

**แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาด
ผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยว
บ้านปลายบาง อ.ปลายบาง จ.นนทบุรี**

**Guidelines for Development of Community Tourist Attractions Based
on Lifestyle to Enhance Market Potential Through ABC Model process;
A Case Study of Ban Plai Bang Creative Tourism Village, Plai Bang
District, Nonthaburi Province, Thailand**

บทความวิชาการ

ผศ. ดร.กรวิทย์ ไชยสุ

คณบดีวิทยาลัยการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Assistant Professor Dr. Korawit Chaisu

Faculty of Innovative Agriculture Management,

Panyapiwat Institute of Management, Thailand

E-mail: korawitchaisu@gmail.com

บทคัดย่อ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาด ผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง อ. ปลายบาง จ.นนทบุรี มีวัตถุประสงค์ การดำเนินงานเพื่อพัฒนาการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนฯ และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านระบบ Digital และ Online ผ่านกระบวนการ ABC model และเพื่อพัฒนาการนำเทคโนโลยี VR เข้ามาใช้ในการส่งเสริมการตลาด ในด้านการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism ซึ่งอยู่ภายใต้โครงการอมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น ธนาครอมสิน และคณะ นวัตกรรมจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปี 2563 โดยใช้กระบวนการทำงานผ่านระบบ ABC Model และเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการ (Process Innovation) โดยใช้ ABC model ซึ่งประกอบไปด้วย A (Ago) คือ ก่อน หรืออดีต, B (Being) คือ ระหว่าง หรือ ปัจจุบัน, C (Continue to the future) คือ หลัง หรือ อนาคต เป็นระบบหรือโมเดล ที่แบ่งงานออกเป็น 3 ส่วน เพื่อที่ผู้บริหาร และทีมงานสามารถวางแผนร่วมกันและเข้าใจในเป้าหมายของการทำงาน ของแต่ละช่วงเวลาในทิศทางเดียวกัน สามารถทำได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ถึงแม้อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัส โควิด-19 และสามารถนำเอา ABC model ไปประยุกต์ใช้ในการทำโครงการอื่น ๆ ต่อไปได้

วันที่รับบทความ:

วันที่แก้ไขบทความ:

วันที่ตอบรับบทความ:

คำสำคัญ: การตลาด, ABC โมเดล, บ้านปลายบาง

Abstract

Guidelines for Development of Community Tourist Attractions Based on Lifestyle to Enhance Market Potential Through ABC Model process; A Case Study of Ban Plai Bang Creative Tourism Village, Plai Bang District, Nonthaburi Province. The objectives to develop tourism information for the community and publicize products and services through digital and online systems through the ABC model process and to develop the use of VR technology to promote marketing in the field of digital agritourism. This project under the Omsin Yuwaphat Rakthin Project by Government Savings Bank and the Faculty of Innovation Agricultural Management, Panyapiwat Institute of Management, Thailand, 2020. Using the work process through the ABC Model system and is a process innovation using the ABC model, which consists of A (Ago) is before or in the past, B (Being) is between or the present, C (Continue to the future) is the latter or the future. This model that divides into 3 parts of work so that the management And the team can plan together and understand the goals of each work period in the same direction. Moreover, this project was able to achieve the intended objectives even in the situation of COVID-19 and the ABC model can be applied for future projects.

Keywords: Marketing, ABC model, Ban Plai Bang

บทนำ

ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ และยังเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งนี้ ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากนโยบายที่เน้นเรื่องการเพิ่มคุณภาพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และไทยเที่ยวไทย แต่ในปัจจุบันเกิดผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไปทั่วโลกของเชื้อไวรัส โควิด-19 ทำให้เกิดการระงับ และยกเลิกการเดินทางเป็นจำนวนมากส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยชะลอตัวอย่างต่อเนื่องเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง คิดเป็น 11% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เพราะฉะนั้นทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องดำเนินการต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2563)

นวัตกรรมการสื่อสารในการท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกใหม่ในการรับมือกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งเป็นนวัตกรรมการสื่อสารในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นการนำเสนอมุมมองใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมการสื่อสารเป็นการบูรณาการการใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์

ความเป็นไทย โดยนำเอาแนวคิดกรรมการสื่อสารมาใช้ในการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการสืบค้น และด้านการจัดสรรทรัพยากรภายใต้องค์ประกอบของการพัฒนาวัฒนธรรม การสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4 องค์ประกอบ (TOUR Model) ที่ผู้กำหนดนโยบายหรือผู้ประกอบการควรคำนึงถึง ได้แก่ นักท่องเที่ยว (T: Tourism) การสร้างความแตกต่าง (O: Opposite) การเข้าถึงข้อมูล (U: Ubiquitous) และการให้ข้อมูลย้อนกลับ (R: Response) (ภัทรบดินทร์, 2559) ปัจจุบัน Smart Tourism เป็นพื้นฐานเทคโนโลยี ข่าวสารสมัยใหม่ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ICT (Information Communication Technology) (Depa, 2017; ELEADER, 2017) เป็นการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารโดยใช้ เทคโนโลยีเครือข่ายข้อมูลขนาดใหญ่ เป็นการปฏิรูปการจัดการของทรัพยากรการท่องเที่ยว และสังคมให้มีประสิทธิภาพ เป็นระบบในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อความต้องการคุณภาพและความพึงพอใจของบริการที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต ข้อมูลเครือข่ายล้วนเป็นเครื่องมือที่เป็นข้อมูลข่าวสารที่สำคัญต่อทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก ในขณะนี้ และการที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการที่จะสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นตามกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวไร้รูปแบบ การท่องเที่ยวได้ทุกที่ทุกเวลา นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการที่มากขึ้นในการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ และสะดวกรวดเร็ว ในการท่องเที่ยวเพราะเหตุนี้การสร้างและพัฒนา Smart Tourism จึงเป็นปัจจัยสำคัญของตลาดอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (ณภัทร ญาโนภาส, 2561) หากกล่าวถึง การท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งชุมชน และมีอาณาเขตใกล้กับ กรุงเทพฯ หนึ่งในจังหวัดที่น่าสนใจคือ “จังหวัดนนทบุรี”

ดินแดนแห่งวัฒนธรรม และเป็นจังหวัดหนึ่งในจังหวัดปริมณฑลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ งดงามไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตแบบไทยดั้งเดิมและไทยผสมผสาน อีกทั้งทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้เมืองหลวง มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางบก และทางน้ำ ทำให้จังหวัดนนทบุรีกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น จะเห็นได้ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ นวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะผู้จัดทำจึงได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของ “ชุมชนหมู่บ้าน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ บ้าน 100 ปี ชุมชนคนบางกรวย (ปลายบาง จ.นนทบุรี)” ซึ่งชุมชนยังคงดำเนินชีวิตที่เป็น วิถีดั้งเดิม มีสายน้ำลำคลองที่เชื่อมโยงแม่น้ำจนถึงอ่าวไทย ซึ่งสามารถตามรอยประวัติศาสตร์ย้อนไปได้หลายร้อยปี อาทิ สมัยอยุธยา อารยธรรมเก่า บางกรวยเป็นอำเภอที่มี ขนาดพื้นที่เล็กที่สุดของจังหวัดนนทบุรี และเป็นอำเภอหนึ่ง ที่อยู่ติดกับกรุงเทพฯ แต่พื้นที่ส่วนใหญ่ยังคงวิถีชีวิต แบบเรือสวนไร่นาเอาไว้อย่างชัดเจน (หมู่บ้านอุตสาหกรรม สร้างสรรค์บ้าน 100 ปี ชุมชนคนบางกรวย แต่เนื่องจาก สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันผนวกกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบทำให้ชุมชนอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบางไม่สามารถจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวได้ และมีปริมาณนักท่องเที่ยวลดลง ทำให้ชุมชน ขาดรายได้ คณะผู้จัดทำจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยว บ้านปลายบางให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบด้าน Digital Agritourism โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ด้านต่าง ๆ เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชน มาเป็นต้นทุน

หรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม โดยการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นดิจิทัลมากขึ้น อีกทั้งยังศึกษาแหล่งที่มาของรายได้และรายจ่าย เพื่อนำมาบริหารจัดการทางการเงินให้เป็นระบบโดยต้องสอดคล้องกับบริบทของชุมชน ผ่านกระบวนการ ABC model เมื่อเสร็จสิ้นโครงการฯ แล้ว ชุมชนยังคงสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและบูรณาการร่วมกับหน่วยงานในชุมชนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างยั่งยืน

ซึ่งสอดคล้องกับธนาคารออมสิน มีนโยบาย และแผนงาน ประจำปี 2563 ในการจัดกิจกรรมด้านการเสริมสร้างและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น “ออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น” โดยการบูรณาการภูมิปัญญาและวิทยาการสมัยใหม่ของสถาบันอุดมศึกษากับภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อสร้างกระบวนการในการเสริมสร้างและพัฒนายกระดับขีดความสามารถในการประกอบการของกลุ่มชุมชนที่รวมตัวกันสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีศักยภาพ มีมูลค่าเพิ่มสามารถยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดซึ่งเป็นการเสริมความมั่นคงในอาชีพและรายได้ การมีวินัยทางการเงิน และศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้แก่ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นให้มีความมั่นคง เกิดผลที่ยั่งยืน ในขณะที่เดียวกันนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการจะเกิดการเรียนรู้ เข้าใจในวิถีชีวิต เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาไทยและทรัพยากรอันมีค่า เพื่อจะช่วยกันจรรโลงรักษาให้อยู่คู่สังคมไทยสืบต่อไป

ดังนั้นทางสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ นำโดยคณะนวัตกรรมจัดการเกษตร ได้เล็งเห็นความสำคัญของโครงการฯ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของทางสถาบันฯ ที่เน้นการเรียนรู้ คู่กับการปฏิบัติ (Work-based Education) และเป็นมหาวิทยาลัยแห่งความร่วมมือทุกภาคส่วน (Cooperate University) จึงเป็นที่มาของการเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้

1. วัตถุประสงค์การดำเนินงาน

1.1 เพื่อพัฒนาการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนฯ และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านระบบ Digital และ Online ผ่านกระบวนการ ABC model

1.2 เพื่อพัฒนาการนำเทคโนโลยี VR เข้ามาใช้ในการส่งเสริมการตลาด ในด้านการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism

2. แนวคิดและกระบวนการ ABC model โดย ผศ.ดร.กรวิทย์ ไชยสุ

สืบเนื่องจากการทำงาน หรือบริหารโครงการมักเกิดปัญหาไม่เข้าใจกระบวนการ ขั้นตอนในการทำงาน ดังนั้น ผศ.ดร.กรวิทย์ ไชยสุ ได้คิดค้นวิธีการทำงานและการวางแผนงานเพื่อผู้ปฏิบัติงาน และทีมงานให้เข้าใจ และเห็นภาพการทำงานในระบบเดียวกันซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการ (Process Innovation) โดยใช้ ABC model by Dr. Ake ซึ่งประกอบไปด้วย A (Ago) คือ ก่อน หรืออดีต, B (Being) คือ ระหว่าง หรือ ปัจจุบัน, C (Continue to the future) คือ หลัง หรือ อนาคต เป็นระบบหรือโมเดลที่แบ่งงานออกเป็น 3 ส่วน เพื่อที่ผู้บริหารและทีมงานสามารถวางแผนร่วมกันและเข้าใจในเป้าหมายของการทำงานของแต่ละช่วงเวลาในทิศทางเดียวกัน ดังตารางที่ 1.

ตารางที่ 1 ตัวอย่างแนวทางการใช้ตาราง ABC model

A (Ago) คือ ก่อน	(Being) คือ ระหว่าง	C (Continue to the future) คือ หลัง
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

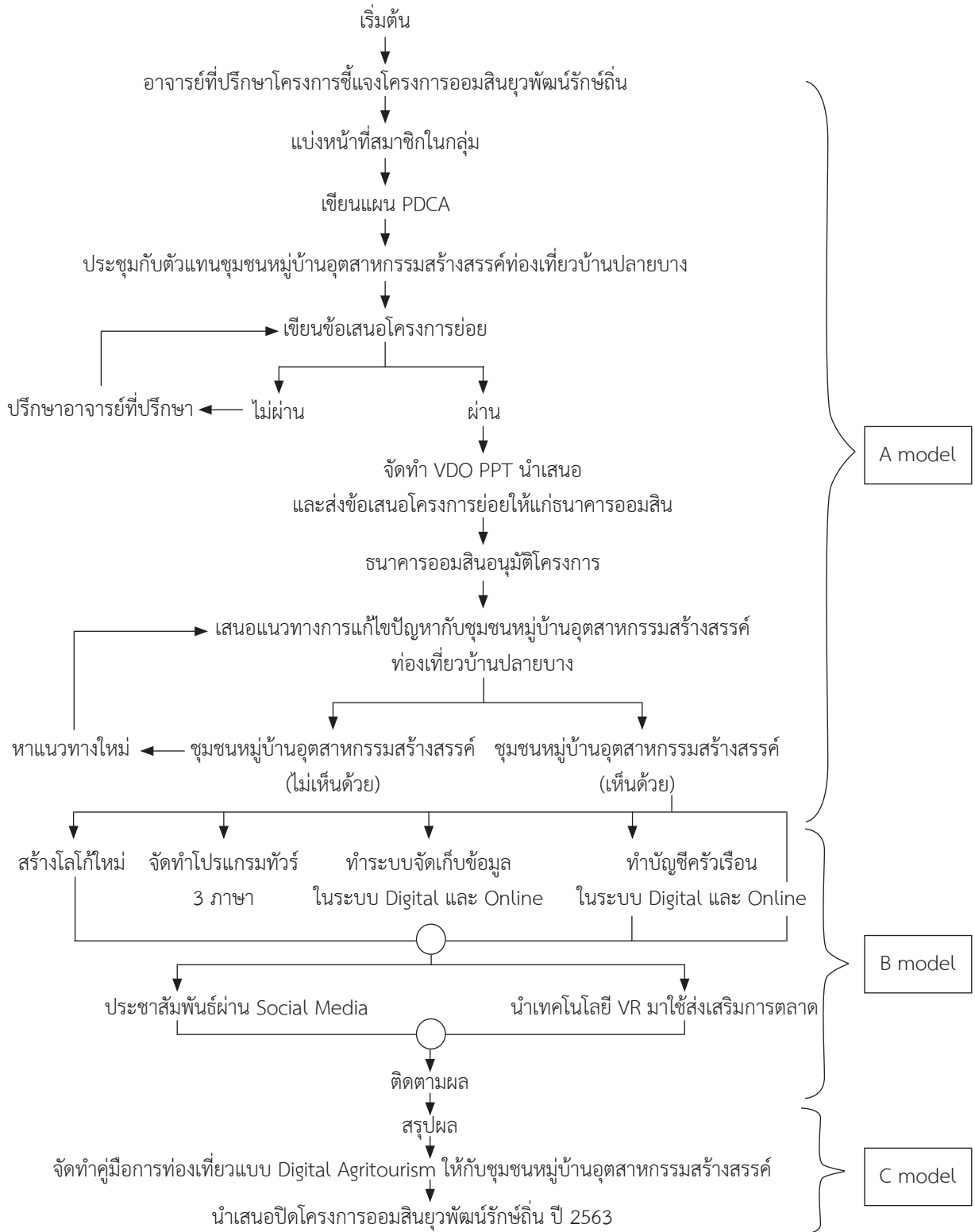
ดังนั้น โครงการนี้จึงได้ใช้กระบวนการ ABC model ในการทำโครงการตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลัง ทำโครงการ แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาด ผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง อ. ปลายบาง จ.นนทบุรี จัดทำขึ้น เพื่อพัฒนาการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนฯ และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านระบบ Digital และ Online ผ่านกระบวนการ ABC model ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการศึกษาวัดผลประสิทธิผลข้อที่ 1 ตามภาพที่ 1. โดยเริ่มต้นจาก

A model คือ กระบวนการ ก่อนการทำโครงการฯ โดยเริ่มจากการประชุมวางแผนจากทีมนักศึกษา และ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการชี้แจงโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น หลังจากนั้นแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในกลุ่ม เขียนแผนงานตามหลักการของ PDCA คือการดำเนินกิจกรรมหรือการบริหารจัดการเชิงคุณภาพแบบต่อเนื่องตามวงจรเดมมิ่ง (Deming Cycle) หรือ PDCA ประกอบไปด้วย การวางแผน (Plan) การลงมือทำ (Do) การตรวจสอบ/ศึกษากำหนดมาตรการปรับปรุงแก้ไข (Check) และเน้นให้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเป็นวงจร (Act) (Deming in Mycoted, 2004; ธัญพร ก้อยชูสกุล 2554: 25) ซึ่งในโครงการนี้ จะมีการใช้ระบบ PDCA ในการเขียนแผนหรือข้อเสนอโครงการร่วมกับชุมชนและประชุมร่วมกับตัวแทนชุมชน

หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบางจำนวน 20 ราย ซึ่งร่วมกันเขียนข้อเสนอโครงการย่อย พร้อมกับจัดทำ VDO และ power point presentation แล้วส่งข้อเสนอโครงการให้ธนาคารออมสินอนุมัติ เมื่อทางธนาคารออมสินอนุมัติโครงการและงบประมาณ พร้อมรับคำแนะนำ และเมื่อชุมชนเห็นด้วย หลังจากนั้นเข้าสู่

B model คือ กระบวนการพัฒนาโครงการนำโดย อาจารย์ที่ปรึกษากลุ่มและนักศึกษา คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ประกอบไปด้วย การสร้างโลกใหม่ จัดทำโปรแกรมทัวร์ 3 ภาษา ทำระบบจัดเก็บข้อมูล ฐานข้อมูล การทำบัญชีครัวเรือน ทั้งหมดในระบบ digital และ online และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ social media รวมถึงนำเทคโนโลยี VR มาช่วยในการส่งเสริมการตลาด และถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งหมดให้กับชุมชน หลังจากนั้นเข้าสู่

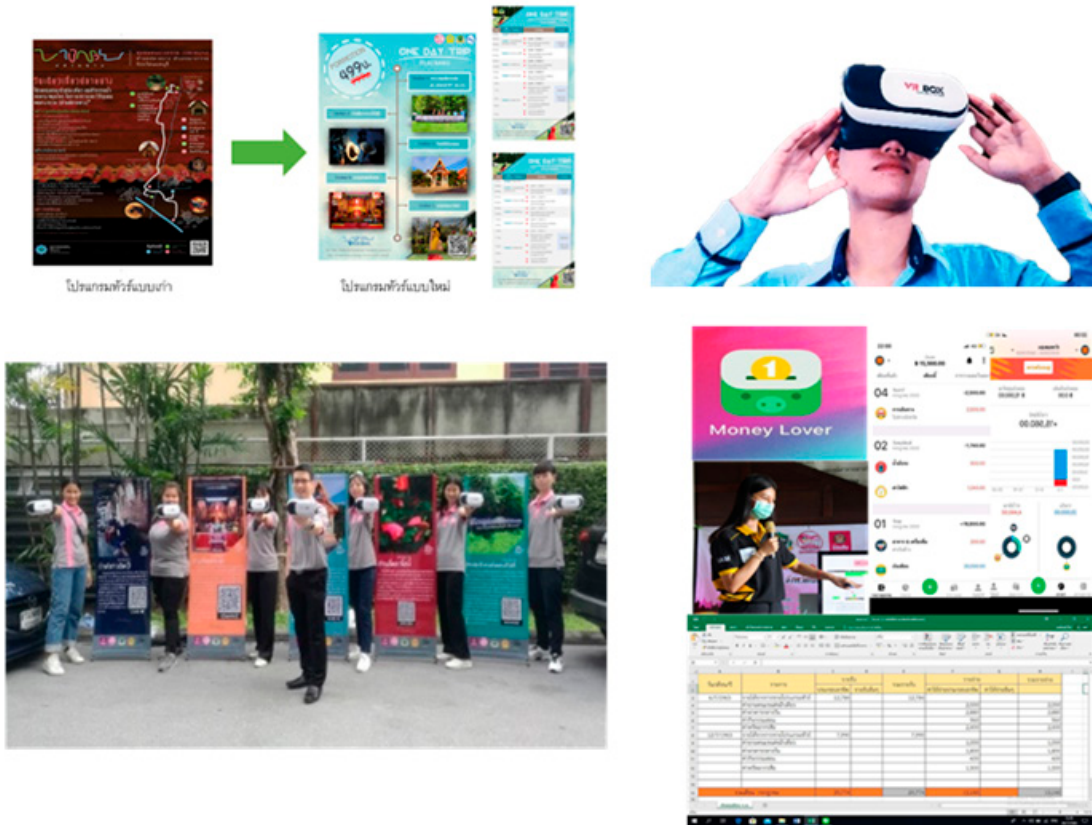
C model คือ กระบวนการหลังทำโครงการฯ มีการติดตามผล ลงพื้นที่ประเมินความยั่งยืน ตามแบบประเมินผลของโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่นที่เน้นในส่วนเรื่องการลงทุนอย่างน้อย 50% การเพิ่มยอดขาย อย่างน้อย 50% และการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน ซึ่งทางอาจารย์ที่ปรึกษากลุ่มและนักศึกษา คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ได้จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism ให้กับชุมชน และพิธีปิดโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบการพัฒนาโครงการฯ ผ่าน ABC model

3. ผลจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาด ผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง อ. ปลายบาง จ.นนทบุรี

กระบวนการ ABC model ในการทำโครงการ ตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลัง ทำโครงการนั้น ผลที่ได้บรรลุ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. สามารถนำเทคโนโลยี VR เข้ามาใช้ในการส่งเสริมการตลาด ในด้านการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism ได้ ตามภาพที่ 2 และตารางที่ 2.



ภาพที่ 2 แสดงผลการทำโครงการฯ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาด ผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง อ.ปลายบาง จ.นนทบุรี

ตารางที่ 2 แสดงผลจากการทำโครงการฯ โดยใช้กระบวนการ ABC model

ABC model	ผลจากการทำโครงการฯ
A model	- กระบวนการก่อนทำโครงการฯ ได้สร้างแผนงานจากการประชุมร่วมกันกับอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการฯ และหน้าที่รับผิดชอบในกลุ่ม รวมถึงแผนงานตามหลักการของ PDCA ที่ประชุมร่วมกับตัวแทนชุมชนหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง - ข้อเสนอโครงการย่อย พร้อมกับ VDO และ power point presentation ที่ได้รับการแนะนำแก้ไข และอนุมัติจากธนาคารออมสินแล้ว
B model	- กระบวนการระหว่างการทำโครงการฯ เมื่อโครงการฯ อนุมัติแล้วทางทีมงานได้ทำการพัฒนาโครงการตามวัตถุประสงค์ คือ สร้างโลโก้ใหม่ จัดทำโปรแกรมทัวร์ 3 ภาษา ทำระบบจัดเก็บข้อมูล ฐานข้อมูล การทำบัญชีครัวเรือน ทั้งหมดในระบบ digital และ online และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ social media รวมถึงนำเทคโนโลยี VR มาช่วยในการส่งเสริมการตลาด
C model	- กระบวนการหลังทำโครงการฯ มีการติดตามผล ลงพื้นที่ประเมินความยั่งยืน และจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism ให้กับชุมชน และพิธีปิดโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น เป็นลำดับสุดท้าย

นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนา B model ออกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านการผลิต

ทีมผู้จัดทำโครงการได้จัดทำโปรแกรมทัวร์ตามฤดูกาล โดยจัดทำเป็นโปรแกรมทัวร์ล่วงหน้า จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ชำระเงินผ่านทางช่องทางออนไลน์ของธนาคารออมสิน อีกทั้งจัดทำโปรแกรมทัวร์ตามฤดูกาล

ให้มีรูปแบบเป็น Digital ทั้งภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ (ภาพที่ 3) และนำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) มาใช้ในการส่งเสริมการตลาด (ภาพที่ 4) พัฒนาโลโก้เดิมให้มีความทันสมัยและเข้ากับ Digital (ภาพที่ 5) และจัดทำระบบข้อมูลของชุมชนบ้านปลายบางให้อยู่ในรูปแบบ Digital และ Online รวมถึงคู่มือการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism (ภาพที่ 6)

พัฒนาโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์



โปสเตอร์โปรโมชั่นทัวร์



โปสเตอร์โปรแกรมทัวร์ (Thai)



โปสเตอร์โปรแกรมทัวร์ (English)



โปสเตอร์โปรแกรมทัวร์ (China)

เพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลในด้านโปรโมชั่นและโปรแกรมทัวร์ของทิวบ้านปลายบาง

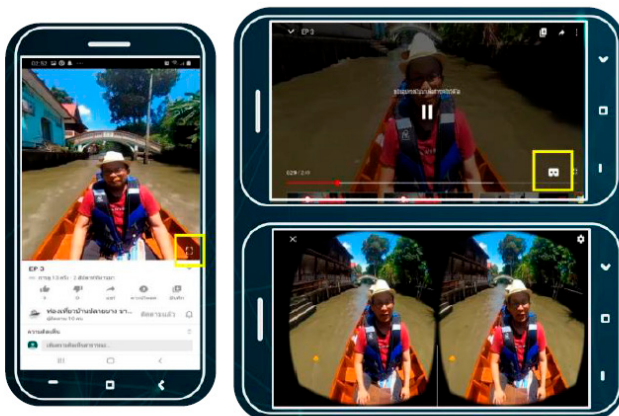
ภาพที่ 3 จัดทำโปรแกรมทัวร์ตามฤดูกาลให้มีรูปแบบเป็น Digital ทั้ง 3 ภาษา

จัดทำวิดีโอ 360 องศา



รูปแบบวิดีโอ 360 องศา

การดูวิดีโอผ่านกล่อง VR



ภาพที่ 4 การนำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) มาใช้ในการส่งเสริมการตลาด

พัฒนาโลโก้บ้านปลายบาว



Internet : สื่อถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายหรือคนทุกคนจากทั่วโลกเข้าด้วยกันด้วยระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ระบบองค์กรทันสมัยและเข้ากับยุคดิจิทัลในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

เรือใบ : สื่อถึงวิถีสวัสดิการข้าราชการเกษียณอายุราชการที่เรือใบในการสัจจกร

สายน้ำ : สื่อถึงแม่น้ำลำคลองที่ใช้ในการสัจจกรทางข้าราชการเกษียณอายุราชการ

บางกรวย : เป็นการนำโลโก้เดิมมาผสมผสานกับโลโก้ใหม่เพื่อออกลักษณะเดิมไว้



จุดเชิดคลื่น : สื่อถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ภาพที่ 5 การพัฒนาโลโก้เดิมให้มีความทันสมัยและเข้ากับ Digital

การพัฒนาด้านความยั่งยืน



คู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism



คู่มือการทำการตลาดออนไลน์ Marketing Online



คู่มือการใช้เทคโนโลยี Virtual Reality



คู่มือทำบัญชี รายรับ-รายจ่ายแบบออนไลน์

การจัดทำคู่มือเพื่อความยั่งยืน

ภาพที่ 6 คู่มือการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism

3.2 ด้านการเงินการบัญชี

ทีมผู้จัดทำโครงการเสริมสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือนและบัญชีบุคคลในรูปแบบ Digital และ online เช่น การวางแผนการเงินเป็นเครื่องมือที่ช่วยเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความมั่นคงทางการเงินสำหรับสมาชิกในกลุ่มโดยการทำบัญชีราย-รับรายจ่ายผ่านโปรแกรม Excel และ แอปพลิเคชัน Money Lover ซึ่งให้ความรู้ และสอนการจัดทำบัญชีต้นทุนกลุ่มให้อยู่ในรูปแบบ Digital และ Online

3.3 ด้านการตลาดดิจิทัล

ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านทาง Digital Marketing โดยการสร้าง Content ต่าง ๆ นำเทคโนโลยี VR เข้ามาใช้ในการ PR ส่งเสริมการตลาด โดยจะนำมาใช้ในการนำเสนอสถานที่ที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนบ้านปลายบาง ช่องทางการตลาด (online-offline) รวมถึงการพัฒนา Digital Marketing โดยการสร้าง Content ผ่าน Social Media เช่น Facebook Youtube Instagram และ Website

ของแหล่งท่องเที่ยวบ้านปลายบาง และพัฒนาการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนฯ ให้อยู่ในระบบ Digital และ Online ผ่าน Google Drive, Gmail, Youtube, Facebook, Line Office Account และ Instagram เป็นต้น (เรียนเชิญทุกท่าน เยี่ยมชมพวกเราได้ที่ <https://www.facebook.com/PlaiBang>)

3.4 การรักษาสืบแวดล้อม

จัดกิจกรรมปรับปรุงภูมิทัศน์ตามสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น เก็บขยะบริเวณแม่น้ำ และสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งให้สะอาด ระเบียบร้อย และมีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกต้อง เป็นต้น การอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดทำโปรแกรมทัวร์ บ้านโบราณ 100 ปี วัดที่มีความเก่าแก่กว่า 100 ปี สวนสมุนไพรเฉลิมพระเกียรติ และเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การสร้างนวัตกรรม และจัดทำวิดีโอ 360 องศาเทคโนโลยี VR เข้ามาใช้ เพื่อส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยววิถีชุมชน รวมถึงจัดกิจกรรมอบรมเกี่ยวกับการบริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวให้กับสมาชิกในชุมชน (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 การจัดกิจกรรมอบรมเกี่ยวกับการบริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวให้กับสมาชิกในชุมชน

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน และแนวทางการแก้ไข

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาดผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง อ. ปลายบาง จ.นนทบุรี พบปัญหาและอุปสรรคในระหว่างการทำงาน ประเด็นที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด 3 ประเด็น รวมถึงแนวทางการแก้ไขนำเสนอในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน และแนวทางการแก้ไข

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน		แนวทางการแก้ไข
1. กระบวนการท่องเที่ยว	- โกດนำเที่ยวไม่เพียงพอต่อการดูแลนักท่องเที่ยว - สมาชิกในชุมชนขาดความรู้ด้านการทำการตลาดออนไลน์ และการใช้เทคโนโลยี - กระบวนการท่องเที่ยวไม่มีแบบแผนทำให้เกิดความวุ่นวายในการดูแลนักท่องเที่ยว	- ฝึกให้เยาวชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นไกด์นำเที่ยว - มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์ และการใช้เทคโนโลยีให้กับสมาชิกในชุมชน พร้อมทั้งจัดทำคู่มือการทำการตลาดออนไลน์ให้กับชุมชน - เขียนแบบแผนกระบวนการท่องเที่ยว และจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวให้กับชุมชน
2. การจัดทำ Virtual Reality (VR)	- ผู้ที่มีปัญหาด้านสายตา เมื่อดูวิดีโอ 360 องศา ผ่านกล่อง VR Box อาจทำให้เกิดการเวียนศีรษะ - วิดีโอ 360 องศา ในบางฉากอาจมีแสงเข้ามาเยอะเกินไป อาจทำให้ผู้ชมปรับสายตาไม่ทัน - หากไม่ตั้งค่าวิดีโอให้มีความชัดจนพอ อาจทำให้เวลาชมวิดีโอจะมองภาพไม่ชัดจนและภาพไม่มีความละเอียด	- ใช้งานกล่อง VR Box อย่างระมัดระวังเพื่อยืดอายุการใช้งาน - ทดลองใส่กล่อง VR Box ในเวลาสั้น ๆ ก่อนเพื่อปรับสายตาให้เกิดความคุ้นเคยก่อนการรับชมวิดีโอ 360 องศา - ปรับแสงสมาร์ตโฟนให้อยู่ในระดับปานกลาง ไม่มืดและไม่สว่างจนเกินไป เพื่อป้องกันเวลาที่มืดแสงมากเกินไป - ก่อนรับชมวิดีโอ 360 องศา ให้ตั้งค่าความคมชัดให้อยู่ในระดับที่เป็น HD ขึ้นไป
3. การตลาด	- การดำเนินการโปรโมทผ่านสื่อ Social Media ต่าง ๆ เช่น Facebook Instagram และ Youtube ยังมีการโปรโมทที่เข้าไม่ถึงกลุ่มลูกค้ามากพอ ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่เห็นการโปรโมทของแหล่งท่องเที่ยวบ้านปลายบาง	- ศึกษาตลาดออนไลน์ทั้งในด้านการโปรโมท การโฆษณาไปยังสื่อต่าง ๆ ให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบ้านปลายบางได้ง่ายขึ้น

5. สรุป

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพทางการตลาด ผ่านกระบวนการ ABC Model กรณีศึกษา หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ท่องเที่ยวบ้านปลายบาง อ. ปลายบาง จ.นนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนฯ และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านระบบ Digital และ Online ผ่านกระบวนการ ABC model และพัฒนาการนำเทคโนโลยี VR เข้ามาใช้ในการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับธนาคารออมสิน มีนโยบายและแผนงานประจำปี 2563 ในการจัดกิจกรรมด้านการเสริมสร้างและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น “ออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น” โดยการบูรณาการภูมิปัญญาและวิทยาการสมัยใหม่ของสถาบันอุดมศึกษา กับภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อสร้างกระบวนการในการเสริมสร้างและพัฒนา ยกระดับขีดความสามารถในการประกอบการของกลุ่มชุมชนที่รวมตัวกันสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีศักยภาพ มีมูลค่าเพิ่มสามารถยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนอง

ต่อความต้องการของตลาดซึ่งเป็นการเสริมความมั่นคงในอาชีพและรายได้ การมีวินัยทางการเงินและศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้แก่ประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ให้มีความมั่นคง เกิดผลที่ยั่งยืน ในขณะเดียวกันนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการจะเกิดการเรียนรู้ เข้าใจในวิถีชีวิต เอกลักษณ์และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาไทย และทรัพยากรอันมีค่า เพื่อจะช่วยกันจรรโลงรักษาให้อยู่คู่สังคมไทยสืบต่อไป ทางสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ นำโดยคณะนวัตกรรมการจัดการเกษตรได้ดำเนินโครงการฯ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของทางสถาบันฯ ที่เน้นการเรียนรู้ คู่กับการปฏิบัติ (Work-based Education) และเป็นมหาวิทยาลัยแห่งความร่วมมือทุกภาคส่วน (Cooperate University) และในด้านการท่องเที่ยวแบบ Digital Agritourism สามารถทำได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ถึงแม้อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และสามารถนำเอา ABC model ไปประยุกต์ใช้ในการทำโครงการอื่น ๆ ต่อไปได้

บรรณานุกรม

- ณภัทร ญาโนภาส. (2561). *นวัตกรรมการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล*. มหาวิทยาลัยยูนิฟานประเทศจีน. 1-8.
- ธัญพร ก้อยชูสกุล. (2554). การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากร คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทรบดีนทร สุทธภักดี. (2559). *แนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนริมกว๊านพะเยา*. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.). (2563). กฎหมายที่เกี่ยวข้อง. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.eeco.or.th/th/related-laws>.

- Deming in Mycoted. (2004). Plan Do Check Act (PDCA) (Online). Available <http://www.mycoted.com/creativity/techniques/pdca.php>
- Depa. (2017). SMEs in Tourism Industry's Adaption to Digital (Online). Available:<http://www.depa.or.th/en/article/sme-ท่องเที่ยวต้องปรับตัวสู่ดิจิทัล>.
- Depa. (2017). Civil State+ Smart City, The Center for Sustainably Social Development (Online). Available: <http://www.depa.or.th/th/article/ประชารัฐsmart-city-ศูนย์รวมคนเพื่อพัฒนาสังคม อย่างยั่งยืน>.
- ELEADER. (2017). Smart Tourism, The Pace of Modern Travel Upgrades (Online). Available: <http://www.theeleader.com/smart-tourism-the-pace-of-modern-travel-upgrades>.