายของเฮียใช้ พบว่า ศูนย์วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) เดิมประกอบอาชีพรับซื้อข้าวเปลือก ต่อมาได้เปลี่ยนไปเป็นผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ความขยันซื้อสัตย์มุ่งมั่นจนสามารถพัฒนาระบบเมล็ดพันธุ์ข้าวเพื่อที่จะนำมา

^๒ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๕ เมษายน ๒๕๖๕.

ซึ่งเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีความบริสุทธิ์สูงได้สำเร็จอย่างมีคุณภาพยอดเยี่ยม ส่งผลให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและพี่น้องเกษตรกรมาเยี่ยมชม ศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ในขณะเดียวกันได้เกิดความภักดีตระหนักถึง “วัสดุอุปกรณ์” ต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษได้คิด ประดิษฐ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบอาชีพทำนา เช่น คันไถ คราด เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีร่องรอยของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีของนักปราชญ์ นักประดิษฐ์ นักคิด นักสร้างสรรค์ นักวิศวกรรม และสถาปนิกชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบ อาชีพ จึงลงทุนด้วยงบประมาณส่วนบุคคลจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อเป็น แหล่งถ่ายทอดวิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่มีความสนใจศึกษาหา ความรู้เรื่องข้าว วิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีตและแสดงความกตัญญูทเวทิตาต่อชาวนาผู้มีพระคุณและ มาตุภูมิ

แหล่งการเรียนรู้

ภายในศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยมีจุดที่น่าสนใจหลายจุดด้วยกัน เช่น

(๑) เรือนศูนย์รวมดวงใจไทยทั้งชาติ

เรือนหลังนี้สร้างด้วยรูปแบบที่โดดเด่นงดงามเป็นพิเศษ เป็นเรือนที่มาจากความตั้งใจใน การแสดงความจงรักภักดีต่อพ่อหลวงของแผ่นดินรัชกาลกาลที่ ๙ ภายในมีการจัดแสดงพระบรมรูป ของพระองค์เมื่อครั้งเสด็จขึ้นครองสิริราชสมบัติ และพระบรมฉายาลักษณ์ในพระราชกรณียกิจต่างๆ จัดแสดงพระบรมรูป และพระบรมสาทิสลักษณ์ราชวงศ์จักรี นอกจากนี้ยังมีรูปบุคคลสำคัญๆ ที่มีส่วน เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาวงการข้าวไทย การสร้างศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย

(๒) แปลงนาสาธิต

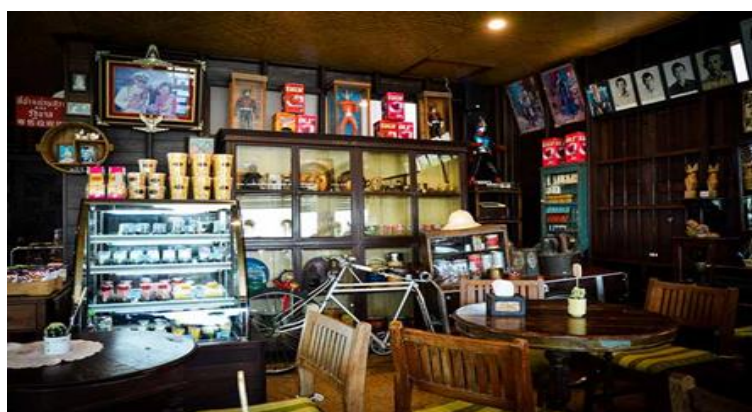
แปลงนาสาธิต เป็นการสาธิตชนิดพันธุ์ข้าวนาปรังทุกชนิดที่นิยมปลูกในปัจจุบัน รวมถึง สาธิตการอนุรักษ์การพัฒนาพันธุ์ข้าว โดยแปลงนาสาธิตนี้จะทำการปักดำทุกวัน ที่ ๑ ของเดือน ด้วย กล้าเพียงต้นเดียว ต่อ ๑ กอ เพื่อให้เห็นความสามารถในการแตกกอของต้นข้าว และเพื่อจะได้ศึกษา ในทุกระยะการเติบโตของข้าว บรรจอยู่ในแฟ้มสูญญากาศเพื่อสะดวกในการเก็บรักษาได้นานโดยไม่ เสื่อมสภาพ นอกจากนั้นยังมีผักต่าง ๆ ที่ปลูกในโรงเรือนปลอดสารเคมี เสื้อที่ระลึกของศูนย์เรียนรู้ฯ





ภาพที่ ๔.๒ แปลงนาสาธิต ชนิดพันธุ์ข้าวนาปรังทุกชนิด

(๓) ร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต เป็นการจำลองรูปแบบของร้านค้าในอดีตซึ่งได้เก็บรวบรวมส่วนประกอบต่าง ๆ ของร้านค้าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นชั้นวางสินค้า โต๊ะ เก้าอี้ รวมทั้งสินค้าที่เคยจำหน่าย ในครั้งอดีตซึ่งใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ลอตเตอรี่เก่าสมัยก่อน



ภาพที่ ๔.๓ ร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต

๔) ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก

นอกจากจะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรื่องข้าวและวิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีตแล้ว ยังสามารถเลือกซื้อของฝากกลับบ้านกันได้อีกด้วย โดยสินค้าหลักเป็นข้าวเพื่อสุขภาพหลายชนิดพันธุ์ ที่เป็นที่ยอมรับของแต่ละภูมิภาค เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวทับทิมชุมแพ ข้าวเหลืองอ่อน ข้าวเหนียวลิ้มผัว และข้าวนาปรังที่มีลักษณะอ่อนนุ่ม ในรูปแบบของข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ และข้าวขาว



ภาพที่ ๔.๔ ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก



ภาพที่ ๔.๕ ทศนียภาพที่สวยงามทั่วไปของศูนย์การเรียนรู้

ความคาดหวังในอนาคต

มีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ในอนาคตมีแหล่งการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดี ให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนทั่วไปพร้อมเล็งเห็นความสำคัญของการให้ความรู้และการทำนาอย่างถูกวิธี ซึ่งจะมีประโยชน์แก่ส่วนรวมและสมาชิกของสมาคมที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ให้บุคคลทั่วไปที่เห็นความสำคัญของข้าวและชาวนา เป็นสถานที่ศึกษาเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้สนใจได้เข้าชม โดยมีเครื่องช่วยอำนวยความสะดวกในด้านเทคโนโลยียุค ๔.๐ และงานวิจัยมาช่วยขับเคลื่อน ต่อไป

๒. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง สถานที่ตั้ง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง รหัสทะเบียน ๒-๓๒-๐๕-๐๙/๑-๐๐๑๘ ที่อยู่ : เลขที่ ๑๓๐ หมู่ที่ ๕ ตำบลวังยาง อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสุพรรณบุรี โทรศัพท์ : ๐๘๑-๘๘๐-๘๘๒๘



ภาพที่ ๔.๖ แผนที่ แผนผังของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์วังยาง



ภาพที่ ๔.๗ นายสงบ ลาภปัญญา รองประธานบริหารวิสาหกิจชุมชนวังยาง

แรงจูงใจในการจัดตั้ง

คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายสงบ ลาภปัญญา พบว่าชุมชนวังยางตั้งอยู่ในอำเภอศรีประจันต์ โดยการนำของ นายสงบ ลาภปัญญา^๓ เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่เรียบง่ายแบบชนบท ห่างตัวเมืองสุพรรณบุรีประมาณ ๙ กิโลเมตร ติดกับถนนสุพรรณบุรี-ชัยนาท บนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐ ตำบลวังยางมีเนื้อที่รวม ๑๔,๓๗๕ ไร่ (๒๓ ตารางกิโลเมตร) มีทิศเหนือติดกับตำบลศรีประจันต์ ทิศใต้ติดกับตำบลโพธิ์พระยา ทิศตะวันออกติดกับตำบลดอนมะสังข์ และทิศตะวันตกติดกับตำบลมดแดง ในปี พ.ศ. ๒๓๘๔ มีประชาชน เข้ามาอยู่อาศัยในบริเวณริมแม่น้ำท่าจีนเป็นจำนวนมาก ซึ่งในขณะนั้นมีต้นยางขึ้นอยู่เป็นจำนวนมากจึงเป็นที่มาของชื่อชุมชน ตำบลวังยางมีการ

^๓ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ๗ เมษายน ๖๕.

ปกครองในลักษณะชุมชนโดยมีจำนวน ๒๐ ชุมชน มีประธานชุมชนและคณะกรรมการดำเนินงานในการพัฒนาและดูแลความสงบของชุมชน ข้อมูลทางสถิติพบว่าตำบลวังยางมีครัวเรือนทั้งสิ้น ๒,๑๖๒ หลังคาเรือน มีประชากรทั้งสิ้น ๖,๙๗๙ คน (เทศบาลตำบลวังยาง, ๒๕๖๓ : ออนไลน์)

กิจกรรม

มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ๑) การทำนาหั่วครบวงจร ๒) ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ๓) กลุ่มการทำยาหม่องสมุนไพร ๔) กลุ่มผู้ผลิตและบริโภคผักปลอดสารพิษในครัวเรือน ๕) กลุ่มสตรีแม่บ้านอาสาสมัครแปรรูปผลิตภัณฑ์หั่ว



ภาพที่ ๔.๘ สวนปลูกหั่วชีวภาพไม่ใช้สารเคมีแห่งเดียวในประเทศ



ภาพที่ ๔.๙ ภูมิปัญหาพื้นบ้าน ทำกิจกรรม สานกระเป๋ ปลูกหั่ว

แนวทางในอนาคตของโครงการ

มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์รูปแบบพหุภาคีชุมชนภาคีเครือข่ายมี ชุมชนท่องเที่ยวในอำเภอศรีประจันต์ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การดำเนินการประกอบด้วย ๑) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนแบบพหุภาคี ๒) การพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน ๓) การสร้างกลไกขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบพหุภาคี ๔) การพัฒนาระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน ๕) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน ๖) การประเมินประสิทธิภาพการทำงาน ๗) การถอดบทเรียนการทำงานร่วมกันหลังการปฏิบัติงาน และ ๘) การถ่ายทอดความรู้สู่การนำไปใช้ประโยชน์ การ

ดำเนินงานส่งผลให้ ๑) มีการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน ๒) มีการบรรจุเข้าสู่แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ เทศบาลตำบลวังยาง๓) มีการจัดงานเทศกาลอาหารจานแก้ว มีการบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์การแบบพหุภาคี เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ระดับจังหวัดและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนของพื้นที่ ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ ๓๒ เกิดกลไกภาคีเครือข่ายแบบพหุภาคีที่เข้มแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศรีประจันต์ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน

๓. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม

คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายโสภณ พันธุ์ พบว่า^๔ สถานที่ตั้ง ที่อยู่ ซอย บ้านแหลม ๒๘ ตำบล บ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า สุพรรณบุรี ๗๒๑๕๐



ภาพที่ ๔.๑๐ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม

เอกลักษณ์

เรือนไทยโบราณขนาดสองฝั่งริมแม่น้ำสุพรรณ

สโลแกนท่องเที่ยวชุมชน

เที่ยวบ้านฉัน มาแล้วรัก ถ้าได้พักกริ่มหมดใจเลยจ้า

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

๑. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกโดยเฉพาะสตรีและผู้สูงอายุให้ได้ใช้เวลาว่าง ให้เป็นประโยชน์ สร้างอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ ด้วยการจัดโปรแกรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในรูปแบบ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อมิให้ย้ายถิ่นฐาน

^๔ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม, ๗ เมษายน ๖๕.

๒. เพื่อเป็นการรวบรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลมให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อเป็นการสร้างอาชีพเสริมใหม่ให้กับชาวชุมชน โดยนำการท่องเที่ยวโดยชุมชน เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนชุมชน ให้ชุมชน เป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

๓. เพื่อต้องการรักษาและอนุรักษ์พร้อมฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์ท้องถิ่นชุมชน ด้วยการถ่ายทอดให้คนในท้องถิ่นหรือบุคคลทั่ว ๆ ไปได้ศึกษาเรียนรู้ มิให้สูญหายไป เช่น ประเพณีทำบุญตักบาตรกลางน้ำ/ประเพณีทำบุญข้าวหลามไทยแรม๑๔ค่ำเดือนสาม/ประเพณีทำบุญกลางเดือนสิบ เป็นต้น

๔. เพื่อจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อบริการด้านการท่องเที่ยวและด้านเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน หลักจากดำเนินการจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม มาแล้วไม่ต่ำกว่าสามปี โดยใช้ชื่อว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม

๕. เพื่อจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าของสมาชิกกลุ่ม / เพื่อจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสเรียนรู้ โดยใช้ บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ เป็นศูนย์กลางประสานงานบริการนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในการสอบถามข้อมูลชุมชน

๖. เป็นชุมชนต้นแบบมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ที่ได้รับการรับรองมากที่สุดในประเทศ ภายในปี ๖๕

๗. เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ประเภทแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณ

แรงจูงใจ

บ้านแหลม อำเภอบางปลาม้าเป็นชุมชนเก่าแก่วัฒนธรรมน้ำท่าจีน ประธานกลุ่มคือ นายโสภณ พันธุ์ ตลอดจนสองฝั่งลำน้ำเรียงรายไปด้วยบ้านทรงไทยโบราณ และวัดเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนาน ภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมเมื่อเกือบร้อยปี ยังมีให้ได้สัมผัส เหมือนย้อนเวลากลับไปอีกครั้ง นอกจากภาพวิถีที่งดงาม ยังมีของดีที่ต้องบอกต่อ เรื่องความอร่อยของอาหารย่านนี้ โดยเฉพาะขนมไทยโบราณ ที่รสชาติดีและสีสวยงาม แลชุมชนยังบอกสูตรการทำขนมต่าง ๆ ให้ผู้เยี่ยมชมได้เรียนรู้และสนุกสนานกับการได้ทำขนมด้วยตนเองอีกด้วย เป็นชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นชุมชนโฮมสเตย์มาตรฐานอาเซียน กรมการท่องเที่ยวเป็นชุมชนพื้นที่ท่องเที่ยวพิเศษตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ตาม พ.ร.บ.๒๕๕๖ หนึ่งใน ๒๖ ชุมชนจากทั่วประเทศและเป็นหนึ่งในประเทศไทย ที่จดทะเบียนเป็นธุรกิจนำเที่ยว โดยชุมชนเป็นชุมชนต้นแบบของ ททท. ในโครงการ Village tourism ๔.๐ หนึ่งในสิบของประเทศ

จึงทำให้ชุมชนตำบลบ้านแหลมพัฒนาการท่องเที่ยวจนได้รับ รางวัลเป็น ๑ ใน ๑๐ ชุมชนต้นแบบจากชุมชนทั่วประเทศ Village Tourism ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และได้รับรางวัลชนะเลิศ โครงการ Thailand Village Academy ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ๑ ใน ๒๑๕ ชุมชนจากทั่วประเทศ

คณะทำงานกลุ่ม มีนายโสภณ พันธุ์ ประธาน / ฝ่ายประสานงาน / ประชาสัมพันธ์ - การตลาด พร้อมคณะ

มีกลุ่มและอาชีพต่าง ๆ ในตำบล อาทิเช่น

๑. กลุ่มแม่บ้านขนมไทยโบราณ
๒. กลุ่มแม่บ้านถักเชือกไหมเทียมญี่ปุ่น
๓. กลุ่มแม่บ้านอาหารพื้นถิ่น
๔. กลุ่มโฮมสเตย์ ไม้ตาพูดโฮมสเตย์ มาตรฐานอาเซียน
๕. กลุ่มจักสานผักตบชวา
๖. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม
๗. บ้านรูปหอมหลากสีพรหมเศรษฐีหลากสีประจำวันเกิด
๘. บ้านไร่สวนผสมเศรษฐกิจพอเพียง
๙. บ้านวิถีประมงน้ำจืด
๑๐. ร้านอาหารท้องถิ่น รับลมชมแม่น้ำ
๑๑. บ้านไม้กวาดทางมะพร้าว
๑๒. วัดสามวัด วัดศุขเกษม / วัดป่าพฤกษ์ / วัดใหม่พัฒนสุวรรณ
๑๓. บ้านสวนแผ่นดินแม่โฮมลอตจ / เรณูโฮมลอตจ

กิจกรรมชุมชนตำบลบ้านแหลม

ชุมชนตำบลบ้านแหลม มีกิจกรรมจำนวนมากมายกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เป็นการรวมตัวกันของชาวชุมชนตำบลบ้านแหลมทั้ง ๕ หมู่ จัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ทำเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณบุรี กำกับดูแลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยใช้ บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ เป็นศูนย์ประสานงานบริการนักท่องเที่ยว มีโฮมสเตย์เรือนไทยริมน้ำที่ได้มาตรฐานไทย ชื่อไม้ตาพูดโฮมสเตย์ มีัคคุเทศก์ท้องถิ่นรับรองจากกรมการท่องเที่ยว มีเรือน้ำเที่ยงที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สัมผัสกับการเรียนรู้วิถีอาชีพชุมชน เช่น การทำขนมไทยโบราณ อาหารไทยโบราณ น้ำพริกเผา จักสานไม้ไผ่หวาย-ผักตบชวา ถักไหมโครเซซัมเมอร์ ไร่สวนผสมเศรษฐกิจพอเพียง ล่องเรือรับประทานอาหารกลางวันตามรอยเสด็จประพาสต้น ย้อนรอย นิราศสุพรรณ สุนทรภู่ เช่น

กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เกิดจากการรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลมประกอบด้วย

๑. กิจกรรมทำขนมสายบัว หรือขนมไทยโบราณ
๒. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม
๓. ทำอาหารพื้นบ้าน เช่น น้ำพริก
๔. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม
๕. นวดลูกประคบ นวดไทยแผนโบราณ
๖. ขนมไทยโบราณ (ส่งวัง) นานิด
๗. ขนมไทยโบราณ (ส่งวัง) นานิด ขนมไทยโบราณสูตรชาวงัว



ภาพที่ ๔.๑๑ รวมกิจกรรมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลม

ปัจจุบัน

- เป็นชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หนึ่งใน ๒๑๕ ชุมชนจากทั่วประเทศเป็นชุมชนโครงการ village Thailand Academy ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม หนึ่งใน ๒๒ ชุมชนจากทั่วประเทศ
- เป็นชุมชนก้าวอย่างพอเพียงตามรอยพ่อหลวง ร.๙ ของกรมประชาสัมพันธ์
- เป็นชุมชนโอท็อปวิถีชีวิต ของกระทรวงมหาดไทย
- เป็นชุมชนครอบครัวร่วมเย็น ของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ททท. จังหวัดสุพรรณบุรี สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการ มอบสิทธิพิเศษ เช่น รับของที่ระลึกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระเป๋าผ้า

- ได้รับโล่รับรองชุมชนมาตรฐานท่องเที่ยวไทย CBT ระดับดีเยี่ยม

สอบถามเพิ่มเติม โทร ๐๘๐-๐๗๓-๗๓๙๗ คุณโสภณ หรือไอดีไลน์ sophol23

๔. ศูนย์การเรียนรู้วิถีสาขากิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

สัมภาษณ์ นายอานนท์ รักผล พบว่า^๕ สถานที่ตั้ง ที่อยู่ : ๘/๓ ถนนสถานีรถไฟ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี พิกัด : <https://goo.gl/maps/8WUxLVieqG2W-ภ34RC9> เปิดให้เข้าชม : ๐๙.๐๐-๒๙.๓๐ น. เว็บไซต์ : <https://www.facebook.com/BananaSuphanburi>

ชุมชนวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี มีพื้นที่เป็นราบลุ่มอยู่ริมทางรถไฟทางตะวันตกของประเทศหลังวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทางประมาณ ๙๗ กิโลเมตรและใกล้กับทางจังหวัดกาญจนบุรีเป็นระยะทางประมาณ ๒๕ กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดโดยรวม ประมาณ ๑๒ ไร่ ที่อยู่ ๘/๓ ถนนสถานีรถไฟ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

กลุ่มวิถีสาขากิจชุมชน ประกอบด้วย

นายอานนท์ รักผล	ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย
นายวัฒนา เผือกเสริฐ	รองประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย
นายสมคิด เกตุคง	กรรมการ
นายสมภาพ ทองฤทธิ์	กรรมการ
นายธนาภา ธัญสรวินา	กรรมการประชาสัมพันธ์
นางสาวธนัชพร เกตุคง	กรรมการและเลขานุการ

^๕ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๑๒ แผนที่ ศูนย์การเรียนรู้วิสาทกิจชุมชนอนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

แรงจูงใจ

ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี คือตัวเลือกที่ดีของการมาผ่อนคลายเลยคะ รับรองว่าทุกคนจะต้องตื่นตาตื่นใจกับพันธุ์กล้วยกว่าร้อยชนิด รวมถึงพันธุ์กล้วยหายาก ที่รวบรวมไว้ที่นี่ทีเดียว หรือที่รู้จักกันในชื่อ **บานาน่า สุพรรณบุรี** เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ **พระธรรมพุทฺธมงคล (หลวงพ่อสื่อ)** เจ้าอาวาส **วัดป่าเลไลยก์** ได้เอื้อเฟื้อสถานที่ของวัดถึง ๒๘ ไร่ เพื่อมอบหมายให้ **วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ** ทำงานวิจัยและเพาะพันธุ์กล้วยชนิดต่างๆ รวมถึงพันธุ์หายากจากทั่วประเทศกว่า ๒๐๐ สายพันธุ์มาอนุรักษ์ไว้ในพื้นที่แห่งนี้ นอกจากเพิ่มโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนได้สร้างรายได้แล้ว ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว นักศึกษา ชาวไร่ชาวนา ได้เข้ามาศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับกล้วยชนิดต่าง ๆ รวมถึงการขยายพันธุ์กล้วยด้วย

กิจกรรม ด้านตลาดการท่องเที่ยวได้แบ่งเป็นหลายส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ แหล่งน้ำได้จัดทำเป็นแหล่งอาศัยของปลานานาชนิดมี ปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ตัว เพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยวจึงทำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวพายเรือชมฝูงปลาที่แว่วว่ายไปมา พร้อมทั้งให้บริการอาหารปลาในราคามิตรภาพ

ส่วนที่ ๒ แหล่งน้ำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้พายเรือรอบเกาะ ได้ถ่ายรูป ต้มตำกับสายน้ำและฝูงปลา มีเจ้าหน้าที่เฝ้าระวัง มีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยให้บริการฟรีตลอดกิจกรรมพายเรือ



ภาพที่ ๔.๑๓ ภาพมุมสูงสถานที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ๑๑ ไร่

ส่วนที่ ๓ การจัดกิจกรรมเป็นแหล่งเรียนรู้



ภาพที่ ๔.๑๔ บรรยายให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม

ส่วนที่ ๔ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา

มีกิจกรรม”นาวาภิกขาจาร” ตักบาตรข้าวสาร อาหารแห้งทางน้ำทุกวันพระ ๘ คำ/๑๕ คำ และในเทศกาลวันสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ ๔.๑๕ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา รวมทั้ง ตลาดต้นไม้ส่งเสริมนักท่องเที่ยว



ภาพที่ ๔.๑๕ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา รวมทั้ง ตลาดต้นไม้ส่งเสริมนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ส่วนที่ ๕ ตลาดร้านค้า ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

รวมพลคนรักต้นไม้ ไม้ต่าง ไม้ประดับราคาถูก ถนนตลาดนัดต้นไม้ยาวที่สุดในสุพรรณบุรี สวนกล้วยสุพรรณบุรี เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ อีอีฮานด์แรกซื้อ-ขายต้นหูช้างต่างเหลือง สูงถึง ๖๐๐,๐๐๐บาท

นายอานนท์ รักผล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรีได้เล่าให้ฟังว่า จากเดิม สถานีรถไฟสุพรรณบุรี ได้ร่วมกับศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ปลูกต้นไม้ ดอกไม้ นานาพรรณริม ๒ ข้างทาง สถานีรถไฟสุพรรณบุรีระยะทางกว่า ๓ กิโลเมตร เพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจมาถ่ายรูปและเป็นสถานที่พักผ่อนออกกำลังกายของคนสุพรรณบุรีทำให้ปลูกกระแสนรักต้นไม้ชาวสุพรรณบุรี โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ชอบไม้ประดับมาแรงที่ปลูกอยู่กับบ้านและขายทางออนไลน์ แต่ยังไม่มียพื้นที่ขาย ได้มาพบปะซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน

แนวทางการท่องเที่ยวในอนาคต

ในอนาคตทางกลุ่มคาดหวังจะสร้างผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น จะปรับปรุงแบบเน้นอัตลักษณ์/เอกลักษณ์วิถีชีวิตชาวพุทธที่อยู่กับธรรมชาติอย่างสมดุล มุ่งสู่นานาชาติ ผ่านการจำหน่ายทางออนไลน์ การจำหน่ายกับเครือข่ายของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรแล้ว ทางศูนย์ฯ จะเปิดเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการจดแจ้งจากสาธารณสุขจังหวัดแล้ว เพื่อส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายให้ผู้ประกอบการ จัดให้มีการประกวดดนตรีสากล ดนตรีไทย จากนักเรียนทุกสังกัด ทุกจังหวัด จัดประกวดและจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ บอนสี จัดถนนศิลปะภาพวาด เป็นต้น

๑.๔) คณะผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจงจากกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมวิจัย ได้อธิบายถึงกิจกรรมที่จะต้องร่วมกันทำ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การถูกสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การเสวนา และการเข้าร่วมโครงการวิจัย โดยดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่าน Application Line ตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขในการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้แจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่า จะปฏิบัติต่อผู้ให้ข้อมูลอย่างสุภาพ ให้เกียรติ โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ทั้งความรู้สึกนึกคิดและพื้นฐานทางอารมณ์ รวมถึงความรู้ ความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน จะขออนุญาตทุกครั้งก่อนที่จะบันทึกภาพ บันทึกเสียง หรือบันทึกวิดีโอและหากจำเป็นต้องเผยแพร่จะขออนุญาตก่อนทุกครั้ง ข้อมูลจะถูกสรุปเป็นภาพรวมและส่งผู้ให้ข้อมูลได้อ่านก่อนทุกครั้งเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ถูกต้องตรงกับความจริงของผู้ให้ข้อมูล หากมีข้อความใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกที่จะเผยแพร่ ผู้วิจัยจะปรับเปลี่ยนทันที ข้อมูลที่ได้มาจากการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ทุกชนิดจะถูกเก็บไว้ในที่ปลอดภัยและเป็นความลับและจะถูกทำลายทันทีเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้นลง มีรายละเอียดผลการดำเนินงานตามดังแสดงในตารางที่ ๔.๒ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒ แสดงสถานภาพผู้ร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	สังกัดกลุ่มวิสาหกิจชื่อ	ตำแหน่ง
๑	นายอานนท์ รักผล	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	ประธานกลุ่มศูนย์ฯ
๒	นายวัฒนา เผือกเสริฐ	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	รองประธานศูนย์ฯ
๓	นายสมคิด เกตุคง	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๔	นายสมภพ ทองฤทธิ์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๕	นางสาวธนัชพร เกตุคง	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการและเลขานุการ
๖	นายสงบ ลาภปัญญา	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	รองประธาน
๗	นายพิชิต รุ่งเรืองด้วยบุญ	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	ประธานคณะกรรมการ
๘	นางสาวศรีวิรุฬห์ แก้วศรีงาม	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ
๙	นางสาวบุบผา ศรีวิเชียร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงสถานภาพผู้ร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ที่	ชื่อ-นามสกุล	สังกัดกลุ่มวิสาหกิจชื่อ	ตำแหน่ง
๑๐	นางสาวอุบล ศรีวิเชียร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	นายทะเบียน
๑๑	นายโสภณ พันธุ์	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	ฝ่ายประสานงาน / ประชาสัมพันธ์ -การตลาด
๑๒	นายวีระ ยุพาพิน	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	รองประธาน
๑๓	นายไพฑูรย์พรหมพันธ์	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	ฝ่ายจัดควบ้านพักโฮมสเตย์
๑๔	นางทิพาพันธ์ วงษ์วิจารณ์	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	หัวหน้าฝ่ายจัดควบริการพาหนะ ท่องเที่ยว
๑๕	พระครูภัทรกิตติสาร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	เจ้าอาวาสวัดสัปรสเทศ ที่ปรึกษาเจ้าคณะตำบลวังยาง
๑๖	นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิต วิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้)	ประธานศูนย์

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตร
สร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง มีกรรมการเข้าร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด จำนวน
๑๐ ราย คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๕๐ รองลงมาได้แก่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีจำนวน ๕ คน
คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๒๕ และมีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย
(นาเหี้ยใช้) จำนวน ๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๖.๒๕





ภาพที่ ๔.๑๖ การเสวนากลุ่มและการสัมภาษณ์ จากประธาน และรองประธานกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕^๖



ภาพที่ ๔.๑๗ ภาพคณะกรรมการ การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก

๔.๑.๒ ส่วนที่ ๒ ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาข้อมูลในประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน/ภายนอกและเสนอแนวทางการจัดการการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการสรุปความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มในแต่ละประเด็นแต่ละด้าน วิเคราะห์

^๖ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

เนื้อหา (Content Analysis) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบการวิจัย จัดกลุ่มข้อความที่ไปในแนวทางเดียวกัน ตัดข้อความที่ไม่สัมพันธ์กับคำถามออกไป แล้วนำมาสรุปเนื้อหาให้กระชับ สั้นกระชับและเรียบเรียงข้อมูล แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ดังนี้

๑) สรุปผลจากการสนทนากลุ่ม จำแนกเป็นรายประเด็น ดังนี้

ประเด็นคำถาม : การจัดการตลาดด้านการท่องเที่ยวท่านมีวิธีการจัดการอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

เป็นการรวมกลุ่มที่เกิดจากทุกคนที่มีความปรารถนาร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน (มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๑ แห่ง ที่เกิดจากทุนส่วนบุคคล) ประกอบกับประชาชนจังหวัดสุพรรณบุรีมีอาชีพทางการเกษตรมากที่สุด โดยเฉพาะอาชีพทำนา ในฤดูดำนาจะมองเห็นทุ่งนาสีเขียวสดงาม ให้ความรู้สึกชื่นใจ ครั้นถึงฤดูเก็บเกี่ยวทุ่งนาจะเป็นสีทองทอดตัวยาวไปทุกพื้นนา ถ้าเราใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ ปรับถนนให้เดินทางสะดวก และเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ไม่แออัด อากาศปลอดโปร่ง เข้ากับมาตรการกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีความมั่นคง มั่งคั่ง ผ่านพ้นวิกฤตการณ์ผวนเศรษฐกิจ เป็นวิธีการนำสิ่งที่มีในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ ราย ยังได้เพิ่มเติมอีกว่า เป็นวิธีการจัดบริการท่องเที่ยวแบบชาวบ้าน ให้ญาติมิตร มีความสุข มีกิจกรรมเป็นงานการกุศล งานสาธารณะประโยชน์ และจำหน่ายสินค้าในงานกุศล เป็นต้น^๗

ประเด็นคำถาม : ในช่วงเวลาที่ผ่านมาท่านมีวิธีการบริหารจัดการ การจัดการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

วิธีการบริหารจัดการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผ่านมา ได้พยายามที่จะยกระดับให้ได้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแต่ก็ขาดความรู้ความสามารถด้านการบริหาร^๘

ประเด็นคำถาม : วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาในความร่วมมือการทำงานและผู้ประสานในชุมชน หรือไม่อย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

^๗ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

^๘ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙ คณะกรรมการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

มีความต่อเนื่องในความร่วมมือการทำงาน และผู้ประสานในชุมชน ปัจจุบันเป็นเจ้าหน้าที่ของเทศบาลทำหน้าที่เป็นผู้ประสาน ในอนาคต มีความคาดหวังจะมีผู้ประสานงานเป็นสมาชิกในชุมชนเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงาน^๙

ประเด็นคำถาม : วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาค่าเช่าแหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของท่านอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

การหาแหล่งทุนจากหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงแรกเช่น แหล่งทุนสนับสนุนจาก สสส. และความต่อเนื่องในการช่วยเหลือทางวิชาการ จากมหาวิทยาลัย

ประเด็นคำถาม : วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาช่องทางหรือสถานที่/จุดกระจายผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

มีช่องทางหรือสถานที่หรือจุดจำหน่าย/จุดกระจายมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้างแต่ไม่มากนักเพราะชุมชนไม่ได้ขึ้นทะเบียนมีมาก^{๑๐}

คณะผู้วิจัย สรุปผลการสนทนากลุ่ม ดังนี้

รูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีหนึ่งกลุ่มวิสาหกิจที่มีรูปแบบการบริหารแบบปัจเจกชน และจำนวน ๓ แห่ง เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน และมีเป้าหมายที่มุ่งร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน หาแนวทางเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม แต่การบริหารจัดการไม่มีระบบตามหลักวิชาการ แต่ดำเนินการด้วยใจรักในมาตุภูมิ ใช้ประสบการณ์การบริหารจัดการ และต้องการให้มีสถาบันทางการศึกษาเข้ามาช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการที่มีรูปแบบทางวิชาการ เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

(๒) สรุปผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำแนกเป็นรายประเด็น ดังนี้

ในภาวะปกติการจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสิ่งแรกที่ต้องนำมามีวิเคราะห้เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนซึ่งเราเรียกกันว่าองค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวท่านได้นำมาพิจารณาอย่างไรบ้าง

^๙ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

^{๑๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ประเด็นคำถาม : ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ท่านได้มีวางแผนควบคุม ดูแล และจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนยอมรับและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร

แต่ยังไม่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น จัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ และการกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เป็นต้น^{๑๑}

ประเด็นคำถาม : ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ท่านได้เตรียมความพร้อมในการจัดหาบริการพื้นฐาน ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจ อย่างไรบ้าง



ภาพที่ ๔.๑๘ เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีความสะอาด ปลอดภัย มีลานจอดรถขนาด ๑๐๐ คัน มีกล้องวงจรปิด กรังเต็อนภัย ห่วงกั๊ชีฟ ถังดับเพลิงห้องน้ำ ละสิ่งอำนวยความสะดวก สุขาสาธารณะ แยกหญิง-ชาย,คนชรา, พิการและคนท้อง ห้องน้ำรวมได้มาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกครบ (กระดาดชำระ,สบู่เหลว, ถังขยะ) สุขาแยกชาย-หญิง-เด็กเล็ก

^{๑๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

แต่ยังไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ ขาดบุคลากรรองรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา และยังมีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวครบทุกแห่ง เช่น แผ่นพับ เอกสาร ป้ายสื่อความหมาย^{๑๒}

ประเด็นคำถาม : ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีการบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่ และกตีกาการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว หลายๆ กิจกรรม ยึดหลักแห่งมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย (๑). รู้จักตนเอง (๒) รู้จักสิ่งนำเสนอ (๓) รู้จักเป้าหมายตนเอง (๔) รู้จักเตรียมความพร้อม (๕). รู้จักเขา รู้จักเรา (๖) รู้จักเป็นมิตรการขาย (๗) รู้จักผู้มาเยี่ยม (๘) รู้จักละทิ้งปัญหา (๙) รู้จักค่าผลของงานและ(๑๐).รู้จักโซเชียล

แต่ยังไม่มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยวครบทุกแห่ง ไม่มีการบริการด้านยานพาหนะนำชมสถานที่ และควรมีการให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว^{๑๓}

ประเด็นคำถาม : ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นทางการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่โดดเด่น มีการทำนาสาธิต การทำนาห้าว การปลูกกล้วยด้วยเทคนิคใหม่ๆ การทำอาหารคาวหวาน การเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม และมีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมเคยได้รับมากกว่า ๑ รางวัล

^{๑๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

^{๑๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๕ เจ้าอาวาสวัดสัปปะรดเทศ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

แต่ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงและมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นไว้เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยว^{๑๔}



ภาพที่ ๔.๑๙ สถานที่พักของชุมชน ตำบลบ้านแหลม บ้านทรงไทยหลายหลัง

ประเด็นคำถาม : การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม มีอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง มีศูนย์ที่พักให้นักท่องเที่ยว เช่นศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ด้านหลังวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีมีประชาชนและนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมนาวาภิชาจา ใส่บาตรพระสงฆ์ พระภิกษุสงฆ์ออกมารับบิณฑบาตทางเรือ

วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ได้ให้ความสำคัญกับประเพณีตักบาตรทางน้ำ โดยทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา ๐๗.๐๐ น. จะมีพระภิกษุสงฆ์ออกมารับบิณฑบาตทางเรือ ๙ รูป มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย เช่น ส่งเสริมวิถีไทย การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสาธิตให้ความรู้ทางการเกษตร การปลูกพืชผลและสมุนไพร หรือการรับประทานอาหารปลอดสารพิษในแหล่งท่องเที่ยว สามารถปฏิบัติกันได้เป็นครอบครัว ตลอดจนให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกัน นอกจากเป็นการทำบุญแล้วยังเป็นโอกาสที่จะได้ศึกษาพันธุ์กล้วยชนิดต่างๆ ที่หายากพร้อมกับเก็บภาพความประทับใจ จากนั้นสามารถเดินทางไปขอพรหลวงพ่อดโต และหลวงพ่อดเงินในโบสถ์มอญเก่าหลังวิหารหลวงพ่อดโตวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร เพื่อ

^{๑๔} สัมภาษณ์ นายอานนท์ รักผล, ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, นายสงบ ลาภปัญญา, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, นายโสภณ พันธุ์ฝ้ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา, ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ความเป็นสิริมงคล ดังจากภาพกิจกรรมต่าง ๆ^{๑๕}



ภาพที่ ๔.๒๐ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมวิถีไทย

กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมสุพรรณ (บ้านสวนแผ่นดินแม่) มีกิจกรรมเช่น



ภาพที่ ๔.๒๑ กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มตำบลบ้านแหลมสุพรรณ

^{๑๕} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล ประธานกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตร สร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย , เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ศูนย์จัดการศัตรูพืชชุมชน (ศูนย์เรียนรู้สะเดาไทย) เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการศัตรูพืชของชุมชน โดยการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถบริหารจัดการ

กลุ่มผลิตยาหม่องสมุนไพรบ้านบันไดทอง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้การทำยาหม่องสมุนไพรจากขมิ้น ไพล สเปรตะไคร้หอมกันยุง โลชั่นกันยุง และพืชมะนาว



ภาพที่ ๔.๒๒ กิจกรรมพานักท่องเที่ยวล่องเรือริมแม่น้ำท่าจีน

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

(๑) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนยอมรับและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร แต่ควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ และการกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

(๒) ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเดินทางเข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ แต่ควรมีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ มีบุคลากรพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ เอกสาร ป้ายสื่อความหมาย

(๓) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่ และกติกาการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว หลากๆ กิจกรรม แต่ควรมีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีการบริการด้านยานพาหนะนำชมสถานที่ และควรมีการให้บริการฝึกอบรม และถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว

(๔) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นทางเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่โดดเด่น มีการทำนาสาธิต การทำนาหั่ว การปลูกกล้วยด้วยเทคนิคใหม่ ๆ การทำอาหารคาวหวาน การเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม และมีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมเคยได้รับ

มากกว่า ๑ รางวัล แต่ควรมีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงและมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นไว้เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวบ้าง

ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมุ่งการให้ความสำคัญในประเด็นของเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีความสะดวกสบายมีทางเข้า-ออกที่มีความกว้างไม่ต่ำกว่า ๔ เมตร สำหรับที่พักในแหล่งท่องเที่ยวควรมีลักษณะเป็นโฮมสเตย์หรือโฮมลอดจ์ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถชมวิถีทัศน์และสัมผัสความเป็นธรรมชาติ ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิดและไฟส่องสว่างบริเวณทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์การจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น กำหนดเขตใช้ประโยชน์ พื้นที่เพื่อการเกษตร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ ถนนและลานจอดรถ การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย เพื่อเตรียมการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และควรบริหารให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดการให้บริการ เป็นต้น^{๑๖}

ประเด็นคำถาม : การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความประทับใจ พึงพอใจจากลูกค้า และต้องการที่จะมาเยี่ยมชมอีกในรอบที่ ๒ รอบที่ ๓ ท่านได้มีการบริหารจัดการปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ประเด็นคำถาม : ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งทีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น ๒ ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ของฝาก หรือของที่ระลึก เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประสบการณ์ที่ได้รับจากการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ นี้ได้แก่ การจำหน่ายอาหาร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นจำหน่าย มี กล้วยนานาชนิด เป็นหลัก สำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวโดยมีการแบ่งหน้าที่ทำงานในลักษณะเป็นครอบครัว แบ่งหน้าที่ทำงานเป็นลักษณะพ่อ แม่ และลูก และเน้นการสร้างการรับรู้ด้านมิตรไมตรี ให้การต้อนรับที่ดีแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ในด้านลักษณะที่ปรากฏ

^{๑๖} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล เจ้าอาวาสวัดสัปปะระตศต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล ผู้ประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาดวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สมหวังวังยาง ,เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

นั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจด้านการบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีความเป็นกันเองและกระตุ้นความต้องการให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกครั้งโดยใช้การส่งเสริมการตลาด เช่น การลด แลก แจก แถมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น

ประเด็นคำถาม : การกำหนดราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ราคาขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว เช่น ไม่มีการเก็บค่าประตู ค่าจอดรถ เพียงบางแห่งการเสียการเสริมเช่นการล่องเรือของชุมชนบ้านแหลม คิดเหมาลำ ทุกแห่งเยี่ยมชม ฟรี มีอาหารปลอดสาร ราคาไม่แพง

ประเด็นคำถาม : ช่องทางการจัดจำหน่าย

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ตอนนี้มีการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของสถานที่ และการให้บริการ น่าจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ศูนย์การเรียนรู้และการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี มีสมรรถนะในการสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความสนใจและตัดสินใจเข้ามาศึกษา เยี่ยมชม ซื้อสินค้าการเกษตรอื่นๆ รวมทั้งผลผลิตจากกล้วย^{๑๗}

ประเด็นคำถาม : ส่งเสริมการตลาด

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญ นักการตลาดส่วนใหญ่ได้นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจการตลาด แต่ในการทำตลาดของศูนย์การเรียนรู้และการอนุรักษ์พันธุ์กล้วยนั้นเน้นกระบวนการให้บริการ

ประเด็นคำถาม : กระบวนการในการให้บริการ

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีขั้นตอน ระเบียบ หรือกระบวนการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับนักท่องเที่ยว

ประเด็นคำถาม : ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง มีปฏิสัมพันธ์กันรวมถึงองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่าง ๆ

ประเด็นคำถาม : ด้านบุคลากร (People)

^{๑๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล , รองประธาน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล ตำแหน่งรองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สมหวังวังยาง, เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๔ แห่งได้แก่ ๑) ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เป็นองค์กรปัจเจกชน มีนายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา เป็นประธาน ตั้งอยู่ ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ๓๒๐๐๐ ๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ๓) กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม มีนายโสภณ พันธู เป็นประธาน ๔) ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีนายอานนท์ รักผลเป็นประธาน

ประเด็นคำถาม : ในการบริหารแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการให้บริการที่ติดกับพื้นที่ และมีหลายปัจจัยที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ท่านได้มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในองค์กรอย่างไรบ้าง ประกอบด้วย

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดอ่อน ท่านคิดว่าในองค์กรท่านมีจุดอ่อนอะไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย ขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สินค้าเกษตรแปรรูปมีน้อย ขาดบรรจุภัณฑ์สวยงาม ขาดการสร้างอัตลักษณ์ ขาดผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ขาดมัคคุเทศก์ มีข้อจำกัดด้านฤดูกาล สินค้าเกษตรเน่า ขาดความรู้ ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ ขาดรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ไม่มีป้ายบอกเส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ขาดงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ขาดระบบบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ (ขาดการควบคุมคุณภาพสินค้าและแม่ค้า) ขาดจุดจำหน่ายสินค้าของฝากที่ระลึก สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกัน ไม่มีคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดการทำนาข้าว ไม่มีสถานที่สำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ถาวร ความเป็นอยู่และความคิดของชุมชนยังล้าหลังกว่าที่อื่น คนในชุมชนไม่สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและตรงกัน^{๑๘}

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็ง ท่านคิดว่าในองค์กรมีจุดแข็งอะไรบ้าง อะไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รวดเร็ว สามารถเดินทางได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯ ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นชุมชนต้นแบบที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม มีการดำเนินกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ประธานมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ คนในชุมชนมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำนาข้าว และเป็นที่ปลูกข้าวแห่งแรกในประเทศไทย มีแหล่งวัฒนธรรมและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ประจำหมู่บ้าน มีกลุ่มผู้นำที่เข้มแข็ง มีศักยภาพในการทำงาน

^{๑๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล รองประธาน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล ผู้ประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย, เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาส ท่านคิดว่าในองค์กรมีโอกาอะไรบ้าง
 คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติและเชิงเกษตรที่ตั้งไม่ห่างกันมากนัก
 สามารถไปเที่ยวได้ครบจบในวันเดียว มีที่พักที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีระบบเทคโนโลยีและการ
 สื่อสารที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต ไวไฟ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและรวดเร็ว มี
 สินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วมกิจกรรม เช่น การล่องเรือ
 การดำนา การร่วมกิจกรรมปลูกข้าว การนวดทำอาหารจากกล้วย สถานที่ปลอดโปร่ง อากาศถ่ายเท
 สะดวก เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมาตรการป้องกันไวรัสโควิด ๑๙ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ติด
 ถนนใหญ่ทำให้สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย มีแม่น้ำท่าจีนสามารถใช้เรือในการเดินทางได้ มี
 หน่วยงานทั้งราชการ สถาบันการศึกษา และเอกชนมาช่วยหลายหน่วยงาน มีรายการทีวีหลายช่องมา
 ถ่ายทำรายการ มีช่องทางการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง^{๑๙}

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ อุปสรรค ท่านคิดว่าในองค์กรมีอุปสรรคอะไรบ้าง
 คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

สภาพเศรษฐกิจทรุดซึมยาว น้ำมัน แก๊สสูงค้ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง มีแหล่ง
 ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน การขัดแย้งทางการเมืองยังดำเนินการอย่าง
 ต่อเนื่อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง ขาดความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่นๆ ขาดการ
 ทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ มีปัญหาเรื่องน้ำใน
 บางปีไม่สามารถปลูกข้าวได้ มีการเผาฟางข้าวทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ ราคาผลผลิตเหี่ยวตกต่ำ^{๒๐}

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านการเมือง ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบ
 อย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับ
 ส่วนราชการ การจัดเวทีประชาคมยังขาดการต่อเนื่อง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นยังให้ความสำคัญ
 ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับที่น้อยมาก ขาดการสนับสนุนด้านเงินลงทุน

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านสังคม/ชุมชน ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับ
 ผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

^{๑๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล กรรมการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รอง
 ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/
 ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน
 ๒๕๖๕.

^{๒๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล , กรรมการ วิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธาน
 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/
 ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ชุมชนมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเป็นอย่างดี ชุมชนจะให้การต้อนรับผู้มาท่องเที่ยวด้วยจิตใจไมตรี ชุมชนยังมีความยึดมั่นในหลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา มีการเข้าวัดปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมทางประเพณียังยึดโยงกับงานประเพณีทางพระพุทธศาสนา ปัจจุบันชุมชนยังพบปัญหาเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ และการระบาดของสารเสพติด

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านเศรษฐกิจ ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

น้ำมัน แก๊สหุงต้ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

ขาดความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่นๆ ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ ราคาผลผลิตทางเกษตรตกต่ำ

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้าน เทคโนโลยีท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

การเติบโตด้านเทคโนโลยีมีส่วนสนับสนุนให้ชุมชนมีระบบการสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว ชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้รับรู้ข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้าน สิ่งแวดล้อม ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่งให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเพราะกิจกรรมเหล่านี้ต้องพึ่งพิงความเป็นธรรมชาติเพื่อให้เป็นจุดขาย ต้องรักษาแหล่งน้ำธรรมชาติเช่น แม่น้ำท่าจีนให้สะอาด ท้องทุ่งนาต้องปลูกข้าวให้มีความเขียวที่ทอดตัวไปกับผืนนา มีไม้ดอกไม้ประดับไม้ยืนต้นที่ครอบคลุมให้ความร่มรื่นสวยงาม ไม่มีสารเคมีป้องกันศัตรูพืชเน้นใช้สารหมักจากธรรมชาติ ตั้งอยู่ในที่ลาดุ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งดิน น้ำ อากาศและอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว^{๒๑}

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้าน กฎหมาย ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

^{๒๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล , ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล , ประธานศูนย์ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย , ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มี โอกาสที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนสำหรับการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน^{๒๒}

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๑๖ ราย ได้แสดงความเห็นอย่างอิสระ ให้แนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอประสบการณ์ของการบริหารจัดการวิสาหกิจที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนร่วมกันอธิบายเชื่อมโยงเรื่องระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความคิดเห็นด้านโอกาส/อุปสรรค/จุดแข็ง/จุดอ่อน

ดังนั้น เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ที่ไม่เหมือนกับการจัดการตลาดด้านอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องสินค้าหรือทดลองได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ คณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลการไปเยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนในเบื้องต้น การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ ๑ การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้การวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของ PESTEL Analysis ดังนี้

ตารางที่ ๔.๓ แสดงการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยภายนอกตามองค์ประกอบ PESTEL Model

Social: ด้านสังคม	Economical: ด้านเศรษฐกิจ
๑) มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับส่วนราชการ ๒) การจัดเวทีประชาคมยังขาดการต่อเนื่อง ๓) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นยังให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับที่น้อยมาก ๔) ขาดการสนับสนุนด้านเงินลงทุน	๑) น้ำมัน แก๊สหุงต้ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ๒) ขาดความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่น ๆ ๓) ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ ๔) ราคาผลผลิตทางเกษตรตกต่ำ
Technology: ด้านเทคโนโลยี	Social: ด้านสังคม
๑) การเติบโตด้านเทคโนโลยีมีส่วนสนับสนุนให้ชุมชนมีระบบการสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว ชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้รับรู้ข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง	๑) ชุมชนมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเป็นอย่างดี ๒) ชุมชนจะให้การต้อนรับผู้มาท่องเที่ยวด้วยจิตไมตรี ๓) ชุมชนยังมีความยึดมั่นในหลักธรรมคำสั่งสอน มีการเข้าวัดปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมทางประเพณียังยึดโยงกับงานประเพณีทางพระพุทธศาสนา ๔) ปัจจุบันชุมชนยังพบปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 และการระบาดของสารเสพติด

^{๒๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, คณะกรรมการดำเนินการ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ตารางที่ ๔.๓ แสดงการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยภายนอกตามองค์ประกอบ PESTEL Model (ต่อ)

Environmental: ด้านสิ่งแวดล้อม	Legal : ด้านกฎหมาย
๑) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่งให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเพราะกิจกรรมเหล่านี้ต้องพึ่งพิงความเป็นธรรมชาติเพื่อให้เป็นจุดขาย ต้องรักษาแหล่งน้ำธรรมชาติเช่น แม่น้ำท่าจีนให้สะอาด ท้องทุ่งนาต้องมีความเขียวที่ทอดตัวไปกับผืนนา มีไม้ดอกไม้ประดับไม้ยืนต้นที่ครอบคลุมให้ความร่มรื่นสวยงาม ไม่มีสารเคมีป้องกันศัตรูพืชเน้นใช้สารหมักจากธรรมชาติ ตั้งอยู่ในที่ลาดลุ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งดิน น้ำ อากาศและอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ๒) เกษตรกรบางส่วนมีการเผาฟางข้าวทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ	มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มี โอกาสที่ได้รับ การส่งเสริมและสนับสนุนสำหรับการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นที่ ๒ การสังเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ SWOT Analysis

ตารางที่ ๔.๔ แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	S1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รวดเร็ว S2 สามารถเดินทางได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯ S3 ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นชุมชนต้นแบบที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม S4 มีการดำเนินกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม S5 ประธานมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ S6 เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำนาข้าว และเป็นที่พักแหว่แห่งแรกในประเทศไทย S7 มีกลุ่มแม่บ้านเข้มแข็ง มีศักยภาพในการทำงาน	W₁ ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย W₂ ขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว W₃ ขาดการสร้างอัตลักษณ์ W₄ ขาดการสร้างสรรคกิจกรรมใหม่ ๆ W₅ ข้อจำกัดด้านฤดูกาล W₆ ขาดความรู้ ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ W₇ ขาดรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค W₈ ขาดงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ W₉ ขาดระบบบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ ๔.๔ แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง(Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
โอกาส (Opportunities : O) O ₁ มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติ และเชิงเกษตรที่ตั้งไม่ห่างกันมากนัก สามารถไปเที่ยวได้ครบจบในวันเดียว O ₂ มีที่พักที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ O ₃ มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย O ₄ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและรวดเร็ว O ₅ มีสินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ O ₆ มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วมกิจกรรม O ₇ สถานที่ปลอดโปร่ง อากาศถ่ายเทสะดวก เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมาตรการป้องกันไวรัสโควิด 19	จุดแข็งกับโอกาส (SO) SO ₁ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รวดเร็ว มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติและเชิงเกษตรที่ตั้งไม่ห่างกันมากนัก สามารถไปเที่ยวได้ครบจบในวันเดียว SO ₂ มีการดำเนินกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม มีที่พักที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ สถานที่ปลอดโปร่ง อากาศถ่ายเทสะดวก SO ₃ มีกลุ่มแม่บ้านเข้มแข็ง มีศักยภาพในการทำงาน มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วม	จุดอ่อนกับโอกาส (WO) WO ₁ ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย WO ₂ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ มีสินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วมกิจกรรม WO ₃ ขาดระบบบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและรวดเร็ว WO ₄ ขาดรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย

ที่มา : คณะผู้วิจัย ๒๕๖๕

ตารางที่ ๔.๔ แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจจัดการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง(Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
อุปสรรค (Threats : T) T ₁ สภาพเศรษฐกิจทรุดซึมยาว น้ำมัน แก๊สสูงต็ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง T ₂ มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน T ₃ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง T ₄ ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ	จุดแข็งกับอุปสรรค (ST) ST ₁ สามารถเดินทางได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯมีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ST ₂ ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นชุมชนต้นแบบที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ ST ₃ ประธานมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง	จุดอ่อนกับอุปสรรค (WT) WT ₁ ขาดการสร้างอัตลักษณ์ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ WT ₂ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง WT ₃ ขาดความรู้ ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์สภาพเศรษฐกิจทรุดซึมยาว น้ำมัน แก๊สสูงต็ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง

ที่มา : คณะผู้วิจัย ๒๕๖๕

จากตารางที่ ๔.๔ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมทั้ง ๔ แห่ง โดยใช้ SWOT Analysis จากข้อมูลปฐมภูมิในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์แบบทางการและกึ่งโครงสร้างผ่านระบบ Zoom Meeting เพื่อค้นหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคการฝึกอบรมส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถืพุทธ และดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ในรูปแบบแมทริกซ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis ทำให้ได้กลยุทธ์เพื่อประกอบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถแบ่งออกได้ ๔ กลยุทธ์ ดังนี้

๑) กลยุทธ์เชิงรุก (S-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงรุก ดังนี้

๑.๑) ควรมุ่งพัฒนาองค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งทางประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศน์ และเชิงเกษตร เป็นต้น

๑.๒) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สุพรรณบุรีให้ยั่งยืน

๑.๓) ควรรวมพลังชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ร่วมดูแล แบ่งปันผลประโยชน์ให้ชุมชน

๒) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงป้องกันดังนี้

๒.๑) ควรสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนรากฐานวิถีชุมชนเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

๒.๒) ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดกิจกรรมสาธิต การให้ความรู้ การลงมือปฏิบัติที่คำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก

๒.๓) ควรส่งเสริมให้เกษตรกรนำผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีสารปนเปื้อนตกค้างหรือไร้สารปนเปื้อนมาจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว

๒.๔) ควรพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวให้เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาดดิจิทัล

๓) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงแก้ไข ดังนี้

๓.๑) ควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละวัย

๓.๒) ควรพัฒนาองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

๓.๓) ควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและมุ่งกลุ่มผู้บริโภคทุกวัย

๓.๔) ควรมีการศึกษาข้อมูลและประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงในทุกระดับ ตั้งแต่ ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ

๓.๕) ควรร่วมกับสถาบันทางการศึกษาในการพัฒนาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔) กลยุทธ์เชิงรับ (W-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่อุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่องานวิสาหกิจชุมชนทั้ง ๔ กลุ่ม นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงรับ ดังนี้

๔.๑) ควรพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพการบริหารจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๒) ควรร่วมกันสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทเป็นคู่ค้าหรือพันธมิตร

๔.๓) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวในองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

คณะผู้วิจัยสรุปผลการดำเนินงานในระยะที่ ๑ ส่วนที่ ๑ และส่วนที่ ๒ เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านการตลาด รวมทั้งหัวหน้าส่วนราชการ หอการค้าจังหวัด เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานและร่วมกันพิจารณาหาหนทางในการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่ประชุมคณะผู้ทรงคุณวุฒิมีมติร่วมกันให้จัดกิจกรรมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพราะแต่ละวิสาหกิจมีผู้เชี่ยวชาญและประสบการณ์แตกต่างกัน การนำประสบการณ์มาแบ่งปันจึงน่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการ

๔.๒ ผลการศึกษาองค์ประกอบหลักและส่วนประสมการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๒.๑ ส่วนที่ ๑ ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม

ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม เรื่อง องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีผู้เข้าร่วมเสวนา ดังแสดงในตารางที่ ๔.๕ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๕ แสดงสัดส่วนผู้สมัครใจเข้าร่วมเสวนา ตามรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ที่	ชื่อ-นามสกุล	สังกัดกลุ่มวิสาหกิจ	ตำแหน่ง
๑	นางสาวธนัชพร เกตุคง	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	ประธานกลุ่มที่ ๑
๒	นายอานนท์ รักผล	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	ประธานกลุ่มศูนย์ฯ
๓	นายวัฒนา เผือกเสริมฐิ	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	รองประธานศูนย์ฯ
๔	นายสมคิด เกตุคง	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๕	นายสมภพ ทองฤทธิ์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๖	นางสาวกัญญารัตน์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการและเลขานุการ
๗	นายสงบ ลาภปัญญา	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยววังยาง	รองประธาน
๘	พระครูภัทรกิตติสาร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตร สร้างสรรค์วังยาง	เจ้าอาวาสวัดสัปปะรดเทศ เจ้าคณะตำบลวังยาง
๙	นางสาวศรีวิรุฬห์ แก้วศรีงาม	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยววังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ
๑๐	นางสาวบุบผา ศรีวิเชียร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยววังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ
๑๑	นายเฉลิมศักดิ์ จิตถนอม	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๑๒	นางทวีป บุญยัง	แหล่งเรียนรู้ ทวีป บุญยัง	ที่ปรึกษา ฯ
๑๓	นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้)	ประธานศูนย์

สรุปผลจากการเสวนา

ในการจัดเสวนาโต๊ะกลมครั้งนี้ มีผู้สมัครใจเข้าร่วมเสวนา จำนวน ๑๓ ราย ได้จัดเสวนา เรื่อง “องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี” เมื่อวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ณ ห้องประชุม ขรัวตาจู วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี มีผู้ร่วมเสวนาบนเวทีประกอบด้วย

๑) นายนิธิทัศน์ เจริญธรรมรักษา ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณ ชวนนาไทย (นาเสียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

๒) นายสงบ ลาภปัญญา ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง อำเภอ ศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

๓) นายโสภณ พันธู ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

๔) นายอานนท์ รักผล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ดำเนินรายการโดย นายชวพัฒน์ พรหมขุนทด นักวิชาการอิสระ เริ่มเวลา ๑๔.๐๐ น โดยใช้ กรอบคำถามในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตร สวนเกษตร สวนสมุนไพร พืชนา หรือฟาร์ม การจัดการตลาดไม่เหมือนกับตลาดด้านอื่น ๆ ผู้ท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้องสินค้าหรือทดลองได้ก่อนจ่ายค่าบริการ

๑) ปัจจุบันท่านประสบปัญหาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างไรบ้าง

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะหวังผลกำไรจากการลงทุน เป็นไปไม่ได้ ต้องมองหากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายต้องมาทุกกลุ่มอายุ จะมองเฉพาะกลุ่มไม่ได้ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นตลาดที่ตอบโจทย์ ปัญหาโควิด 19 พื้นที่ไม่แออัด สิ่งที่คุณประกอบการไม่ควรมองข้ามคือต้องบริหารจัดการให้ครบวงจร มีการให้บริการและมีกิจกรรมที่ตอบสนองทุกกลุ่มอายุ มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และมีสถานที่รองรับให้มีคุณภาพ ที่สำคัญที่สุดผู้ประกอบการต้องพัฒนาให้ได้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ส่วนราชการรับรอง

๒) ท่านมีวิธีการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่มีสูตรสำเร็จขึ้นอยู่กับประสบการณ์เป็นสำคัญ ต้องมีสถานที่รองรับสะอาด กว้างขวาง ห้องน้ำสะอาด มีที่จอดรถเพียงพอในช่วงเทศกาล พยายามเชิญให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เน้นผู้มาเที่ยวต้องได้ความรู้ ได้ความสุข และมีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก ผู้สูงอายุ และคนพิการ มีร้านอาหาร ร้านกาแฟ เน้นการให้บริการด้วยหัวใจให้บริการ เราต้องไม่มีตัวตน ต้องทำให้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญ แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่

มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านลักษณะทางกายภาพ

๓) ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนอกจากจะมีความสะอาด สะดวกแล้ว ต้องสร้างแหล่งดึงดูดใจ มีร้านอาหารและผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ มีกิจกรรมที่โดดเด่นตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ มีบ้านพักกลางทุ่งนา มีของฝากที่มีบรรจุกัญท์เป็นมิตรกับธรรมชาติ การพัฒนาความสามารถด้านการบริการท่องเที่ยวในชุมชน มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและต่างชุมชน สร้างเอกลักษณ์และกิจกรรมของแต่ละพื้นที่บนวิถีท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และสร้างความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ควรได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ เช่น มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยโดยชุมชน (CBT Thailand) มาตรฐานการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ควรเน้นการบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนตลอดจนสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น คิดค้นหาเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่โดดเด่น เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการจัดกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีท้องถิ่น

๔) แรงจูงใจในการจัดสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

การสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกิดขึ้นจากความผูกพันในวิถีชีวิตชาวนาตระหนักในคุณค่าของแต่ละอุปกรณ์การทำนา เช่น คันไถ คราด เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีร่องรอยของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีของนักปราชญ์ นักประดิษฐ์ นักคิดนักสร้างสรรค์ นักวิศวกรรม และสถาปนิกชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบอาชีพ จึงให้ความสำคัญกับเมล็ดพันธุ์ข้าวให้มีคุณภาพเป็นระบบได้มาตรฐานเป็นการเพิ่มคุณค่า/มูลค่าเปลี่ยนความคิดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์^{๒๓}

มีแรงบันดาลใจ “รักชุมชน รักท้องถิ่น” ผลประกอบการที่อยู่บนพื้นฐานความรักชุมชน เช่น ชุมชนต้นแบบโครงการ Village to the word หนึ่งในสิบของประเทศ ชุมชนต้นแบบหมู่บ้าน CVI ชุมชนท่องเที่ยวโดยมาตรฐานอาเซียนและมาตรฐาน CBT Thailand ได้รับมาตรฐาน SHA ของ ททท.และสาธารณสุข ประเพณีนันทนาการและแหล่งท่องเที่ยว^{๒๔} เป็นต้น

^{๒๓} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๔} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

“นาสมหวัง ณ ที่วังยาง” เป็นเขตพื้นที่ที่เหมาะสม มีกลุ่มแม่บ้านที่ขยันขันแข็ง และส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่ม เศรษฐกิจมั่นคง ชีวิตยั่งยืน^{๒๕}

ต้องการให้ชุมชนมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น ผลผลิตทางการเกษตรสามารถนำมาวางจำหน่ายได้ทุกกลุ่ม ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มุ่งหวังให้แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขนาดใหญ่ของภาคกลาง ต้องการให้เป็นศูนย์การเรียนรู้แบบพหุวิชา และในช่วงสุดท้ายของชีวิตตั้งใจอุทิศเพื่อความสุขสงบสุขของประชาชน^{๒๖}

๕) ท่านมีวิธีการสร้างความเชื่อมั่นและความหวังให้นักท่องเที่ยวจ่ายค่าเดินทางมาเที่ยวอย่างไร

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

ควรให้มีหน่วยงานราชการรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว มีความสะอาดปลอดภัย (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย) ได้รับคุ้มครองการประกันชีวิต สร้างแรงดึงดูด จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มอายุ การเดินทางสะดวก มีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน มีการประชาสัมพันธ์ให้ผ่านสื่อหลากหลายช่องทางและต่อเนื่อง

๖) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่านมีจุดเด่น อะไรบ้าง

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

มีเรือนศูนย์รวมดวงใจไทยทั้งชาติ แปลงนาสาธิต ร้านโชห่วย ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก^{๒๗} ท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำนาหัว ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์^{๒๘} กิจกรรมทำขนมสายบัว หรือขนมไทยโบราณ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม ทำอาหารพื้นบ้าน เช่น น้ำพริก ล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน ชมวิถีชีวิตชาวริมฝั่ง เป็นต้น^{๒๙} แบ่งพื้นที่ออกเป็น ๕ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ แหล่งน้ำได้จัดทำเป็นแหล่งอาศัยของปลานานาชนิดมี ปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ตัว

ส่วนที่ ๒ แหล่งน้ำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้พายเรือรอบเกาะ ได้ถ่ายรูป ต้มดื่มน้ำกับสายน้ำและฝูงปลา

ส่วนที่ ๓ การจัดกิจกรรมเป็นแหล่งเรียนรู้

^{๒๕} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๖} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๗} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๘} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๙} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ส่วนที่ ๔ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เปิดโอกาสให้พุทธศาสนิกชนได้ดับบาตรทางน้ำ (นาวาภิภาคาร) ทุกวันพระ

ส่วนที่ ๕ ตลาดร้านค้า ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว มีร้านอาหาร มีผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ ในวันเสาร์-อาทิตย์จะมีตลาดไม้ดอกไม้ประดับไว้บริการจำหน่ายในราคาต้นทุนแก่นักท่องเที่ยว^{๓๐}

๗) ในอนาคตการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการวิสาหกิจอื่นๆ จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไปวางจำหน่ายที่แหล่งท่องเที่ยวของท่านบ้าง

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

ทุกแหล่งท่องเที่ยวยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะให้ใช้พื้นที่เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจ ที่มีผลิตภัณฑ์รับรองมาตรฐานความปลอดภัยจากภาครัฐ

ผู้ดำเนินรายการสรุปผลการเสวนา เพื่อให้ผู้เสวนาและสมาชิกที่ร่วมเสวนาได้พิจารณา ยืนยันหรือโต้แย้งเป็นการยืนยันข้อมูล ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบหนึ่งที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวน ชมทุ่งนา ชมแหล่งธรรมชาติ โดยมีที่พัก กิจกรรม สถานที่ถ่ายรูป และความบันเทิงให้บริการแก่ลูกค้า มีจุดมุ่งหมายให้ลูกค้าที่สนใจได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชนบท ผ่านกิจกรรมนันทนาการและการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น การทำนาหั่ว การล่องเรือ การชมพิพิธภัณฑ์ชาวนา การรับประทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศชายทุ่ง รวมไปถึงการดูแลพืชพรรณ การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่เกิดจากการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ตามความถนัด และความผูกพันกับวิถีชีวิตชาวเกษตรกร

ปัญหาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ต้องมองหากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทุกกลุ่มอายุ

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ต้องเน้นการให้บริการด้วยหัวใจใฝ่บริการ เราต้องไม่มีตัวตน ต้องทำให้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญองค์ประกอบการท่องเที่ยว เช่น องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ต้องมีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย จัดทำแผนปฏิบัติการ มีการติดตามประเมินผล นำผลมาสรุปเพื่อวางแผนพัฒนาต่อไป การสร้างสิ่งดึงดูดใจให้ทันสมัยตอบสนองความต้องการของคนต่างวัย การให้บริการ เช่น กิจกรรมต่าง ๆ ต้องเน้นความปลอดภัย และการรองรับนักท่องเที่ยว ต้องมีผลิตภัณฑ์ของฝาก ผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารและการให้บริการ เพื่อเตรียมขอประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวจากภาครัฐ

^{๓๐} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุกรรมกล้วย, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

๑) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ต้องสร้างแหล่งดึงดูดใจ มีกิจกรรมที่โดดเด่น ตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ การพัฒนาความสามารถด้านการบริการท่องเที่ยวในชุมชน มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและต่างชุมชน ควรได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ

๒) เพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย กับเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่โดดเด่น เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เพื่อการจัดกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีท้องถิ่น เปิดพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดสารพิษ เพิ่มรายรับให้กับชุมชน

๔.๒.๒ ส่วนที่ ๒ ผลจากการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะผู้วิจัยได้ออกตรวจเยี่ยมและเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้เครื่องมือการประเมินมาตรฐานและเกณฑ์การประเมินตามแบบของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ใช้วิธีสังเกตการณ์ และสนทนา ขออนุญาตบันทึกภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และใช้ภาพถ่ายเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพ ทั้งนี้จะดำเนินการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ ๔.๖-๔.๑๐ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๖ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๖๘.๐	๑๐๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๗๒.๕	๑๐๐	ดีมาก
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๗๔.๕	๑๐๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๗๖.๐	๑๐๐	ดีมาก
รวมเฉลี่ย	๗๒.๗๕	๑๐๐	มาก

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ๗๒.๗๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลรวมคะแนนสูงสุดเท่ากับ ๗๖.๐ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพให้บริการแหล่งท่องเที่ยว มีผลรวมเท่ากับ ๗๔.๕ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมต่ำสุดเท่ากับ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ ๔.๗ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายกลุ่ม “ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙	๒๕	๗๖.๐	ดีมาก
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๘	๒๕	๗๒.๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙.๕	๒๕	๗๘.๐	ดีมาก
รวมคะแนน	๗๓.๕	๑๐๐	๗๓.๕	มาก

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ ๗๓.๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๑๙.๕ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๐ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาได้ แก่ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๙ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๐ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตารางที่ ๔.๘ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายกลุ่ม “ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังวังยาง”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗.๕	๒๕	๗๐.๐	ดี
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗.๕	๒๕	๗๐.๐	ดี
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
รวมคะแนน	๖๙	๑๐๐	๖๙.๐	ดี

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังวังยาง ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดี มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ ๖๙ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๑๗.๕ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๐ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๙ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายกลุ่ม “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙.๕	๒๕	๗๘.๐	ดีมาก
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙.๕	๒๕	๗๘.๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๒๑	๒๕	๘๔.๐	ดีเยี่ยม
รวมคะแนน	๗๗	๑๐๐	๗๗.๐	ดีมาก

จากตารางที่ ๔.๙ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ ๗๗ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๒๑ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๘๔.๐ อยู่ในระดับดีเยี่ยม รองลงมาได้ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๙.๕ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๐ อยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายการ “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๖.๕	๒๕	๖๖.๐	ดี
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๘	๒๕	๗๒.๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๒๐.๕	๒๕	๘๒.๐	ดีเยี่ยม
รวมคะแนน	๗๓.๕	๑๐๐	๗๓.๕	ดีมาก

จากตารางที่ ๔.๑๐ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในระดับดีมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ ๗๓.๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๒๐.๕ คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๐ อยู่ในระดับดีเยี่ยม รองลงมาได้ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๘ คิดเป็นร้อยละ ๗๒.๐ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๒.๓ ส่วนที่ ๓ ผลจากการตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ดังแสดงในตารางภาพที่ ๔.๒๓-๔.๒๖

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา



ตารางภาพที่ ๔.๒๓ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนากับ หลังเสวนาของ “ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้)”

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา



ตารางภาพที่ ๔.๒๔ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนากับ หลังเสวนา ของ “ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง”

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา

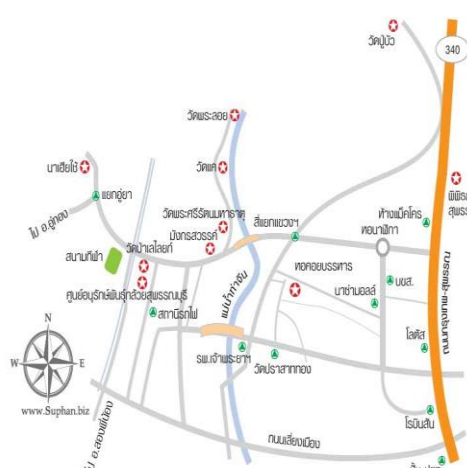


ตารางภาพที่ ๔.๒๕ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับ หลังเสวนา ของ “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม”

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา



แผนที่การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีพุทธ
ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี
ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียไข่)
ศูนย์การเรียนรู้นาเหว่ สมหวังที่วังยาง
วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลมสุพรรณบุรี



ตารางภาพที่ ๔.๒๖ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับ หลังเสวนา ของ “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี”

บทสรุป ผู้เข้าร่วมเสวนาและผู้เสวนา มีมติรับรองบทสรุปจากการเสวนาและเห็นชอบให้นำบทสรุปนี้มาเสนอแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะผู้วิจัย นำบทสรุปจากการสนทนา การสัมภาษณ์ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ผลจากการเสวนาและการออกเยี่ยมผู้ประกอบการ นำมาสังเคราะห์เข้าด้วยกัน เพื่อสรุปแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่าย เป็น ๓ แนวทาง ได้แก่

๑) ควรยกระดับคุณภาพองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากองค์กรภาครัฐ

๒) ควรมีการบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ เพื่อเพิ่มรายรับ เพิ่มช่องทาง เพิ่มพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากการเกษตร

๓) ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การให้บริการ ร่วมดูแล และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์

๔.๓ ผลการเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๓.๑ ส่วนที่ ๑ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ

คณะผู้วิจัย นำบทสรุปจากการสนทนา การสัมภาษณ์ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ผลจากการเสวนาและการออกเยี่ยมผู้ประกอบการให้พัฒนาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว นำมาสังเคราะห์เข้าด้วยกัน ได้ แนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่าย จำนวน ๓ แนวทาง ได้แก่

- ๑) ควรยกระดับคุณภาพองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากองค์กรภาครัฐ
- ๒) ควรมีการบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ เพื่อเพิ่มรายรับ เพิ่มช่องทาง เพิ่มพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากการเกษตร
- ๓) ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การให้บริการ ร่วมดูแล และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์

๔.๓.๒ ส่วนที่ ๒ องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

จากการที่คณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายในหลายๆ พื้นที่ เพื่อเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง ควรได้รับการพัฒนาองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังพบว่าประธานและคณะกรรมการวิสาหกิจทั้ง ๔ แห่งเป็นคณะบุคคลที่ตั้งใจทำเพื่อประโยชน์สุขของชุมชน มุ่งให้ชุมชนมีรายได้เสริมจากการจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตร มีความเสียสละประโยชน์ตนเองเพื่อประโยชน์ส่วนรวม คณะผู้วิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญได้ถอดบทเรียนเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากแผนวิจัยย่อยที่ ๓ เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย

๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement)

ตามที่คณะผู้วิจัยได้ทำงานกับผู้ร่วมวิจัย ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จากการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ การเสวนา การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างทั้ง ๔ แห่ง พบว่า บริบทแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง ได้ตระหนักถึงกลุ่มประชาชนที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว มีการวางแผนขอความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และที่สำคัญคือประชาชนที่อาศัยในชุมชน เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ ร่วมกันแก้ปัญหา หารื้อและหาทางแก้ไข ดูแลในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ร่วมจัดกิจกรรมการให้บริการ มีการมอบหมายหน้าที่แบ่งความรับผิดชอบและได้รับแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม แต่งตั้งให้เป็นกรรมการประเมินผลงานด้านกิจกรรม จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้การใช้ทรัพยากรร่วมกัน ปลุกจิตสำนึกในการรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รักษาความเป็น

เอกลักษณ์และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีพัฒนาการอย่างก้าวกระโดด เช่น กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม ได้รับรางวัลชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนมาตรฐานอาเซียนและมาตรฐาน CTB. Thailand รางวัลมาตรฐาน SHA. (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขประเภทนันทนาการ ของ ททท.เป็นต้น กลุ่มกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง อาศัยกลุ่มแม่บ้านเป็นหลักในการจัดกิจกรรม เช่น ทำนาหั่วครบวงจร การเรียนรู้วิถีชาวนาหั่ว เป็นต้น ส่วนอีกสองแห่งแม้จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนโดยตรง แต่พบว่า ชุมชนที่อยู่รอบๆแหล่งท่องเที่ยวให้การสนับสนุนการขับเคลื่อนทุกมิติ

๒) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources)

จากการลงพื้นเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง แม้จะมีการเกิดขึ้นของวิสาหกิจที่แตกต่างกันก็ตาม แต่พบว่า มีลักษณะชุมชนที่ยึดโยงกับคำสอนของพระพุทธศาสนา มีวัฒนธรรมอันได้แก่ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย อยู่อย่างสันโดษ ประกอบอาชีพหลักทางการเกษตร ผูกพันกับสายน้ำและทุ่งนา ได้นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น แม่น้ำท่าจีนมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวล่องกิจกรรมเรือ พัฒนาทุ่งนาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้วิถีและจิตวิญญาณชาวนา จัดกิจกรรมสาธิตการทำนา พัฒนาเมล็ดพันธุ์ข้าวโดยทุนส่วนตัวเพื่อสร้างมูลค่าให้กับเมล็ดพันธุ์ข้าวสาธิตการปลูกหั่ว พัฒนาผืนดินที่รกร้างว่างเปล่าให้เป็นศูนย์การเรียนรู้รวมพันธุ์กล้วยทั่วประเทศ รวมทั้งนำพืชท้องถิ่นมาแปรรูปสร้างคุณค่า/มูลค่าให้กับชุมชนของตนเองซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นให้เพิ่มคุณค่ามากขึ้น จึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและรวมถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล มีการนำเอกลักษณ์ของวิถีถิ่นมาสร้างคุณค่าในผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นการใช้อย่างพอดีและไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่แล้ว

๓) การให้บริการและกิจกรรม (Service and activities)

จากการลงพื้นเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง พบว่า มีการให้บริการตามรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การล่องเรือแม่น้ำท่าจีน ล่องเรือรอบเกาะศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย นาวาภิบาล การทำนาหั่วครบวงจร บริการโฮมสเตย์ กิจกรรมทำอาหารคาวหวาน การบริการความรู้ แลงนาสาธิต เรือนศูนย์รวมใจ การทำเกษตรอินทรีย์ การศึกษาดูงานทดลองขยายพันธุ์กล้วยด้วยเทคนิคใหม่ๆ การฝึกทำอาหารคาว/หวานชาวจีน การอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง ที่จอดรถกว้างขวาง ในช่วงเทศกาลสามารถรองรับได้มากกว่า ๑๐๐ คัน ห้องน้ำสะอาด อาหารปลอดภัยผ่านการรับรองจากสาธารณสุขจังหวัด และโรงพยาบาลเจ้าพระยา รัชกาลที่ ๖ จังหวัดสุพรรณบุรี การให้ความสำคัญ มีเจ้าหน้าที่คอยเฝ้าระวังในจุดเสี่ยงทุกแห่ง ล่องเรือต้องสวมเสื้อชูชีพตลอดเวลา มีกล้องวงจรปิดติดตั้งโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมหลายอย่างที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และพบว่าการจัดกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมาก มีความประทับใจและยินดีที่จะกลับมาอีกครั้งในอนาคต

๔) การสร้างผลประโยชน์สุขแก่ชุมชน (Creating benefits and happiness for the community)

จากการเสวนาโต๊ะกลมและการพูดคุยกับกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่เคยสร้างความรำคาญ ความเดือดร้อนให้กับชุมชนเลย มีระบบการบริหารจัดการขยะและของเสียที่ถูกสุขอนามัย รวมทั้งมลภาวะฝุ่นละออง เสียง ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต แต่กลับส่งผลให้ชุมชนได้ประโยชน์สุข เช่น ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตผลทางเกษตร จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำหน่ายของฝาก ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้รับการส่งเสริมให้เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ที่สำคัญที่สุดเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้มีพื้นที่แสดงภูมิปัญญาและเทคโนโลยีท้องถิ่น มีโอกาสพบปะผู้คนจำนวนมาก ทำให้ชีวิตมีความสุข ไม่เป็นโรคซึมเศร้า ส่งผลให้มีสุขภาพที่สมดุล

๕) สำนึกรักมาตุภูมิ (Feeling of love for the motherland)

จากการเสวนาโต๊ะกลม เรื่อง การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ขึ้นเสวนาทั้ง ๔ ท่าน เป็นประธานศูนย์ สมาชิกที่เข้ารับฟังส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของแต่ละศูนย์ เช่น ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) เกิดจากความตระหนักถึง “วัสดุอุปกรณ์” ต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษได้คิดประดิษฐ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบอาชีพทำนา เช่น คันไถ คราด เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีร่องรอยของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีของนักปราชญ์ นักประดิษฐ์ นักคิด นักสร้างสรรค์ นักวิศวกรรม และสถาปนิกชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบอาชีพ จึงตัดสินใจลงทุนด้วยงบประมาณส่วนบุคคลจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดวิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยให้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่มีความสนใจศึกษาหาความรู้เรื่องข้าว วิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีตและแสดงความกตัญญูกตเวทีต่อชาวนาผู้มีพระคุณและมาตุภูมิ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เกิดจาก “รักชุมชน รักท้องถิ่น ผลประกอบการอยู่บนพื้นฐานความรักชุมชน” กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง เกิดจาก ความปรารถนาดีต่อชุมชนให้มีความก้าวหน้า มีรายได้เพิ่มขึ้น ผลผลิตทางการเกษตรสามารถนำมาวางจำหน่ายได้ทุกกลุ่ม และศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีความมุ่งหวังให้เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขนาดใหญ่ของภาคกลาง ต้องการให้เป็นศูนย์การเรียนรู้แบบพหุวิชา และในช่วงสุดท้ายของชีวิตตั้งใจอุทิศเพื่อความสุขของประชาชน จึงอาจสรุปได้ว่า การแสดงความรักต่อท้องถิ่นจึงเป็นพลังงานที่ยิ่งใหญ่ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างยั่งยืน

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาแสดงความคิดเห็น “องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย” ได้สรุปค้นพบจากผู้เชี่ยวชาญ ดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๑ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงฉันทามติในการพิจารณา ความสอดคล้ององค์ความรู้ใหม่กับผลการวิจัยที่ได้

ประเด็นการพิจารณา	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	แปลผล
๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement)	๔.๕๘	๐.๕๑	มากที่สุด
๒) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources)	๔.๓๗	๐.๕๔	มาก
๓) การให้บริการและกิจกรรม (Service and activities)	๔.๓๙	๐.๕๑	มาก
๔) การสร้างผลประโยชน์สุขแก่ชุมชน (Creating benefits and happiness for the community)	๔.๓๘	๐.๕๒	มาก
รวม	๔.๔๖	๐.๖๖	มาก

จากตารางที่ ๔.๑๑ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงฉันทามติต่อองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๔ ค่า S.D.มีค่าเท่ากับ ๐.๕๕ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ ๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement) มีค่าเฉลี่ยในลำดับสูงสุดเท่ากับ ๔.๕๘ ค่า S.D. เท่ากับ ๐.๕๑ รองลงมาได้แก่ข้อที่ ๕ สำนึกรักมาตุภูมิ (Feeling of love for the motherland)มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๖

ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยฉันทามติในลำดับน้อยที่สุดได้แก่ข้อที่ ๒ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๗ ค่า S.D.มีค่าเท่ากับ ๐.๕๔



แผนภาพที่ ๔.๒๗ แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

$$(C_i + E_r + S_a + C_h + f_m = GSTC.)$$

บทที่ ๔

ผลการศึกษา

การศึกษาค้างนี้ คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ศึกษาในบริบทองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิจัย (Research Process) เป็น ๓ ระยะ ประกอบด้วย

๔.๑ การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ส่วนที่ ๒ ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง

๔.๒ ศึกษาองค์ประกอบหลักและส่วนประสมการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่

ส่วนที่ ๑ ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม

ส่วนที่ ๒ ผลจากการตรวจเยี่ยมประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ส่วนที่ ๓ ผลการเปรียบเทียบทางกายภาพระหว่างก่อนการเสวนากับหลังการเสวนา

๔.๓ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันพิจารณา แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ ๒ องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

๔.๑ การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๑.๑ ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามแนวคิด ของคอตเลอร์ ฟิลลิป (Kotler, Philip) กล่าว กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P's) ว่าเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายบริการผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เรียกว่าส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านการ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) โดย ส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยเน้น น้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

บริบทการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ผลจากการสำรวจแหล่งข้อมูลปฐมภูมิทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัย มีผลการดำเนินงานดังนี้

๑.๑) ผลจากการสำรวจข้อมูลระหว่างวันที่ ๓-๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕ แสดงจำนวนวิสาหกิจบริการและการท่องเที่ยว จำแนกเป็นรายอำเภอ ดังแสดงในตารางที่ ๔.๑

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็นรายอำเภอ^๑

อำเภอ	วิสาหกิจท่องเที่ยว (แห่ง)	ร้อยละ	หมายเหตุ
เมือง	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
บางปลาม้า	๒	๙.๕๒	จดทะเบียนแล้ว
สองพี่น้อง	๒	๙.๕๒	จดทะเบียนแล้ว
อู่ทอง	๘	๓๘.๐๙	จดทะเบียนแล้ว
ดอนเจดีย์	-	๐.๐๐	จดทะเบียนแล้ว
หนองหญ้าไซ	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
ด่านช้าง	๓	๑๔.๒๙	จดทะเบียนแล้ว
เดิมบางนางบวช	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
สามชุก	๑	๔.๗๖	จดทะเบียนแล้ว
ศรีประจันต์	๒	๙.๕๒	จดทะเบียนแล้ว
รวม	๒๑	๑๐๐	

จากตารางที่ ๔.๑ จำนวนวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรีที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วมีจำนวน ๒๑ แห่ง พบว่า อำเภออู่ทอง มีวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จดทะเบียนมากที่สุด จำนวน ๘ แห่งคิดเป็นร้อยละ ๓๘.๐๙ รองลงมาได้แก่ อำเภอด่านช้าง มีจำนวน ๓ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๒๙ และอำเภอที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอเดิมบางนางบวชและอำเภอสามชุก จำนวน ๑ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔.๗๖ ตามลำดับ

๑.๒) การคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเข้าร่วมโครงการวิจัย

^๑ ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, รายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ระดับจังหวัด (สุพรรณบุรี), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://smce.doae.go.th/snce1/report/select_report_smce.php?report_id=17 [๑๒ กันยายน ๒๕๖๕].

ซึ่งเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีความบริสุทธิ์สูงได้สำเร็จอย่างมีคุณภาพยอดเยี่ยม ส่งผลให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและพี่น้องเกษตรกรมาเยี่ยมชม ศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ในขณะเดียวกันได้เกิดความภักดีตระหนักถึง “วัสดุอุปกรณ์” ต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษได้คิด ประดิษฐ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบอาชีพทำนา เช่น คันไถ คราด เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีร่องรอยของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีของนักปราชญ์ นักประดิษฐ์ นักคิด นักสร้างสรรค์ นักวิศวกรรม และสถาปนิกชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบ อาชีพ จึงลงทุนด้วยงบประมาณส่วนบุคคลจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อเป็น แหล่งถ่ายทอดวิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่มีความสนใจศึกษาหา ความรู้เรื่องข้าว วิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีตและแสดงความกตัญญูทเวทิตาต่อชาวนาผู้มีพระคุณและ มาตุภูมิ

แหล่งการเรียนรู้

ภายในศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยมีจุดที่น่าสนใจหลายจุดด้วยกัน เช่น

(๑) เรือนศูนย์รวมดวงใจไทยทั้งชาติ

เรือนหลังนี้สร้างด้วยรูปแบบที่โดดเด่นงดงามเป็นพิเศษ เป็นเรือนที่มาจากความตั้งใจใน การแสดงความจงรักภักดีต่อพ่อหลวงของแผ่นดินรัชกาลกาลที่ ๙ ภายในมีการจัดแสดงพระบรมรูป ของพระองค์เมื่อครั้งเสด็จขึ้นครองสิริราชสมบัติ และพระบรมฉายาลักษณ์ในพระราชกรณียกิจต่างๆ จัดแสดงพระบรมรูป และพระบรมสาทิสลักษณ์ราชวงศ์จักรี นอกจากนี้ยังมีรูปบุคคลสำคัญๆ ที่มีส่วน เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาวงการข้าวไทย การสร้างศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย

(๒) แปลงนาสาธิต

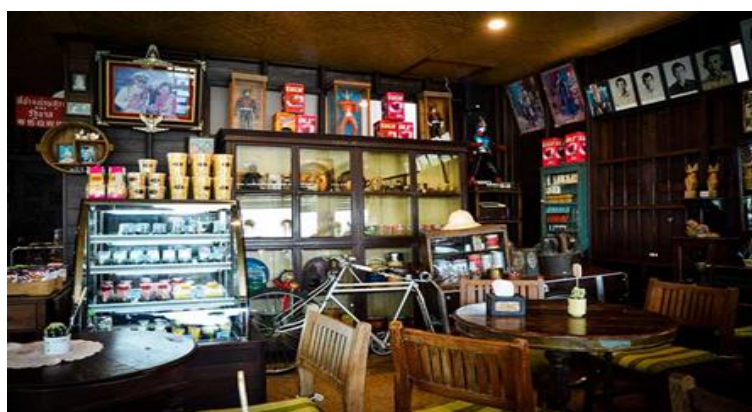
แปลงนาสาธิต เป็นการสาธิตชนิดพันธุ์ข้าวนาปรังทุกชนิดที่นิยมปลูกในปัจจุบัน รวมถึง สาธิตการอนุรักษ์การพัฒนาพันธุ์ข้าว โดยแปลงนาสาธิตนี้จะทำการปักดำทุกวัน ที่ ๑ ของเดือน ด้วย กล้าเพียงต้นเดียว ต่อ ๑ กอ เพื่อให้เห็นความสามารถในการแตกกอของต้นข้าว และเพื่อจะได้ศึกษา ในทุกระยะการเติบโตของข้าว บรรจอยู่ในแฟ้มสูญญากาศเพื่อสะดวกในการเก็บรักษาได้นานโดยไม่ เสื่อมสภาพ นอกจากนี้ยังมีผักต่าง ๆ ที่ปลูกในโรงเรือนปลอดสารเคมี เสื้อที่ระลึกของศูนย์เรียนรู้ฯ





ภาพที่ ๔.๒ แปลงนาสาธิต ชนิดพันธุ์ข้าวนาปรังทุกชนิด

(๓) ร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต เป็นการจำลองรูปแบบของร้านค้าในอดีตซึ่งได้เก็บรวบรวมส่วนประกอบต่าง ๆ ของร้านค้าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นชั้นวางสินค้า โต๊ะ เก้าอี้ รวมทั้งสินค้าที่เคยจำหน่าย ในครั้งอดีตซึ่งใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ลอตเตอรี่เก่าสมัยก่อน



ภาพที่ ๔.๓ ร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต

๔) ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก

นอกจากจะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรื่องข้าวและวิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีตแล้ว ยังสามารถเลือกซื้อของฝากกลับบ้านกันได้อีกด้วย โดยสินค้าหลักเป็นข้าวเพื่อสุขภาพหลายชนิดพันธุ์ ที่เป็นที่ยอมรับของแต่ละภูมิภาค เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวทับทิมชุมแพ ข้าวเหลืองอ่อน ข้าวเหนียวลิ้มผัว และข้าวนาปรังที่มีลักษณะอ่อนนุ่ม ในรูปแบบของข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ และข้าวขาว



ภาพที่ ๔.๔ ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก



ภาพที่ ๔.๕ ทศนียภาพที่สวยงามทั่วไปของศูนย์การเรียนรู้

ความคาดหวังในอนาคต

มีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ในอนาคตมีแหล่งการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดี ให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนทั่วไปพร้อมเล็งเห็นความสำคัญของการให้ความรู้และการทำนาอย่างถูกวิธี ซึ่งจะมีประโยชน์แก่ส่วนรวมและสมาชิกของสมาคมที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ให้บุคคลทั่วไปที่เห็นความสำคัญของข้าวและชาวนา เป็นสถานที่ศึกษาเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้สนใจได้เข้าชม โดยมีเครื่องช่วยอำนวยความสะดวกในด้านเทคโนโลยียุค ๔.๐ และงานวิจัยมาช่วยขับเคลื่อน ต่อไป

๒. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง สถานที่ตั้ง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง รหัสทะเบียน ๒-๓๒-๐๕-๐๙/๑-๐๐๑๘ ที่อยู่ : เลขที่ ๑๗๐ หมู่ที่ ๕ ตำบลวังยาง อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร โทรศัพท์ : ๐๘๑-๘๘๐-๘๘๒๘



ภาพที่ ๔.๖ แผนที่ แผนผังของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์วังยาง



ภาพที่ ๔.๗ นายสงบ ลาภปัญญา รองประธานบริหารวิสาหกิจชุมชนวังยาง

แรงจูงใจในการจัดตั้ง

คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายสงบ ลาภปัญญา พบว่าชุมชนวังยางตั้งอยู่ในอำเภอศรีประจันต์ โดยการนำของ นายสงบ ลาภปัญญา^๓ เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่เรียบง่ายแบบชนบท ห่างตัวเมืองสุพรรณบุรีประมาณ ๙ กิโลเมตร ติดกับถนนสุพรรณบุรี-ชัยนาท บนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐ ตำบลวังยางมีเนื้อที่รวม ๑๔,๓๗๕ ไร่ (๒๓ ตารางกิโลเมตร) มีทิศเหนือติดกับตำบลศรีประจันต์ ทิศใต้ติดกับตำบลโพธิ์พระยา ทิศตะวันออกติดกับตำบลดอนมะสังข์ และทิศตะวันตกติดกับตำบลมดแดง ในปี พ.ศ. ๒๓๘๔ มีประชาชน เข้ามาอยู่อาศัยในบริเวณริมแม่น้ำท่าจีนเป็นจำนวนมาก ซึ่งในขณะนั้นมีต้นยางขึ้นอยู่เป็นจำนวนมากจึงเป็นที่มาของชื่อชุมชน ตำบลวังยางมีการ

^๓ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ๗ เมษายน ๖๕.

ปกครองในลักษณะชุมชนโดยมีจำนวน ๒๐ ชุมชน มีประธานชุมชนและคณะกรรมการดำเนินงานในการพัฒนาและดูแลความสงบของชุมชน ข้อมูลทางสถิติพบว่าตำบลวังยางมีครัวเรือนทั้งสิ้น ๒,๑๖๒ หลังคาเรือน มีประชากรทั้งสิ้น ๖,๙๗๙ คน (เทศบาลตำบลวังยาง, ๒๕๖๓ : ออนไลน์)

กิจกรรม

มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ๑) การทำนาหัวครบวงจร ๒) ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ๓) กลุ่มการทำยาหม่องสมุนไพร ๔) กลุ่มผู้ผลิตและบริโภคผักปลอดสารพิษในครัวเรือน ๕) กลุ่มสตรีแม่บ้านอาสาสมัครแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว



ภาพที่ ๔.๘ สวนปลูกข้าวชีวภาพไม่ใช้สารเคมีแห่งเดียวในประเทศ



ภาพที่ ๔.๙ ภูมิปัญหาพื้นบ้าน ทำกิจกรรม สานกระเป๋ ปลูกข้าว

แนวทางในอนาคตของโครงการ

มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์รูปแบบพหุภาคีชุมชนภาคีเครือข่ายมี ชุมชนท่องเที่ยวในอำเภอศรีประจันต์ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การดำเนินการประกอบด้วย ๑) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนแบบพหุภาคี ๒) การพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน ๓) การสร้างกลไกขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบพหุภาคี ๔) การพัฒนาระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน ๕) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน ๖) การประเมินประสิทธิภาพการทำงาน ๗) การถอดบทเรียนการทำงานร่วมกันหลังการปฏิบัติงาน และ ๘) การถ่ายทอดความรู้สู่การนำไปใช้ประโยชน์ การ

ดำเนินงานส่งผลให้ ๑) มีการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน ๒) มีการบรรจุเข้าสู่แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ เทศบาลตำบลวังยาง๓) มีการจัดงานเทศกาลอาหารจานแก้ว มีการบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์การแบบพหุภาคี เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ระดับจังหวัดและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนของพื้นที่ ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ ๓๒ เกิดกลไกภาคีเครือข่ายแบบพหุภาคีที่เข้มแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศรีประจันต์ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน

๓. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม

คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายโสภณ พันธุ์ พบว่า^๔ สถานที่ตั้ง ที่อยู่ ซอย บ้านแหลม ๒๘ ตำบล บ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า สุพรรณบุรี ๗๒๑๕๐



ภาพที่ ๔.๑๐ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม

เอกลักษณ์

เรือนไทยโบราณขนาดสองฝั่งริมแม่น้ำสุพรรณ

สโลแกนท่องเที่ยวชุมชน

เที่ยวบ้านฉัน มาแล้วรัก ถ้าได้พักirkหมดใจเลยจ้า

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

๑. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกโดยเฉพาะสตรีและผู้สูงอายุให้ได้ใช้เวลาว่าง ให้เป็นประโยชน์ สร้างอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ ด้วยการจัดโปรแกรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในรูปแบบ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อมิให้ย้ายถิ่นฐาน

^๔ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม, ๗ เมษายน ๖๕.

๒. เพื่อเป็นการรวบรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลมให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อเป็นการสร้างอาชีพเสริมใหม่ให้กับชาวชุมชน โดยนำการท่องเที่ยวโดยชุมชน เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนชุมชน ให้ชุมชน เป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

๓. เพื่อต้องการรักษาและอนุรักษ์พร้อมฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์ท้องถิ่นชุมชน ด้วยการถ่ายทอดให้คนในท้องถิ่นหรือบุคคลทั่ว ๆ ไปได้ศึกษาเรียนรู้ มิให้สูญหายไป เช่น ประเพณีทำบุญตักบาตรกลางน้ำ/ประเพณีทำบุญข้าวหลามไทยแรม๑๔ค่ำเดือนสาม/ประเพณีทำบุญกลางเดือนสิบ เป็นต้น

๔. เพื่อจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อบริการด้านการท่องเที่ยวและด้านเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน หลักจากดำเนินการจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม มาแล้วไม่ต่ำกว่าสามปี โดยใช้ชื่อว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม

๕. เพื่อจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าของสมาชิกกลุ่ม / เพื่อจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณ ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสเรียนรู้ โดยใช้ บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ เป็นศูนย์กลางประสานงานบริการนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในการสอบถามข้อมูลชุมชน

๖. เป็นชุมชนต้นแบบมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ที่ได้รับการรับรองมากที่สุดในประเทศ ภายในปี ๖๕

๗. เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ประเภทแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณ

แรงจูงใจ

บ้านแหลม อำเภอบางปลาม้าเป็นชุมชนเก่าแก่วัยน้ำท่าจีน ประธานกลุ่มคือ นายโสภณ พันธุ์ ตลอดสองฝั่งลำน้ำเรียงรายไปด้วยบ้านทรงไทยโบราณ และวัดเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนาน ภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมเมื่อเกือบร้อยปี ยังมีให้ได้สัมผัส เหมือนย้อนเวลากลับไปอีกครั้ง นอกจากภาพวิถีที่งดงาม ยังมีของดีที่ต้องบอกต่อ เรื่องความอร่อยของอาหารย่านนี้ โดยเฉพาะขนมไทยโบราณ ที่รสชาติดีและสีสวยงาม แลชุมชนยังบอกสูตรการทำขนมต่าง ๆ ให้ผู้เยี่ยมชมได้เรียนรู้และสนุกสนานกับการได้ทำขนมด้วยตนเองอีกด้วย เป็นชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นชุมชนโฮมสเตย์มาตรฐานอาเซียน กรมการท่องเที่ยวเป็นชุมชนพื้นที่ท่องเที่ยวพิเศษตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ตาม พ.ร.บ.๒๕๕๖ หนึ่งใน ๒๖ ชุมชนจากทั่วประเทศและเป็นหนึ่งในประเทศไทย ที่จดทะเบียนเป็นธุรกิจนำเที่ยว โดยชุมชนเป็นชุมชนต้นแบบของ ททท. ในโครงการ Village tourism ๔.๐ หนึ่งในสิบของประเทศ

จึงทำให้ชุมชนตำบลบ้านแหลมพัฒนาการท่องเที่ยวจนได้รับ รางวัลเป็น ๑ ใน ๑๐ ชุมชนต้นแบบจากชุมชนทั่วประเทศ Village Tourism ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และได้รับรางวัลชนะเลิศ โครงการ Thailand Village Academy ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ๑ ใน ๒๑๕ ชุมชนจากทั่วประเทศ

คณะทำงานกลุ่ม มีนายโสภณ พันธุ์ ประธาน / ฝ่ายประสานงาน / ประชาสัมพันธ์ - การตลาด พร้อมคณะ

มีกลุ่มและอาชีพต่าง ๆ ในตำบล อาทิเช่น

๑. กลุ่มแม่บ้านขนมไทยโบราณ
๒. กลุ่มแม่บ้านถักเชือกไหมเทียมญี่ปุ่น
๓. กลุ่มแม่บ้านอาหารพื้นถิ่น
๔. กลุ่มโฮมสเตย์ ไม้ตาพูดโฮมสเตย์ มาตรฐานอาเซียน
๕. กลุ่มจักสานผักตบชวา
๖. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม
๗. บ้านรูปหอมหลากสีพรหมเศรษฐีหลากสีประจำวันเกิด
๘. บ้านไร่สวนผสมเศรษฐกิจพอเพียง
๙. บ้านวิถีประมงน้ำจืด
๑๐. ร้านอาหารท้องถิ่น รับลมชมแม่น้ำ
๑๑. บ้านไม้กวาดทางมะพร้าว
๑๒. วัดสามวัด วัดศุขเกษม / วัดป่าพฤกษ์ / วัดใหม่พัฒนสุวรรณ
๑๓. บ้านสวนแผ่นดินแม่โฮมลอตจ / เรณูโฮมลอตจ

กิจกรรมชุมชนตำบลบ้านแหลม

ชุมชนตำบลบ้านแหลม มีกิจกรรมจำนวนมากมายกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เป็นการรวมตัวกันของชาวชุมชนตำบลบ้านแหลมทั้ง ๕ หมู่ จัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ทำเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณบุรี กำกับดูแลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยใช้ บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ เป็นศูนย์ประสานงานบริการนักท่องเที่ยว มีโฮมสเตย์เรือนไทยริมน้ำที่ได้มาตรฐานไทย ชื่อไม้ตาพูดโฮมสเตย์ มีัคคุเทศก์ท้องถิ่นรับรองจากกรมการท่องเที่ยว มีเรือน้ำเที่ยงที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สัมผัสกับการเรียนรู้วิถีอาชีพชุมชน เช่น การทำขนมไทยโบราณ อาหารไทยโบราณ น้ำพริกเผา จักสานไม้ไผ่หวาย-ผักตบชวา ถักไหมโครเซซัมเมอร์ ไร่สวนผสมเศรษฐกิจพอเพียง ล่องเรือรับประทานอาหารกลางวันตามรอยเสด็จประพาสต้น ย้อนรอย นิราศสุพรรณ สุนทรภู่ เช่น

กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เกิดจากการรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลมประกอบด้วย

๑. กิจกรรมทำขนมสายบัว หรือขนมไทยโบราณ
๒. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม
๓. ทำอาหารพื้นบ้าน เช่น น้ำพริก
๔. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม
๕. นวดลูกประคบ นวดไทยแผนโบราณ
๖. ขนมไทยโบราณ (ส่งวัง) นานิด
๗. ขนมไทยโบราณ (ส่งวัง) นานิด ขนมไทยโบราณสูตรชาววัง



ภาพที่ ๔.๑๑ รวมกิจกรรมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลม

ปัจจุบัน

- เป็นชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หนึ่งใน ๒๑๕ ชุมชนจากทั่วประเทศเป็นชุมชนโครงการ village Thailand Academy ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม หนึ่งใน ๒๒ ชุมชนจากทั่วประเทศ
- เป็นชุมชนก้าวอย่างพอเพียงตามรอยพ่อหลวง ร.๙ ของกรมประชาสัมพันธ์
- เป็นชุมชนโอท็อปวิถีชีวิต ของกระทรวงมหาดไทย
- เป็นชุมชนครอบครัวร่วมเย็น ของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ททท. จังหวัดสุพรรณบุรี สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการ มอบสิทธิพิเศษ เช่น รับของที่ระลึกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระเป๋าผ้า

- ได้รับโล่รับรองชุมชนมาตรฐานท่องเที่ยวไทย CBT ระดับดีเยี่ยม

สอบถามเพิ่มเติม โทร ๐๘๐-๐๗๓-๗๓๙๗ คุณโสภณ หรือไอดีไลน์ sophol23

๔. ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

สัมภาษณ์ นายอานนท์ รักผล พบว่า^๕ สถานที่ตั้ง ที่อยู่ : ๘/๓ ถนนสถานีรถไฟ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี พิกัด : <https://goo.gl/maps/8WUxLVieqG2W-ภ34RC9> เปิดให้เข้าชม : ๐๙.๐๐-๒๙.๓๐ น. เว็บไซต์ : <https://www.facebook.com/BananaSuphanburi>

ชุมชนวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี มีพื้นที่เป็นราบลุ่มอยู่ริมทางรถไฟทางตะวันตกของประเทศหลังวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทางประมาณ ๙๗ กิโลเมตรและใกล้กับทางจังหวัดกาญจนบุรีเป็นระยะทางประมาณ ๒๕ กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดโดยรวม ประมาณ ๑๒ ไร่ ที่อยู่ ๘/๓ ถนนสถานีรถไฟ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย

นายอานนท์ รักผล	ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย
นายวัฒนา เผือกเสริฐ	รองประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย
นายสมคิด เกตุคง	กรรมการ
นายสมภาพ ทองฤทธิ์	กรรมการ
นายธนาภา ธัญสรวินา	กรรมการประชาสัมพันธ์
นางสาวธนัชพร เกตุคง	กรรมการและเลขานุการ

^๕ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๑๒ แผนที่ ศูนย์การเรียนรู้วิสาทกิจชุมชนอนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

แรงจูงใจ

ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี คือตัวเลือกที่ดีของการมาผ่อนคลายเลยคะ รับรองว่าทุกคนจะต้องตื่นตาตื่นใจกับพันธุ์กล้วยกว่าร้อยชนิด รวมถึงพันธุ์กล้วยหายาก ที่รวบรวมไว้ที่นี่ทีเดียว หรือที่รู้จักกันในชื่อ **บานาน่า สุพรรณบุรี** เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ **พระธรรมพุทรมงคล (หลวงพ่อสื่อ)** เจ้าอาวาส **วัดป่าเลไลยก์** ได้เอื้อเฟื้อสถานที่ของวัดถึง ๒๘ ไร่ เพื่อมอบหมายให้ **วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ** ทำงานวิจัยและเพาะพันธุ์กล้วยชนิดต่างๆ รวมถึงพันธุ์หายากจากทั่วประเทศกว่า ๒๐๐ สายพันธุ์มาอนุรักษ์ไว้ในพื้นที่แห่งนี้ นอกจากเพิ่มโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนได้สร้างรายได้แล้ว ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว นักศึกษา ชาวไร่ชาวนา ได้เข้ามาศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับกล้วยชนิดต่าง ๆ รวมถึงการขยายพันธุ์กล้วยด้วย

กิจกรรม ด้านตลาดการท่องเที่ยวได้แบ่งเป็นหลายส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ แหล่งน้ำได้จัดทำเป็นแหล่งอาศัยของปลานานาชนิดมี ปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ตัว เพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยวจึงทำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวพายเรือชมฝูงปลาที่แว่วว่ายไปมา พร้อมทั้งให้บริการอาหารปลาในราคามิตรภาพ

ส่วนที่ ๒ แหล่งน้ำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้พายเรือรอบเกาะ ได้ถ่ายรูป ต้มตำกับสายน้ำและฝูงปลา มีเจ้าหน้าที่เฝ้าระวัง มีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยให้บริการฟรีตลอดกิจกรรมพายเรือ



ภาพที่ ๔.๑๓ ภาพมุมสูงสถานที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ๑๑ ไร่

ส่วนที่ ๓ การจัดกิจกรรมเป็นแหล่งเรียนรู้



ภาพที่ ๔.๑๔ บรรยายให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม

ส่วนที่ ๔ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา

มีกิจกรรม”นาวาภิกขาจาร” ตักบาตรข้าวสาร อาหารแห้งทางน้ำทุกวันพระ ๘ คำ/๑๕ คำ และในเทศกาลวันสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ ๔.๑๕ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา รวมทั้ง ตลาดต้นไม้ส่งเสริมนักท่องเที่ยว



ภาพที่ ๔.๑๕ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา รวมทั้ง ตลาดต้นไม้ส่งเสริมนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ส่วนที่ ๕ ตลาดร้านค้า ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

รวมพลคนรักต้นไม้ ไม้ต่าง ไม้ประดับราคาถูก ถนนตลาดนัดต้นไม้ยาวที่สุดในสุพรรณบุรี สวนกล้วยสุพรรณบุรี เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ อีอีฮานด์แรกซื้อ-ขายต้นหูช้างต่างเหลือง สูงถึง ๖๐๐,๐๐๐บาท

นายอานนท์ รักผล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรีได้เล่าให้ฟังว่า จากเดิม สถานีรถไฟสุพรรณบุรี ได้ร่วมกับศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ปลูกต้นไม้ ดอกไม้ นานาพรรณริม ๒ ข้างทาง สถานีรถไฟสุพรรณบุรีระยะทางกว่า ๓ กิโลเมตร เพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจมาถ่ายรูปและเป็นสถานที่พักผ่อนออกกำลังกายของคนสุพรรณบุรีทำให้ปลูกกระแสนักต้นไม้ชาวสุพรรณบุรี โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ชอบไม้ประดับมาแรงที่ปลูกอยู่กับบ้านและขายทางออนไลน์ แต่ยังไม่มีย่านที่ขาย ได้มาพบปะซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน

แนวทางการท่องเที่ยวในอนาคต

ในอนาคตทางกลุ่มคาดหวังจะสร้างผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น จะปรับปรุงแบบเน้นอัตลักษณ์/เอกลักษณ์วิถีชีวิตชาวพุทธที่อยู่กับธรรมชาติอย่างสมดุล มุ่งสู่นานาชาติ ผ่านการจำหน่ายทางออนไลน์ การจำหน่ายกับเครือข่ายของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรแล้ว ทางศูนย์ฯ จะเปิดเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการจดแจ้งจากสาธารณสุขจังหวัดแล้ว เพื่อส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายให้ผู้ประกอบการ จัดให้มีการประกวดดนตรีสากล ดนตรีไทย จากนักเรียนทุกสังกัด ทุกจังหวัด จัดประกวดและจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ บอนสี จัดถนนศิลปะภาพวาด เป็นต้น

๑.๔) คณะผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจงจากกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมวิจัย ได้อธิบายถึงกิจกรรมที่จะต้องร่วมกันทำ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การถูกสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การเสวนา และการเข้าร่วมโครงการวิจัย โดยดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่าน Application Line ตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขในการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้แจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่า จะปฏิบัติต่อผู้ให้ข้อมูลอย่างสุภาพ ให้เกียรติ โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ทั้งความรู้สึกนึกคิดและพื้นฐานทางอารมณ์ รวมถึงความรู้ ความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน จะขออนุญาตทุกครั้งก่อนที่จะบันทึกภาพ บันทึกเสียง หรือบันทึกวิดีโอและหากจำเป็นต้องเผยแพร่จะขออนุญาตก่อนทุกครั้ง ข้อมูลจะถูกสรุปเป็นภาพรวมและส่งผู้ให้ข้อมูลได้อ่านก่อนทุกครั้งเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ถูกต้องตรงกับความจริงของผู้ให้ข้อมูล หากมีข้อความใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกที่จะเผยแพร่ ผู้วิจัยจะปรับเปลี่ยนทันที ข้อมูลที่ได้มาจากการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ทุกชนิดจะถูกเก็บไว้ในที่ปลอดภัยและเป็นความลับและจะถูกทำลายทันทีเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้นลง มีรายละเอียดผลการดำเนินงานตามดังแสดงในตารางที่ ๔.๒ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒ แสดงสถานภาพผู้ร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	สังกัดกลุ่มวิสาหกิจชื่อ	ตำแหน่ง
๑	นายอานนท์ รักผล	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	ประธานกลุ่มศูนย์ฯ
๒	นายวัฒนา เผือกเสริมฐ์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	รองประธานศูนย์ฯ
๓	นายสมคิด เกตุคง	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๔	นายสมภพ ทองฤทธิ์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๕	นางสาวธนัชพร เกตุคง	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการและเลขานุการ
๖	นายสงบ ลาภปัญญา	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	รองประธาน
๗	นายพิชิต รุ่งเรืองด้วยบุญ	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	ประธานคณะกรรมการ
๘	นางสาวศรีวิรุฬห์ แก้วศรีงาม	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ
๙	นางสาวบุบผา ศรีวิเชียร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงสถานภาพผู้ร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ที่	ชื่อ-นามสกุล	สังกัดกลุ่มวิสาหกิจชื่อ	ตำแหน่ง
๑๐	นางสาวอุบล ศรีวิเชียร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	นายทะเบียน
๑๑	นายโสภณ พันธุ์	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	ฝ่ายประสานงาน / ประชาสัมพันธ์ -การตลาด
๑๒	นายวีระ ยุพาพิน	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	รองประธาน
๑๓	นายไพฑูรย์พรหมพันธ์	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	ฝ่ายจัดควบ้านพักโฮมสเตย์
๑๔	นางทิพาพันธ์ วงษ์วิจารณ์	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	หัวหน้าฝ่ายจัดควบริการพาหนะ ท่องเที่ยว
๑๕	พระครูภัทรกิตติสาร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง	เจ้าอาวาสวัดสัปรสเทศ ที่ปรึกษาเจ้าคณะตำบลวังยาง
๑๖	นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิต วิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้)	ประธานศูนย์

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตร
สร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง มีกรรมการเข้าร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด จำนวน
๑๐ ราย คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๕๐ รองลงมาได้แก่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีจำนวน ๕ คน
คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๒๕ และมีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย
(นาเหี้ยใช้) จำนวน ๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๖.๒๕





ภาพที่ ๔.๑๖ การเสวนากลุ่มและการสัมภาษณ์ จากประธาน และรองประธานกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕^๖



ภาพที่ ๔.๑๗ ภาพคณะกรรมการ การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก

๔.๑.๒ ส่วนที่ ๒ ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาข้อมูลในประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน/ภายนอกและเสนอแนวทางการจัดการการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการสรุปความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มในแต่ละประเด็นแต่ละด้าน วิเคราะห์

^๖ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

เนื้อหา (Content Analysis) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบการวิจัย จัดกลุ่มข้อความที่ไปในแนวทางเดียวกัน ตัดข้อความที่ไม่สัมพันธ์กับคำถามออกไป แล้วนำมาสรุปเนื้อหาให้กระชับ สั้นกระชับและเรียบเรียงข้อมูล แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ดังนี้

๑) สรุปผลจากการสนทนากลุ่ม จำแนกเป็นรายประเด็น ดังนี้

ประเด็นคำถาม : การจัดการตลาดด้านการท่องเที่ยวท่านมีวิธีการจัดการอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

เป็นการรวมกลุ่มที่เกิดจากทุกคนที่มีความปรารถนาร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน (มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๑ แห่ง ที่เกิดจากทุนส่วนบุคคล) ประกอบกับประชาชนจังหวัดสุพรรณบุรีมีอาชีพทางการเกษตรมากที่สุด โดยเฉพาะอาชีพทำนา ในฤดูดำนาจะมองเห็นทุ่งนาสีเขียวสดงาม ให้ความรู้สึกชื่นใจ ครั้นถึงฤดูเก็บเกี่ยวทุ่งนาจะเป็นสีทองทอดตัวยาวไปทุกพื้นนา ถ้าเราใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ ปรับถนนให้เดินทางสะดวก และเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นสถานที่ไม่แออัด อากาศปลอดโปร่ง เข้ากับมาตรการกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีความมั่นคง มั่งคั่ง ผ่านพ้นวิกฤตการณ์ผวนเศรษฐกิจ เป็นวิธีการนำสิ่งที่มีในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ ราย ยังได้เพิ่มเติมอีกว่า เป็นวิธีการจัดบริการท่องเที่ยวแบบชาวบ้าน ให้ญาติมิตร มีความสุข มีกิจกรรมเป็นงานการกุศล งานสาธารณะประโยชน์ และจำหน่ายสินค้าในงานกุศล เป็นต้น^๗

ประเด็นคำถาม : ในช่วงเวลาที่ผ่านมาท่านมีวิธีการบริหารจัดการ การจัดการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

วิธีการบริหารจัดการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผ่านมา ได้พยายามที่จะยกระดับให้ได้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแต่ก็ขาดความรู้ความสามารถด้านการบริหาร^๘

ประเด็นคำถาม : วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาในความร่วมมือการทำงานและผู้ประสานในชุมชน หรือไม่อย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

^๗ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

^๘ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙ คณะกรรมการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

มีความต่อเนื่องในความร่วมมือการทำงาน และผู้ประสานในชุมชน ปัจจุบันเป็นเจ้าหน้าที่ของเทศบาลทำหน้าที่เป็นผู้ประสาน ในอนาคต มีความคาดหวังจะมีผู้ประสานงานเป็นสมาชิกในชุมชนเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงาน^๙

ประเด็นคำถาม : วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาการหาแหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของท่านอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

การหาแหล่งทุนจากหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงแรกเช่น แหล่งทุนสนับสนุนจาก สสส. และความต่อเนื่องในการช่วยเหลือทางวิชาการ จากมหาวิทยาลัย

ประเด็นคำถาม : วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาช่องทางหรือสถานที่/จุดกระจายผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสนทนากลุ่ม ดังนี้

มีช่องทางหรือสถานที่หรือจุดจำหน่าย/จุดกระจายมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้างแต่ไม่มากนักเพราะชุมชนไม่ได้ขึ้นทะเบียนมีมาก^{๑๐}

คณะผู้วิจัย สรุปผลการสนทนากลุ่ม ดังนี้

รูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีหนึ่งกลุ่มวิสาหกิจที่มีรูปแบบการบริหารแบบปัจเจกชน และจำนวน ๓ แห่ง เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน และมีเป้าหมายที่มุ่งร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน หาแนวทางเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม แต่การบริหารจัดการไม่มีระบบตามหลักวิชาการ แต่ดำเนินการด้วยใจรักในมาตุภูมิ ใช้ประสบการณ์การบริหารจัดการ และต้องการให้มีสถาบันทางการศึกษาเข้ามาช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการที่มีรูปแบบทางวิชาการ เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

(๒) สรุปผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำแนกเป็นรายประเด็น ดังนี้

ในภาวะปกติการจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสิ่งแรกที่ต้องนำมามีวิเคราะห้เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนซึ่งเราเรียกกันว่าองค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวท่านได้นำมาพิจารณาอย่างไรบ้าง

^๙ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

^{๑๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ประเด็นคำถาม : ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ท่านได้มีวางแผนควบคุม ดูแล และจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนยอมรับและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร

แต่ยังไม่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น จัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ และการกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เป็นต้น^{๑๑}

ประเด็นคำถาม : ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ท่านได้เตรียมความพร้อมในการจัดหาบริการพื้นฐาน ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจ อย่างไรบ้าง



ภาพที่ ๔.๑๘ เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีความสะอาด ปลอดภัย มีลานจอดรถขนาด ๑๐๐ คัน มีกล้องวงจรปิด กรังเต็อนภัย ห่วงกั๊ชีฟ ถังดับเพลิงห้องน้ำ ละสิ่งอำนวยความสะดวก สุขาสาธารณะ แยกหญิง-ชาย,คนชรา, พิการและคนท้อง ห้องน้ำรวมได้มาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกครบ (กระดาดชำระ,สบู่เหลว, ถังขยะ) สุขาแยกชาย-หญิง-เด็กเล็ก

^{๑๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

แต่ยังไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ ขาดบุคลากรรองรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา และยังมีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวครบทุกแห่ง เช่น แผ่นพับ เอกสาร ป้ายสื่อความหมาย^{๑๒}

ประเด็นคำถาม : ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีการบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่ และกติกากฎการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว หลายๆ กิจกรรม ยืดหลักแห่งมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย (๑). รู้จักตนเอง (๒) รู้จักสิ่งนำเสนอ (๓) รู้จักเป้าหมายตนเอง (๔) รู้จักเตรียมความพร้อม (๕). รู้จักเขา รู้จักเรา (๖) รู้จักเป็นมิตรการขาย (๗) รู้จักผู้มาเยี่ยม (๘) รู้จักละทิ้งปัญหา (๙) รู้จักค่าผลของงานและ(๑๐). รู้จักโซเชียล

แต่ยังไม่มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยวครบทุกแห่ง ไม่มีการบริการด้านยานพาหนะนำชมสถานที่ และควรมีการให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว^{๑๓}

ประเด็นคำถาม : ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นทางการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่โดดเด่น มีการทำนาสาธิต การทำนาห้าว การปลูกกล้วยด้วยเทคนิคใหม่ๆ การทำอาหารคาวหวาน การเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม และมีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมเคยได้รับมากกว่า ๑ รางวัล

^{๑๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

^{๑๓} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๕ เจ้าอาวาสวัดสัปปะรดเทศ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๖ ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

แต่ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงและมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นไว้เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยว^{๑๔}



ภาพที่ ๔.๑๙ สถานที่พักของชุมชน ตำบลบ้านแหลม บ้านทรงไทยหลายหลัง

ประเด็นคำถาม : การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้านกิจกรรม มีอย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง มีศูนย์ที่พักให้นักท่องเที่ยว เช่นศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ด้านหลังวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีมีประชาชนและนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมนาวาภิขจา ใส่บาตรพระสงฆ์ พระภิกษุสงฆ์ออกมารับบิณฑบาตทางเรือ

วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ได้ให้ความสำคัญกับประเพณีตักบาตรทางน้ำ โดยทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา ๐๗.๐๐ น. จะมีพระภิกษุสงฆ์ออกมารับบิณฑบาตทางเรือ ๙ รูป มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย เช่น ส่งเสริมวิถีไทย การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสาธิตให้ความรู้ทางการเกษตร การปลูกพืชผลและสมุนไพร หรือการรับประทานอาหารปลอดสารพิษในแหล่งท่องเที่ยว สามารถปฏิบัติกันได้เป็นครอบครัว ตลอดจนให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกัน นอกจากเป็นการทำบุญแล้วยังเป็นโอกาสที่จะได้ศึกษาพันธุ์กล้วยชนิดต่างๆ ที่หายากพร้อมกับเก็บภาพความประทับใจ จากนั้นสามารถเดินทางไปหอพระหลวงพ่อโต และหลวงพ่อกุญเฑาะหลังวิหารหลวงพ่อโตวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร เพื่อ

^{๑๔} สัมภาษณ์ นายอานนท์ รักผล, ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, นายสงบ ลาภปัญญา, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, นายโสภณ พันธุ์ฝ้ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา, ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ความเป็นสิริมงคล ดังจากภาพกิจกรรมต่าง ๆ^{๑๕}



ภาพที่ ๔.๒๐ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมวิถีไทย

กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมสุพรรณ (บ้านสวนแผ่นดินแม่) มีกิจกรรมเช่น



ภาพที่ ๔.๒๑ กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มตำบลบ้านแหลมสุพรรณ

^{๑๕} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล ประธานกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตร สร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย , เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ศูนย์จัดการศัตรูพืชชุมชน (ศูนย์เรียนรู้สะเดาไทย) เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการศัตรูพืชของชุมชน โดยการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถบริหารจัดการ

กลุ่มผลิตยาหม่องสมุนไพรบ้านบันไดทอง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้การทำยาหม่องสมุนไพรจากขมิ้น ไพล สเปรตะไคร้หอมกันยุง โลชั่นกันยุง และพืชมะนาว



ภาพที่ ๔.๒๒ กิจกรรมพานักท่องเที่ยวล่องเรือริมแม่น้ำท่าจีน

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

(๑) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนยอมรับและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร แต่ควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ และการกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

(๒) ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเดินทางเข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ แต่ควรมีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ มีบุคลากรพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ เอกสาร ป้ายสื่อความหมาย

(๓) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่ และกติกาการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว หลากๆ กิจกรรม แต่ควรมีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีการบริการด้านยานพาหนะนำชมสถานที่ และควรมีการให้บริการฝึกอบรม และถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว

(๔) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นทางเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่โดดเด่น มีการทำนาสาธิต การทำนาหั่ว การปลูกกล้วยด้วยเทคนิคใหม่ ๆ การทำอาหารคาวหวาน การเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม และมีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมเคยได้รับ

มากกว่า ๑ รางวัล แต่ควรมีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงและมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นไว้เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวบ้าง

ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมุ่งการให้ความสำคัญในประเด็นของเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีความสะดวกสบายมีทางเข้า-ออกที่มีความกว้างไม่ต่ำกว่า ๔ เมตร สำหรับที่พักในแหล่งท่องเที่ยวควรมีลักษณะเป็นโฮมสเตย์หรือโฮมลอดจ์ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถชมวิถีทัศน์และสัมผัสความเป็นธรรมชาติ ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิดและไฟส่องสว่างบริเวณทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์การจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น กำหนดเขตใช้ประโยชน์ พื้นที่เพื่อการเกษตร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ ถนนและลานจอดรถ การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย เพื่อเตรียมการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และควรบริหารให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดการให้บริการ เป็นต้น^{๑๖}

ประเด็นคำถาม : การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความประทับใจ พึงพอใจจากลูกค้า และต้องการที่จะมาเยี่ยมชมอีกในรอบที่ ๒ รอบที่ ๓ ท่านได้มีการบริหารจัดการปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ประเด็นคำถาม : ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งทีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น ๒ ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ของฝาก หรือของที่ระลึก เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประสบการณ์ที่ได้รับจากการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ นี้ได้แก่ การจำหน่ายอาหาร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นจำหน่าย มี กล้วยนานาชนิด เป็นหลัก สำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวโดยมีการแบ่งหน้าที่ทำงานในลักษณะเป็นครอบครัว แบ่งหน้าที่ทำงานเป็นลักษณะพ่อ แม่ และลูก และเน้นการสร้างการรับรู้ด้านมิตรไมตรี ให้การต้อนรับที่ดีแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ในด้านลักษณะที่ปรากฏ

^{๑๖} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล เจ้าอาวาสวัดสัปปะระตศต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล ผู้ประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาดวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สมหวังวังยาง ,เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

นั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจด้านการบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีความเป็นกันเองและกระตุ้นความต้องการให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกครั้งโดยใช้การส่งเสริมการตลาด เช่น การลด แลก แจก แถมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น

ประเด็นคำถาม : การกำหนดราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ราคาขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว เช่น ไม่มีการเก็บค่าประตู ค่าจอดรถ เพียงบางแห่งการเสียการเสริมเช่นการล่องเรือของชุมชนบ้านแหลม คิดเหมาลำ ทุกแห่งเยี่ยมชม ฟรี มีอาหารปลอดสาร ราคาไม่แพง

ประเด็นคำถาม : ช่องทางการจัดจำหน่าย

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ตอนนี้มีการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของสถานที่ และการให้บริการ น่าจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ศูนย์การเรียนรู้และการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี มีสมรรถนะในการสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความสนใจและตัดสินใจเข้ามาศึกษา เยี่ยมชม ซื้อสินค้าการเกษตรอื่นๆ รวมทั้งผลผลิตจากกล้วย^{๑๗}

ประเด็นคำถาม : ส่งเสริมการตลาด

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญ นักการตลาดส่วนใหญ่ได้นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจการตลาด แต่ในการทำตลาดของศูนย์การเรียนรู้และการอนุรักษ์พันธุ์กล้วยนั้นเน้นกระบวนการให้บริการ

ประเด็นคำถาม : กระบวนการในการให้บริการ

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีขั้นตอน ระเบียบ หรือกระบวนการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอสินค้าและบริการให้กับนักท่องเที่ยว

ประเด็นคำถาม : ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง มีปฏิสัมพันธ์กันรวมถึงองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่าง ๆ

ประเด็นคำถาม : ด้านบุคลากร (People)

^{๑๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล , รองประธาน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล ตำแหน่งรองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์สมหวังวังยาง, เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๔ แห่งได้แก่ ๑) ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เป็นองค์กรปัจเจกชน มีนายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา เป็นประธาน ตั้งอยู่ ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ๓๒๐๐๐ ๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ๓) กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม มีนายโสภณ พันธู เป็นประธาน ๔) ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีนายอานนท์ รักผลเป็นประธาน

ประเด็นคำถาม : ในการบริหารแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการให้บริการที่ติดกับพื้นที่ และมีหลายปัจจัยที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ท่านได้มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในองค์กรอย่างไรบ้าง ประกอบด้วย

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดอ่อน ท่านคิดว่าในองค์กรท่านมีจุดอ่อนอะไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย ขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สินค้าเกษตรแปรรูปมีน้อย ขาดบรรจุภัณฑ์สวยงาม ขาดการสร้างอัตลักษณ์ ขาดผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ขาดมัคคุเทศก์ มีข้อจำกัดด้านฤดูกาล สินค้าเกษตรเน่า ขาดความรู้ ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ ขาดรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ไม่มีป้ายบอกเส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ขาดงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ขาดระบบบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ (ขาดการควบคุมคุณภาพสินค้าและแม่ค้า) ขาดจุดจำหน่ายสินค้าของฝากที่ระลึก สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกัน ไม่มีคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดการทำนาหั่ว ไม่มีสถานที่สำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ถาวร ความเป็นอยู่และความคิดของชุมชนยังล้าหลังกว่าที่อื่น คนในชุมชนไม่สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและตรงกัน^{๑๘}

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็ง ท่านคิดว่าในองค์กรมีจุดแข็งอะไรบ้าง อะไรบ้าง

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รวดเร็ว สามารถเดินทางได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯ ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นชุมชนต้นแบบที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม มีการดำเนินกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ประธานมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ คนในชุมชนมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำนาหั่ว และเป็นที่ปลูกหั่วแห่งแรกในประเทศไทย มีแหล่งวัฒนธรรมและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ประจำหมู่บ้าน มีกลุ่มผู้นำที่เข้มแข็ง มีศักยภาพในการทำงาน

^{๑๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล รองประธาน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล ผู้ประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย, เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาส ท่านคิดว่าในองค์กรมีโอกาอะไรบ้าง
 คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติและเชิงเกษตรที่ตั้งไม่ห่างกันมากนัก
 สามารถไปเที่ยวได้ครบจบในวันเดียว มีที่พักที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีระบบเทคโนโลยีและการ
 สื่อสารที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต ไวไฟ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและรวดเร็ว มี
 สินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วมกิจกรรม เช่น การล่องเรือ
 การดำนา การร่วมกิจกรรมปลูกข้าว การนวดทำอาหารจากกล้วย สถานที่ปลอดโปร่ง อากาศถ่ายเท
 สะดวก เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมาตรการป้องกันไวรัสโควิด ๑๙ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ติด
 ถนนใหญ่ทำให้สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย มีแม่น้ำท่าจีนสามารถใช้เรือในการเดินทางได้ มี
 หน่วยงานทั้งราชการ สถาบันการศึกษา และเอกชนมาช่วยหลายหน่วยงาน มีรายการทีวีหลายช่องมา
 ถ่ายทำรายการ มีช่องทางการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง^{๑๙}

ประเด็นคำถาม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ อุปสรรค ท่านคิดว่าในองค์กรมีอุปสรรคอะไรบ้าง
 คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

สภาพเศรษฐกิจทรุดซึมยาว น้ำมัน แก๊สสูงค้ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง มีแหล่ง
 ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน การขัดแย้งทางการเมืองยังดำเนินการอย่าง
 ต่อเนื่อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง ขาดความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่นๆ ขาดการ
 ทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ มีปัญหาเรื่องน้ำใน
 บางปีไม่สามารถปลูกข้าวได้ มีการเผาฟางข้าวทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ ราคาผลผลิตเหี่ยวตกต่ำ^{๒๐}

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านการเมือง ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบ
 อย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับ
 ส่วนราชการ การจัดเวทีประชาคมยังขาดการต่อเนื่อง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นยังให้ความสำคัญ
 ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับที่น้อยมาก ขาดการสนับสนุนด้านเงินลงทุน

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านสังคม/ชุมชน ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับ
 ผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

^{๑๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล กรรมการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รอง
 ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/
 ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, เมื่อวันที่ ๒๑ มิถุนายน
 ๒๕๖๕.

^{๒๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล , กรรมการ วิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธาน
 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/
 ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ชุมชนมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเป็นอย่างดี ชุมชนจะให้การต้อนรับผู้มาท่องเที่ยวด้วยจิตใจไมตรี ชุมชนยังมีความยึดมั่นในหลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา มีการเข้าวัดปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมทางประเพณียังยึดโยงกับงานประเพณีทางพระพุทธศาสนา ปัจจุบันชุมชนยังพบปัญหาเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ และการระบาดของสารเสพติด

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านเศรษฐกิจ ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

น้ำมัน แก๊สหุงต้ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

ขาดความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่นๆ ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ ราคาผลผลิตทางเกษตรตกต่ำ

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้าน เทคโนโลยีท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

การเติบโตด้านเทคโนโลยีมีส่วนสนับสนุนให้ชุมชนมีระบบการสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว ชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้รับรู้ข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้าน สิ่งแวดล้อม ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่งให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเพราะกิจกรรมเหล่านี้ต้องพึ่งพิงความเป็นธรรมชาติเพื่อให้เป็นจุดขาย ต้องรักษาแหล่งน้ำธรรมชาติเช่น แม่น้ำท่าจีนให้สะอาด ท้องทุ่งนาต้องปลูกข้าวให้มีความเขียวที่ทอดตัวไปกับผืนนา มีไม้ดอกไม้ประดับไม้ยืนต้นที่ครอบคลุมให้ความร่มรื่นสวยงาม ไม่มีสารเคมีป้องกันศัตรูพืชเน้นใช้สารหมักจากธรรมชาติ ตั้งอยู่ในที่ลาดุ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งดิน น้ำ อากาศและอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว^{๒๑}

ประเด็นคำถาม สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้าน กฎหมาย ท่านคิดว่าในองค์กรได้รับผลกระทบอย่างไร

คณะผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ ดังนี้

^{๒๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล , ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล , ประธานศูนย์ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย , ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มี โอกาสที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนสำหรับการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน^{๒๒}

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๑๖ ราย ได้แสดงความเห็นอย่างอิสระ ให้แนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอประสบการณ์ของการบริหารจัดการวิสาหกิจที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนร่วมกันอธิบายเชื่อมโยงเรื่องระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความคิดเห็นด้านโอกาส/อุปสรรค/จุดแข็ง/จุดอ่อน

ดังนั้น เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ที่ไม่เหมือนกับการจัดการตลาดด้านอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องสินค้าหรือทดลองได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ คณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลการไปเยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนในเบื้องต้น การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ ๑ การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้การวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของ PESTEL Analysis ดังนี้

ตารางที่ ๔.๓ แสดงการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยภายนอกตามองค์ประกอบ PESTEL Model

Social: ด้านสังคม	Economical: ด้านเศรษฐกิจ
๑) มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับส่วนราชการ ๒) การจัดเวทีประชาคมยังขาดการต่อเนื่อง ๓) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นยังให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับที่น้อยมาก ๔) ขาดการสนับสนุนด้านเงินลงทุน	๑) น้ำมัน แก๊สหุงต้ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ๒) ขาดความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่น ๆ ๓) ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ ๔) ราคาผลผลิตทางเกษตรตกต่ำ
Technology: ด้านเทคโนโลยี	Social: ด้านสังคม
๑) การเติบโตด้านเทคโนโลยีมีส่วนสนับสนุนให้ชุมชนมีระบบการสื่อสารที่ทันสมัยรวดเร็ว ชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้รับรู้ข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง	๑) ชุมชนมีเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเป็นอย่างดี ๒) ชุมชนจะให้การต้อนรับผู้มาท่องเที่ยวด้วยจิตไมตรี ๓) ชุมชนยังมีความยึดมั่นในหลักธรรมคำสั่งสอน มีการเข้าวัดปฏิบัติธรรมอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมทางประเพณียังยึดโยงกับงานประเพณีทางพระพุทธศาสนา ๔) ปัจจุบันชุมชนยังพบปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 และการระบาดของสารเสพติด

^{๒๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูล, ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ผู้ให้ข้อมูล, รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ผู้ให้ข้อมูล, ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม, ผู้ให้ข้อมูล, คณะกรรมการดำเนินการ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

ตารางที่ ๔.๓ แสดงการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยภายนอกตามองค์ประกอบ PESTEL Model (ต่อ)

Environmental: ด้านสิ่งแวดล้อม	Legal : ด้านกฎหมาย
๑) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่งให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเพราะกิจกรรมเหล่านี้ต้องพึ่งพิงความเป็นธรรมชาติเพื่อให้เป็นจุดขาย ต้องรักษาแหล่งน้ำธรรมชาติเช่น แม่น้ำท่าจีนให้สะอาด ท้องทุ่งนาต้องมีความเขียวที่ทอดตัวไปกับผืนนา มีไม้ดอกไม้ประดับไม้ยืนต้นที่ครอบคลุมให้ความร่มรื่นสวยงาม ไม่มีสารเคมีป้องกันศัตรูพืชเน้นใช้สารหมักจากธรรมชาติ ตั้งอยู่ในที่ลุ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งดิน น้ำ อากาศและอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ๒) เกษตรกรบางส่วนมีการเผาฟางข้าวทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ	มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มี โอกาสที่ได้รับ การส่งเสริมและสนับสนุนสำหรับการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นที่ ๒ การสังเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ SWOT Analysis

ตารางที่ ๔.๔ แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	S1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รวดเร็ว S2 สามารถเดินทางได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯ S3 ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นชุมชนต้นแบบที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม S4 มีการดำเนินกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม S5 ประธานมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ S6 เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำนาข้าว และเป็นที่พักแหว่แห่งแรกในประเทศไทย S7 มีกลุ่มแม่บ้านเข้มแข็ง มีศักยภาพในการทำงาน	W₁ ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย W₂ ขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว W₃ ขาดการสร้างอัตลักษณ์ W₄ ขาดการสร้างสรรคกิจกรรมใหม่ ๆ W₅ ข้อจำกัดด้านฤดูกาล W₆ ขาดความรู้ ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ W₇ ขาดรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค W₈ ขาดงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ W₉ ขาดระบบบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ ๔.๔ แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง(Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
โอกาส (Opportunities : O) O ₁ มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติ และเชิงเกษตรที่ตั้งไม่ห่างกันมากนัก สามารถไปเที่ยวได้ครบจบในวันเดียว O ₂ มีที่พักที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ O ₃ มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย O ₄ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและรวดเร็ว O ₅ มีสินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ O ₆ มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วมกิจกรรม O ₇ สถานที่ปลอดโปร่ง อากาศถ่ายเทสะดวก เป็นการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมาตรการป้องกันไวรัสโควิด 19	จุดแข็งกับโอกาส (SO) SO ₁ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รวดเร็ว มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติและเชิงเกษตรที่ตั้งไม่ห่างกันมากนัก สามารถไปเที่ยวได้ครบจบในวันเดียว SO ₂ มีการดำเนินกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม มีที่พักที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ สถานที่ปลอดโปร่ง อากาศถ่ายเทสะดวก SO ₃ มีกลุ่มแม่บ้านเข้มแข็ง มีศักยภาพในการทำงาน มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วม	จุดอ่อนกับโอกาส (WO) WO ₁ ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย WO ₂ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ มีสินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ มีกิจกรรมให้ผู้มาเยือนได้ร่วมกิจกรรม WO ₃ ขาดระบบบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและรวดเร็ว WO ₄ ขาดรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย

ที่มา : คณะผู้วิจัย ๒๕๖๕

ตารางที่ ๔.๔ แสดงการสังเคราะห์ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ของการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมของวิสาหกิจจัดการท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง(Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
อุปสรรค (Threats : T) T ₁ สภาพเศรษฐกิจทรุดซึมยาว น้ำมัน แก๊สสูงต็ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง T ₂ มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน T ₃ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง T ₄ ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ	จุดแข็งกับอุปสรรค (ST) ST ₁ สามารถเดินทางได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯมีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ST ₂ ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นชุมชนต้นแบบที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ ST ₃ ประธานมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง	จุดอ่อนกับอุปสรรค (WT) WT ₁ ขาดการสร้างอัตลักษณ์ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ WT ₂ ขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง WT ₃ ขาดความรู้ ด้านการตลาดเชิงพาณิชย์สภาพเศรษฐกิจทรุดซึมยาว น้ำมัน แก๊สสูงต็ม สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง

ที่มา : คณะผู้วิจัย ๒๕๖๕

จากตารางที่ ๔.๔ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมทั้ง ๔ แห่ง โดยใช้ SWOT Analysis จากข้อมูลปฐมภูมิในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์แบบทางการและกึ่งโครงสร้างผ่านระบบ Zoom Meeting เพื่อค้นหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคการฝึกอบรมส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถืพุทธ และดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ในรูปแบบแมทริกซ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis ทำให้ได้กลยุทธ์เพื่อประกอบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถแบ่งออกได้ ๔ กลยุทธ์ ดังนี้

๑) กลยุทธ์เชิงรุก (S-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงรุก ดังนี้

๑.๑) ควรมุ่งพัฒนาองค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งทางประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศน์ และเชิงเกษตร เป็นต้น

๑.๒) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สุพรรณบุรีให้ยั่งยืน

๑.๓) ควรรวมพลังชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ร่วมดูแล แบ่งปันผลประโยชน์ให้ชุมชน

๒) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงป้องกันดังนี้

๒.๑) ควรสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนรากฐานวิถีชุมชนเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

๒.๒) ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดกิจกรรมสาธิต การให้ความรู้ การลงมือปฏิบัติที่คำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก

๒.๓) ควรส่งเสริมให้เกษตรกรนำผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีสารปนเปื้อนตกค้างหรือไร้สารปนเปื้อนมาจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว

๒.๔) ควรพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวให้เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาดดิจิทัล

๓) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงแก้ไข ดังนี้

๓.๑) ควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละวัย

๓.๒) ควรพัฒนาองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

๓.๓) ควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและมุ่งกลุ่มผู้บริโภคทุกวัย

๓.๔) ควรมีการศึกษาข้อมูลและประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงในทุกระดับ ตั้งแต่ ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ

๓.๕) ควรร่วมกับสถาบันทางการศึกษาในการพัฒนาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔) กลยุทธ์เชิงรับ (W-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่อุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่องานวิสาหกิจชุมชนทั้ง ๔ กลุ่ม นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงรับ ดังนี้

๔.๑) ควรพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพการบริหารจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๒) ควรร่วมกันสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทเป็นคู่ค้าหรือพันธมิตร

๔.๓) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวในองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

คณะผู้วิจัยสรุปผลการดำเนินงานในระยะที่ ๑ ส่วนที่ ๑ และส่วนที่ ๒ เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านการตลาด รวมทั้งหัวหน้าส่วนราชการ หอการค้าจังหวัด เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานและร่วมกันพิจารณาหาหนทางในการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่ประชุมคณะผู้ทรงคุณวุฒิมีมติร่วมกันให้จัดกิจกรรมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพราะแต่ละวิสาหกิจมีผู้เชี่ยวชาญและประสบการณ์แตกต่างกัน การนำประสบการณ์มาแบ่งปันจึงน่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการ

๔.๒ ผลการศึกษาองค์ประกอบหลักและส่วนประสมการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๒.๑ ส่วนที่ ๑ ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม

ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม เรื่อง องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีผู้เข้าร่วมเสวนา ดังแสดงในตารางที่ ๔.๕ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๕ แสดงสัดส่วนผู้สมัครใจเข้าร่วมเสวนา ตามรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ที่	ชื่อ-นามสกุล	สังกัดกลุ่มวิสาหกิจ	ตำแหน่ง
๑	นางสาวธนัชพร เกตุคง	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	ประธานกลุ่มที่ ๑
๒	นายอานนท์ รักผล	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	ประธานกลุ่มศูนย์ฯ
๓	นายวัฒนา เผือกเสริมฐิ	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	รองประธานศูนย์ฯ
๔	นายสมคิด เกตุคง	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๕	นายสมภพ ทองฤทธิ์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๖	นางสาวกัญญารัตน์	ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการและเลขานุการ
๗	นายสงบ ลาภปัญญา	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยววังยาง	รองประธาน
๘	พระครูภัทรกิตติสาร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตร สร้างสรรค์วังยาง	เจ้าอาวาสวัดสัปปะรดเทศ เจ้าคณะตำบลวังยาง
๙	นางสาวศรีวิรุฬห์ แก้วศรีงาม	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยววังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ
๑๐	นางสาวบุบผา ศรีวิเชียร	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยววังยาง	คณะกรรมการดำเนินการ
๑๑	นายเฉลิมศักดิ์ จิตถนอม	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย	กรรมการ
๑๒	นางทวีป บุญยัง	แหล่งเรียนรู้ ทวีป บุญยัง	ที่ปรึกษา ฯ
๑๓	นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้)	ประธานศูนย์

สรุปผลจากการเสวนา

ในการจัดเสวนาโต๊ะกลมครั้งนี้ มีผู้สมัครใจเข้าร่วมเสวนา จำนวน ๑๓ ราย ได้จัดเสวนา เรื่อง “องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี” เมื่อวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ณ ห้องประชุม ขั้วตาจู วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี มีผู้ร่วมเสวนาบนเวทีประกอบด้วย

๑) นายนิธิทัศน์ เจริญธรรมรักษา ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณ ชวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

๒) นายสงบ ลาภปัญญา ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง อำเภอ ศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

๓) นายโสภณ พันธู ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

๔) นายอานนท์ รักผล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี

ดำเนินรายการโดย นายชวพัฒน์ พรหมขุนทด นักวิชาการอิสระ เริ่มเวลา ๑๔.๐๐ น โดยใช้ กรอบคำถามในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตร สวนเกษตร สวน สมุนไพร พืชนา หรือฟาร์ม การจัดการตลาดไม่เหมือนกับตลาดด้านอื่น ๆ ผู้ท่องเที่ยวไม่สามารถจับ ต้องสินค้าหรือทดลองได้ก่อนจ่ายค่าบริการ

๑) ปัจจุบันท่านประสบปัญหาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างไรบ้าง

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะหวังผลกำไรจากการลงทุน เป็นไปไม่ได้ ต้องมองหากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายต้องมาทุกกลุ่มอายุ จะมองเฉพาะกลุ่มไม่ได้ ตลาด การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นตลาดที่ตอบโจทย์ ปัญหาโควิด 19 พื้นที่ไม่แออัด สิ่งที่คุณประกอบการไม่ควรมองข้ามคือต้องบริหารจัดการให้ครบวงจร มีการให้บริการและมีกิจกรรมที่ตอบสนองทุกกลุ่มอายุ มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และมีสถานที่รองรับให้มีคุณภาพ ที่สำคัญที่สุดผู้ประกอบการต้องพัฒนาให้ ได้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ส่วนราชการรับรอง

๒) ท่านมีวิธีการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่มีสูตรสำเร็จขึ้นอยู่กับประสบการณ์เป็นสำคัญ ต้องมีสถานที่รองรับสะอาด กว้างขวาง ห้องน้ำสะอาด มีที่จอดรถเพียงพอในช่วงเทศกาล พยายามเชื้อเชิญให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เน้นผู้มาเที่ยวต้องได้ความรู้ ได้ความสุข และมีความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ เด็ก ผู้สูงอายุ และคนพิการ มีร้านอาหาร ร้านกาแฟ เน้น การให้บริการด้วยหัวใจใฝ่บริการ เราต้องไม่มีตัวตน ต้องทำให้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญ แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ในแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่

มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านลักษณะทางกายภาพ

๓) ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนอกจากจะมีความสะอาด สะดวกแล้ว ต้องสร้างแหล่งดึงดูดใจ มีร้านอาหารและผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ มีกิจกรรมที่โดดเด่นตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ มีบ้านพักกลางทุ่งนา มีของฝากที่มีบรรจุกัญธเป็นมิตรกับธรรมชาติ การพัฒนาความสามารถด้านการบริการท่องเที่ยวในชุมชน มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและต่างชุมชน สร้างเอกลักษณ์และกิจกรรมของแต่ละพื้นที่บนวิถีท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และสร้างความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ควรได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ เช่น มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยโดยชุมชน (CBT Thailand) มาตรฐานการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ควรเน้นการบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนตลอดจนสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น คิดค้นหาเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่โดดเด่น เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการจัดกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีท้องถิ่น

๔) แรงจูงใจในการจัดสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

การสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกิดขึ้นจากความผูกพันในวิถีชีวิตชาวนาตระหนักในคุณค่าของแต่ละอุปกรณ์การทำนา เช่น คันไถ คราด เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีร่องรอยของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีของนักปราชญ์ นักประดิษฐ์ นักคิดนักสร้างสรรค์ นักวิศวกรรม และสถาปนิกชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบอาชีพ จึงให้ความสำคัญกับเมล็ดพันธุ์ข้าวให้มีคุณภาพเป็นระบบได้มาตรฐานเป็นการเพิ่มคุณค่า/มูลค่าเปลี่ยนความคิดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์^{๒๓}

มีแรงบันดาลใจ “รักชุมชน รักท้องถิ่น” ผลประกอบการที่อยู่บนพื้นฐานความรักชุมชน เช่น ชุมชนต้นแบบโครงการ Village to the word หนึ่งในสิบของประเทศ ชุมชนต้นแบบหมู่บ้าน CVI ชุมชนท่องเที่ยวโดยมาตรฐานอาเซียนและมาตรฐาน CBT Thailand ได้รับมาตรฐานSHA ของ ททท.และสาธารณสุข ประเพณีนันทนาการและแหล่งท่องเที่ยว^{๒๔} เป็นต้น

^{๒๓} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๔} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

“นาสมหวัง ณ ที่วังยาง” เป็นเขตพื้นที่ที่เหมาะสม มีกลุ่มแม่บ้านที่ขยันขันแข็ง และส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่ม เศรษฐกิจมั่นคง ชีวิตยั่งยืน^{๒๕}

ต้องการให้ชุมชนมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น ผลผลิตทางการเกษตรสามารถนำมาวางจำหน่ายได้ทุกกลุ่ม ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มุ่งหวังให้แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขนาดใหญ่ของภาคกลาง ต้องการให้เป็นศูนย์การเรียนรู้แบบพหุวิชา และในช่วงสุดท้ายของชีวิตตั้งใจอุทิศเพื่อความสุขสงบสุขของประชาชน^{๒๖}

๕) ท่านมีวิธีการสร้างความเชื่อมั่นและความหวังให้นักท่องเที่ยวจ่ายค่าเดินทางมาเที่ยวอย่างไร

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

ควรให้มีหน่วยงานราชการรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว มีความสะอาดปลอดภัย (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย) ได้รับคุ้มครองการประกันชีวิต สร้างแรงดึงดูด จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มอายุ การเดินทางสะดวก มีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน มีการประชาสัมพันธ์ให้ผ่านสื่อหลากหลายช่องทางและต่อเนื่อง

๖) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่านมีจุดเด่น อะไรบ้าง

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

มีเรือนศูนย์รวมดวงใจไทยทั้งชาติ แปลงนาสาธิต ร้านโชห่วย ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก^{๒๗} ท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำนาหัว ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์^{๒๘} กิจกรรมทำขนมสายบัว หรือขนมไทยโบราณ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม ทำอาหารพื้นบ้าน เช่น น้ำพริก ล่องเรือชมสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน ชมวิถีชีวิตชาวริมฝั่ง เป็นต้น^{๒๙} แบ่งพื้นที่ออกเป็น ๕ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ แหล่งน้ำได้จัดทำเป็นแหล่งอาศัยของปลานานาชนิดมี ปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ตัว

ส่วนที่ ๒ แหล่งน้ำเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้พายเรือรอบเกาะ ได้ถ่ายรูป ต้มดื่มน้ำกับสายน้ำและฝูงปลา

ส่วนที่ ๓ การจัดกิจกรรมเป็นแหล่งเรียนรู้

^{๒๕} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๖} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๗} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้), ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๘} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๒๙} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ส่วนที่ ๔ กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เปิดโอกาสให้พุทธศาสนิกชนได้ดับบาตรทางน้ำ (นาวาภิกขาจาร) ทุกวันพระ

ส่วนที่ ๕ ตลาดร้านค้า ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว มีร้านอาหาร มีผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ ในวันเสาร์-อาทิตย์จะมีตลาดไม้ดอกไม้ประดับไว้บริการจำหน่ายในราคาต้นทุนแก่นักท่องเที่ยว^{๓๐}

๗) ในอนาคตการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการวิสาหกิจอื่นๆ จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไปวางจำหน่ายที่แหล่งท่องเที่ยวของท่านบ้าง

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

ผู้ดำเนินรายการสรุปได้ ดังนี้

ทุกแหล่งท่องเที่ยวยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะให้ใช้พื้นที่เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจ ที่มีผลิตภัณฑ์รับรองมาตรฐานความปลอดภัยจากภาครัฐ

ผู้ดำเนินรายการสรุปผลการเสวนา เพื่อให้ผู้เสวนาและสมาชิกที่ร่วมเสวนาได้พิจารณา ยืนยันหรือโต้แย้งเป็นการยืนยันข้อมูล ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบหนึ่งที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวน ชมทุ่งนา ชมแหล่งธรรมชาติ โดยมีที่พัก กิจกรรม สถานที่ถ่ายรูป และความบันเทิงให้บริการแก่ลูกค้า มีจุดมุ่งหมายให้ลูกค้าที่สนใจได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชนบท ผ่านกิจกรรมนันทนาการและการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น การทำนาหั่ว การล่องเรือ การชมพิพิธภัณฑ์ชาวนา การรับประทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศชายทุ่ง รวมไปถึงการดูแลพืชพรรณ การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่เกิดจากการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ตามความถนัด และความผูกพันกับวิถีชีวิตชาวเกษตรกร

ปัญหาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ต้องมองหากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทุกกลุ่มอายุ

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ต้องเน้นการให้บริการด้วยหัวใจใฝ่บริการ เราต้องไม่มีตัวตน ต้องทำให้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญองค์ประกอบการท่องเที่ยว เช่น องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ต้องมีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย จัดทำแผนปฏิบัติการ มีการติดตามประเมินผล นำผลมาสรุปเพื่อวางแผนพัฒนาต่อไป การสร้างสิ่งดึงดูดใจให้ทันสมัยตอบสนองความต้องการของคนต่างวัย การให้บริการ เช่น กิจกรรมต่าง ๆ ต้องเน้นความปลอดภัย และการรองรับนักท่องเที่ยว ต้องมีผลิตภัณฑ์ของฝาก ผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารและการให้บริการ เพื่อเตรียมขอประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวจากภาครัฐ

^{๓๐} บทสรุปเสวนา ผู้ให้ข้อมูล, ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุกรรมกล้วย, ณ ห้องประชุมขวัญตาจู, ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

๑) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ต้องสร้างแหล่งดึงดูดใจ มีกิจกรรมที่โดดเด่น ตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ การพัฒนาความสามารถด้านการบริการท่องเที่ยวในชุมชน มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและต่างชุมชน ควรได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ

๒) เพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย กับเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่โดดเด่น เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เพื่อการจัดกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนวิถีท้องถิ่น เปิดพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดสารพิษ เพิ่มรายรับให้กับชุมชน

๔.๒.๒ ส่วนที่ ๒ ผลจากการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะผู้วิจัยได้ออกตรวจเยี่ยมและเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้เครื่องมือการประเมินมาตรฐานและเกณฑ์การประเมินตามแบบของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ใช้วิธีสังเกตการณ์ และสนทนา ขออนุญาตบันทึกภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และใช้ภาพถ่ายเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพ ทั้งนี้จะดำเนินการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ ๔.๖-๔.๑๐ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๖ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๖๘.๐	๑๐๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๗๒.๕	๑๐๐	ดีมาก
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๗๔.๕	๑๐๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๗๖.๐	๑๐๐	ดีมาก
รวมเฉลี่ย	๗๒.๗๕	๑๐๐	มาก

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ๗๒.๗๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลรวมคะแนนสูงสุดเท่ากับ ๗๖.๐ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพให้บริการแหล่งท่องเที่ยว มีผลรวมเท่ากับ ๗๔.๕ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมต่ำสุดเท่ากับ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ ๔.๗ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายกลุ่ม “ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้)”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙	๒๕	๗๖.๐	ดีมาก
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๘	๒๕	๗๒.๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙.๕	๒๕	๗๘.๐	ดีมาก
รวมคะแนน	๗๓.๕	๑๐๐	๗๓.๕	มาก

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ ๗๓.๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๑๙.๕ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๐ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาได้ แก่ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๙ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๐ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตารางที่ ๔.๘ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายกลุ่ม “ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังวังยาง”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗.๕	๒๕	๗๐.๐	ดี
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗.๕	๒๕	๗๐.๐	ดี
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
รวมคะแนน	๖๙	๑๐๐	๖๙.๐	ดี

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังวังยาง ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดี มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ ๖๙ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๑๗.๕ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๐ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๙ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายกลุ่ม “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙.๕	๒๕	๗๘.๐	ดีมาก
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๙.๕	๒๕	๗๘.๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๒๑	๒๕	๘๔.๐	ดีเยี่ยม
รวมคะแนน	๗๗	๑๐๐	๗๗.๐	ดีมาก

จากตารางที่ ๔.๙ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ ๗๗ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๒๑ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๘๔.๐ อยู่ในระดับดีเยี่ยม รองลงมาได้ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๙.๕ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๐ อยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกเป็น รายการ “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี”

การประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	คะแนนรวม	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	แปลผล
ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๗	๒๕	๖๘.๐	ดี
ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๖.๕	๒๕	๖๖.๐	ดี
ศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๑๘	๒๕	๗๒.๐	ดีมาก
ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	๒๐.๕	๒๕	๘๒.๐	ดีเยี่ยม
รวมคะแนน	๗๓.๕	๑๐๐	๗๓.๕	ดีมาก

จากตารางที่ ๔.๑๐ พบว่า ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในระดับดีมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ ๗๓.๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ ๒๐.๕ คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๐ อยู่ในระดับดีเยี่ยม รองลงมาได้ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๘ คิดเป็นร้อยละ ๗๒.๐ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมคะแนนต่ำสุดเท่ากับ ๑๗ คะแนน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๐ ได้แก่ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๒.๓ ส่วนที่ ๓ ผลจากการตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ดังแสดงในตารางภาพที่ ๔.๒๓-๔.๒๖

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา



ตารางภาพที่ ๔.๒๓ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนากับ หลังเสวนาของ “ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยใช้)”

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา



ตารางภาพที่ ๔.๒๔ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนากับ หลังเสวนา ของ “ชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง”

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา

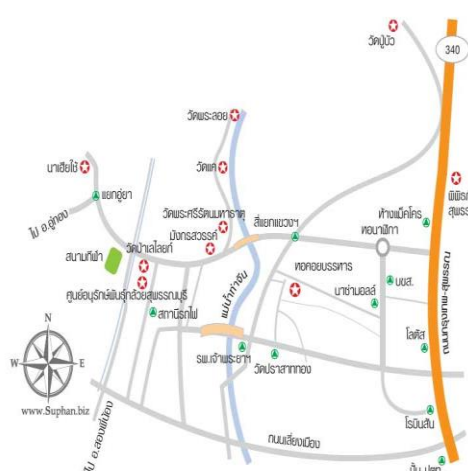


ตารางภาพที่ ๔.๒๕ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับ หลังเสวนา ของ “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม”

ภาพก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา



ภาพหลังการจัดกิจกรรมเสวนา



ตารางภาพที่ ๔.๒๖ แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพระหว่างก่อนการจัดกิจกรรมเสวนา กับ หลังเสวนา ของ “ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี”

บทสรุป ผู้เข้าร่วมเสวนาและผู้เสวนา มีมติรับรองบทสรุปจากการเสวนาและเห็นชอบให้นำบทสรุปนี้มาเสนอแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะผู้วิจัย นำบทสรุปจากการสนทนา การสัมภาษณ์ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ผลจากการเสวนาและการออกเยี่ยมผู้ประกอบการ นำมาสังเคราะห์เข้าด้วยกัน เพื่อสรุปแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่าย เป็น ๓ แนวทาง ได้แก่

๑) ควรยกระดับคุณภาพองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากองค์กรภาครัฐ

๒) ควรมีการบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ เพื่อเพิ่มรายรับ เพิ่มช่องทาง เพิ่มพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากการเกษตร

๓) ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การให้บริการ ร่วมดูแล และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์

๔.๓ ผลการเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๓.๑ ส่วนที่ ๑ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ

คณะผู้วิจัย นำบทสรุปจากการสนทนา การสัมภาษณ์ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ผลจากการเสวนาและการออกเยี่ยมผู้ประกอบการให้พัฒนาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว นำมาสังเคราะห์เข้าด้วยกัน ได้ แนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่าย จำนวน ๓ แนวทาง ได้แก่

- ๑) ควรยกระดับคุณภาพองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากองค์กรภาครัฐ
- ๒) ควรมีการบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ เพื่อเพิ่มรายรับ เพิ่มช่องทาง เพิ่มพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากการเกษตร
- ๓) ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การให้บริการ ร่วมดูแล และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์

๔.๓.๒ ส่วนที่ ๒ องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

จากการที่คณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายในหลายๆ พื้นที่ เพื่อเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง ควรได้รับการพัฒนาองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังพบว่าประธานและคณะกรรมการวิสาหกิจทั้ง ๔ แห่งเป็นคณะบุคคลที่ตั้งใจทำเพื่อประโยชน์สุขของชุมชน มุ่งให้ชุมชนมีรายได้เสริมจากการจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตร มีความเสียสละประโยชน์ตนเองเพื่อประโยชน์ส่วนรวม คณะผู้วิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญได้ถอดบทเรียนเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากแผนวิจัยย่อยที่ ๓ เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย

๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement)

ตามที่คณะผู้วิจัยได้ทำงานกับผู้ร่วมวิจัย ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จากการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ การเสวนา การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างทั้ง ๔ แห่ง พบว่า บริบทแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่ง ได้ตระหนักถึงกลุ่มประชาชนที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว มีการวางแผนขอความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และที่สำคัญคือประชาชนที่อาศัยในชุมชน เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ ร่วมกันแก้ปัญหา หารื้อและหาทางแก้ไข ดูแลในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ร่วมจัดกิจกรรมการให้บริการ มีการมอบหมายหน้าที่แบ่งความรับผิดชอบและได้รับแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม แต่งตั้งให้เป็นกรรมการประเมินผลงานด้านกิจกรรม จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้การใช้ทรัพยากรร่วมกัน ปลุกจิตสำนึกในการรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รักษาความเป็น

เอกลักษณ์และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีพัฒนาการอย่างก้าวกระโดด เช่น กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม ได้รับรางวัลชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนมาตรฐานอาเซียนและมาตรฐาน CTB. Thailand รางวัลมาตรฐาน SHA. (มาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขประเภทนันทนาการ ของ ททท.เป็นต้น กลุ่มกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง อาศัยกลุ่มแม่บ้านเป็นหลักในการจัดกิจกรรม เช่น ทำนาหั่วครบวงจร การเรียนรู้วิถีชาวนาหั่ว เป็นต้น ส่วนอีกสองแห่งแม้จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนโดยตรง แต่พบว่า ชุมชนที่อยู่รอบๆแหล่งท่องเที่ยวให้การสนับสนุนการขับเคลื่อนทุกมิติ

๒) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources)

จากการลงพื้นเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง แม้จะมีการเกิดขึ้นของวิสาหกิจที่แตกต่างกันก็ตาม แต่พบว่า มีลักษณะชุมชนที่ยึดโยงกับคำสอนของพระพุทธศาสนา มีวัฒนธรรมอันได้แก่ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย อยู่อย่างสันโดษ ประกอบอาชีพหลักทางการเกษตร ผูกพันกับสายน้ำและทุ่งนา ได้นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น แม่น้ำท่าจีนมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวล่องกิจกรรมเรือ พัฒนาทุ่งนาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้วิถีและจิตวิญญาณชาวนา จัดกิจกรรมสาธิตการทำนา พัฒนาเมล็ดพันธุ์ข้าวโดยทุนส่วนตัวเพื่อสร้างมูลค่าให้กับเมล็ดพันธุ์ข้าวสาธิตการปลูกหั่ว พัฒนาผืนดินที่รกร้างว่างเปล่าให้เป็นศูนย์การเรียนรู้รวมพันธุ์กล้วยทั่วประเทศ รวมทั้งนำพืชท้องถิ่นมาแปรรูปสร้างคุณค่า/มูลค่าให้กับชุมชนของตนเองซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นให้เพิ่มคุณค่ามากขึ้น จึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและรวมถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล มีการนำเอกลักษณ์ของวิถีถิ่นมาสร้างคุณค่าในผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นการใช้อย่างพอดีและไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่แล้ว

๓) การให้บริการและกิจกรรม (Service and activities)

จากการลงพื้นเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง พบว่า มีการให้บริการตามรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การล่องเรือแม่น้ำท่าจีน ล่องเรือรอบเกาะศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย นาวาภิบาล การทำนาหั่วครบวงจร บริการโฮมสเตย์ กิจกรรมทำอาหารคาวหวาน การบริการความรู้ แลงนาสาธิต เรือนศูนย์รวมใจ การทำเกษตรอินทรีย์ การศึกษาดูงานทดลองขยายพันธุ์กล้วยด้วยเทคนิคใหม่ๆ การฝึกทำอาหารคาว/หวานชาวจีน การอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง ที่จอดรถกว้างขวาง ในช่วงเทศกาลสามารถรองรับได้มากกว่า ๑๐๐ คัน ห้องน้ำสะอาด อาหารปลอดภัยผ่านการรับรองจากสาธารณสุขจังหวัด และโรงพยาบาลเจ้าพระยา ยมราช จังหวัดสุพรรณบุรี การให้ความสำคัญ มีเจ้าหน้าที่คอยเฝ้าระวังในจุดเสี่ยงทุกแห่ง ล่องเรือต้องสวมเสื้อชูชีพตลอดเวลา มีกล้องวงจรปิดติดตั้งโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมหลายอย่างที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และพบว่าการจัดกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมาก มีความประทับใจและยินดีที่จะกลับมาอีกครั้งในโอกาสหน้า

๔) การสร้างผลประโยชน์สุขแก่ชุมชน (Creating benefits and happiness for the community)

จากการเสวนาโต๊ะกลมและการพูดคุยกับกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่เคยสร้างความรำคาญ ความเดือดร้อนให้กับชุมชนเลย มีระบบการบริหารจัดการขยะและของเสียที่ถูกสุขอนามัย รวมทั้งมลภาวะฝุ่นละออง เสียง ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต แต่กลับส่งผลให้ชุมชนได้ประโยชน์สุข เช่น ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตผลทางเกษตร จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำหน่ายของฝาก ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้รับการส่งเสริมให้เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ที่สำคัญที่สุดเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้มีพื้นที่แสดงภูมิปัญญาและเทคโนโลยีท้องถิ่น มีโอกาสพบปะผู้คนจำนวนมาก ทำให้ชีวิตมีความสุข ไม่เป็นโรคซึมเศร้า ส่งผลให้มีสุขภาพที่สมดุล

๕) สำนึกรักมาตุภูมิ (Feeling of love for the motherland)

จากการเสวนาโต๊ะกลม เรื่อง การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ขึ้นเสวนาทั้ง ๔ ท่าน เป็นประธานศูนย์ สมาชิกที่เข้ารับฟังส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของแต่ละศูนย์ เช่น ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) เกิดจากความตระหนักถึง “วัสดุอุปกรณ์” ต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษได้คิดประดิษฐ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบอาชีพทำนา เช่น คันไถ คราด เป็นต้น วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีร่องรอยของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีของนักปราชญ์ นักประดิษฐ์ นักคิด นักสร้างสรรค์ นักวิศวกรรม และสถาปนิกชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องในอดีตผ่านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบอาชีพ จึงตัดสินใจลงทุนด้วยงบประมาณส่วนบุคคลจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดวิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยให้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่มีความสนใจศึกษาหาความรู้เรื่องข้าว วิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีตและแสดงความกตัญญูกตเวทีต่อชาวนาผู้มีพระคุณและมาตุภูมิ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เกิดจาก “รักชุมชน รักท้องถิ่น ผลประกอบการอยู่บนพื้นฐานความรักชุมชน” กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ สมหวังที่วังยาง เกิดจาก ความปรารถนาดีต่อชุมชนให้มีความก้าวหน้า มีรายได้เพิ่มขึ้น ผลผลิตทางการเกษตรสามารถนำมาวางจำหน่ายได้ทุกกลุ่ม และศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีความมุ่งหวังให้เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขนาดใหญ่ของภาคกลาง ต้องการให้เป็นศูนย์การเรียนรู้แบบพหุวิชา และในช่วงสุดท้ายของชีวิตตั้งใจอุทิศเพื่อความสุขของประชาชน จึงอาจสรุปได้ว่า การแสดงความรักต่อท้องถิ่นจึงเป็นพลังงานที่ยิ่งใหญ่ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างยั่งยืน

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาแสดงความคิดเห็น “องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย” ได้สรุปค้นพบจากผู้เชี่ยวชาญ ดังแสดงในตารางที่ ๔.๑๑ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงอันดับในการพิจารณา ความสอดคล้ององค์ความรู้ใหม่กับผลการวิจัยที่ได้

ประเด็นการพิจารณา	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	แปลผล
๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement)	๔.๕๘	๐.๕๑	มากที่สุด
๒) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources)	๔.๓๗	๐.๕๔	มาก
๓) การให้บริการและกิจกรรม (Service and activities)	๔.๓๙	๐.๕๑	มาก
๔) การสร้างผลประโยชน์สุขแก่ชุมชน (Creating benefits and happiness for the community)	๔.๓๘	๐.๕๒	มาก
รวม	๔.๔๖	๐.๖๖	มาก

จากตารางที่ ๔.๑๑ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงอันดับต่อองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๔ ค่า S.D.มีค่าเท่ากับ ๐.๕๕ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ ๑) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement) มีค่าเฉลี่ยในลำดับสูงสุดเท่ากับ ๔.๕๘ ค่า S.D. เท่ากับ ๐.๕๑ รองลงมาได้แก่ข้อที่ ๕ สำนึกรักมาตุภูมิ (Feeling of love for the motherland)มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๔๖

ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอันดับในลำดับน้อยที่สุดได้แก่ข้อที่ ๒ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๗ ค่า S.D.มีค่าเท่ากับ ๐.๕๔



แผนภาพที่ ๔.๒๗ แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

$$(C_i + E_r + S_a + C_h + f_m = GSTC.)$$

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

โครงการย่อย ๓ เรื่อง แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) มีผู้ร่วมวิจัยประกอบด้วย นิสิตจิตอาสา ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและเอกชน การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน ๒๓ ราย และผู้สมัครเข้าร่วมวิจัยและร่วมเสวนา จำนวน ๑๓ ราย เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) แบบสังเกตการณ์ (Participation Observe) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview technique) และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้แบบอุปนัยและข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน แบ่งเป็น ๓ ส่วน ได้แก่

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๒ การอภิปรายผล

๕.๓ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยจะนำเสนอเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

- ๑) ผลการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- ๒) ผลการศึกษารูปแบบหลักและการจัดการส่วนประกอบการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- ๓) แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑ ผลการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งออกเป็น ๓ ประเด็น

ประเด็นที่ ๑ ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย พบว่า

จังหวัดสุพรรณบุรีมีจำนวนวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร.ที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วจำนวน ๒๑ แห่ง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในอำเภออู่ทองมากที่สุด จำนวน ๘ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๐๙ รองลงมาได้แก่ อำเภอด่านช้าง มีจำนวน ๓ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๒๙ และอำเภอที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอเดิมบางนางบวชและอำเภอสามชูก จำนวนที่ละ ๑ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔.๗๖ ตามลำดับ

ประเด็นที่ ๒ ผลจากการสนทนากลุ่ม การศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า

รูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีหนึ่งกลุ่มวิสาหกิจที่มีรูปแบบการบริหารแบบปัจเจกชน และจำนวน ๓ แห่ง เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน และมีเป้าหมายที่มุ่งร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน หาแนวทางเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม แต่การบริหารจัดการไม่มีระบบตามหลักวิชาการ แต่ดำเนินการด้วยใจรักในมาตุภูมิ ใช้ประสบการณ์การบริหารจัดการ และต้องการให้มีสถาบันทางการศึกษาเข้ามาช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการที่มีรูปแบบทางวิชาการ เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวการเกิดขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ประเด็นที่ ๓ ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้างแบ่งเป็น ๓ ด้าน

๑) ด้านสภาพปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม พบว่า

(๑) จุดแข็ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวก ถนนสภาพดี สามารถท่องเที่ยวได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯ ชุมชน/แม่บ้านเข้ามามีส่วนร่วม ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี มีกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ประชานมีความมุ่งมั่นสูง และเสียสละ

(๒) จุดอ่อน ยังไม่มีการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเครือข่าย ไม่มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ขาดทักษะด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ รวมทั้งรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ

(๓) โอกาส มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติและเชิงเกษตรที่อยู่ใกล้ๆกัน ท่องเที่ยวได้ครบจบในหนึ่งวัน มีที่พักไว้บริการ อากาศถ่ายเทสะดวก มีระบบเทคโนโลยีและ

การสื่อสารและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย มีกิจกรรมบริการนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกรุ่น รวมทั้งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ

(๔) อุปสรรค สภาพเศรษฐกิจชะลอตัว สินค้าในการดำรงชีวิตปกติราคาแพง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหลายแห่ง การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง และขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับภาครัฐ

๒) ด้านสภาพองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่งในภาพรวม พบว่า

(๑) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนทั้ง ๔ แห่ง ยอมรับและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการกำจัดการขยะและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร แต่ควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วางแผนบุคลากร งบประมาณ และการกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

(๒) ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเดินทางเข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ แต่ควรมีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ มีบุคลากรพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ เอกสาร ป้ายสื่อความหมาย

(๓) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่ และกติกากฎปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ กิจกรรม แต่ควรมีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีการบริการด้านยานพาหนะนำชมสถานที่ และควรมีการให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว

(๔) ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นทางการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่โดดเด่น มีการทำนาสาธิต การทำนาห้าว การปลูกกล้วยด้วยเทคนิคใหม่ๆ การทำอาหารคาวหวาน การเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม และมีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมเคยได้รับมากกว่า ๑ รางวัล แต่ควรมีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงและมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นไว้เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวบ้าง

๓) ด้านสภาพส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่ง สรุปผลจากการสนทนาในภาพรวม พบว่า

(๑) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาให้บริการสามารถทำให้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ทั้งทางกายภาพและทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

(๒) ด้านราคาขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว บางแห่งไม่มีการเก็บค่าประตู ค่าจอดรถ บางแห่งเสียค่าบริการเพิ่ม เช่น การล่องเรือของชุมชนบ้านแหลม คิดเหมาลำ แต่สามารถเข้าเยี่ยมชมฟรีทุกสถานที่ มีอาหารปลอดสาร ราคาไม่แพง มีการติดป้ายราคา/มีการระบุราคาอย่าง

ชัดเจนและมีความเหมาะสม ราคา/ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่งมีความเหมาะสมและมีความหลากหลาย

(๓) ด้านช่องทางการจำหน่าย มีการจัดบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในด้านคุณค่าและคุณค่าประโยชน์ของบริการ มีทำเลที่ตั้ง (Location) มีการจัดการเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย แต่ขาดช่องทางการนำเสนอบริการ เช่น ไม่มีบริการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านทางออนไลน์ ไม่มีการจัดบูธแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในสถานที่ต่าง ๆ ไม่มีตัวแทนจำหน่าย รวมถึงไม่มีรถสาธารณะบริการไปยังแหล่งท่องเที่ยว

(๔) ด้านส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต มีส่วนลดของแถม ของที่ระลึก หรือสินค้าราคาพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่มีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญและขาดการสร้างสรรคกิจกรรมใหม่ๆ ขาดมัคคุเทศก์ไว้บริการนักท่องเที่ยว

(๕) ด้านกระบวนการให้บริการ มีขั้นตอน ระเบียบ หรือกระบวนการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่งอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามรายละเอียดกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เฟสบุค หรือโทรศัพท์ แต่มีวิสาหกิจการท่องเที่ยวบางแห่งที่สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกัน ไม่มีคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดการทำงานแล้ว

(๖) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการคมนาคมที่ปลอดภัย กิจกรรมที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม มีความสนุกเพลิดเพลิน ตื่นเต้นและปลอดภัย มีไม้ดอก ไม้ประดับที่สวยงาม สิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ แต่ไม่มีสถานที่สำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ถาวร

(๗) ด้านบุคลากร กลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ รวมถึงพนักงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๔ แห่ง มีการบริการแบบหัวใจใฝ่บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีความปลอดภัย แต่ควรพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีของพนักงาน ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนที่มีความคิดแตกต่างกัน เพิ่มข้อมูลให้ชุมชนสามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและตรงกันได้

๕.๑.๒ ผลการศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งออกเป็น ๒ ประเด็น

ประเด็นที่ ๑ ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม พบว่า

รูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีหนึ่งกลุ่มวิสาหกิจที่มีรูปแบบการบริหารแบบปัจเจกชน และจำนวน ๓ แห่ง เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน และมีเป้าหมายที่มุ่งร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน หาแนวทางเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม แต่การบริหาร

จัดการไม่มีระบบตามหลักวิชาการ แต่ดำเนินการด้วยใจรักในมาตุภูมิ ใช้ประสบการณ์การบริหารจัดการ และต้องการให้มีสถาบันทางการศึกษาเข้ามาช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการที่มีรูปแบบทางวิชาการ เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ ต้องเน้นการให้บริการด้วยหัวใจไม่บริการ เราต้องไม่มีตัวตน ต้องทำให้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญองค์ประกอบหลักการท่องเที่ยว เช่น องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ การสร้างสิ่งดึงดูดใจให้ทันสมัยตอบสนองความต้องการของคนต่างวัย ต้องมีผลิตภัณฑ์ของฝาก ผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารและการให้บริการ

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ต้องมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสัมพันธ์กับตลาดการให้บริการ เช่น สร้างแหล่งดึงดูดใจ มีกิจกรรมที่โดดเด่นตอบสนองนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายบูรณาการกับเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่โดดเด่น การพัฒนาความสามารถด้านการบริการท่องเที่ยวในชุมชน และควรขอจัดแจ้งการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ

ประเด็นที่ ๒ ผลจากการออกตรวจประเมินองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า

ผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่ง ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ๗๒.๗๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลรวมคะแนนสูงสุดเท่ากับ ๗๖.๐ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาได้แก่ องค์ประกอบหลักด้านศักยภาพให้บริการแหล่งท่องเที่ยว มีผลรวมเท่ากับ ๗๔.๕ อยู่ในระดับดีมาก

ด้านที่มีผลรวมต่ำสุดเท่ากับ ๖๘.๐ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

๕.๑.๓ แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ๓ แนวทาง

๑) แนวทางการยกระดับองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การวางแผน ควบคุม ดูแล จัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

๒) แนวทางการบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ให้มีความโดดเด่นและหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น การแปรรูป

ผลผลิตการเกษตรไปเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร การพัฒนาผลและบรรจุภัณฑ์ การได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างแรงจูงใจในการซื้อสำหรับลูกค้า

๓) แนวทางการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับการท่องเที่ยว เช่น มีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินงานตามแผน การติดตามประเมินผล การให้บริการ ร่วมดูแล และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์

๕.๒ การอภิปรายผล

โครงการวิจัยย่อยเรื่องที่ ๓ แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

๕.๒.๑ ผลการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๑) ผลจากการสนทนากลุ่ม พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีหนึ่งกลุ่มวิสาหกิจที่มีรูปแบบการบริหารแบบปัจเจกชน และจำนวน ๓ แห่งเป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน และมีเป้าหมายที่มุ่งร่วมกันที่จะหาแหล่งพักผ่อนใกล้บ้าน หาแนวทางเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่สร้างโอกาสให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม แต่การบริหารจัดการไม่มีระบบตามหลักวิชาการ แต่ดำเนินการด้วยใจรักในมาตุภูมิ ใช้ประสบการณ์การบริหารจัดการ และต้องการให้มีสถาบันทางการศึกษาเข้ามาช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการที่มีรูปแบบทางวิชาการ เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจากบุคคลหรือคณะบุคคลในชุมชนประกอบอาชีพลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ทำนา ทำสวน ทำไร่ เมื่อว่างจากงานประจำก็จะร่วมกันทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดำรงวิถีชีวิต ได้แก่ การแปรรูปผลผลิตทางเกษตร การประมง การจัดการทรัพยากร การจัดการชุมชน การผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ โดยใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีชาวบ้านพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือให้บริการท่องเที่ยว เพื่อลดรายจ่าย ไม่มุ่งเชิงพาณิชย์ ใช้วิธีการแบ่งงานตามความถนัดของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นกตล แสงแข และคณะ^๑ เรื่อง รูปแบบการจัดการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี พบว่า การบริหารจัดการจำแนกตามรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ๒ รูปแบบ ๑) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ซึ่งการเปิดให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะมีกิจกรรมเฉพาะ และ ๒) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีรูปแบบวิสาหกิจชุมชนประเภทคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘^๒ กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า

^๑ นกตล แสงแข และคณะ, “รูปแบบการจัดการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๑๒๒-๑๓๖.

^๒ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๒/ตอนที่ ๖ ก/หน้า ๑/๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘

หรือการให้บริการ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน และรายงานวิจัยของ **ศรินทร เลียงจินดาถาวร และเขมิกา แสนโสม**^๓ เรื่อง รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งสองมีจุดแข็งที่ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ มีทรัพยากรในการสร้างผลผลิตมาจากชุมชน รวมทั้งมีการพึ่งพาตนเอง แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในด้านการจัดการ ทำให้การดำเนินงานยังเป็นลักษณะเป็นกลุ่มกิจกรรมส่วนตัว ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันที่เข้มแข็ง ไม่มีหลักการในการคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้จึงส่งผลต่อการตั้งราคาขาย อีกทั้งยังไม่สามารถขยายตลาดได้เนื่องจากไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย ขาดการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นการนำวัตถุดิบในชุมชนมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นการประกอบอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ เพื่อส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน และเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน

๒) ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้าง แบ่งเป็น ๓ ด้าน

(๑) ด้านสภาพปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม พบว่า **ด้านจุดแข็ง** ได้แก่ การคมนาคมสะดวก ท่องเที่ยวได้ครบภายในวันเดียว ใกล้กรุงเทพฯ ชุมชน/กลุ่มแม่บ้านเข้ามามีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี มีกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ประธานวิสาหกิจมีความมุ่งมั่นสูงและเสียสละ **ด้านจุดอ่อน** ยังไม่มีการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเครือข่าย ไม่มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ขาดทักษะด้านการตลาดเชิงพาณิชย์ รวมทั้งรูปแบบประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ **ด้านโอกาส** มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ ทางธรรมชาติ และเชิงเกษตรที่อยู่ใกล้ ๆ กัน สามารถท่องเที่ยวได้ครบจบในหนึ่งวัน มีที่พักไว้บริการ อากาศถ่ายเทสะดวก มีระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย มีกิจกรรมบริการนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกรุ่น รวมทั้งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางเกษตรปลอดสารพิษไว้บริการ **ด้านอุปสรรค** สภาพเศรษฐกิจชะลอตัว สินค้าในการดำรงชีวิตปกติราคาแพง มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหลายแห่ง การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง และขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับภาครัฐ ที่เป็นเช่นอาจสืบเนื่องจากความตั้งใจมั่นของประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับถิ่นฐานบ้านเกิด โดยนำจุดแข็งและโอกาส การนำทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของภูมิปัญญาและเทคโนโลยี และประสบการณ์ เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ **ศรินทร**

^๓ ศรินทร เลียงจินดาถาวร และเขมิกา แสนโสม, “รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม”, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๐), หน้า บทคัดย่อ.

เสียงจินดาถาวร และเขมิกา แสนโสม^๕ เรื่อง รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งสองมีจุดแข็งที่ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ มีทรัพยากรในการสร้างผลผลิตมาจากชุมชน รวมทั้งมีการพึ่งพาตนเอง แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในด้านการจัดการ ทำให้การดำเนินงานยังเป็นลักษณะเป็นกลุ่มกิจกรรมส่วนตัว ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันที่เข้มแข็ง ไม่มีหลักการในการคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้จึงส่งผลต่อการตั้งราคาขาย อีกทั้งยังไม่สามารถขยายตลาดได้เนื่องจากไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย ขาดการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นการนำวัตถุดิบในชุมชนมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เป็นการประกอบอาชีพเสริมเพิ่มรายได้เพื่อส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน และเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน และเสนอแนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ (๑) การบริหารเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิต (๒) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ (๓) การพัฒนาด้านการตลาด

กุลทิศา วิบูลย์ปิ่น^๕ แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี ผลวิจัย พบว่า ๑) ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนตำบลบ้านแหลม มีความน่าสนใจและหลากหลาย ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ๒) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลบ้านแหลม ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ มี ๔ ด้าน ได้แก่คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรองรับ ความมีชื่อเสียง การบริหารจัดการ กิจกรรม กระบวนการ และการมีส่วนร่วมของชุมชน และ ๓) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ ผู้วิจัยเสนอแนวทางออกเป็น ๓ แนวทางหลัก ๆ คือ ด้านการพัฒนาศักยภาพและการวางรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านแหล่งท่องเที่ยวและการสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน ในด้านทักษะการนำชมและการบริการ

(๒) ด้านสภาพองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม พบว่า **ด้านการบริหารจัดการ** มีการกำจัดการขยะ กำจัดของเสียและบำบัดน้ำเสียภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การเพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร แต่ควรเพิ่มสัดส่วนให้ชุมชนมีส่วนร่วมให้มากขึ้น ควรจัดทำโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร จัดทำแผนพัฒนาบริหารงานบุคคล งบประมาณ และการจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ **ด้านการรองรับ** การคมนาคมสะดวกทุกฤดูกาล มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่มีคุณภาพ มีร้านอาหารให้บริการอย่าเพียงพอ แต่ควรเพิ่มที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เตรียมบุคลากรพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ควรมีการให้

^๕ ศรินทร เสียงจินดาถาวร และเขมิกา แสนโสม, “รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม”, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๐), หน้า บทคัดย่อ.

^๕ กุลทิศา วิบูลย์ปิ่น, “แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๔๓๙ (๔๓๘-๔๔๗).

บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ เอกสาร ป้ายสื่อความหมาย **ด้านการให้บริการ** มีการบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่ และกตีกาการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยว มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิง แต่ควรมีมีคฤเทศกหรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มียานพาหนะนำชมสถานที่ และควรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว และ**ด้านการดึงดูดใจ** มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นทางการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่โดดเด่น มีกิจกรรมการล่องเรือ การทำนา การปลูกพืชด้วยเทคนิคใหม่ๆ การทำอาหารคาวหวาน มีการตกแต่งภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมเคยได้รับรางวัลมากกว่า ๑ รางวัล แต่ควรมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงและมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นไว้เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากประธานและคณะกรรมการรวมทั้งชุมชนเห็นความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่และทรัพยากรท้องถิ่นให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงร่วมมือร่วมใจ ท่วมเทเสียสละด้วยแรงงานและงบประมาณส่วนบุคคลจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ**เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์**^๖ เรื่อง การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ชุมชนตำบลวังยาง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตรที่สร้างรายได้หลักให้กับคนในชุมชน คือ แห้ว แหล่งปลูกแห้วที่ใหญ่ที่สุดแห่งเดียวในประเทศไทย อากาศที่ปราศจากมลพิษ น้ำจากแหล่งธรรมชาติ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับวิถีชีวิตเกษตรภาคกลาง ชุมชนยังไม่มีตลาดที่จำหน่ายสินค้าเกษตรในชุมชนโดยเฉพาะ มีเพียงร้านจำหน่ายสินค้าและผลผลิตจากแห้วและสินค้าเกษตรในชุมชน บริเวณริมถนนในพื้นที่เท่านั้น ชุมชนมีรีสอร์ท ๓ แห่ง รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ ชุมชนยังไม่มีที่พักตามบ้านหรือที่พักตามสวนเกษตร และยังไม่มีการบริการนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ ชุมชนมีศักยภาพที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนได้ครบในด้านความดึงดูดใจ การเข้าถึงได้ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คณะทำงานกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ๘ ด้าน การวางแผนสร้างเครือข่ายโดยความร่วมมือจากชุมชนใกล้เคียง กลุ่มกิจกรรม และหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่สนับสนุนการท่องเที่ยว จัดทำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ฐานจากการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของแห้ว (GI) และจัดทำตลาดสินค้าชุมชน

(๓) ด้านสภาพส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม พบว่า แหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่ง มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาให้บริการสามารถทำให้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ทั้งทางกายภาพและทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านราคาขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว บางแห่งไม่มีการเก็บค่าประตู ค่าจอดรถ บางแห่งเสียค่าบริการเพิ่ม ด้านช่องทางการจำหน่าย มีการจัดบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่ นักท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในด้านคุณค่าและคุณค่าประโยชน์ของบริการ ด้านส่งเสริม

^๖ เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์, “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ ตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี”, **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**, (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๖๑), หน้า ๕๔-๕๕.

การตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย แต่ไม่มีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญและขาดการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ขาดมีคฤเทศก์ไว้บริการนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ มีกระบวนการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๔ แห่งอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามรายละเอียดกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เฟสบุค หรือโทรศัพท์ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการคมนาคมที่ปลอดภัย กิจกรรมที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวทุก และ ด้านบุคลากร มีการบริการแบบหัวใจใ้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความเต็มใจในการให้บริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีความปลอดภัย แต่ควรพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีของพนักงาน ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนที่มีความคิดแตกต่างกัน เพิ่มข้อมูลให้ชุมชนสามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและตรงกันได้ สอดคล้องกับรายงานวิจัยของ **ชลธิชา พันธุ์สว่างและคณะ**^๗ เรื่อง การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี ๓ ด้าน ได้แก่ แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการนั้นควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาวิจัยสามารถนำเสนอแนวทางการจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดราชบุรีออกเป็น ๓ หัวข้อสำคัญ คือ ๑) การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ๒) สร้างเอกลักษณ์และกิจกรรมของแต่ละพื้นที่บนวิถีท้องถิ่น และ ๓) การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีอย่างยั่งยืน และรายงานวิจัยของ **พระครูโสภณวิธานวัตร**^๘ เรื่อง การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เสนอแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรีให้มีมาตรฐานคุณภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความจำเป็น มีคุณค่าจริง ราคาไม่สูงมากนัก มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง มีวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญถ่ายทอดความรู้เรื่องการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มที่นั่ง เพิ่มห้องน้ำ สำหรับผู้สูงวัย และคนพิการ รวมทั้งให้การต้อนรับอย่างกัลยาณมิตร มีระบบเทคโนโลยีและมีพื้นที่รองรับผู้มาเข้าเยี่ยมชมศูนย์อย่างพอเพียง และรายงานวิจัยของ **อิสริย์ สุขพรสินธรรม และ โสมฤทัย สุนธยาธร**^๙ เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด

^๗ ชลธิชา พันธุ์สว่าง และคณะ, “การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี”, **วารสารสมาคมนักวิจัย**, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๑๐๗-๑๐๙.

^๘ พระครูโสภณวิธานวัตร,ดร. และคณะ, “การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี”, **รายงานการวิจัย**, (วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ จังหวัดสุพรรณบุรี : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๓), หน้า ๙๔-๙๗.

^๙ อิสริย์ สุขพรสินธรรม และ โสมฤทัย สุนธยาธร, “ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบน เครื่องบินชาวไทย”, **วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ**, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๒) : ๑๑๒-๑๑๕.

7Ps ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทย ผลวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ ๐.๐๕

๕.๒.๒ การศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๑) ผลจากการเสวนาโต๊ะกลม พบว่า รูปแบบการรวมกลุ่มหรือการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติในมาตุภูมิให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชนบท ผ่านกิจกรรมนันทนาการและการเรียนรู้ต่าง ๆ หลักการบริหารใช้วิธีแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ ตามความถนัด ปัญหาที่พบคือ พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ต้องมองหากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทุกกลุ่มอายุ การจัดการตลาดการท่องเที่ยว ต้องเน้นการให้บริการด้วยหัวใจใฝ่บริการ เราต้องไม่มีตัวตน ให้ความสำคัญองค์ประกอบหลักการท่องเที่ยว ต้องมีผลิตภัณฑ์ของฝาก ผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารพิษ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารและการให้บริการ ต้องมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสัมพันธ์กับตลาดการให้บริการ และควรขอจัดแจ้งการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ สอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ **ชลธิชา พันธุ์สว่างและคณะ**^{๑๐} เรื่อง การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี ๓ ด้าน ได้แก่ แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการนั้นควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาวิจัยสามารถนำเสนอแนวทางการจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดราชบุรีออกเป็น ๓ หัวข้อสำคัญ คือ ๑) การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น ๒) สร้างเอกลักษณ์และกิจกรรมของแต่ละพื้นที่บนวิถีท้องถิ่น และ ๓) การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีอย่างยั่งยืน และรายงานวิจัยของ **รัชฎาพร บุญเรือง**^{๑๑} เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ผลวิจัยพบว่า กลุ่มชาวบ้านร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยการจัดกิจกรรมในรูปแบบของฐานการเรียนรู้โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชนมากขึ้นเพื่อได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถี

^{๑๐} ชลธิชา พันธุ์สว่าง และคณะ, “การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี”, *วารสารสมาคมนักวิจัย*, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๑๐๗-๑๐๘.

^{๑๑} รัชฎาพร บุญเรือง, “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก”, *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๓ (มีนาคม ๒๕๖๔) : ๔๐๔-๔๐๕.

ชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ และการประกอบอาชีพการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ชุมชนร่วมกันพัฒนาให้เกิดเป็นฐานการเรียนรู้ จำนวน ๔ ฐานคือ ๑) ฐานการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๒) ฐานการเรียนรู้การผลิตเครื่องสำอางจากน้ำมันข้าว ๓) ฐานการเรียนรู้การผลิตอาหารพื้นบ้าน ๔) ฐานการเรียนรู้กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ ชาวบ้านร่วมมือกันสร้างอาชีพให้เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน โดยมีตลาดประชารัฐเป็นสถานที่ขายผลผลิตการเกษตรจากชุมชน การขายอาหารพื้นบ้านแบบชุมชนวิถีไทยเพื่อการอนุรักษ์อาหารไทยพื้นบ้าน การเปิดร้านค้าแฟกแพ กิจกรรมบ้านควายสอนคนเป็นการสอนการทำนาปลูกข้าวแบบวิถีไทยโดยใช้กระป๋องทำนาแทนรถไถ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากประสบปัญหาสถานการณ์โควิด - ๑๙ ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องปิดตัวลงเนื่องจากขาดนักท่องเที่ยวเป็นเวลานาน เมื่อสถานการณ์โควิด - ๑๙ คลี่คลายลงกลุ่มชาวบ้านจึงร่วมมือกันฟื้นฟูกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๒) ผลจากการออกตรวจประเมินองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง ๔ แห่ง ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ๗๒.๗๕ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน สอดคล้องกับรายงานวิจัยของ เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์^{๑๒} เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ทั้งหมด ๑๔ แห่ง มีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ในระดับดี โดยมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย ศักยภาพการบริหารจัดการ ศักยภาพการรองรับ ศักยภาพการให้บริการ และรายงานวิจัยของ ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และคณะ^{๑๓} เรื่อง โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ชุมชนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี มีระบบนิเวศวัฒนธรรมที่พึ่งพาแม่น้ำในการตั้งถิ่นฐาน อาศัยแม่น้ำอุปโภคและบริโภค เดินทางสัญจร ทำเกษตรกรรม จนอาจกล่าวได้ว่าสังคมคนสุพรรณบุรีเป็นภาพตัวแทนของสังคมลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ที่อยู่กับน้ำ จึงเป็นปัจจัยกำหนดวิถีชีวิตผู้คนทำหน้าที่หล่อรวมวิถีนิเวศวัฒนธรรมชุมชนผ่านการผูกโยงพึ่งพิงทรัพยากรและความหลากหลายเชิงชีวภาพของพื้นที่ลุ่มน้ำต่าง ๆ ทั้งหมดเป็นคุณค่าของสังคมลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรีที่กลายเป็นศักยภาพและความสมบูรณ์ของภูมิสังคมกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของชุมชนกลายเป็นทรัพยากรสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนได้ โดยมีความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้าน

^{๑๒} เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์, “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๑๙๐-๒๑๒.

^{๑๓} ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และคณะ, “โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี”, รายงานการวิจัย, (คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน (ภายใต้โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้เพื่อการใช้ประโยชน์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.), ๒๕๖๓), หน้า บทคัดย่อ.

แหลม อำเภอบางปลาหม่า เป็นต้นแบบความสำเร็จสำคัญ ได้แก่ ๑) องค์ความรู้ด้านมรดกวัฒนธรรม ชุมชนลุ่มน้ำสุพรรณบุรี ๒) องค์ความรู้การบริหารและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแหลม ประกอบด้วย (๑) ชุดองค์ความรู้เกี่ยวกับกลไกการบริหารและการจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (๒) องค์ความรู้กลไกการจัดการทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน ๓) องค์ความรู้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนลุ่มน้ำสุพรรณบุรียั่งยืน และนำไปสู่ต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนวิถีริมแม่น้ำสุพรรณบุรียั่งยืนต่อไป

๕.๒.๓ แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

๑) แนวทางการยกระดับองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การวางแผน ควบคุม ดูแล จัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

๒) แนวทางการบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ให้มีความโดดเด่นและหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น การแปรรูปผลผลิตการเกษตรไปเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ การได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างแรงจูงใจในการซื้อสำหรับลูกค้า

๓) แนวทางการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับการท่องเที่ยว เช่น มีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินงานตามแผน การติดตามประเมินผล การให้บริการ ร่วมดูแล และร่วมแบ่งปันผลประโยชน์

๕.๓ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

๑) จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง ๔ แห่ง มีผลการประเมินองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านศักยภาพการบริหารจัดการได้คะแนน ๖๘ คะแนนจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนั้น ควรมีการถ่ายทอดวิชาการด้านการบริหารจัดการองค์กรเพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานคุณภาพ

๒) ควรมีการพัฒนาศักยภาพให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่โดยการจัดโครงการ/กิจกรรมเพื่อฝึกอบรมในเรื่องมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จัดให้มีระบบพี่เลี้ยงหรือปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้และเชี่ยวชาญทางด้านวิชาการทางการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดและพัฒนาองค์รู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับคนรุ่นใหม่ เป็นการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพและสืบทอดกิจการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เกิดความยั่งยืน

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาและพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่หลากหลายช่องทาง ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒) ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ของจังหวัด เพื่อนำผลไปวางแผนพัฒนาสู่ความยั่งยืนพัฒนา

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑) หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือและสร้างเครือข่ายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดสุพรรณบุรีให้มีพัฒนาการไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้มีมาตรฐานคุณภาพและสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

๒) หน่วยงานภาครัฐ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการให้ความช่วยเหลือในการสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกทาง การติดต่อสื่อสาร และด้านงบประมาณสนับสนุนเพื่อปรับปรุงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่และทุกฤดูกาล

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ:

กมล รัตนวิระกุล. การจัดการยุคใหม่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม. พิมพ์ครั้งที่ ๑.

กรุงเทพมหานคร : บริษัทแอดวานซ์ ฮอสพิทาลิตี คอนซัลแตนท์ จำกัด, ๒๕๕๐.

กรมการท่องเที่ยว. คู่มือการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : ม.

ป.ท., ๒๕๕๒.

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.

กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ๒๕๔๔.

กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑. แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

๑ (กาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี) พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐. ราชบุรี : กลุ่มงานบริหาร

ยุทธศาสตร์จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดราชบุรี, ๒๕๖๔.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองของคนในกรุงเทพมหานคร.

กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๔๕. หน้า ๒.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ ๒๕๖๐-๒๕๖๔

(ฉบับทบทวน พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๔). กรุงเทพมหานคร : กองนโยบาย ฝายวางแผน การ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๔.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี ๒๕๖๔. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์บริการข่าวสาร

การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๔.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. พิมพ์ครั้งที่ ๕.

กรุงเทพมหานคร : เอดิชั่นเพลส โปรดักส์, ๒๕๕๖.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช. ๒๕๔๑.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โอเดียน-

สโตร์, ๒๕๓๖.

ราณี อีสัยกุล. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. ใน เอกสารการสอนชุด

วิชาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยที่ ๒. พิมพ์ครั้งที่ ๓. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๖๐.

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. ท่องเที่ยวยั่งยืน (ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.

กรุงเทพมหานคร : อนุสาร อสท., ๒๕๔๔.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศรัญญา วรากุลวิทย์. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : Orientation to tourism industry.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เพื่อฟ้า พรินติ้ง, ๒๕๕๖.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **แนวคิดการบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๕๒.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๕๑.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. **การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเทศไทย, ๒๕๕๓.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๕๑.
- สำนักพัฒนาเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร. **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทย.** กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๕๑.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. **คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.** พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : กรมการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๗.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. **คู่มือประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.** กรุงเทพมหานคร : กรมการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๗.
- เสรี พงศ์พิศ. **คู่มือการทำสาธิตกิจกรรม.** กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทยการพิมพ์, ๒๕๕๒.
- องอาจ ปทะวานิช. **การส่งเสริมการขาย.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แสงดาว, ๒๕๕๗.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐.
- อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.** กรุงเทพมหานคร : แสงดาว, ๒๕๔๘.

(๒) ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์:

- มนรัตน์ ใจเอื้อ. “การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษา : กรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.** สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๙.

(๓) รายงานวิจัย:

- ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และคณะ. “โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี”. **รายงานการวิจัย.** คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน (ภายใต้โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้เพื่อการใช้ประโยชน์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.), ๒๕๖๓.

บรรพต วีรชัย. และคณะ. “พระสงฆ์กับสังคมไทยโดยพิจารณาในเชิงสังคมเศรษฐกิจ การเมืองและการปกครอง: กรณีศึกษาวัดในกรุงเทพมหานครและฉะเชิงเทรา”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๓๒.

พระครูโสภณวิธานวัตร. ดร. และคณะ. “การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี”. **รายงานการวิจัย**. วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ จังหวัดสุพรรณบุรี : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๓.

เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์. “การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ ตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี”. **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๖๑.

ศิรินทร เลียงจินดาถาวร และเขมิกา แสนโส. “รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม”. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๐.

สุขุม คงดิษฐ์ และคณะ. “นวัตกรรมการเชื่อมโยงการตลาดการท่องเที่ยวในเขตเกษตร ชุมชนสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๖๑.

(๔) บทความ:

กุลทิกา วิบูลย์ปิ่น. “แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามบริบทสังคมประเทศไทย ๔.๐ กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี”. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๔๓๙ (๔๓๘-๔๔๗).

เกษราภรณ์ บุรวัฒน์. และคณะ. “หลักธรรมกับการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง”. **วารสารสิรินธรปริทรรศน์**. ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๓๘๗-๓๘๙.

ชลธิชา พันธุ์สว่าง และคณะ. “การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี”. **วารสารสมาคมนักวิจัย**. ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๑๐๗-๑๐๙.

ทาริตา แต่งเส้ง. ญัฐวิภา ทองรุ่ง และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. “การพัฒนาชุมชนตามแนววิถีพุทธ”. **Journal of Modern Learning Development**. ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๔ (กรกฎาคม-สิงหาคม ๒๕๖๓) : ๒๔๔-๒๔๙.

ธง คำเกิด และคณะ. “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์กรแบบพหุภาคีชุมชนวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี”. **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่**. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๖ (พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๔๓๕ (๔๓๒-๔๕๐).

นภดล แสงแซ และคณะ. “รูปแบบการจัดการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี”. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี**. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๑๒๒-๑๓๖.

เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์. “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี”
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑
(มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๑๙๐-๒๑๒.

พระครูโสภณวิธานวัตร. ผศ.ดร.. “การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย
จังหวัดสุพรรณบุรี”. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-
เมษายน ๒๕๖๔) : ๙๕ (๙๕-๑๐๖).

รัชฎาพร บุญเรือง. “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้าน
นา จังหวัดนครนายก”. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ. ปีที่ ๖ ฉบับที่
๓ (มีนาคม ๒๕๖๔) : ๔๐๔-๔๐๕.

อิสริย์ สุขพรสินธรรม และ โสมฤทัย สุนธยาธร. “ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบน
เครื่องบินชาวไทย”. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ. ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๑
(มกราคม-เมษายน ๒๕๖๒) : ๑๑๒-๑๒๕.

(๕) เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์เผยแพร่และเอกสารอื่น ๆ:

“พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ., ๒๕๔๘”. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๒ ตอนที่ ๖ ก.
๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ : ๑.

(๖) สื่ออิเล็กทรอนิกส์:

Pattarat. “ท่องเที่ยวเชิงเกษตร” เทรนด์ที่กำลังมาแรง เมื่อคนเมืองอยากสัมผัสชีวิตชนบทหนี
COVID-19. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://positioningmag.com/1289665> [๓๐
มีนาคม ๒๕๖๕].

กรมส่งเสริมการเกษตร. สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ., ๒๕๔๘
และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.,
๒๕๖๒. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.doae.go.th/about_detail.php?id=ZoZwOWFTcIls [๑ เมษายน ๒๕๖๕].

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
<http://www.sceb.doae.go.th/> [๑ เมษายน ๒๕๖๕].

ทัศนาวดี ฉากภาพ. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.grad.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2020/06/2.ทัศนาวดี.pdf> [๒๖ เมษายน
๒๕๖๕].

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต. พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : <https://84000.org/tipitaka/dic/> [๒๖ เมษายน ๒๕๖๕].

ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. รายงานสรุป
ประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วจังหวัดสุพรรณบุรี.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://smce.doe.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17 [๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕].

ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. รายงานสรุป
ประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ระดับ
จังหวัด (สุพรรณบุรี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://smce.doe.go.th/> [๒๕ มีนาคม
๒๕๖๕].

วรารณ บัญเชียง. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action Research –
PAR. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/document/ [๑๒ เมษายน
๒๕๖๕].

ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า.
[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/> [๒๒
มีนาคม ๒๕๖๕].

สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี. แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๕
(ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๓. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [https://ww1.suphanburi.
go.th/files/com_strategic/2019-01_3698f41fc355f67.pdf](https://ww1.suphanburi.go.th/files/com_strategic/2019-01_3698f41fc355f67.pdf) [๓๐ มีนาคม ๒๕๖๕].

อานันท์ ตะนัยศรี. วิสาหกิจ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://ophbgo.blogspot.com> [๑ เมษายน
๒๕๖๕].

(๗) สัมภาษณ์/สนทนากลุ่ม:

สัมภาษณ์ นางสาวธนัชพร กรรมการและเลขานุการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย.
๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางสาวบุบผา ศรีวิเชียร. คณะกรรมการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน
เชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง. ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา. ประธานศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นา
เฮียใช้). ๕ เมษายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายพิชิต รุ่งเรืองด้วยบุญ. ประธานกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิง
เกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง. ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายวัฒนา เผือกเสริมฐ. รองประธาน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย. ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายสงบ ลาภปัญญา. รองประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตร
สร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง. ๗ เมษายน ๖๕.

สัมภาษณ์ นายสมคิด เกตุคง. กรรมการ ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย. ๒๑ มิถุนายน
๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายสมภาพ ทองฤทธิ์. กรรมการ วิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย. ๒๑ มิถุนายน
๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายโสภณ พันธุ์ ฝ่ายประสานงาน/ประชาสัมพันธ์-การตลาด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว
โดยชุมชนเชิงเกษตรบ้านแหลม. ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายอานนท์ รักผล. ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย. ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ พระครูภัทรกิตติสาร. เจ้าอาวาสวัดสัปปะประเทศ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน
เชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง. ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๕.

บทสรุปเสวนา นายนิธิทัศน์ เจริญธรรมรักษา. ประธานศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนา
ไทย (นาเฮียใช้). ณ ห้องประชุมขวัญตาจุ. ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

บทสรุปเสวนา นายสงบ ลาภปัญญา. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง. ณ ห้อง
ประชุมขวัญตาจุ. ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

บทสรุปเสวนา นายโสภณ พันธุ์. ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม. ณ ห้อง
ประชุมขวัญตาจุ. ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

บทสรุปเสวนา นายโสภณ พันธุ์. ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านแหลม. ณ ห้อง
ประชุมขวัญตาจุ. ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

บทสรุปเสวนา นายอานนท์ รักผล. ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย. ณ ห้องประชุมขวัญตาจุ. ๒๗
พฤษภาคม ๒๕๖๕.

บรรณานุกรม (ต่อ)

๒. ภาษาอังกฤษ

1. Secondary Sources

(I) Books:

Belch. G. E.. & Belch. M. A.. **Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective.** 9th ed.. New York : McGraw-Hill/Irwin, 1993.

Oelkers. D. Oelkers. D.. **Travel and Tourism Marketing.** Student edition. USA : Thomson South-Western, 2007.

(II) Articles:

Buhalis. D.. “Marketing the Competitive Destination in The Future”. **Tourism Management.** Vol. 21 No.1 (2000) : 97-116.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
บทความวิชาการ

บทความวิชาการ

รายงานการวิจัย โครงการย่อย ๓ เรื่อง

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี

Marketing management guidelines for agro-tourism promotion of Buddhist community enterprises Suphanburi Province under the research plan on ways to add value of local plant products to creative economy and agro-tourism. of the Buddhist community enterprise group Banana Conservation Center, Suphanburi Province.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๒) ศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ ๓) เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมวิจัยคือผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้นำชุมชน ใช้การเลือกแบบเจาะจงจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน ๔ แห่ง เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ SWOT จัดเวทีเสวนา สังเกต และการตรวจเยี่ยมประเมินผลประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบอุปนัยและเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงอนุมานและเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า ๑) สภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ มีทั้งปัจเจกชนและคณะบุคคลเป็นเจ้าของกิจการสร้างคุณค่าคุณค่างานบริการธรรมชาติท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีระบบเทคโนโลยีและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย การคมนาคมสะดวก มีกิจกรรมให้บริการทุกกลุ่มทุกรุ่นอายุ มีผลผลิตทางเกษตรปลอดสารพิษและของฝากไว้บริการ ๒) องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ๗๒.๗๕ คะแนน สอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แต่ต้องมีการเสริมสร้างการจัดทำแผนพัฒนาองค์กร เปิดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกกิจกรรม และ ๓) แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ได้แก่ (๑) การยกระดับองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานคุณภาพ (๒) การบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ (๓) การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำสำคัญ แนวทางการจัดการตลาด/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร / กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ

Abstract

This research aims to 1) Study the current situation of agritourism promotion market management. 2) Study the main components and management of agritourism promotion marketing mix; and 3) Propose guidelines for marketing management, promoting agritourism and increasing distribution channels for Buddhist community enterprise products Suphanburi Province. It is a participatory action research. The key informant and co-researcher were entrepreneurs, members and community leaders. Using a specific selection from four agritourism community enterprises. Collecting data from group discussions, in-depth interviews, SWOT analysis, forums, observations, and earnings assessment visits. Inductive and quantitative analysis of content data using inferential and descriptive statistics.

The research showed that 1) Current situation, marketing management for Buddhist community agricultural tourism promotion there are both individuals and groups of people owning businesses that value local natural resources as an agricultural tourist attraction. There are modern technology and security systems, convenient transportation, activities for all groups and ages. There are non-toxic agricultural products and souvenirs to serve. 2) The main components and management of the marketing mix to promote agritourism as a whole passed the quality standard of agritourism at a very good level. The mean total score was 72.75 points, consistent with the interviews with key informants, but there must be a strengthening of the organization development plan and open to the community to participate in all activities. and 3) market management guidelines for promoting agritourism and increasing distribution channels for Buddhist community enterprise products, namely: (1) upgrading the main components of agritourism to quality standards. (2) management of the main components of agritourism sites in relation to the service marketing mix. (3) providing opportunities for communities to participate in the management of agricultural tourism sites.

Keywords: marketing management approach/agritourism promotion/Buddhist community enterprise group

บทนำ

ตลาดการท่องเที่ยวที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ในส่วนตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังจะขึ้นมาเป็นกระแสหลักหลัง COVID-19 จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญหลายท่านมองว่า การท่องเที่ยวแบบนี้ตอบโจทย์ทั้งการหลีกเลี่ยงพื้นที่ชุมชนหนาแน่น ได้ประสบการณ์ที่ผจญภัย ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ โดยกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คือจุดหมายที่น่าจะได้ประโยชน์จากเทรนด์นี้มากที่สุด เพราะเป็นการท่องเที่ยวกลางแจ้งท่ามกลางธรรมชาติ พักผ่อนในบ้านพักกลางป่า และเน้นการรับประสบการณ์^๑ สอดคล้องกับ **ราณี อธิชัยกุล** กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี และนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร^๒

บริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี^๓ เป็นหนึ่งในสามจังหวัดกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1 ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรทางธรรมชาติและเกษตรกรรม รวมถึงเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญเมืองหนึ่งในภูมิภาคภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ได้มีเป้าหมายการพัฒนาให้เป็นเมืองเกษตรกรรมยั่งยืน เศรษฐกิจเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดี สังคมมีสุข พื้นที่ตั้งมีความเหมาะสม รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมและมีความพร้อมในการรองรับการขยายตัว มีระบบชลประทานครอบคลุมร้อยละ 73.9 ของพื้นที่การเกษตร ได้รับการสนับสนุนการเกษตรจากจังหวัดให้สามารถเพาะปลูกได้ตลอดปี มีศักยภาพการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อการส่งออกและอุตสาหกรรมสนับสนุนในภาคสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและความพร้อม มีแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเกษตรครอบคลุมทั้งการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมงและการป่าไม้ ซึ่งสนับสนุนศักยภาพการเกษตร และสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ทางการเกษตรได้ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิต มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิตเชิงประวัติศาสตร์ พุทธศาสนาและแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกอำเภอ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง ชุมชนหมู่บ้านควาย ชุมชนบ้านท่าคอย อำเภอศรีประจันต์ ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย อำเภอเมือง ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เป็นต้น จังหวัดสุพรรณบุรีแม้จะมีจุดแข็งและโอกาสดังกล่าวก็ตาม จากการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

^๑ “ท่องเที่ยวเชิงเกษตร” เทรนด์ที่กำลังมาแรง เมื่อคนเมืองอยากสัมผัสชีวิตชนบท หนี COVID-๒๙ <https://positioningmag.com/๒๒๕๙๖๖๕>

^๒ ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๖๐: ๘). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยที่ ๒. (พิมพ์ครั้งที่ ๓). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๖๐).: หน้า ๘..

^๓ แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๕ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๓) (ออนไลน์) แหล่งที่มาจาก https://www.๒.suphanburi.go.th/files/com_strategic/๒๐๒๙-๐๒_๓๖๙๙f๘๔๒f๓๔๕f๖๗.pdf สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๖๕.

ภาคสนามจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร^๔ ยังพบจุดที่ควรพัฒนา ได้แก่ ปัญหาการท่องเที่ยวของโครงสร้างพื้นฐานที่ยังกระจายไม่ได้เท่าที่ควร รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญยังไม่ครอบคลุมและทั่วถึง ประชาชนในหมู่บ้านมักจะมีความกังวลเรื่องทรัพยากรธรรมชาติวันถูกทำลาย ขาดทักษะในการสร้างความเชื่อมั่นและความต้องการของลูกค้าโดยตรง ช่องทางการจำหน่ายไม่มีกฎหมายตัว ซึ่งจะถูกกำหนดโดยสภาวะตลาด ตัวกำหนดราคาจะแปรไปตามฤดูกาล และการจัดการส่งเสริมการขายยังขาดการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เป็นต้น สอดคล้องกับรายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์กรแบบพหุภาคีชุมชนวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี^๕ ระบุว่า ชุมชนวังยางและชุมชนอื่น ๆ ที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอศรีประจันต์ ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง จากการพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน พบว่า เป็นกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในระดับชุมชนเพียงด้านเดียว ทำให้เกิดช่องว่างในการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่จำกัดและไม่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอ รวมถึงขาดกลไกกลางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับอำเภอที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงจากชุมชนสู่ระดับจังหวัด การส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการทำงานตามพันธกิจของหน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่ ขาดการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ยังสนับสนุนไม่ตรงประเด็น และขาดการสนับสนุนในมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การนำองค์ประกอบหลักหรือมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาเป็นกรอบในการส่งเสริมตลาดด้านบริการ (7Ps)^๖ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เชื่อว่าจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีมาตรฐานคุณภาพ มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทุกฤดูกาล

จากปัญหา/อุปสรรค ความต้องการและความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดังกล่าวนี้น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนาม รวบรวมประเด็นปัญหา/อุปสรรค ข้อจำกัดและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเบื้องต้นแล้ว จึงมีความสนใจที่จะยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอขอรับทุนโครงการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และได้รับอนุมัติให้เป็นหนึ่งในสามโครงการย่อย โดยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แบ่งการวิจัยเป็น 3 ระยะ ระยะที่ 1 เชิญผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ SWOT ระยะที่ 2 จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว ระยะที่ 3 เสนอแนวทางการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวให้ สามารถรองรับ

^๔ สัมภาษณ์ : กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียไ้), ศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์พันธุกล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี, และกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมสุพรรณบุรี, ๒๔ พ.ค. ๒๕๖๕

^๕ จง คำเกิด และคณะ, การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์กรแบบพหุภาคีชุมชนวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี, บทความวิจัย วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๖ หน้า ๔๓๕(๔๓๒-๔๕๐)

^๖ Kotler, Philip, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ แนวคิดการบริหารการตลาดยุคใหม่ ; กรุงเทพมหานคร, ธรรมสาร, ๒๕๕๒.

นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ผสมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ทราบถึงประเด็นในรายละเอียดที่สำคัญ และมีความครอบคลุมในเนื้อหาสาระสำคัญที่ทำการศึกษาอย่างครบถ้วนและจะทำให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึก (In-depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงตรรกะได้ (Analytic Induction) รวมทั้งมีการศึกษาจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยภาคสนาม (Field Research) ซึ่งผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวิจัยได้จัดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย (Research Process)

คณะผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง มีกรรมการเข้าร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเหี้ยไช้) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบัน

ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาข้อมูลในประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน/ภายนอกและเสนอแนวทางการจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการสรุปความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มในแต่ละประเด็นแต่ละด้านวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบการวิจัย จัดกลุ่ม

ข้อความที่ไปในแนวทางเดียวกัน ตัดข้อความที่ไม่สัมพันธ์กับคำถามออกไป แล้วนำมาสรุปเนื้อหาให้กระชับ สั้นกระชับและเรียบเรียงข้อมูล แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 16 ราย ได้แสดงความเห็นอย่างอิสระ ให้แนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอประสบการณ์ของการบริหารจัดการวิสาหกิจที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชน ร่วมกันอภิปรายเชื่อมโยงเรื่องระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความคิดเห็นด้านโอกาส/อุปสรรค/จุดแข็ง/จุดอ่อน นอกจากนี้ยังยินดีสมัครเข้าร่วมวิจัยกับโครงการวิจัย จำนวน 13 ราย ดังนั้น เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกับการจัดการตลาดด้านอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องสินค้าหรือทดลองได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ คณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น

ประเด็นที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้การวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของ PESTEL Analysis

ประเด็นที่ 2 การสังเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ SWOT Analysis

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมทั้ง 4 แห่ง โดยใช้ SWOT Analysis จากข้อมูลปฐมภูมิในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์แบบทางการและกึ่งโครงสร้างผ่านระบบ Zoom Meeting เพื่อค้นหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคการฝึกอบรมส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถืพุทธ และดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ในรูปแบบเมตริกซ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis ทำให้ได้กลยุทธ์เพื่อประกอบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถแบ่งออกได้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก (S-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงรุก ดังนี้

1.1 ควรมุ่งพัฒนาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งทางประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศน์ และเชิงเกษตร เป็นต้น

1.2 ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สุพรรณบุรีให้ยั่งยืน

1.3 ควรรวมพลังชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ร่วมดูแล แบ่งปันผลประโยชน์ให้ชุมชน

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงป้องกัน ดังนี้

2.1 ควรสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนรากฐานวิถีชุมชนเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดกิจกรรมสาธิต การให้ความรู้ การลงมือปฏิบัติที่คำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก

2.3 ควรส่งเสริมให้เกษตรกรนำผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีสารปนเปื้อนตกค้างหรือไร้สารปนเปื้อนมาจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว

2.4 ควรพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวให้เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาดดิจิทัล

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงแก้ไข ดังนี้

3.1 ควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละวัย

3.2 ควรพัฒนาองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

3.3 ควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและมุ่งกลุ่มผู้บริโภคทุกวัย

3.4 ควรมีการศึกษาข้อมูลและประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงในทุกระดับ ตั้งแต่ ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ

3.5 ควรร่วมกับสถาบันทางการศึกษาในการพัฒนาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4) กลยุทธ์เชิงรับ (W-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่อุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่องานวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงรับ ดังนี้

4.1 ควรพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพการบริหารจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4.2 ควรร่วมกันสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทเป็นคู่ค้าหรือพันธมิตร

4.3 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวในองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 การจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 4 ผลการสังเคราะห์

ส่วนที่ 5 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ผลของการวิจัย

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่องแนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วิสาหกิจท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วมีจำนวน 21 แห่ง พบว่า อำเภออู่ทอง มีวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จดทะเบียนมากที่สุด จำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.09 รองลงมาได้แก่ อำเภอด่านช้าง มีจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.29 และอำเภอที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอเดิมบางนางบวชและอำเภอสามชูก จำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

1 การคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการวิจัย คณะผู้วิจัย ได้ดำเนินการคัดกรอง โดยการสอบถามกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อทวนสอบกับเกณฑ์คุณสมบัติพื้นฐาน พบว่า วิสาหกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคุณสมบัติไม่ผ่านเกณฑ์เบื้องต้น และบางวิสาหกิจท่องเที่ยวมีศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการตลาดในระดับดีถึงดีมาก ดังนั้น จึงเหลือวิสาหกิจท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติและสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 4 แห่ง ร่วมกับนิสิตจิตอาสาได้ออกจัดเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อเข้าเยี่ยมชมวิสาหกิจการท่องเที่ยว สังเกตลักษณะทางกายภาพ เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวในเบื้องต้นสอบถามช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา ชนิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และอื่น ๆ สรุปผลการเข้าเยี่ยมชม

พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง มีกรรมการเข้าร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 16 ราย ได้แสดงความเห็นอย่างอิสระ ให้แนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอประสบการณ์ของการบริหารจัดการวิสาหกิจที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนร่วมกันอภิปรายเชื่อมโยงเรื่องระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความคิดเห็นด้านโอกาส/อุปสรรค/จุดแข็ง/จุดอ่อน นอกจากนี้ยังยินดีสมัครเข้าร่วมวิจัยกับโครงการวิจัย จำนวน 13 ราย

สรุปผลการดำเนินงานในระยะที่ 1 ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านการออกแบบ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการตลาด ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งหัวหน้าส่วนราชการ หอการค้าจังหวัด เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานและร่วมกันพิจารณาหาวิธีการในการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ประชุมคณะผู้ทรงคุณวุฒิมีมติร่วมกันให้ดำเนินการตามหลักการ ให้มีการยกระดับและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านตลาดออนไลน์และส่วนประสมทางการตลาด

มาเป็นเครื่องมือในพัฒนาการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีคุณภาพ มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก (7Ps) คือ ทั้งนี้มอบให้คณะผู้วิจัยไปจัดทำหลักสูตรและหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญมาฝึกอบรม

ระยะที่ 2 ผลสัมฤทธิ์จากการฝึกอบรม ส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี แล้วนำไปจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมโดยใช้กระบวนการ PLC. กับกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สมัครใจเข้าร่วมวิจัย จำนวน 13 ราย ในเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps” และพาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดฝึกอบรมผู้ร่วมวิจัยระหว่างวันที่ 16-17 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุมขวัญตาจู วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร

พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนสอบก่อนอบรมคะแนนเต็ม 30 มีผู้เข้าอบรมจำนวน 13 ราย ได้คะแนนเฉลี่ย 22.87 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.62 ส่วนผลการทดสอบหลังการฝึกอบรม ได้คะแนนเฉลี่ย 25.31 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.21

พบว่าค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างคะแนนก่อนสอบและคะแนนหลังสอบของผู้เข้าอบรมจำนวน 13 ราย อยู่ที่ 0.97 หรือร้อยละ 97.00

พบว่า ค่าสถิติ t มีค่า -9.46 ค่า Sig.(2-tailed) 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าผลคะแนนทดสอบก่อนและหลังอบรมมีความสัมพันธ์กันและเมื่อผู้เข้าอบรมได้รับการฝึกอบรมแล้วมีคะแนนหลังการสอบเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระยะที่ 3 เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันพิจารณา

ส่วนที่ 1 เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ พบว่า จำนวนผู้เชี่ยวชาญ 12 ราย มีวุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีถึงระดับปริญญาเอก มีตำแหน่งหน้าที่เกี่ยววิสาหกิจชุมชนโดยตรง ทั้งด้านการตลาด ด้านการฝึกอบรม ด้านเทคโนโลยี และด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนที่ 2 เสนอองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้สรุปเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) ตามกรอบการวิจัยระยะที่ 3 ต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 ราย เพื่อรับทราบและพิจารณา แต่เนื่องจากยังอยู่ในช่วงการปฏิบัติตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันไวรัสโควิด 19 คณะผู้วิจัยได้จัดเสนอยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ ให้ร่วมกันพิจารณาความสอดคล้องผ่านระบบการประชุมแบบ Google Meet ตามรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้สรุปเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) ตามกรอบการวิจัยระยะที่ 3 ต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 ราย เพื่อรับทราบและพิจารณา แต่เนื่องจากยังอยู่ในช่วงการปฏิบัติตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันไวรัสโควิด 19 คณะผู้วิจัยได้จัดเสนอยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ให้ร่วมกันพิจารณาความสอดคล้องผ่านระบบการประชุมแบบ Google Meet ตามรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

มีการ พัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการร่วมสร้างสรรค์ชุมชนที่ดี ประกอบด้วย การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สร้างค่านิยมและพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการและส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาชุมชน ในด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

มีกลยุทธ์ ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สร้างค่านิยมและพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ พัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และ เสริมสร้างผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนวิถีพุทธในด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

มีการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผลิตพืชท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมท้องถิ่นและเครือข่ายชุมชนสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ (Benefit Sharing Community) เป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในด้านการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนนำเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรมชุมชนวิถีพุทธ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนานวัตกรรมที่เน้นต่อยอดในกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ และ เพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนสร้างสรรค์นวัตกรรมท้องถิ่น

มียกระดับศักยภาพของกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ร่วมกันในชุมชนวิถีพุทธเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนผลิตพืชในการเป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้ของชุมชนวิถีพุทธมากขึ้น พัฒนากิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ เพื่อสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนฐานราก เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนฐานรากได้มากขึ้น และ เชื่อมโยงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธด้วยความรวดเร็ว สัมพันธ์กับไทยแลนด์ 4.0

-เพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการเป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้ของชุมชนวิถีพุทธ

-พัฒนากิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ เพื่อมุ่งสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนฐานรากได้

-เชื่อมโยงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ควรมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ใช้กับเทคโนโลยียุคปัจจุบันเพื่อพัฒนาเป็นนวัตกรรมท้องถิ่นให้มีคุณลักษณะในเชิงวิชาการที่ได้รับการยอมรับ มีการนำหลักวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และเครื่องมือที่ทันสมัยมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบท และสภาพการณ์ของชุมชน และศักยภาพที่แท้จริงของสมาชิกและชุมชนเพื่อให้ผลผลิตเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย สามารถสร้างมูลค่าให้สูงขึ้นได้

2) ควรมีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านความรู้การสร้างสรรค์จากผู้รู้ ปราชญ์ชุมชน ดำเนินการสืบค้น แสวงหา คัดเลือก คิดค้น ปรับประยุกต์ใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จนได้เกิดเป็นความรู้ที่สามารถสร้างคุณประโยชน์ให้กับผลิตภัณฑ์พืช

3) ควรพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนทุกด้านเพื่อเตรียมการขอจดทะเบียนรับรองจากภาครัฐซึ่งจะช่วยให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ กับวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการ ให้เกิดการยกระดับผลผลิตสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการต่อยอดและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงการค้า

2) หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีส่วนกระตุ้นให้วิสาหกิจยกระดับผลิตภัณฑ์ผ่านการทดสอบทางเคมีและกายภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดได้อย่างกว้างขวาง

3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด เกษตรจังหวัด หรือพัฒนาชุมชน ศูนย์สินค้าโอท็อปหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรร่วมมือกับศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อพัฒนาต่อยอดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ส่งเสริมให้เป็นศูนย์ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร จำหน่ายสินค้าการเกษตร เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนเกิดความมั่นคงในชีวิต เป็นวิธีการของกลยุทธ์ทางการตลาด ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้ามีความมั่งคั่ง เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่จากฐานเกษตร ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าอยู่แล้วทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่มีคุณค่าสูงขึ้นนำไปสู่ความยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ, **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดสุพรรณบุรี**, (กรุงเทพมหานคร : กรมศิลปากร, 2544), .
- นิคม วงศ์นันตา, **วิทยา เจริญอรุณรัตน์, รายงานผลโครงการวิชาการ เรื่องเรียนรู้การอนุรักษ์และรวบรวมพันธุ์กล้วย, สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2557, .**
- นิภาพรรณ เจนสนติกุล, “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน”, **วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2562)**,.
- ปรีทรรณ พันธุ์บรรยงก์, **TQM ภาคปฏิบัติ: เทคนิคการแก้ปัญหาแบบ สียามา**, (กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2545), .
- ภัทรพร อาวชันการ, **ปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558 .**
- ยิ่งลักษณ์ กาญจนฤกษ์และคณะ, **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, โครงการ “การยกระดับความยั่งยืนทางการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย อ.แจ้ห่ม จ.ลำปาง, 2560**
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร,**รายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วจังหวัดสุพรรณบุรี** ข้อมูลวันที่ 25 มีนาคม 2565 https://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_e.php?report_id=17.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ., **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4)**, (กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น 2538, .
- วันสรา จันทร์กมล, “เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี”, **วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2563), .**
- สี่อีเลคทรอนิกส์**
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร,**รายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วจังหวัดสุพรรณบุรี** ข้อมูลวันที่ 25 มีนาคม 2565 tps://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_e.php?report_id=17.
- วรารณ บุญเชียง, **การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action Research – PAR)**, คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/document/ [12 เม.ย. 2565].
- วิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น, **หลักการตลาด (Marketing Principle)**, ออนไลน์, แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/toeykanoknipa2541/baeb-thdsxb-9> [3 พ.ค. 2565].

ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/> [22 มีนาคม 2565].

สัมภาษณ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลท่าระหัด, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์เก่งการเส้นพินแดง, และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพริกแกงสมุนไพรบ้านทุ่งนาทอง.

สุพรรณิ ไชยอำพร, คมพล สุวรรณภู, รายงานฉบับสมบูรณ์ การศึกษาศูนย์การเรียนรู้ด้านการพัฒนาสังคมและสวัสดิการระดับชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนแม่ระกา ตำบลแม่ระกา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก, 2550 หน้า 2- 5.

ภาคผนวก ข

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์

๑. การใช้ประโยชน์ด้านนโยบาย

(๑) หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือและสร้างเครือข่ายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดสุพรรณบุรีให้มีพัฒนาการไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้มีมาตรฐานคุณภาพและสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

(๒) หน่วยงานภาครัฐ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการให้ความช่วยเหลือในการสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกทาง การติดต่อสื่อสาร และด้านงบประมาณสนับสนุนเพื่อปรับปรุงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่และทุกฤดูกาล

๒. การใช้ประโยชน์ด้านสาธารณะ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีด้านโครงสร้าง และบทบาทในการบริหารจัดการศูนย์ฯ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านสภาพทั่วไปของศูนย์ฯ ส่วนด้านที่มีลำดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ด้านศักยภาพการดึงดูดผู้มาเยี่ยมชมศูนย์ฯ สร้างความโดดเด่น

-ด้านเทคโนโลยีการเกษตร

-ด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น

-ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

-และหลากหลายของกิจกรรมในศูนย์ฯ สามารถนำความรู้จากงานวิจัยไปใช้ในวงกว้างเพื่อประโยชน์ของสังคม และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้ความเข้าใจ เกิดความตระหนักในการ รู้คุณค่า ต่อสังคมประเทศชาติ- เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างสังคมคุณภาพ และส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

๓. การใช้ประโยชน์ด้านพาณิชย์/ ด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

(๑) วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับคุณภาพเพิ่มขึ้น มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่น ผ้าทอมือ และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธอย่างน้อย ๔ แห่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติ จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

(๒) วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการขายผ่านออนไลน์ องค์ความรู้ในการเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการบริการที่พัก การจำหน่ายอาหาร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่น ผ้าทอมือ พืชท้องถิ่น

๔. การใช้ประโยชน์ด้านชุมชนและพื้นที่

ผลสรุปคุณภาพศูนย์การเรียนรู้ฯ มีผลการสรุป ดังนี้ ๑) การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีประโยชน์ คุณค่าจริง ปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ได้มาตรฐานสากล ได้รับการรับรองจาก อย. มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีความสะอาด ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และมีความหลากหลาย ตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ๒) มีการพัฒนาด้านราคา กำหนดราคาให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภค ราคาไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ ดียวกันตามท้องตลาด ราคาพอประมาณเหมาะสมกับ ๓) มีการพัฒนาด้านช่องทางให้บริการ พัฒนาช่องทางการให้บริการ น่าสนใจ และเกิดความประทับใจให้แก่ผู้เยี่ยมชม มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ สะอาดและปลอดภัย จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในสถานที่ที่เหมาะสม และสะดวกแก่การซื้อผลิตภัณฑ์ มีการวางระบบกลุ่มหรือประเภทของสินค้า เหมาะแก่การจับจ่าย ซื้อ - ขาย รวมถึงขนาดของพื้นที่สามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่าง ๔) พัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น เว็บไซต์ เพจต่าง ๆ เฟสบุ๊ก มีการส่งเสริมโดยการผ่านสถาบันทางการศึกษา และมีการดำเนินการผ่านชมรม หรือศูนย์การเกษตรต่าง ๆ ดำเนินการผ่านศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน มีการดำเนินการเพิ่มแหล่งการเรียนรู้ให้มากขึ้นโดยผ่านชมรม เครือข่ายต่าง ๆ และมีการทำงานร่วมกันในทุกหน่วยงาน

๕. การใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ

(๑) คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการเพิ่มองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

(๒) คณะผู้วิจัยสามารถนำเสนอแนวทางในการพัฒนาความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี

(๓) คณะผู้วิจัยมีข้อมูลผลการประเมินประสิทธิผลของการพัฒนาความรู้ความสามารถทักษะในการพัฒนาศักยภาพการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

(๔) มีการเผยแพร่องค์ความรู้แบบบทความวิจัย ในวารสารทางวิชาการ การเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านวิทยุทัศน์ หนังสืองานวิจัย หรือผ่านระบบมัลติมีเดีย

ภาคผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมา
แลผลที่ได้รับของโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมา และผลที่ได้จากการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ	ผลที่ได้จากการวิจัย
๑) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๒) ศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๓) เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี	การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้การศึกษาทั้งเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในภาคสนาม โดยมีขอบเขต วิจัย โดยมีขอบเขต วิจัย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) เป็นแกน และเลือกกลุ่มจากกลุ่มประชากรที่มาเยี่ยมชม ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นข้อมูลสนับสนุน ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้ ๑) ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี ระเบียบ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๒) กำหนดกรอบแนวคิด หัวข้อปัญหา และวัตถุประสงค์ในการวิจัย ๓) กำหนดกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	ร ะ ย ะ ที่ ๑ การศึกษาบริบทวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ร ะ ย ะ ที่ ๒ ผลสัมฤทธิ์จากการฝึกอบรมส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ระยะที่ ๓ เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัด	สรุปผลการวิจัย เสนอในที่ประชุมคณะวิจัย/ผู้ร่วมวิจัย / ผู้ทรงคุณวุฒิ/ที่ปรึกษา/ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อรับฟังและพิจารณาผลการวิจัย ข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย แล้วทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และส่งรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป การสรุปและการเขียนรายงาน จะเป็นการประมวลผลของการเก็บข้อมูลทั้งหมดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ และ

	๔) สร้างเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลการวิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารศูนย์ฯ ด้านการตลาดและการอนุรักษ์พันธุ์กล้วย ๕) นำเครื่องมือเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ ๖) ทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Try out) ๗) ดำเนินการสัมภาษณ์ และส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ๘) วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล ๙) สรุปผลการศึกษา จัดทำเป็นแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี	สุพรรณบุรี	ข้อมูล ทฤษฎีโดยนำมาประยุกต์กับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดพร้อมนำเสนอสภาพของปัญหาและอุปสรรครวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาของ ก ารสร้างสรรค์และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลาดท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดสุพรรณบุรี
--	--	-------------------	---

ภาคผนวก ง

- เครื่องมือวิจัย (แบบสอบถาม)
- หนังสือเชิญ- ผู้ร่วมวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งออกเป็น ๓ ชุด ได้แก่

ชุดที่ ๑ เป็นแบบสนทนากลุ่มเพื่อสืบสาวหาสภาพการณ์ปัจจุบันในด้านองค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

ชุดที่ ๒ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกชนิดมีโครงสร้างลักษณะผสมกันทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อสืบสาวหาเหตุปัจจัยของปัญหา/อุปสรรคและความต้องการ รวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และสภาพแวดล้อมทั่วไป โดยกำหนดประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ตามกรอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ชุดที่ ๓ เป็นแบบตรวจเยี่ยมผลประกอบการวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลังสิ้นสุดการเสวนา ใช้กระบวนการ สังเกตผลงานแบบมีโครงสร้าง การสนทนา/พูดคุยตามประเด็นด้านองค์ประกอบและการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๑ แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม/การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๑) คำถามหลักในการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยสอบถามเพื่อแสวงหาสภาพการณ์ปัจจุบันในการบริหารจัดการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวน ๕ คำถาม ดังนี้

ข้อที่ ๑ การจัดการตลาดด้านการท่องเที่ยวท่านมีวิธีการจัดการอย่างไร

ข้อที่ ๒ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาท่านมีวิธีการบริหารจัดการ การจัดการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธอย่างไรบ้าง

ข้อที่ ๓ วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาในความร่วมมือการทำงาน และผู้ประสานในชุมชน แหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร

ข้อที่ ๔ วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาการหาแหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของท่านอย่างไรบ้าง

ข้อที่ ๕ วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาช่องทางหรือสถานที่/จุดกระจายผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๒) คำถามหลักในการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยนำองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๔ อย่าง ส่วนผสมทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยว (7 Ps) มาเป็นกรอบคำถามหลักเพื่อสืบสาวหาเหตุปัจจัยของปัญหา/อุปสรรคและความต้องการ รวมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และสภาพแวดล้อมทั่วไปของวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เช่น แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เส้นทางเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางสะดวกและปลอดภัย ง่ายอย่างไรบ้าง สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ อินเทอร์เน็ต ร้านอาหาร เป็นอย่างไรบ้าง กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีกิจกรรมใดบ้างที่โดดเด่น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ ฟังพอใจ

จากลูกค้า และต้องการที่จะมาเยี่ยมชมอีกในรอบที่ ๒ รอบที่ ๓ ท่านได้มีการบริหารจัดการปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง เป็นต้น

๓) แบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสนทนา/พูดคุย กับผู้ประกอบการ ในประเด็นองค์ประกอบหลักการท่องเที่ยว ๔ องค์ประกอบหลัก ประเด็นการจัดการตลาดการท่องเที่ยว 7P_s เมื่อจบจากการเสวนา ผู้วิจัยนำแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสำนักพัฒนามาปรับปรุงแล้วนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

๔) การเสวนาแบบโตะกลม ในประเด็น การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี มีขอบเขตการเสวนา ดังนี้

๔.๑ สภาพปัญหาปัจจุบันการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๒ การพัฒนาองค์ประกอบหลักและการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

๔.๓ ข้อเสนอแนะแนวทางทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี .เช่น

๔.๔ แรงจูงใจในการจัดสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๔.๕ ท่านมีวิธีการสร้างความเชื่อมั่นและความหวังให้นักท่องเที่ยวจ่ายค่าเดินทางมาเที่ยวอย่างไร

๔.๖ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่านมีจุดเด่น อะไรบ้างและจุดที่ควรพัฒนามีอะไรบ้าง

๔.๗ ในอนาคตการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการวิสาหกิจอื่นๆ สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไปวางจำหน่ายที่แหล่งท่องเที่ยวของท่าน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม การสังเกต (observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการเสวนา การตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะถูกนำไปใช้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) ในการตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นแรก คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบว่าได้ข้อมูลเพียงพอครบถ้วนแล้วหรือยัง ข้อมูลที่ได้มานั้นได้ตอบปัญหาของการวิจัยแล้วหรือไม่ หากคณะผู้วิจัยพบว่าได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกัน คณะผู้วิจัยจะตรวจสอบว่าข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า^๗ (Triangulation) ดังต่อไปนี้

๑) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบคือการตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่มาที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา ถ้าเวลาต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่ง

^๗ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/> [๒๒ มี.ค. ๒๕๖๕].

สถานที่ ถ้าสถานที่ต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมอยู่อีกหรือไม่

๒) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยไปจัดเก็บแต่ละครั้งจะแตกต่างกันอย่างไร ในกรณีที่ไม่น่าสนใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลสนาม ผู้วิจัยได้เพิ่มและอาจปรับเปลี่ยนผู้วิจัยให้มีหลายคนขึ้น

๓) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าถ้าใช้แนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

๔) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (methodology triangulation) คือการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันเช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกัน นั่นก็คือการศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วยนั่นเอง

๕) การสร้างบทสรุปและการพิสูจน์บทสรุป เป็นการนำแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยต่างๆ ทางวิชาการ มาสร้างเป็นบทสรุปร่วมกับข้อมูลที่เชื่อถือได้อีกครั้งหนึ่ง โดยเน้นความเชื่อมโยงเพื่อนำไปสู่การพิสูจน์ที่เป็นรูปธรรมและตรงต่อข้อเท็จจริงที่ปรากฏ

๖) นำเสนอแนวทางการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธให้ผู้เชี่ยวชาญทราบและพิจารณา (focus group) เช่น ประธานหอการค้า พาณิชย์ เกษตร พัฒนาชุมชน และอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สนใจเข้าร่วมรับฟังรายงานผลการวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งมีขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา ดังต่อไปนี้

๑) คณะผู้วิจัยจะร่วมกันตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นสำหรับการคัดเลือกเอกสาร และหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์

๒) มีการวางเค้าโครงข้อมูล โดยการทำรายชื่อหรือข้อความที่จะถูกนำมาวิเคราะห์แล้วแบ่งออกเป็นประเภท (Categories) ซึ่งจะทำให้คณะผู้วิจัยสามารถตัดสินใจได้ว่าจะดึงคำหรือตัดข้อความใดออกไป

๓) คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงบริบท (Context) หรือสภาพแวดล้อมมาประกอบข้อมูล เอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างลึกซึ้ง

๔) การวิเคราะห์เนื้อหา คณะผู้วิจัยจะทำตามเนื้อหาที่ปรากฏ (Manifest Content) ในเอกสารมากกว่าการกระทำต่อเนื้อหาที่แฝงอยู่ (Latent Content) โดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองวิธีด้วยข้อความแบบบรรยาย ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเด็นหรือปัญหาที่จะวิเคราะห์และการเลือกของคณะผู้วิจัยที่ได้ข้อมูลจากการทำการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก

๕) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีโครงสร้าง การเสวนาโต๊ะกลม ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียง และจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมายเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้ โดยดำเนินการไปพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อประเด็นใดวิเคราะห์แล้วไม่มีความชัดเจนก็จะตามไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ เหล่านั้น เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี

๖) ข้อมูลที่ได้จากการตรวจเยี่ยมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน ๔ แห่ง จะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลตามคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามเกณฑ์ ดังนี้

กรอบตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๓๔ ตัวชี้วัด กำหนดเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) มี ๓ ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนน^๘ ดังนี้

ค่าคะแนน	หมายถึง
๑	สูงกว่ามาตรฐาน
๐.๕	ได้มาตรฐาน
๐	ต่ำกว่ามาตรฐาน

สรุปรายงานผลการวิจัย

การสรุปและการเขียนรายงาน จะเป็นการประมวลผลของการเก็บข้อมูลทั้งหมดจากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิโดยนำมาประยุกต์องค์ประกอบตลาดการท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว 7Ps ทำการสังเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนวิถิพุทธสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เพิ่มแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน เพิ่มตลาดท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดสุพรรณบุรี

แผนการดำเนินการวิจัย

เป็นการแสดงรายละเอียดให้เห็นตัวแบบการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ ภายใต้กรอบเวลาต่าง ๆ ของโครงการ ดังแสดงในตารางภาพที่ ๓.๒ ดังนี้

ตารางที่ ๓.๒ แสดงแผนการวิจัยชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายงานวิจัยย่อยโครงการที่ ๓

ลำดับที่	กิจกรรม/เดือนที่	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑	(ระยะที่ ๑) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	√						
๒	การสนทนากลุ่ม ปัญหา/อุปสรรค/ด้านองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยว 7 P _s	√	√					
๓	นำข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม/การสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix เสนอในที่ประชุมกลุ่มนักวิจัย							

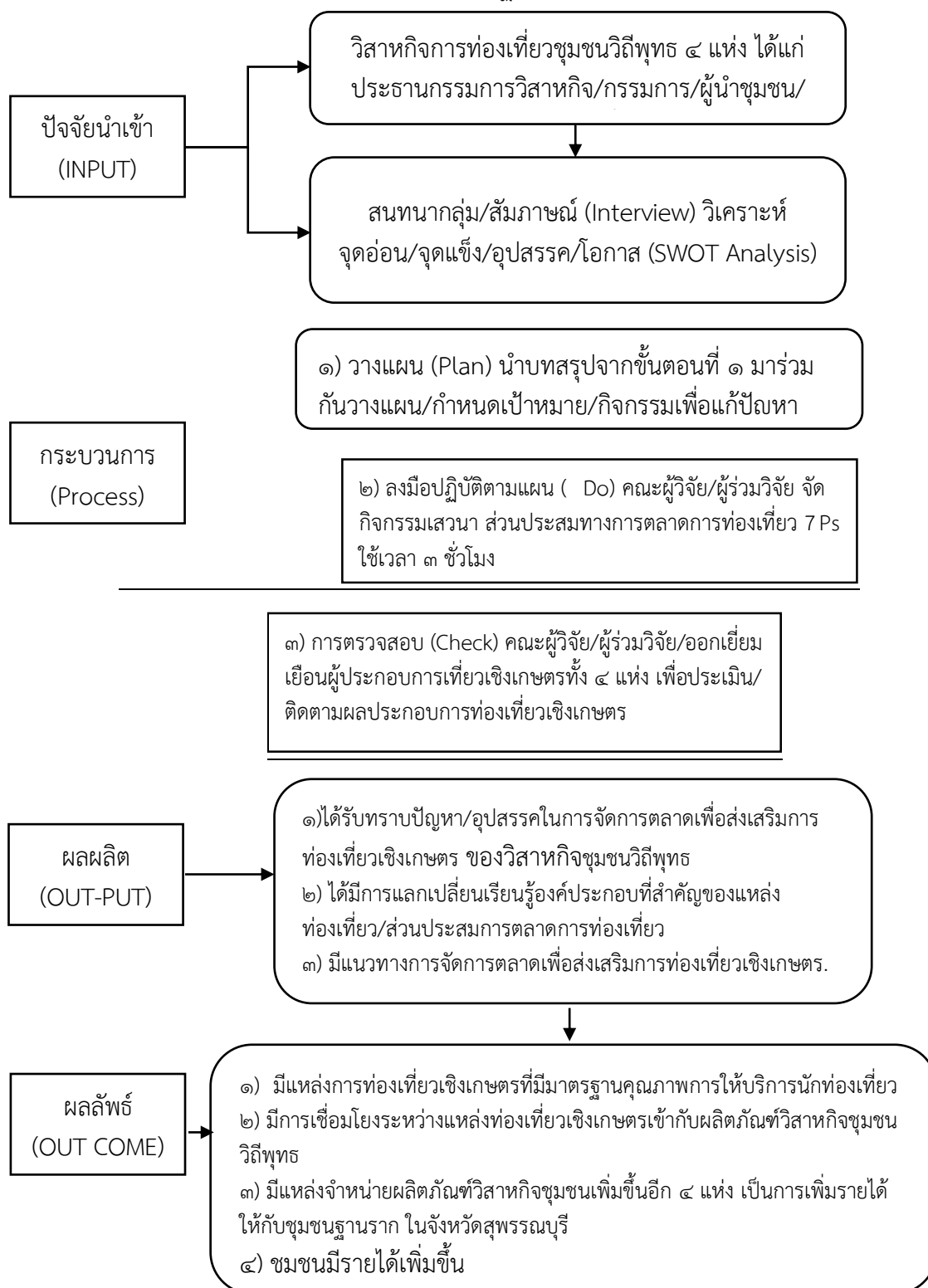
^๘ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร, คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พิมพ์ครั้งที่ ๒, (คู่มือ Ebook ๑๑๑๐๒๐๒๒pdf (กรมการท่องเที่ยว,กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพมหานคร ๒๕๕๗).

	ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐ/เอกชน/ ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันหา แนวทางการพัฒนา							
๔	(ระยะที่ ๒) ศึกษาส่วนประสมการจัดการ ตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้ การเสวนาแบบโต๊ะกลม			√				
๕	จัดทำร่างขอบเขตการเสวนาและแผนการ เสวนาให้กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เข้าร่วมเสวนาและร่วมเป็นผู้วิจัย							
๖	การจัดทำรายงานความก้าวหน้า โครงการวิจัยย่อย ๓							
๗	การดำเนินการตามแผน(จัดเสวนา/ติดตาม ประเมินผลประกอบการของแหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตร ทั้ง ๔ แห่ง)							
๘	(ระยะที่ ๓) เสนอแนวทางการจัดการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี							
๙	การประสานเครือข่ายจำหน่ายผลผลิตผ่าน พันธมิตร/หรืองานแสดงสินค้าในเทศกาลต่างๆ							
๑๐	การวิเคราะห์/จัดทำรายงานการวิจัย							
๑๑	การสรุปผลการวิจัยเสนอในที่ประชุม นักวิจัย/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ที่ปรึกษา/ประธานกลุ่มวิ สาหกิจ							
๑๒	การปรับปรุงรายงานการวิจัย และส่ง รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์							

กระบวนการวิจัย

เป็นการแสดงรายละเอียดให้เห็นตัวแบบขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด
โครงการ ของกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังแสดงในตารางภาพที่ ๓.๑ ดังนี้

ตารางภาพที่ แสดงกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม



สรุปรายงานผลการวิจัย

การสรุปและการเขียนรายงาน จะเป็นการประมวลผลของการเก็บข้อมูลทั้งหมดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิโดยนำมาประยุกต์กับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ๗Ps พร้อมนำเสนอสภาพของปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาของการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนวิถีพุทธสู่มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน มีสินค้าหลากหลายให้ผู้บริโภคเลือกซื้อตามความพึงพอใจ เพิ่มตลาดท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดสุพรรณบุรี

ภาคผนวก จ

ใบยินยอม เข้าร่วมการวิจัย

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยไม้พันธุ์สุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๒๓ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๒

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม ผู้ยินยอม

(นางสาว น.ส. น.ส. น.ส.)

ลงนาม พยาน

(นางสาว น.ส. น.ส. น.ส.)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(นาย น.ส. น.ส. น.ส.)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๕ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อกัน
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม ผู้ยินยอม

(ก.ส. นพพร /สงจันทร์)

ลงนาม พยาน

(เมธีวัฒน์ พงศ์)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(น.ส. ใจศิริ นพ)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพอเพียง อำเภอวังน้อย จังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๔ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม นาคัย เชนรดาภิ ผู้ยินยอม

(.....)

ลงนาม 82 พ. พยาน

(เมธวดี พงษ์เทศ)

ลงนาม 88 ทิพย์ ผู้ทำวิจัย

(พ.ศ. ๒๕๖๕)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพอเพียง อำเภอวังน้อย จังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๔ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม นาคัย เกรียงศักดิ์ ผู้ยินยอม

(.....)

ลงนาม สมชาย พยาน

(สมชาย พยาน)

ลงนาม สมชาย ผู้ทำวิจัย

(พ.ศ. ๒๕๖๕)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๖ เดือน ๑๖ พ.ค. ๒๕๖๑

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้ไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม ลีภรณ์ ลิขิต ผู้ยินยอม

(.....)

ลงนาม พยาน

(.....)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(.....)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๕ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วมโครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อกัน
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม พงศ์พัฒน์ ทำจิต ผู้ยินยอม

(นาง พงศ์พัฒน์ ทำจิต)

ลงนาม ปรียา พยาน

(นางสาว ปรียา พยาน)

ลงนาม ปรียา พยาน ผู้ทำวิจัย

(นางสาว ปรียา พยาน)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถียุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๔ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนามผู้ยินยอม

(.....)

ลงนามพยาน

(.....)

ลงนามผู้ทำวิจัย

(.....)

(.....)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนามผู้ยินยอม

(นายวิมล วิชาสอน)

ลงนามพยาน

(นายวิมล วิชาสอน)

ลงนามผู้ทำวิจัย

(นายวิมล วิชาสอน)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยไม้พันธุ์ดีจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๕ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว
ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม 10๓๐5 มกุฎ ผู้ยินยอม

(นาง 10๓๐5 มกุฎ)

ลงนาม พยาน

(นางสาว 10๓๐๕ มกุฎ)

ลงนาม 10๓๐๕ มกุฎ ผู้ทำวิจัย

(นางสาว 10๓๐๕ มกุฎ)

10๓๐๕

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถืพุด ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม นางกนิษฐา วัฒนชัยผู้ยินยอม

นางกนิษฐา วัฒนชัย (.....)

ลงนาม ดร. พยพยาน

(นายวิชาญ พงษ์ทอง)

ลงนาม ดร.กนิษฐา วัฒนชัยผู้ทำวิจัย

(นายวิชาญ พงษ์ทอง)

นางกนิษฐา วัฒนชัย

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพอเพียง ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยไม้พื้นเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๕ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อกัน.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม กนกกร แก้วมณี ผู้ยินยอม

(กนกกร แก้วมณี)

ลงนาม 82 พ. พยาน

(นพรัตน์ พานิช)

ลงนาม 82 พ. ผู้ทำวิจัย

(นพรัตน์ พานิช)

82 พ.

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถืพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๕ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*.....
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม สวัสดิ์ ทรัพย์น (เป็น) ผู้ยินยอม

(นาง สวัสดิ์ ทรัพย์น (จริง)

ลงนาม พยาน

(นาย สวัสดิ์ ทรัพย์น (จริง)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(นาย สวัสดิ์ ทรัพย์น (จริง)

(นาง สวัสดิ์ ทรัพย์น (จริง)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยไม้พื้นเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี

ให้คำยินยอม วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วมโครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อไป
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม ผู้ยินยอม

(นาง นล อนุพันธ์)

ลงนาม พยาน

(นางสาววิภาดา พงษ์พนา)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(นายสุวิทย์ ไร่เอก)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีสวน ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๓๐ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๕

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ*
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม ผู้ยินยอม

(นางสาวอัมพร สวัสดิ์)

ลงนาม พยาน

(นางสาวอัมพร พงษ์พวง)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(นายอัมพร วิชาวน)

ของผู้สมัครเข้าร่วมการวิจัย (Consent Form)

โครงการวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว
เชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
ให้คำยินยอม วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างในโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึง
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่างๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้ร่วม
โครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว
ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบัง
ซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้
เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อกับข้าพเจ้า
ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุป
ผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้
ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม ผู้ยินยอม

(.....)

ลงนาม พยาน

(.....)

ลงนาม ผู้ทำวิจัย

(.....)

(.....)

รายชื่อคณะผู้วิจัย ร่วมวิจัย หนังสือเชิญ

กลยุทธ์การตลาดและการท่องเที่ยวทางการตลาด วิสาหกิจชุมชนวิถี
พุทธ

รายการจ่ายค่าตอบแทนและค่าพาหนะ (เหมาจ่าย)
 แผนงานวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
 และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัด
 สุพรรณบุรี

วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๕
 วันเสาร์ที่ ๑๒ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.
 ณ พิพิธภัณฑ์ภูเขียววัดเขาไผ่หลวง จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่	ชื่อ - ฉายานามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวนเงิน (บาท)	ลายมือชื่อ
๑.	พ.ส. สอนวิชา วิชาคณิตศาสตร์	ครูวิชาคณิตศาสตร์		ส.ส.
๒.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๓.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๔.	นางสาวจันทิมา ๐๖-๐๐๐๐	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๕.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๖.	เรือเอกวิชา วิชาคณิตศาสตร์	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๗.	นางสาวจันทิมา ๐๖-๐๐๐๐	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๘.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๙.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๐.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๑.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๒.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๓.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๔.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๕.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๖.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๗.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๘.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.
๑๙.	พ.ร. พันธ์ มงคล	นักวิชาคณิตศาสตร์		ส.ร.

๓๑

๒๐	ธนาคาร ไทยพาณิชย์	สาขาเมืองทอง	Gr	
๒๑	บริษัท ไทยพาณิชย์	สาขาเมืองทอง		
๒๒	บริษัท ไทยพาณิชย์	สาขาเมืองทอง	๑๖, ๑๗ - กองงาน	NR.
๒๓				
๒๔				
๒๕				
๒๖				
๒๗				
๒๘				
๒				
		รวมทั้งสิ้น		

ถูกต้องตามนี้

รับรองตามนี้

()
เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี

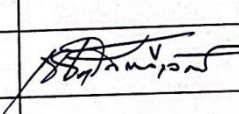
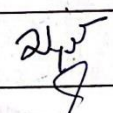
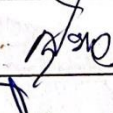
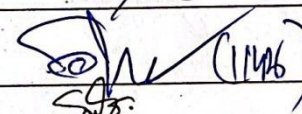
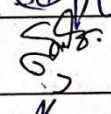
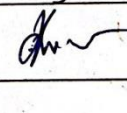
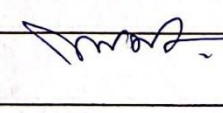
ประธานโครงการวิจัย

รายชื่อผู้เข้าประชุม

ระเบียบวาระการประชุมคณะกรรมการทำงานวิจัยส่วนงาน ปี๖๕
 แผนงานวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และ
 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถืพุทธศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี
 วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรณภูมิ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ณ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี

วันเสาร์ที่ ๑๒ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ เริ่มเวลา ๑๓.๐๐-๑๕.๓๐ น.

ณ พิพิธภัณฑ์ภูมิวิวัฒนา วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรณภูมิ
 วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่	ชื่อ - ฉายา/นามสกุล	ตำแหน่ง -	ลายมือชื่อ
๑	พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์, ดร.	ผอ. วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรณภูมิ เจ้าคณะจังหวัดสุพรรณบุรี	
๒	พระครูโสภณวิธานวัตร, ผศ.ดร.	ประธานกรรมการ	
๓	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 8	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๔	เกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุพรรณบุรี จ. ส. ๒๖๖ มงคณวิทย์ (เกษม)	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๕	เกษตรอำเภอเมืองสุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๖	ประมงจังหวัดสุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๗	วัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี นางสาวจันทิมา วัฒนศิริ (๒๖๓ ๔)	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๘	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 8	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๙	เกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๑๐	สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด สุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๑๑	ททท. จังหวัดสุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๑๒	วิทยาลัยช่างศิลปสุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	

๑๓	หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	Smitt
๑๔	ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สุพรรณบุรี	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	
๑๕	สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด สุพรรณบุรี		
๑๖	พัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี		อ.ก.
๑๗	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวสุพรรณบุรี		
๑๘	โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัย สุพรรณบุรี		
๑๙	เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี		
๒๐	สาธารณสุขจังหวัดสุพรรณบุรี ศูนย์สุขภาพชุมชน		
๒๑	อาจารย์ชวพัฒน์ พรหมขุนทด	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	อ.ชวพัฒน์
๒๒	ผศ.ดร. วิภาณี เมื่อกบัวขาว	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ	อ.วิภาณี
๒๓	ผศ.ดร.สาโรช เมื่อกบัวขาว	กรรมการจากคณาจารย์	อ.สาโรช
๒๔	ผศ.ดร. วิชุกร นาคธน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุพรรณบุรี	กรรมการจากคณาจารย์	อ.วิชุกร
๒๕	ดร.วิชุกร นาคธน	กรรมการจากคณาจารย์	อ.วิชุกร
๒๖	นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์	กรรมการจากคณาจารย์	อ.เอกมงคล
๒๗	นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์	กรรมการจากคณาจารย์	อ.เอกมงคล
๒๘	อ.เอกมงคล เพ็ชรวงษ์	กรรมการและเลขานุการ สภาเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี	อ.เอกมงคล
๒๙	ดร. กนก งามวิจิตร	กรรมการ/นายกเทศมนตรี	น.ก.
๓๐	ทศพรย์ อังทวิชัย	กรรมการ	ทศพรย์ อังทวิชัย
๓๑	อ.ทศพรย์ อังทวิชัย	กรรมการ	
๓๒	อ.ทศพรย์ อังทวิชัย	กรรมการ	
๓๓	อ.ทศพรย์ อังทวิชัย สภาเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี	กรรมการ	อ.ทศพรย์
๓๔		กรรมการ	

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมการท่องเที่ยววิถีพุทธ
 โครงการงานวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ "ปลาสุพรรณ"สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
 และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์ปลาสวยสุพรรณบุรี
 วันที่..... เดือน..... พ.ศ.2565
 เวลา 09.00 น. ณ ห้องประชุม "ขวัญตาจ" วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น
1	ดร.ศิริโสภณ วัฒนวิทย์	รพช.อ.อ.สุพรรณบุรี	
2	ดร.อรรถพร วัฒนวิทย์	ผอ.อ.อ.อ.อ.	
3	ดร.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
4	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
5	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
6	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
7	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
8	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
9	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
10	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
11	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
12	นายอ.อ.อ.อ.อ.	อ.อ.อ.อ.อ.อ.อ.	
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

รายชื่อวิทยากร อบรมหลักสูตร "กลยุทธ์การตลาด วิชากิจชุมชนวิทย์พุทธ"
 วันที่ 21-22 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุม ขวี่ดาว
 วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ต.รั้วใหญ่ อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี

ที่	ชื่อ-นามสกุล	วิทยากร	ลายเซ็น
1	นายธรรมศักดิ์ เหลืองไพฑูรย์		
2	ผศ.ดร.มณี จินณรงค์		
3	นายสารบูรณ์ บัวศักดิ์	ศูนย์อุตสาหกรรมภาคที่ 8	
4	นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา	ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตฯ (นาเล้าใช้)	
5	นายสงบ ลาภปัญญา	วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามห่วงที่วังยาว	
6	นายโสภณ พันธุ	ชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชน ค.บ้านแหลม	
7	นายอานนท์ รักผล	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	
8	ดร.อนัด ยันต์ทอง	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยทองสุข	
9	ดร.ฉัฐกร บังละออ	นักขายออนไลน์ยอดเยี่ยม ห้างศรีพงษ์ปาร์ค	
10	นายสมศักดิ์ มีแสงเพชร	นักพัฒนาระบบโซลูชันการตลาด	
11	นายสมชาติ ขาวสวน	ผู้ออกแบบโลโก้เพื่อการค้า/กราฟฟิค	

๑๖. มค ๑๐ ๖๖๖๖๖

รายชื่อผู้เข้าอบรมหลักสูตร "กลยุทธ์การตลาด วิชาทักษะชุมชนวิถีพุทธ"

วันที่ 21-22 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุม ขวัญดาว
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ต.รั้วใหญ่ อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี

ที่	ชื่อ-นามสกุล	กลุ่มชุมชนที่เข้ารับการอบรมฯ	ลายเซ็น
1	นางภารดี ทรัพย์โรภาส	ศูนย์การเรียนรู้ เก่งการเส้น ด.พิหารแดง	
2	นางกัญยารัตน์ อัมศิริบุญ	ศูนย์การเรียนรู้ เก่งการเส้น ด.พิหารแดง	
3	นางสำลี พุ่มกระจำจ	ศูนย์การเรียนรู้ เก่งการเส้น ด.พิหารแดง	
4	นางสาวจินดากร ภมรพล	ศูนย์การเรียนรู้ เก่งการเส้น ด.พิหารแดง	จินดากร ภมรพล
5	นางกัญญธนา แก้วบัวดี	ศูนย์การเรียนรู้ เก่งการเส้น ด.พิหารแดง	
6	คุณแอมอร บุญยัง	ศูนย์การเรียนรู้ท่าระหัด "ทวีป บุญยัง"	แอมอร บุญยัง
7	นางสาวดวงดาว พิฤททอง	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ไร่รถ	
8	นางสาวกนกพร แสงจันทร์	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ไร่รถ	
9	นางสุชานาฏ ใจชื่น	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ไร่รถ	
10	นายเสวียน โบกคำ	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ไร่รถ	
11	นายพงศ์พัฒน์ ทาจะดี	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.บ้านโฆ้ง	
12	นางสมคิด ศรีบุญเพ็ง	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.บ้านโฆ้ง	สมคิด
13	นางสมลักษณ์ สุภาษิต	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.บ้านโฆ้ง	สมลักษณ์
14	นางมาลัย เณรจาทิ	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.บ้านโฆ้ง	มาลัย
15	นายศุภโชค จันทวงษ์	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ดอนคา	
16	นางสาวทัศนีย์ สายดี	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ดอนคา	
17	นายสิริวิทย์ หงษ์เวียงจันทร์	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ดอนคา	สิริวิทย์
18	นายธนกิจ หงษ์เวียงจันทร์	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ดอนคา	
19	นางสาววาสนา หงษ์เวียงจันทร์	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ดอนคา	วาสนา
20	นายณัฐวุฒิ อุ่นทร	หน่วยบริการชุมชนนอกระบบ ต.ดอนคา	
21	นางสาวธนิษฐา เกดคง	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	ธนิษฐา เกดคง
22	นายฤชานนท์ สมงาม	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	
23	นายวัฒนา เผือกเสริฐ	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	
24	นายเฉลิมศักดิ์ จิตถนอม	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	
	ทพ.ศิริวิทย์ คุ้มแก้ว	จ. ราชบุรี	
	ทพ.สิริวิทย์ คุ้มแก้ว		สิริวิทย์

ทพ.ศิริวิทย์

ศิริวิทย์

||

ศิริวิทย์

ที่ อว ๘๐๖๖/ว ๑๔



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๔
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมัลลย์แมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เจริญพร นายนิทัศน์ เจริญธรรมรักษา ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย การจัดทำแผนการฝึกอบรม “กลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ” จัดกิจกรรมอบรมสัมมนา
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” (Professional Learning Community
: PLC.) ลงมือปฏิบัติ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับทุนสนับสนุนการ
ดำเนินการวิจัยจากส่วนงานวิจัยในบึงบรมาณ ๒๕๖๕ ให้ดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุกล้วย
จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ๖ นั้น

ทั้งนี้ รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะร่วมกันดำเนินงานวิจัยเรื่องดังกล่าว ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการ
วิจัย ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีพุทธเท่ากับ
เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจยิ่งขึ้น จึงขอเจริญพร เชิญท่านเป็นวิทยากรอบรมฯ ในวันเสาร์
ที่ ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕ เวลา ๑๔.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมขวัญตาจิว วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง
สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

จึงขอเจริญพรมหาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี จึงขอ
อนุโมทนาในกุศลจริยามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอเจริญพร

(พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร.)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ
หัวหน้าโครงการวิจัย

ติดต่อประสานงาน:-

พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร. โทร.๐๙๒ ๕๙๐๙๕๙๕

E-mail 2555ido@gmail.com

ที่ อว ๘๐๖๖/ว ๑๔



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๔
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เจริญพร นายสงบ ลาภปัญญา ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยววังยาง

สิ่งที่ส่งมาด้วย การจัดทำแผนการฝึกอบรม “กลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ” จัดกิจกรรมอบรมสัมมนา
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” (Professional Learning Community
: PLC.) ลงมือปฏิบัติ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับทุนสนับสนุนการ
ดำเนินการวิจัยจากส่วนงานวิจัยในปิงงบประมาณ ๒๕๖๕ ให้ดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย
จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ฯ นั้น

ทั้งนี้ รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะร่วมกันดำเนินงานวิจัยเรื่องดังกล่าว ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการ
วิจัย ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีพุทธเท่ากับ
เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจยิ่งขึ้น จึงขอเจริญพร เชิญท่านเป็นวิทยากรอบรมฯ ในวันเสาร์
ที่ ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕ เวลา ๑๔.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมขวัญดาว วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง
สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

จึงขอเจริญพรมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี จึงขอ
อนุโมทนาในกุศลจริยามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอเจริญพร

(พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร.)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

หัวหน้าโครงการวิจัย

ติดต่อประสานงาน:-

พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร. โทร.๐๙๒๖ ๕๙๐๙๕๙๕

E-mail 2555ido@gmail.com

ที่ อว ๘๐๖๖/ว ๑๔



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๔
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เจริญพร อ. ธรรมศักดิ์ เหลืองไพฑูรย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย การจัดทำแผนการฝึกอบรม “กลยุทธ์การตลาดวิชาศึกษาศาสตร์ชุมชนวิถีพุทธ” จัดกิจกรรมอบรมสัมมนา
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” (Professional Learning Community
: PLC.) ลงมือปฏิบัติ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับทุนสนับสนุนการ
ดำเนินการวิจัยจากส่วนงานวิจัยในงบประมาณ ๒๕๖๕ ให้ดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย
จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ฯ นั้น

ทั้งนี้ รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะร่วมกันดำเนินงานวิจัยเรื่องดังกล่าว ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการ
วิจัย ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีพุทธเท่ากับ
เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจยิ่งขึ้น จึงขอเจริญพร เชิญท่านเป็นวิทยากรอบรมฯ ในวันเสาร์
ที่ ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕ เวลา ๑๔.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมขวัญดาว วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง
สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

จึงขอเจริญพรมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดียิ่ง จึงขอ
อนุโมทนาในกุศลจริยามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอเจริญพร

(พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร.)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

หัวหน้าโครงการวิจัย

ติดต่อกับประธานงาน-

พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร. โทร.๐๙๒ ๕๙๐๙๕๙๕

E-mail 2555ido@gmail.com

ที่ อว ๘๐๖๖/ว ๑๔



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๙
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เจริญพร นายอานนท์ รักผล ประธานศูนย์อนุรักษ์พันธุกล้วยสุพรรณบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย การจัดทำแผนการฝึกอบรม “กลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ” จัดกิจกรรมอบรมสัมมนา
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” (Professional Learning Community : PLC.) ลงมือปฏิบัติ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับทุนสนับสนุนการ
ดำเนินการวิจัยจากส่วนงานวิจัยในบึงประมาณ ๒๕๖๕ ให้ดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุกล้วย
จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ฯ นั้น

ทั้งนี้ รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะร่วมกันดำเนินงานวิจัยเรื่องดังกล่าว ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการ
วิจัย ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีพุทธเท่ากับ
เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจยิ่งขึ้น จึงขอเจริญพร เชิญท่านเป็นวิทยากรอบรมฯ ในวันเสาร์
ที่ ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕ เวลา ๑๔.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมขวัญดาว วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง
สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

จึงขอเจริญพรมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดียิ่ง จึงขอ
อนุโมทนาในกุศลจริยามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอเจริญพร

(พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร.)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

หัวหน้าโครงการวิจัย

ติดต่อประสานงาน:-

พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร. โทร.๐๙๒ ๕๙๐๙๕๙๕

E-mail 2555ido@gmail.com

ที่ ยว ๘๐๖๖/ว ๑๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๙
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมอบรมฯ

เจริญพร นางสาวอนัษฐ เกตุคง ศูนย์อนุรักษ์พันธุกล้วยสุพรรณบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย การจัดทำแผนการฝึกอบรม “กลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ” จัดกิจกรรมอบรมสัมมนา
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” (Professional Learning Community
: PLC.) ลงมือปฏิบัติ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินการ
วิจัยจากส่วนงานวิจัยในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ให้ดำเนินการวิจัย เรื่อง แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุกล้วยสุพรรณบุรี โดย
มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ฯ นั้น

ทั้งนี้ รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้พิจารณา
แล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะร่วมกันดำเนินงานวิจัยเรื่องดังกล่าว ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจะ
ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีพุทธเท่ากับเป็นการเพิ่ม
รายได้ให้กับผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจยิ่งขึ้น

จึงขอเจริญพร เชิญท่านเข้าร่วมอบรมฯ ในระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕ เวลา ๐๙.๐๐- ๑๕.๐๐ น.
ณ ห้องประชุมชรัตวาท วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ณ ห้องประชุมชรัตวาท
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

จึงขอเจริญพรมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี
จึงขออนุโมทนาในกุศลจริยา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอเจริญพร

(พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร.)

รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ
หัวหน้าโครงการวิจัย

ติดต่oprasanงาน:-

พระครูโสภณวีรานุวัตร, ผศ.ดร. โทร.๐๙๒ ๕๙๐๙๕๙๕

E-mail 2555ido@gmail.com

ภาคผนวก ฉ

รายนามผู้ทรงคุณตรวจเครื่องมือ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๑. ชื่อ-สกุล

ตำแหน่งปัจจุบัน

วุฒิการศึกษา

สถานที่ทำงาน

อ.ธรรมศักดิ์ เหลืองไพฑูรย์

นักวิชาการอิสระด้านการตลาด

ปริญญาเอก สาขาการตลาด

บรรยายพิเศษด้านการตลาดกับมหาวิทยาลัยต่างๆ

๒. ชื่อ-สกุล

ตำแหน่ง

วุฒิการศึกษา

สาขา

สถานที่ทำงาน

ตำแหน่งปัจจุบัน

ผศ.ดร.มณี ชินณรงค์

อาจารย์บรรยายในสถาบันต่างๆ ด้านการตลาด

ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยศิลปากร ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต

การจัดการตลาด

วิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

อาจารย์ประจำวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

๓. ชื่อ-สกุล

ตำแหน่งปัจจุบัน

วุฒิการศึกษา

สถานที่ทำงาน

อาจารย์ ขวพัฒน์ พรหมขุนทด

อดีตศึกษานิเทศก์จังหวัดสุพรรณบุรี

ปริญญาโท (สาขาวิชาการบริหารการจัดการ)

คณะบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวอย่างหนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย
(ร่างตัวอย่าง)



ที่ ศธ.๖๑๖๖๑/ วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๑๐๐

๑๔ เมษายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เรียน/เจริญพร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย พระครูใบฎีกาศักดิ์ดีด้นัย, นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์ อาจารย์ประจำคณะ
สังคมศาสตร์และคณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี
ศรีสุพรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับทุนการวิจัยจากส่วนงาน
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ทำวิจัยเรื่อง การจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรีได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
..... ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้โดยเฉพาะ และ
คำแนะนำของท่านจะเป็นประโยชน์ ต่อการสร้างเครื่องมือของผู้วิจัยและคณะที่จะนำข้อมูลไป
ปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพ เหมาะสม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป

วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์
จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วยแล้ว และขออนุมัติ
ในกุศลจริยามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ/ขอเจริญพร

ขอแสดงความนับถือ/ขอเจริญพร

.....

.....

(อ.เอกมงคล เพ็ชรวงษ์)

(พระครูใบฎีกาศักดิ์ดีด้นัย)

หัวหน้าโครงการวิจัย

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ภาคผนวก ซ
ใบขอจริยธรรม



**ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไบนยอม**

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๓๑๕/๒๕๖๕

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี

(Agricultural Tourism of Community Enterprises Buddhist Way of
Lite, the Banana Conservation Center Suphanburi Province)

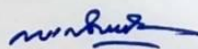
รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800765170

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี
ศรีสุพรรณภูมิ

ผู้วิจัยหลัก: นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

- | | |
|---|--------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๒ มิถุนายน ๒๕๖๕ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๒ มิถุนายน ๒๕๖๕ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๒ มิถุนายน ๒๕๖๕ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๒ มิถุนายน ๒๕๖๕ |



(พระสุวรรณเมธาภรณ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๕

หมายเลขใบรับรอง: ว.๓๑๕/๒๕๖๕

วันที่ให้การรับรอง: ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๕

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๖



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๓๑๕

๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร นายเอกมงคล เพ็ชรวงษ์ / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำการวิจัยในเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาข้อเสนอการวิจัยของท่านแล้ว มีความเห็นว่าการวิจัยที่จะดำเนินการนี้ มีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนด ไม่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ประการใด จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

จึงเจริญพราเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระสุวรรณเมธาภรณ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภาคผนวก ซ
รูปภาพกิจกรรมที่ดำเนินการวิจัย



แผนผังวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ
ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี



ติดต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์
พระครูโสภณวิธานุวัตร, ผศ.ดร.
โทร. 09-2590-9595



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี ที่นี่...สวนกล้วย สุพรรณ

Google :: <https://g.co/kgs/gze๖sd> Instagram :: @bananasuphancenter

ช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทาง
Facebook Fanpage
SCAN QR CODE



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี

#@BANANASUPHANBURI



<https://web.facebook.com/BananaSuphanburi/>

1.1 ล้าน
การเข้าถึงเพจ
▲ 27K 28 วันที่ผ่านมา

29.5K
จำนวนการรับชมเพจ
▲ 15.6K 28 วันที่ผ่านมา

เนื้อหาของคุณเข้าถึงผู้คนที่ใช่

โพสต์ **151,333**

สตอรี่ **116**

การเข้าถึงเพจจะเริ่มนับการเข้าถึงจากสตอรี่
เนื้อหาจากเพจของคุณ เช่น โพสต์และสตอรี่
ปรากฏบนหน้าโปรไฟล์ของพวกเขา

กลุ่มเป้าหมาย

7,519
คนที่ถูกใจเพจทั้งหมด
▲ 3.5K 28 วันที่ผ่านมา



ณเดชน์ บงกชปาลมา, Nanthaphon Hnoopan และคนอื่นๆ
อีก 7.5K คนถูกใจเพจของคุณ

22:46



Banana Cafe' - U Thon...
facebook.com



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี...
facebook.com



BANANA SUPHAN

ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี...
anvflio.com



แวะมาชมและให้ทานปลา...
facebook.com



สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์...
thainews.prd.go.th



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี...
facebook.com



รถแห่เฉลิมฉลองแล้ว! แฟน "...
todav.line.me

22:46



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี...
facebook.com

Facebook

ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี...
ภาพอาจมีลิขสิทธิ์ ดูข้อมูลเพิ่มเติม

รูปภาพที่เกี่ยวข้อง



ชวนเที่ยวงาน "Thailand...
travel-thai.com



ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี...
facebook.com

Discover อัปเดต ค้นหา คอลเลก... .เดิม

ภาคผนวก ญ
แบบสรุปโครงการวิจัย

ไทย ได้มีเป้าหมายการพัฒนาให้เป็นเมืองเกษตรกรรมยั่งยืน เศรษฐกิจเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดีสังคมมีสุข พื้นที่ที่มีความเหมาะสม รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมและมีความพร้อมในการรองรับการขยายตัว มีระบบชลประทานครอบคลุมร้อยละ ๗๓.๙ ของพื้นที่การเกษตร ได้รับการสนับสนุนการเกษตรจากจังหวัดให้สามารถเพาะปลูกได้ตลอดปี มีศักยภาพการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อการส่งออกและอุตสาหกรรมสนับสนุนในภาคสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและความพร้อม มีแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเกษตรครอบคลุมทั้งการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมงและการป่าไม้ ซึ่งสนับสนุนศักยภาพการเกษตร และสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ทางการเกษตรได้ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิต มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิตเชิงประวัติศาสตร์ พุทธศาสนาและแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกอำเภอ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง ชุมชนหมู่บ้านควาย ชุมชนบ้านท่าคอย อำเภอศรีประจันต์ ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเสียใช้) ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย อำเภอเมือง ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เป็นต้น จังหวัดสุพรรณบุรี แม้จะมีจุดแข็งและโอกาสดังกล่าวก็ตาม จากการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ^{๑๒} ยังพบจุดที่ควรพัฒนา ได้แก่ ปัญหาการท่องเที่ยวของโครงสร้างพื้นฐานที่ยังกระจายไม่ได้เท่าที่ควร รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญยังไม่ครอบคลุมและทั่วถึง ประชาชนในหมู่บ้านมักจะไม่มีความกังวลเรื่องทรัพยากรธรรมชาติวันถูกทำลาย ขาดทักษะในการสร้างความเชื่อมั่นและความต้องการของลูกค้าโดยตรง ช่องทางการจำหน่ายไม่มีกฎหมายตัว ซึ่งจะถูกกำหนดโดยสภาวะตลาด ตัวกำหนดราคาจะแปรไปตามฤดูกาล และการจัดการส่งเสริมการขายยังขาดการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เป็นต้น

จากปัญหา/อุปสรรค ความต้องการและความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังกล่าวนี้น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนามรวบรวมประเด็นปัญหา/อุปสรรค ข้อจำกัดและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเบื้องต้นแล้ว จึงมีความสนใจที่จะยกระดับต่อยอดขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอขอรับทุนโครงการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และได้รับอนุมัติให้เป็นหนึ่งในสามโครงการย่อย จึงเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกำหนดกระบวนการวิจัยเป็น ๓ ระยะ ในระยะที่ ๑ เชิญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน/ผู้นำชุมชน/ผู้นำท้องถิ่น เข้าประชุมกลุ่ม (Focus Group) สัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และวิเคราะห์ SWOT แล้วจัดทำบทสรุปปัญหา/อุปสรรค/โอกาส/จุดควรพัฒนา/จุดแข็งและข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการนำกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว ๑๐ ประการ ตามแนวคิดของสุทธิชัย ปัญญโรจน์^{๑๓} มาเป็นจัดทำหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม ถ่ายทอดนวัตกรรมส่งเสริมและวางแผนการจัดการตลาดท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานการบริการ (Service Standard) สามารถรองรับ

^{๑๒} สัมภาษณ์ : กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง, ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเสียใช้), ศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์พันธุ์กล้วย จังหวัดสุพรรณบุรี, และกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลมสุพรรณบุรี, ๒๔ พค. ๒๕๖๕

^{๑๓} สุทธิชัย ปัญญโรจน์, กลยุทธ์ทางการตลาด. (ออนไลน์), แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org> สืบค้นเมื่อ วันที่ ๑๑ เมษายน ๒๕๖๕..

นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรและมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๒) ศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ ๓) เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมวิจัยคือผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้นำชุมชน ใช้การเลือกแบบเจาะจงจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน ๔ แห่ง เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ SWOT จัดเวทีเสวนา สังเกต และการตรวจเยี่ยมประเมินผลประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบอุปนัยและเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงอนุมานและเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

ผลการวิจัย พบว่า ๑) สภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ มีทั้งปัจจัยบวกและคนละบุคคลเป็นเจ้าของกิจการสร้างคุณค่าคุณค่างานบริการธรรมชาติท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีระบบเทคโนโลยีและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย การคมนาคมสะดวก มีกิจกรรมให้บริการทุกกลุ่มทุกรุ่นอายุ มีผลผลิตทางเกษตรปลอดสารพิษและของฝากไว้บริการ ๒) องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ๗๒.๗๕ คะแนน สอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แต่ต้องมีการเสริมสร้างการจัดทำแผนพัฒนาองค์กร เปิดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกกิจกรรม และ ๓) แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ได้แก่ (๑) การยกระดับองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานคุณภาพ (๒) การบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ (๓) การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

๑. ด้านการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา

- สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนรายวิชาอื่น ๆ ได้
- สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประกอบงานประกันคุณภาพการให้บริการวิชาการแก่สังคม

๒. ด้านการพัฒนากิจกรรมมหาวิทยาลัยและชุมชน

- มีการนำองค์ความรู้จากงานวิจัยไปเผยแพร่และนำไปใช้กับชุมชนต่อไป

๓. ด้านการพัฒนาและส่งเสริม

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรนำแนวทางที่ได้จากผลการวิจัยไปปรับปรุงและจัดโครงการอบรมประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพให้กับชุมชนมีความเข้มแข็งและสร้างรายได้แก่ชุมชนต่อไป

หน่วยงานส่วนท้องถิ่น ชุมชน และสถาบันการศึกษา ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้กับประชาชน

การประชาสัมพันธ์

- มีการประชาสัมพันธ์ผ่านพัสตูป้องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย
- มีการประชาสัมพันธ์โดยการนำเสนอบทความวิจัย

มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผลิตภัณฑ์กล้วยอื่นๆของกลุ่มเกษตรกรทางอินเทอร์เน็ตในเว็บเพจของกลุ่มการท่องเที่ยว ๔ แห่ง -

ภาคผนวก ฅ
ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการย่อย ๓



๑). ผู้วิจัย

๑.ชื่อ

- ๑.๑ ชื่อภาษาไทย พระครูใบฎีกาศักดิ์ดนัย เนตรพระ
 ๑.๒ ชื่อภาษาอังกฤษ Phrakhubaidika Sakdanai Natepra
 ๑.๓ ที่อยู่ ๒๔๙ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัด
 สุพรรณบุรี . e-mail : sakdanai.san@mcu.ac.th โทร .๐๘-๓๖๑๘-๗๘๓๐
 Facebook : ศักดิ์ดนัย เนตรพระ

๒. คุณวุฒิ :

- นักธรรมชั้นเอก
- ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๑-๖ โรงเรียนสุพรรณภูมิ
- ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑-๖ โรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัย สุพรรณบุรี
- ร.บ. รัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่
- ร.ป.ม. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา
-
- ร.ป.ด. รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยปทุมธานี

๓. ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการจัดการเชิงพุทธ วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

๔. ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน, ประเทศ	ปี พ.ศ. ที่ จบ
ปริญญาตรี	รัฐศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่	๒๕๕๕
ปริญญาโท	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์	วิทยาลัยนครราชสีมา	๒๕๖๒
ปริญญาเอก	รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์	มหาวิทยาลัยปทุมธานี	๒๕๖๕

๕. ผลงานวิจัย ผลงานทางวิชาการ และสิ่งตีพิมพ์

๕.๑ ผลงานวิจัย / วิทยานิพนธ์ (ผลงานวิจัย)

พระครูใบฎีกาศักดิ์ดนัย เนตรพระ(๒๕๖๒) การศึกษาวิเคราะห์เมืองอู่ทองในฐานะ
 ประวัติศาสตร์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา An Analytical Study of U-THONG City as a
 History of Buddhist Propagation

๕.๒ สิ่งตีพิมพ์/บทความทางวิชาการ

บทความวิชาการ

พระครูใบฎีกาศักดิ์ดีดน้อย เนตรพระ(๒๕๖๒) สติ-สัมปชัญญะ Solving Social Consciousness” พิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ Veridianวารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University Humanities, Social Sciences and arts Volume ๑๒ Number ๔ July – August ๒๐๑๙ หน้า ๖๐๖-๖๒๓ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร (TCI ฐาน ๑)

๕.๓ ผลงานทางวิชาการด้านอื่นๆ

การนำเสนอผลงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๖. พูนและรางวัลที่ได้รับ

๗. ความเชี่ยวชาญ

๘. ประสบการณ์ด้านการวิจัย

.....

๒) ผู้ร่วมโครงการย่อย ๓

๑.ชื่อ

๑.๑ ชื่อภาษาไทย เอกมงคล เพ็ชรวงษ์

๑.๒ ชื่อภาษาอังกฤษ aekmongkol phetchawong

๑.๓ หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน ๓๗๒๐๗ ๐๐๔๐๒ ๐๔๕



๒. คุณวุฒิ

พธ.บ. พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

อ.ม. อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาศาสนาเปรียบเทียบ มหาวิทยาลัยมหิดล

๓. ตำแหน่งปัจจุบัน

นักวิจัย และอาจารย์ประจำ วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ๒๕๔๙ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๐๓๕ ๕๒๑๑๒๐

๔.ประวัติการศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)	ชื่อสถาบัน, ประเทศ	ปี พ.ศ. ที่จบ
ปริญญาตรี	พุทธศาสตรบัณฑิต สาขา ศาสนา	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๒๕๓๗
ปริญญาโท	อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขา ศาสนาเปรียบเทียบ	มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา นครปฐม	๒๕๔๒

๕. ผลงานวิจัย ผลงานทางวิชาการ และสิ่งตีพิมพ์

๕.๑ ผลงานวิจัย / วิทยานิพนธ์

(ผลงานวิจัย)

(๒๕๖๑). ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุด้วยหลักพุทธธรรม:วัดสุคนธาราม อำเภอบางซ้าย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา The Development of Model Health Care of The Elderly With Principles in Buddhists: Watsukhontharam Bangsai Distric Pranakhornsriyuthaya Province

(๒๕๖๑). ชื่อโครงการวิจัย เรื่องการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์เมืองอุทอง : ศึกษา กรณีการเผยแผ่พระพุทธศาสนาAN ANALYTICAL OF U-THONG HISTORY :A CASE STUDY OF BUDDHISM PROPAGATION

๕.๒ สิ่งตีพิมพ์/บทความทางวิชาการ

บทความวิชาการ

(๒๕๖๐) ภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ตามหลักพุทธธรรม ปีที่พิมพ์ ๒๕๖๐ แหล่งที่ตีพิมพ์ วิทยาลัยสงฆ์นครน่าน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ชื่อวารสาร พุทธบูรณาการกับศาสตร์สมัยใหม่เพื่อพัฒนาจิตใจและสังคมยุคไทยแลนด์ ๔.๐

(๒๕๖๑) ภาวะผู้นำการจัดการเชิงพุทธที่มีต่อสังคมในยุคไทยแลนด์ ๔.๐” Leadership in Buddhist Management skills in the Workplace Sociology and Religion in Thailand ๔.๐ ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๑)Vol ๑๑ No ๒ (๒๐๑๘)หน้า ๙๒๖-๙๓๗

(๒๕๖๑) บทบาทของพระสังฆาธิการ : การขับเคลื่อน ไทยแลนด์ ๔.๐ (The Roles of Sangha Administrators : Operational to Thailand ๔.๐)ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๑)Vol ๑๑ No ๒ (๒๐๑๘) หน้า ๙๓๘-๙๕๖

(๒๕๖๑) บทความงานวิจัยภาษาอังกฤษ เรื่อง “A Study to Observance of Five Precepts Behavior of the Buddhists in Suphanburi Province” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับ International Humanities, Social Sciences and artsVolume ๑๑ Number ๕ July-December ๒๐๑๘, p.๗๙-๙๓.

(๒๕๖๒) ประวัติศาสตร์และคุณค่าทางอารยธรรมสมัยทวารวดี (Historical Ecology And Dvaravati Civilization) Humanities, Social Sciences and artsVolume ๑๒ Number ๔ July -August ๒๐๑๙ หน้า ๖๐๖-๖๒๓

๕.๓ ผลงานทางวิชาการด้านอื่นๆ

การนำเสนอผลงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๕.๓.๑ เข้าร่วมเสนอผลงาน เรื่อง พุทธศิลป์ แดนดินสุพรรณบุรี ปีที่พิมพ์ ๒๕๕๙ แหล่งที่ตีพิมพ์ มจร วิทยาเขตขอนแก่น วารสาร การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๓ และระดับนานาชาติ ครั้งที่ เรื่อง “พุทธบูรณาการกับการวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมให้ยั่งยืน”

๖. ทู่นและรางวัลที่ได้รับ

๖.๑ ได้รางวัลผู้นำสายธรรมทูตดีเด่น จากองค์พระเทพรัตนราชสุตา พ ศ.๒๕๕๓

๗. ความเชี่ยวชาญ

๗.๑ การปฏิบัติการในชั้นเรียน (Classroom Action Research) ในด้านกิจกรรมทางศาสนา

๗.๒ เครือข่ายการเขียนบทความวิชาการปฏิบัติการในชั้นเรียนในด้านพระพุทธศาสนา (Classroom Action Research Network)

๗.๓ การออกแบบบทความวิจัยในสาขาวิชาต่างๆ

๘. ประสบการณ์ด้านการวิจัย

๘.๑ (๒๕๖๐) งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการรักษาศีล ๕ ของพุทธศาสนิกชน จังหวัดสุพรรณบุรี A STUDY OF THE BEHAVIOR IN OBSERVING THE FIVE PRECEPTS BY THE BUDDHISTS ACCORDING IN SUPHANBURI PROVINCE

๘.๒ (๒๕๖๑) งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุด้วยหลักพุทธธรรม: วัดสุคนธาราม อำเภอบางซ้าย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา THE DEVELOPMENT OF MODEL HEALTH CARE OF THE ELDERLY WITH PRINCIPLES IN BUDDHISTS: WAT SUKHONTHARAM BANGSAI DISTRICT PRANAKHORN SRIAYUTHAYA PROVINCE

๙. ประสบการณ์ด้านการเป็นวิทยากรอบรมและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

๙.๑ วิทยากรบรรยายพิเศษ “อารยธรรมตะวันออกตะวันตก” ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ระหว่างปี ๒๕๓๗ – ๒๕๓๙

๙.๒ วิทยากรฝึกอบรม บรรยายในหลักสูตรผู้บริหาร วิชาหลักการบริหารโดยหลักพระพุทธศาสนา ณ สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา วัดไร่ขิงจังหวัดนครปฐม ตั้งแต่ปี ๒๕๓๗-๒๕๔๒
