

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยเครือข่ายชุมชนตำบลชมพู
อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
Eco-Agriculture Tourism Management by the Community Network
in Chomphu District, Noen Maprang, Phitsanulok

บุญสืบ เพ็ญอ่อน¹ และ วิจิตรา จำลองราษฎร์²

Boonsuep Peakon¹ and Wichitra Chamlongrath²

¹นักวิจัยชุมชนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

¹Community researcher in Chomphu District, Noen Maprang, Phitsanulok

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

²Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

Received: September 20, 2021

Revised: October 17, 2021

Accepted: October 18, 2021

บทคัดย่อ

ชุมชนชมพูส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรและมีรายได้น้อย แต่มีทุนทางธรรมชาติที่สวยงาม จึงมีแนวคิดที่จะใช้การท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชน วัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ (1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากทรัพยากรทางการเกษตรนิเวศของชุมชนตำบลชมพู และ (2) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชนตำบลชมพู ดำเนินการวิจัยด้วยกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น เน้นการมีส่วนร่วมและทำงานร่วมกับเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และนักวิชาการ ขอบเขตพื้นที่ดำเนินการวิจัยคือ หมู่บ้านและแหล่งท่องเที่ยวใน ต.ชมพู อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม แบบบันทึกข้อมูล การสังเกต และการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ทีมวิจัยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ 3 ผลิตภัณฑ์หลัก คือ (1) เส้นทาง “ชมพูศิลาจารี ปลายทุ่งแสงหลวง” (2) เส้นทาง “โนนสน กลางทุ่งแสงหลวง” และ (3) เส้นทาง “Top View ชมพู ประวัติศาสตร์รักไทย” ส่วนการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชนตำบลชมพู ด้วยการจัดทำแผนการตลาด แผนธุรกิจเพื่อชุมชน สร้างระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสม ในรูปแบบของชมรมการท่องเที่ยว “เที่ยวไทยไปชมพู” โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการจัดการสอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การท่องเที่ยวเกษตรนิเวศ, เครือข่ายชุมชนตำบลชมพู

Abstract

Agriculture is the main yet insufficient source of income in Chomphu community. However, with the natural tourist attractions, the economy in the community could be boosted by the available eco-agriculture resources. This research aimed to develop tourism products from these

resources and improve the community's performance in eco-agriculture tourism management. This research was conducted with community-based research process and emphasized on the participation and the collaboration with related parties. The research area included tourist attractions in Chomphu, Noen Maprang district, Phitsanulok. The data collection was in the form of questionnaire, observation record, and interview. The quantitative data was analyzed using frequency, percentage, average, and standard deviation, while the content analysis was employed for the qualitative data. This research resulted in three tourism products, which fulfilled the tourists' satisfaction. For the development of tourism management performance, the researchers proposed the marketing plan and community business model canvas for Chomphu community. "Tieaw Thai Pai Chomphu Tourism Club," the community-owned organization, was founded to develop the management performance, which were corresponded to the concept of community-based tourism.

Keywords: Management, Eco-Agriculture Tourism, Chomphu Community Network



บทนำ

ชุมชนชมพู อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย 15 หมู่บ้าน ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ราบด้านล่าง มีจำนวน 11 หมู่บ้าน และชุมชนที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบภูเขา มีจำนวน 4 หมู่บ้าน ลักษณะพื้นที่โดยรวมเป็นที่ราบเชิงเขา มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 400-500 กิโลเมตร มีทัศนียภาพที่งดงาม อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวงทิศเหนือติดกับลุ่มแม่น้ำวังทองและแม่น้ำชมพูเป็นแม่น้ำสายหลักที่หล่อเลี้ยงชุมชน เป็นธารน้ำไหลมาจากเทือกเขาเพชรบูรณ์ผ่านอำเภอวังทอง อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ไปรวมกับแม่น้ำน่านที่จังหวัดพิจิตร (Chomphu Subdistrict Administrative Organization, 2020) ชุมชนชมพูจึงมีศักยภาพด้านระบบนิเวศเชิงพื้นที่ มีทรัพยากรที่เป็นทุนทางธรรมชาติที่มีคุณค่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาในพื้นที่ เพื่อชมความงดงามทางธรรมชาติ และชุมชนเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะถ้าพระวังแดงที่มีความยาวที่สุดในประเทศไทยประมาณ 13.5 กิโลเมตร ภายในมีหินงอกหินย้อยสวยงาม มีลำธารไหลตลอดปี เป็นที่อาศัยของปลา คือ ปลาถ้ำหรือปลาไม่มีตา นอกจากนั้นยังมีดอกไม้หินหรือดอกศิลาวารี ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำถิ่นที่มีความงดงาม และเป็นแหล่งที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย มีลักษณะคล้ายกับปะการังขึ้นตามโขดหินที่มีน้ำใสสะอาดไหลผ่าน

ออกดอกเฉพาะปลายเดือนตุลาคมถึงเดือนมีนาคมของทุกปี

ชาวบ้านในชุมชนชมพูส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรมาอย่างยาวนาน ได้แก่ เลี้ยง สัตว์ ทำนา ไร่ข้าวโพด ไร่มันสำปะหลัง สวนมะม่วง สวนลำไย สวนเงาะ สวนยางพารา และสวนส้มโอ เกษตรกรส่วนใหญ่

ประสบปัญหาขาดทุน มีต้นทุนทางการเกษตรที่สูง การซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรส่วนใหญ่ผ่านพ่อค้าคนกลาง จึงขาดอำนาจในการต่อรองด้านราคาซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้เกษตรกรส่วนใหญ่มีฐานะยากจนและมีหนี้สินเป็นจำนวนมาก หลายภาคส่วนมีความพยายามที่จะแก้ปัญหาของเกษตรกร ซึ่งอาจต้องทำหลายวิธีไปพร้อมๆกัน ส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหา คือ การใช้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนเข้ามาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา ทำให้เกิดการใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่า ชุมชนมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างเมืองและชนบท โดยเน้นการพัฒนาาร่วมกับคนในท้องถิ่นและทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เพื่อการจัดการตนเองและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนได้

จากการที่ชุมชนชมพูได้เคยดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนมาก่อน (Peakon, 2016) พบ

ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ เส้นทางทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากของที่ระลึก ยังไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ชุมชนยังไม่สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ยังไม่มีแผนธุรกิจ ขาดการทำตลาดออนไลน์ การพัฒนาสื่อออนไลน์ ขาดระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ยังไม่มีกฎ ระเบียบ และการจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ชุมชนยังไม่เคยมีมาก่อน และจากกระแสความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวที่หันมาให้ความสนใจกับการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแปลกใหม่ที่ท้าทาย โกลัศจรรย์ธรรมชาติ การผจญภัย เกมสกีฬา นาสวน ไร่ และเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชุมชน มีความต้องการความเป็นส่วนตัวค่อนข้างมาก การท่องเที่ยวเกษตรนิเวศจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวตามความสนใจของตนเองมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองเพิ่มขึ้น และเกิดความตระหนักว่าชุมชนจำเป็นต้องมีการศึกษาเรียนรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตร โดยใช้ประโยชน์จากพื้นที่เกษตรกรรมให้เกิดมูลค่าเพิ่ม หากชุมชนจะพัฒนาพื้นที่เกษตรให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว มีกิจกรรมและซื้อผลผลิตทางการเกษตรกลับไปเป็นของฝาก จะเป็นการเพิ่มช่องทางการขายสินค้าทางการเกษตรได้อีกหนทางหนึ่ง และเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้น หมู่บ้านได้รับพัฒนา เช่น เส้นทาง สัญจรไปมาในชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลทำให้สภาพแวดล้อมดีขึ้น และคุณภาพชีวิตชุมชนดีขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ชุมชนสามารถแก้ปัญหาในสิ่งที่ชุมชนกำลังประสบอยู่ ให้สามารถปรับตัวเข้ากับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวที่ผสมผสานทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศได้นั้น จึงกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากทรัพยากรทางการเกษตรนิเวศของชุมชนตำบลชมพู และ 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร เป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม (Srisomyong, 2009; Phuttachan, 2021) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จำแนกประเภททรัพยากรทางการเกษตรออกเป็น 7 กิจกรรม ได้แก่ 1) การทำนา การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑชาต 2) การทำสวนไม้ตัดดอก 3) การทำสวนผลไม้ การทำเกษตรแผนใหม่ และการทำสวนผสม 4) การทำสวนผักสวนครัว การปลูกพืชสวนครัวทุกประเภท 5) การทำสวนสมุนไพร เพื่อใช้เป็นอาหารเสริม พืชผักสวนครัวข้างบ้านเพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง เพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย 6) การทำฟาร์มปศุสัตว์ การเลี้ยงและการขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด และ 7) งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่างๆ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขยายผลผลิตทางการเกษตร อาทิเช่น มหกรรมดอกไม้ เทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

ส่วนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) คือ รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีลักษณะพิเศษ ได้แก่ 1) อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล เป็นต้น 2) ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อย หรือไม่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบ การป้องกันและควบคุมผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ เช่น ไม่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นธรรมชาติและองค์ประกอบของธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูด เป็นต้น 3) เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจ ธรรมชาติและองค์ประกอบธรรมชาติ ตลอดจนผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก เพราะฉะนั้นการจัดระบบบริการ

ข้อมูลและการสื่อความหมายธรรมชาติ รวมทั้งการเพิ่มพูนศักยภาพของมัคคุเทศก์ จึงเป็นเรื่องสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้ชุมชนในท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทของการวางแผน การดำเนินการและการติดตามตรวจสอบประเมินผลร่วมกับผู้เกี่ยวข้องส่วนอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจเพื่อยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นด้วยความเหมาะสมเป็นธรรม (Chetthamas, 1995; Utsena, 2016; Saengarun, 2021)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และให้ชุมชนได้มีบทบาทการเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการหรือการให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การดูแลรักษา พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม รวมถึงการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน ตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงานจัดการการให้บริการ การประเมินผลรายงาน สรุปผลการดำเนินงาน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นหลัง และเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติเป็นสำคัญ การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน (Sarobol, 2003) การท่องเที่ยวเกษตรนิเวศในงานวิจัยนี้จึงหมายถึง การนำทรัพยากรทางการเกษตรบนฐานทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน มาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย เส้นทาง กิจกรรม และของฝากของที่ระลึก สามารถให้ความรู้ ความเพลิดเพลินใจและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการและบริหารจัดการ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร ทุนทางด้านความรู้และทุนทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนสังคม ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เสริมให้แก่ภาคเกษตรกรรม และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ หมายถึง เส้นทาง กิจกรรม และของฝากของที่ระลึก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่สำคัญ เป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ สอดคล้องกับบริบททางนิเวศและวัฒนธรรมของพื้นที่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากฐานความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องมีการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ทั้งในด้านคุณค่า แหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว กระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ต้องเริ่มจากค้นหาข้อมูลทั้งจากการระดมความคิด การลงพื้นที่เพื่อสำรวจ พูดคุยกับผู้รู้ เจ้าของภูมิปัญญา เจ้าของทรัพยากร ทำความเข้าใจและต้องพิจารณาหลายมุมมอง เช่น ด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสังคมวิทยา เป็นต้น โดยทำในรูปแบบกระบวนการมีส่วนร่วม คือ ชาวบ้านเป็นผู้เรียนรู้ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล ถ่ายทอดเรื่องราวในตัวผลิตภัณฑ์นั้น เป็นตัวแทนในการอธิบายความเป็นตัวตนของชุมชนได้ดีที่สุดที่เชื่อมโยงไปได้หลายมิติ (Pookpu, 2021) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์มีหลากหลายวิธีการ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นวัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ ควรเริ่มต้นจากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว Hirankitti, et al (2014) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,600 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยว่าควรจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งซื้อสินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มุ่งเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ การดูแลสุขภาพสภาพแวดล้อม ความเป็น

ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงาม ความเหมาะสมของสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวเดินทางแบบเข้าไป-เย็น กลับ มากกว่าพักค้างแรม ชอบการท่องเที่ยวรูปแบบสวนผลไม้ รองลงมา คือ รูปแบบเกษตรแบบผสมผสาน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

Suriya (2009) ได้ให้แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วย 1) ชาวบ้านต้องรับรู้ร่วมกันว่า เป็นการท่องเที่ยวของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน ต้องมีกิจกรรมแปลกใหม่เกิดขึ้น อาจสร้างความรำคาญให้กับชาวบ้านได้ มีการวางระบบการเก็บเงินที่ได้จากการท่องเที่ยวเข้ากองกลาง มีระบบการกระจายเงินนั้นให้กับชาวบ้านและกรรมการที่ดูแลการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกันและชัดเจน ทำบัญชีการเงินอย่างโปร่งใส 2) ต้องมีการแบ่งหน้าที่กันให้ชัดเจน แบ่งเป็นกลุ่มมีการตั้งหัวหน้ารับผิดชอบกลุ่มเพื่อการปฏิบัติการอย่างพร้อมเพียง 3) สร้างมาตรฐานที่พัก อาหาร และบุคลากร ต้องจัดเตรียมบ้านให้ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ติดตามตรวจสอบมาตรฐานเป็นระยะเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 4) พัฒนาจุดขาย สร้างการตลาด อาศัยความร่วมมือของชาวบ้าน เช่น การทำเส้นทางเดินป่าให้ปลอดภัย การจัดโปรแกรมกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและนำกลับไปบอกต่อ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญที่สุด 5) ขยายความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าการแสดง สามารถสร้างกิจกรรมที่ขยายโอกาสที่จะสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในส่วนอื่นได้ เช่น การผลิตของที่ระลึก 6) ชาวบ้านที่ไม่ได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวโดยตรงต้องได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ส่วนแรกจากเงินปันผลกองกลาง ส่วนที่สองคือ สาธารณูปโภคที่ดีขึ้น ถนน สัญญาณโทรศัพท์มือถือ ทำให้ชาวบ้านรู้สึกว่ามีเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาแล้วทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความร่วมมือกับการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ Onwan, et al (2012) ยังได้ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ภาคเหนือ พบว่า ตัวแบบการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีองค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีที่เลี้ยงสนับสนุน และประสานงาน

กับหน่วยงานต่างๆ 2) การอบรมและการทบทวนความรู้ อย่างสม่ำเสมอ 3) การจัดกิจกรรมศึกษาดูงานและถอดบทเรียน 4) การทบทวนปรับโครงสร้างกลุ่มให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน 5) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม 6) กำหนดกฎระเบียบของกลุ่มให้สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 7) การมีเครือข่ายกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อทำงานร่วมกัน โดยทั้ง 7 องค์ประกอบนี้เป็นกิจกรรมที่ไปสนับสนุนพฤติกรรมการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน

อย่างไรก็ตามการที่ชุมชนจะสามารถบริหารจัดการไปได้อย่างมีทิศทางนั้น จำเป็นจะต้องจัดทำแผนการตลาดเพื่อสนองตอบความต้องการที่แตกต่าง และสร้างกำไรได้อย่างยั่งยืน การวางแผนเพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต้องมีข้อมูลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ภายในคือ ตัวเราเอง ภายนอกคือ ลูกค้า นักท่องเที่ยว ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คู่แข่งขัน การแข่งขัน สภาพแวดล้อมมหภาค กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีจะช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องจัดทำแผนธุรกิจที่ชัดเจน การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน (Community Business Model Canvas: CBMC) จะทำให้ชุมชนเกิดความมั่นใจว่า ชุมชนสามารถจัดการธุรกิจด้วยตนเองได้ เป็นธุรกิจเพื่อชุมชน เพื่อคนในชุมชนท้องถิ่น ให้เกิดการช่วยเหลือเอื้อเพื่อซึ่งกันและกัน เอื้อให้เกิดการพัฒนาต่างๆ ในพื้นที่ ทั้งผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน (CODI, 2020; Osterwalder & Pigneur, 2010) CBMC เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจที่ทำให้มองธุรกิจของชุมชนได้อย่างชัดเจน และทำให้สมาชิกรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้สามารถแก้ปัญหาและระดมความคิดได้รวดเร็ว เพราะมองเห็นจุดเด่น จุดด้อยของชุมชนผ่านโมเดลนี้โดยสรุปองค์ประกอบทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าหรือจุดแข็ง 2) ลูกค้า 3) ช่องทางการสื่อสาร 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า 5) ช่องทางของรายได้ 6) กิจกรรมหลัก 7) ทรัพยากรหลัก 8) พันธมิตรหลัก และ 9) โครงสร้างต้นทุน ไว้ในแผ่นผืนผ้าแผ่นเดียว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ขั้นเตรียมความพร้อมทีมวิจัย โดยการจัดประชุมชี้แจง ทำความเข้าใจ และให้ความรู้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับฐานคิดทีมวิจัย รวมทั้งการเตรียมความพร้อมวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap analysis) เรื่องการประเมินมาตรฐานความเป็นไปได้ตามเกณฑ์ประเมินจากคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกรมการท่องเที่ยว

2. ประชุมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนและภาคี

3. ศึกษา ทบทวน และประเมินบริบทชุมชนใหม่ โดยปรับข้อมูลทุกด้านของชุมชนให้ทันสมัย รวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิ สืบค้นพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถาม

4. ศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบด้านเกษตรนิเวศ

5. จัดอบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน และอบรมให้ความรู้ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ การบริหารจัดการ และประชุมร่วมออกแบบระบบบริหารจัดการ การกำหนดกฎระเบียบ และข้อตกลงร่วมของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน

6. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนและทดสอบการใช้งาน พร้อมประเมินผล ปรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนให้เหมาะสมตามผลที่ได้จากการประเมิน โดยทุกขั้นตอนเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

7. พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชน

8. อบรมเรื่องการจัดทำ/การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ

9. ทดสอบและประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และจัดเวทีทวนสอบผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากทรัพยากรทางการเกษตรนิเวศของชุมชนตำบลชมพู

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่ดำเนินการวิจัย คือ หมู่บ้านในตำบลชมพู

หมู่ที่ 1, 2, 3, 5, 7, 10 และแหล่งท่องเที่ยวในตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีประชากรรวม 7,760 คน หรือ 2,619 ครัวเรือน

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากทรัพยากรทางการเกษตรนิเวศของชุมชนตำบลชมพู และศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีระยะเวลาดำเนินงานวิจัย ช่วงเดือนกันยายน 2563 ถึงสิงหาคม 2564

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนชมพู โดยเฉลี่ยเดือนละ 240 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาร์เย ยามาเน่ ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 150 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทีมวิจัยชุมชนสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาแบบสอบถามจากงานวิจัยของ Hirankitti, et al (2014) และ Department of Tourism (2012) ผ่านการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญตามระเบียบวิธีวิจัย โครงสร้างแบบสอบถามประกอบข้อมูลส่วนบุคคล ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนชมพู และเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนจำนวน 200 คน เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพทีมวิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูลการสังเกตในการเก็บข้อมูลตลอดโครงการและใช้การสนทนากลุ่ม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากทรัพยากรทางการเกษตรนิเวศของชุมชนตำบลชมพูเริ่มต้นจากการตั้งเป้าหมายให้ชัดเจนว่ากลุ่มลูกค้าของชุมชนคือใคร จึงจะสามารถกำหนดผลิตภัณฑ์และตลาดได้ชัดเจน ทีมวิจัยชุมชนศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ว่าต้องการให้พัฒนาไปในทิศทางใด ชุมชนสามารถสร้างความแตกต่างให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่ามาเที่ยวที่ตำบลชมพูแล้วจะได้ประสบการณ์ที่แตกต่างจากที่อื่นอย่างไร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมกับการออกแบบการผลิตที่มีที่มาจากความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำการตลาดและสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทรัพยากรที่มีอยู่ของตำบลชมพู ผลการวิจัยสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนชมพู พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายร้อยละ 53 เพศหญิงร้อยละ 47 ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 18-25 ปี และ 26 ถึง 35 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี อาชีพรับจ้างและประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001 ถึง 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางและภาคเหนือเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดว่า ไม่ควรมีสิ่งปลูกสร้างมากเกินไปในแหล่งท่องเที่ยว แต่ควรให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด และบรรยากาศและธรรมชาติภายในแหล่งท่องเที่ยวควรแก่การพักผ่อน

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและคลายความเครียด ต้องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วิถีสังคมเกษตรกรรม และต้องการหลีกเลี่ยงจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีคนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับมากถึงมากที่สุด คือ ความสวยงามความเหมาะสมของสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุดในประเด็นว่าแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นทางผ่านสำหรับไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากอินเทอร์เน็ต Social Media และเพื่อนฝูง/สมาชิกใน

ครอบครัว/ญาติพี่น้อง โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรรวมครั้งนี้ด้วยจำนวน 4 ครั้งขึ้นไป แต่ครั้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,500 บาท เดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับมากกว่าพักค้างแรม โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวพักค้างแรมจำนวน 1 คืนในการเดินทางแต่ละครั้ง ชอบการท่องเที่ยวรูปแบบเกษตรเชิงนิเวศ เช่น ถ้ำค้างคาว ศิลาวารี รองลงมาคือ รูปแบบสวนผลไม้ และรูปแบบสวนผัก/สมุนไพรตามลำดับ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อสินค้าเกษตร สินค้าแปรรูป หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าเกษตร สินค้าแปรรูป หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมีความต้องการจะมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างแน่นอนในอนาคต

ทีมวิจัยชุมชนร่วมกันประเมินผล แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลชมพู โดยใช้เกณฑ์จากคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกรมการท่องเที่ยว ได้คะแนนรวมทั้งหมด 46 คะแนน จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ซึ่งถือว่ายังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ โดยมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนชมพู ด้านองค์ประกอบที่ 1 คือ ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ 8.5 คะแนนจากคะแนนเต็ม 25 คะแนน ด้านองค์ประกอบที่ 2 คือ ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ 12.5 คะแนนจากคะแนนเต็ม 25 คะแนน ด้านองค์ประกอบที่ 3 คือ ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ 11.5 คะแนนจากคะแนนเต็ม 25 คะแนน และด้านองค์ประกอบที่ 4 คือ ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ 13.5 คะแนนจากคะแนนเต็ม 25 คะแนน จากการวิเคราะห์พบว่า ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนได้รับคะแนนน้อยที่สุด การวิเคราะห์ครั้งนี้ทำให้ทีมวิจัยได้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน และทำการปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

ทีมวิจัยได้จัดอบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ความรู้แก่ชุมชน สร้างจุดเช็คอิน ให้มีป้ายบอกทางมีขนาดใหญ่และชัดเจนขึ้น เพิ่มจุดป้ายบอกทางให้ครอบคลุม ดูแลความเรียบร้อย ความปลอดภัยบริเวณรอบๆ สวน โดยเพิ่มจุดนั่งพัก เช่น แคร่ไม้ไผ่ ชิงช้า เปล

แขวน มุมถ่ายภาพ และจัดตกแต่งให้สวยงามสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากและกิจกรรมที่เป็นจุดเด่นของชุมชนชมพูให้มีความน่าสนใจ ปรับปรุงภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ร่วมกันเสนอเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนชมพู โดยเน้นการใช้ทรัพยากรจากชุมชนในการทำอาหาร เช่น ข้าว พืชผัก และผลไม้ เพื่อสนับสนุนการเกษตรของคนในชุมชน และเรื่องของสุขภาพ เกษตรปลอดภัย รวมทั้งกิจกรรมของแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ได้มากที่สุด

จากนั้นทีมวิจัยได้จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนการตลาดให้แก่สมาชิกนักวิจัยชุมชน และร่วมกันพัฒนาแผนการตลาดของการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่าชุมชนชมพูมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

1. จุดแข็ง ชุมชนชมพูมีทุนทางธรรมชาติที่สวยงามมาก มีระบบนิเวศวิทยาของป่าที่สมบูรณ์ เป็นพื้นที่ที่มีทั้งป่า ภูเขา และแม่น้ำ อยู่ในอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง คือ สล.5 (คลองชมพู) และ สล.12 (ทุ่งโนนสน) โดยบริเวณที่กลุ่มลำคลองชมพู มีดอกสีลาวาริ มีปลาไม่มีตา จะเข้ท้องถิ่นไม่มีพิษ บริเวณศูนย์กลางบ้านสวนน้ำพุมีสองแควใกล้ศูนย์พันธุ์ที่สำคัญต่อระบบนิเวศ บรรยากาศร่มรื่น สวน ไร่นา เน้นการใช้ปุ๋ยหมัก ทำให้ผลผลิตที่ได้ปลอดภัยต่อผู้

บริโภค นอกจากนั้นยังมีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศไทย มีศิลปะวัฒนธรรม การแห่หางดง จิตรกรรมฝาผนังที่วัดน้ำบาด พิพิธภัณฑสถานถ้ำวัดชมพู และบริเวณเขารักไทยมีอากาศเย็นสบายทั้งปี มีวิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม และเงียบสงบ

2. จุดอ่อน ชุมชนยังไม่เป็นที่รู้จัก มีสวนผลไม้แต่ยังไม่สวยงาม โรแมนติกเพียงพอกับการท่องเที่ยว ขาดการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ขาดผลิตภัณฑ์หลักและเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

3. โอกาส การท่องเที่ยวในประเทศไทยกลายเป็นตัวเลือกแรกๆ ของนักท่องเที่ยว เลือกเที่ยวในสถานที่ที่คนไม่ค่อยรู้จักเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด เที่ยวใกล้ๆ สั้นๆ โดยขับรถไป หรือการท่องเที่ยวเชิงพักอาศัยระยะยาว มีการหลอมรวมกันของการทำงานและการพักผ่อน เลือกเที่ยวสถานที่ Unseen อยากเที่ยวธรรมชาติแต่ไม่อยากลำบาก สนใจสุขภาพ สุขอนามัย และความปลอดภัย หาข้อมูลผ่าน internet นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบชะเช็ก แชท แชร์ ประกอบกับมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล การท่องเที่ยวชุมชนชมพูจึงเป็นตัวเลือกในการท่องเที่ยวสำหรับคนที่ชอบผจญภัย

4. อุปสรรค ความไม่มั่นใจต่อการระบาดรอบใหม่ของโรค COVID-19 การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง และความไม่มั่นใจต่อรายได้ในอนาคต

จุดแข็ง	โอกาส
1. มีระบบนิเวศวิทยาของป่าที่สมบูรณ์ 2. เป็นพื้นที่ที่มีทั้งป่า ภูเขา และแม่น้ำ 3. วิวสวย 4. เงียบสงบ	1. เที่ยวในประเทศไทยกลายเป็นตัวเลือกแรก 2. เลือกเที่ยวในสถานที่ที่คนไม่ค่อยรู้จักเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด 3. การเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดอยากเที่ยวธรรมชาติแต่ไม่อยากลำบาก 4. การหลอมรวมกันของการทำงานและการพักผ่อน 5. มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล
1. ไม่เป็นที่รู้จัก 2. ขาดผลิตภัณฑ์หลักและเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3. ขาดการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ	1. ความไม่มั่นใจต่อการระบาดรอบใหม่ของ โควิด-19 2. การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง 3. ความไม่มั่นใจต่อรายได้ในอนาคต

จุดอ่อน

อุปสรรค

ภาพ 1 การวิเคราะห์ SWOT การท่องเที่ยวเกษตรนิเวศของชุมชนชมพู

ชุมชนชมพูกำหนด วิสัยทัศน์ คือ การท่องเที่ยว ที่สร้างความยั่งยืนให้ธรรมชาติและชุมชน และตำแหน่ง ทางด้านตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนชมพู คือ การท่องเที่ยวเดินป่าและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่สามารถควบคุมให้อยู่ในพื้นที่จำกัดได้ การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มาตรการกระตุ้น การท่องเที่ยวจากรัฐบาล และการประเมินศักยภาพของ ชุมชนและพื้นที่ ทางชุมชนจึงเชื่อว่าสามารถที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นได้ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ทางการ ตลาดไว้ 1 ข้อ คือ เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวร้อยละ 20 จากปีที่ผ่านมา การสร้างการเจริญเติบโตของรายได้

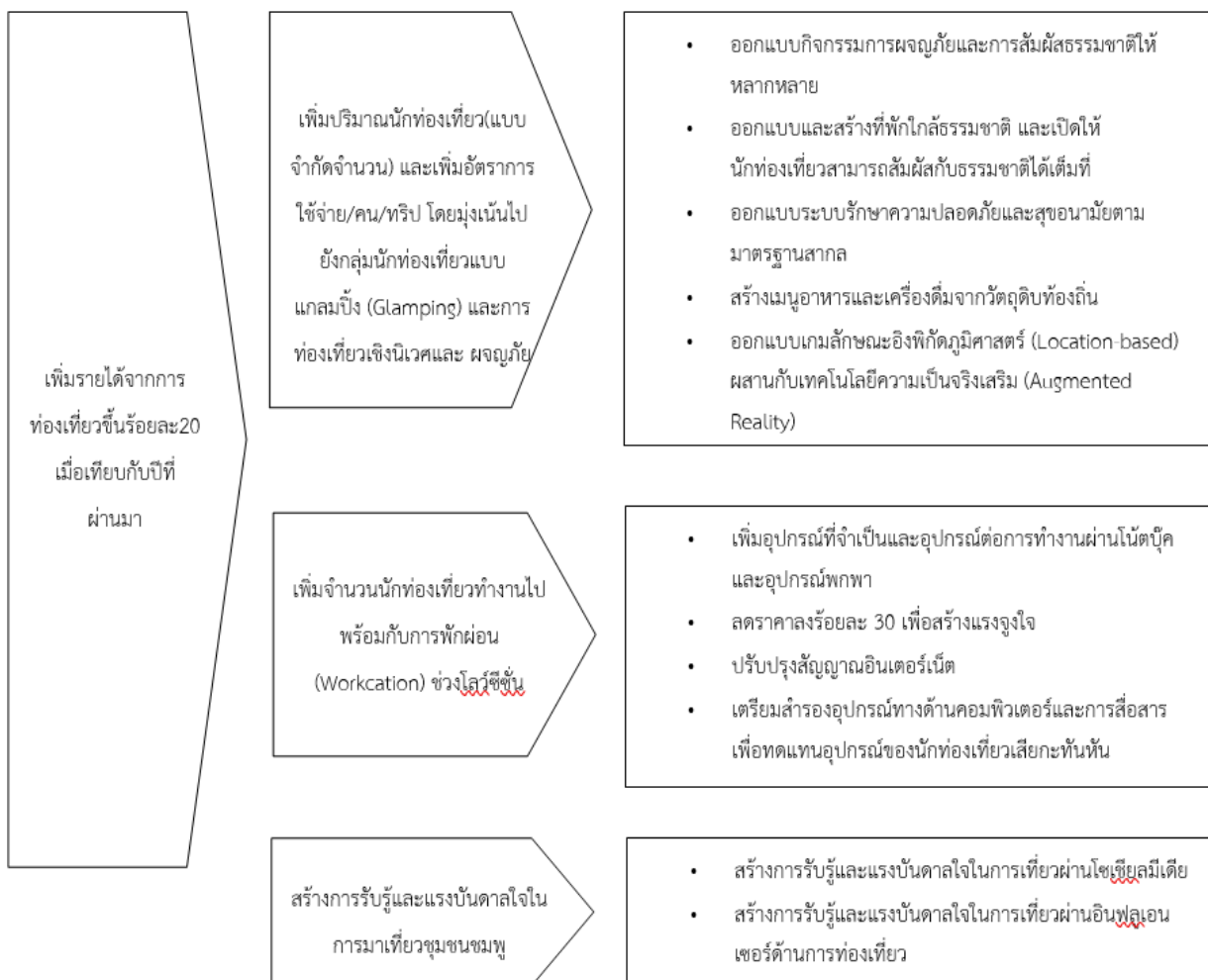
จากการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ได้ ชุมชนจึงมุ่งเน้นไปที่ 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว (แบบจำกัด จำนวน) และเพิ่มอัตราการใช้จ่าย/คน/ทริป โดยมุ่งเน้นไป ยังกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบแกลมปิ้ง (Glamping) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทำงานไป พร้อมกับการพักผ่อน (Workcation) ช่วงโลว์ซีซั่น

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างการรับรู้และแรงบันดาลใจ ต่อการท่องเที่ยวชุมชนชมพู

โดยมีความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และยุทธวิธี ดังภาพ 2



ภาพ 2 ความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และยุทธวิธีของแผนการตลาดท่องเที่ยวชุมชนชมพู

เมื่อทีมวิจัยมีแผนการตลาดของชุมชนชัดเจนแล้ว จึงพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้เป็น 3 ผลิตภัณฑ์หลัก ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ 1: เส้นทาง “ชมพุศิลาวารี ปลายทุ่งแสงหลวง”

นักท่องเที่ยวสามารถเลือก เดินทางไป-กลับ หรือ พักค้างแรม 1 คืน (2 วัน) ได้

ปลายทุ่งแสงหลวง “เดินป่าท่อง ชมพุศิลาวารี พักค้างแรม ดันน้ำชมพู”

เริ่มจากศูนย์กลางของชุมชนบ้านสวนน้ำพุ ไผ่กิมซุง สระน้ำเพื่อใช้ในการเกษตร นักรถอีแต๊กของชุมชน มุ่งหน้าไปที่หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติทุ่งแสงหลวง ที่ 5 (สล.5) ผ่านจุดพักเดินทางแก่งคันนา เดินท่องป่ามุ่งหน้าไปเที่ยวชมดอกศิวาวารี ตามสายน้ำชมพู ซึ่งสามารถนอนพักแคมป์ปิ้ง ทางเดินที่นอนตามธรรมชาติโขดหินริม น้ำ ดันน้ำชมพูหรือเลือกเดินย้อนกลับมา พักลานกางเต็นท์ นอนที่ สล.5 มีกิจกรรม “ตั้งวงเล่า” และกิจกรรม “ปฏิบัติทำ รักษาศิลป์” ของฝากของที่ระลึกจะเป็นผ้ามัดย้อมหรือโปสการ์ดจากการทำกิจกรรม

จากนั้น ขากลับ แวะเข้าชมและเลือกซื้อสินค้าจากสวนเกษตร อย่างสวนส้มโอพันธุ์ทับทิมสยาม ขาวแตงกวา ขาวใหญ่ ท่าซอและมีกิจกรรมชมฟาร์มแพะ คอกแพะของนายราม คงยิ้ม และवेशม แซ่ กับเขาหินปูนซึ่งเป็นจุดขายอันยาวนานของอำเภอเนินมะปราง ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเดือนมิถุนายน ถึงเดือนมีนาคม (ฤดูฝนถึงฤดูหนาว ต่อต้นฤดูร้อน)



ภาพ 3 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ 1: เส้นทาง “ชมพุศิลาวารี ปลายทุ่งแสงหลวง”

2. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ 2: เส้นทาง “โนนสน กลางทุ่งแสงหลวง”

“โนนสน กลางทุ่งแสงหลวง” บนเส้นทางทิวป่าดิบ

เริ่มจากหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติทุ่งแสงหลวง ที่ 12 (สล.12) โดยร่วมมือกับทางชุมชนชมพุให้บริการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติเส้นทางทุ่งโนนสน ด้วยการเดินทางโดยรถ 8 กิโลเมตร และเดินเท้าอีก 8 กิโลเมตร ผ่านบริเวณโป่งเทียม อาหารช้าง โดยมีไฮไลต์ คือ นักท่องเที่ยวกางเต็นท์ในป่าสัมผัสธรรมชาติดอกไม้ในทุ่งแสงหลวง ชมดอกกระดุมเงิน กระดุมทอง ดอกดุสิตา เอื้องม้าวัง และหม้อข้าวหม้อแกงลิง หากไม่ประสงค์นอนในป่า สามารถพักแรมที่ลานกางเต็นท์ สล.12 ได้ วิถีชีวิตที่สวยงาม และมีเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่าดูแลความปลอดภัย มีกิจกรรมการเดินป่า กางเต็นท์ ก่อกองไฟ ถ่ายรูปดอกไม้ในทุ่ง

เมื่อออกมาจากป่า สามารถเข้าชมสวนผลไม้ สวนทุเรียนเจริญวรรณยิ่ง (เฮียเกี้ย) มีผลไม้ตามฤดูกาล ผลไม้หลากหลายชนิด เช่น ทุเรียน ลำไย มะยงชิด เงาะ มะขามหวาน กาแฟ อุทยานผลผลิตของเกษตรกรในพื้นที่ ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม (ปลายฝน ต้นหนาว)



ภาพ 4 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ 2: เส้นทาง “โนนสน กลางทุ่งแสงหลวง”

3. ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่ 3: เส้นทาง “Top View ชมพู ประวัติศาสตร์รักไทย”

“เปิดมุมมอง ชมบ้านชมพู” นอนพัก ผาชมดาว กับประวัติศาสตร์ “บ้านรักไทย”

เริ่มจากศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว “วิถีวนเกษตร” การแปรรูป ที่พัก โฮมสเตย์ ชุมชนคนสันเขารักไทย-ชมพู บ้านสวนดอกไม้ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ร่วมสมัยการสู้รบระหว่างฝ่ายรัฐกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ขึ้นรถรางที่หน้าศูนย์ฯ มุ่งหน้าชมวิวดน จุดชมวิ้วัดเฝ้าไทย มีกิจกรรมขึ้นรถรางเรียนรู้ประวัติศาสตร์วัดบ้านเฝ้าไทย จากนั้นเลือกทัวร์สวนทุเรียนที่มีมากกว่า 70 แห่งที่บ้านรักไทย ต. ชมพู อาทิเช่น สวนทุเรียนพันธุ์หมอนทอง “เจริญวรรณยิ่ง” (เฮียเกี้ย) ของนายสมพร เจริญวรรณยิ่ง หมู่ 7 ตำบลชมพู หรือ ชมสวน “ไฮ-ฮิลล์ ฟาร์ม” ของนายศรณัฏ์ กันตรัตน์กุล ซึ่งมีทุเรียนหลง-หลินลับแล พร้อมพาชมและพาซื้อทุเรียนเป็นของฝากบริเวณหน้าสวนฯ

จากนั้นไป “ผาชมดาว” รีสอร์ทบนภูเขาสูง มองทิวทัศน์จากด้านบนสู่เบื้องล่าง (Top View) มองเห็นทิวทัศน์ที่สวยงามบริเวณชุมชนชมพู ทานอาหาร จิบชา กาแฟ พักค้างแรม หรืออาจเลือกไปทานอาหารและจิบกาแฟที่ “รักดี ฟาร์ม” ติดถนนองเต็นท์ ชมวิวสวยๆ ท่ามกลางฝูงกวางนับร้อยตัวที่ ต.วังนกแอ่น อ.วังทอง ซึ่งเป็นอำเภอถัดออกไปหลายกิโลเมตรจากชุมชนชมพู อ.เนินมะปราง เป็นการเชื่อม Looping เส้นทางท่องเที่ยวจากชุมชนสู่ธุรกิจเกษตรท่องเที่ยว สาย 12 ถนนพิษณุโลก-หล่มสัก ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมกราคม

- ชม ชม ช้อป ทุเรียน เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน
- ชม ชม ช้อป มะยงชิด มะปรางหวาน เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนมกราคม
- ชม ชม ช้อป มะม่วงน้ำดอกไม้ เดือนธันวาคม ถึง เดือนพฤษภาคม



ภาพ 5 ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่ 3: เส้นทาง “Top View ชมพู ประวัติศาสตร์รักไทย”

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยชุมชนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ทีมวิจัยเริ่มจากการจัดทำแผนธุรกิจที่ชัดเจน เพื่อจะทำให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการไปได้อย่างมีทิศทาง แผนธุรกิจเพื่อชุมชนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนชมพู มีรายละเอียดดังภาพ 6

ทีมวิจัยชุมชนใช้วิธีสร้างความเข้มแข็งของคนในชุมชนให้เห็นคุณค่าของทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ด้วยวิธีการศึกษาดูงานและการฝึกอบรม โดยศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบด้านเกษตรนิเวศ โฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีษะเกษ จังหวัดสุโขทัย พบว่า การบริหารจัดการของชุมชนบ้านนาต้นจั่นเป็นต้นแบบการจัดการโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง บริหารจัดการแบบสหกรณ์ การบริหารงานบุคคลในชุมชนบ้านนาต้นจั่นมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานออกเป็นประธาน รองประธาน เลขานุการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายต้อนรับ/ปฏิคม ฝ่ายเหรียญ/บัญชี/การเงิน ฝ่ายตรวจสอบ ที่ปรึกษา และกรรมการ โดยมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสามัคคีภายใต้ความคิดให้ชุมชนมีความเอื้ออาทร สามัคคี และมีรายได้ เช่น มีการนัดหมายประชุมเพื่อระดมความคิดและปรึกษาหารือในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อหาทางออกร่วมกัน ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ต่อมาหน่วยงานได้เห็นถึงความเข้มแข็งของคนในชุมชนจึงได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนโดยการส่งเสริมให้ชุมชนนำผลิตภัณฑ์ไปจัดจำหน่ายในสถานที่ต่างๆ ทำให้มีคนรู้จักผลิตภัณฑ์ของบ้านนาต้นจั่นและมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

Key Partners (พันธมิตรหลัก) 1. ชุมชนชมพู่ 2. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง 3. องค์การบริหารส่วนตำบลชมพู่ 4. โรงเรียนบ้านชมภู 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 6. เครือข่ายอนุรักษ์ลุ่มน้ำชมพู่ 7. สื่อมวลชน 8. ชุมชนท่องเที่ยวใกล้เคียง	Key Activities (กิจกรรมหลัก) 1. เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว (แบบจำกัดจำนวน) และเพิ่มอัตราการใช้จ่าย/คน/ทริป เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศและผจญภัย 2. สร้างการรับรู้และแรงบันดาลใจในการมาเที่ยวชมชมพู่ 3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่	Value Propositions (คุณค่า จุดแข็ง) 1. ภูมินิเวศที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ อยู่ในบริเวณทุ่งแสลงหลวง ดอกคิลาวารี ถ้ำที่ยาวที่สุด ดอกไม้ ทะเลหมอก ดาวบนดิน 2. คนในชุมชนเป็นไกด์นำเที่ยวเองสามารถเล่าเรื่องและสื่อสารได้อย่างเป็นธรรมชาติ 3. ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่และตามฤดูกาลของภูมินิเวศเท่านั้นจึงทำให้มีความพิเศษที่หาได้จากที่อื่นไม่ได้ 4. มีวัฒนธรรมที่ยาวนาน 5. อาหารการกินและวิถีชีวิตที่น่าสนใจ 6. พืชผักผลไม้ท้องถิ่นสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนเสมอ 7. การบริการที่เป็นกันเอง สร้างความสนุกสนานและมีความสุขแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า) 1. เล่าเรื่องความเป็นมาของการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจและอยากมีส่วนร่วมด้วย 2. นำเสนอด้านดีที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน 3. ชูอัตลักษณ์ท้องถิ่น ภูมินิเวศวัฒนธรรม ประเพณี อาหารการกิน วิถีชีวิต 4. อำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ที่พัก สถานที่ การเดินทาง ความรู้ทักษะ ประสบการณ์ 5. อธิบายดี พูดคุยสนุก ยิ้มแย้มแจ่มใส	Customer Segments (ลูกค้าของเรา) 1. นักท่องเที่ยวตามฤดูกาล 2. ผู้ผ่านทาง 3. ชุมชน ตำบลอำเภอ จังหวัดที่ใกล้เคียง 4. ชาวต่างชาติ (อนาคต)
Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน) 1. ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนและทดสอบการใช้งาน ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว และสินค้าของฝากของที่ระลึก 2. ค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ/การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การตลาด และระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยว 3. ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว 4. ค่าบริหารจัดการ เช่น โกดังชุมชน วิทยากร ผู้ประสานงาน	Revenue Streams (ช่องทางรายได้) 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพิ่มกลุ่มลูกค้า 2. เพิ่มรายได้ด้วยการจัดองค์กรใหม่เป็น “ชมรมเที่ยวไทย ไปชมภู” มีวิธีการบริหารจัดการชมรมที่เหมาะสม 3. ลดค่าใช้จ่ายการดำเนินการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน 4. ส่งเสริมให้มีการอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน 5. สร้างแบรนด์ “เที่ยวไทยไปชมภู” และรักษาความภักดีต่อแบรนด์ให้ได้อย่างต่อเนื่อง			

ภาพ 6 Community Business Model Canvas ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนชมพู่

จากนั้นทีมวิจัยชุมชนได้ร่วมกันถอดบทเรียนและพัฒนาระบบการบริหารจัดการของชุมชนชมพูนุช ซึ่งระบบบริหารจัดการของชุมชนชมพูนุชไม่สลับซับซ้อน จัดขึ้นในรูปแบบของชมรมการท่องเที่ยว ชื่อชมรมเที่ยวไทยไปชมภู โดยมีโครงสร้างการบริหารกลุ่มๆ กฎ ระเบียบข้อบังคับกลุ่มๆ และมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบได้อย่างชัดเจน จัดสรรผลประโยชน์บนพื้นฐานของการมีเวลาของแต่ละคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชมรม มีกระบวนการจัดการเริ่มจากการวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยความสะดวก และการควบคุม มีการออกแบบผังงาน (Flowchart) แสดงขั้นตอนการทำงานของฝ่ายพัฒนาและจัดการนำเที่ยว ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ และฝ่ายบริหารจัดการแนวทางในการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชมพูนุช คือ การสร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ และการขายผลิตภัณฑ์รูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยทีมวิจัยชุมชนได้จัดทำแผนพับ และใช้ช่องทางออนไลน์บนเพจเฟซบุ๊ก “เที่ยวไทยไปชมภู” และถ่ายทำวิดีโอนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 3 เส้นทางนำเสนอผ่านช่องทาง You tube เว็บไซต์ <https://www.youtube.com/watch?v=xFPAVOn-xMA&t=1s>

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทางชุมชนชมพูนุชได้จัดทำแนวทางการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และนำไปปรับใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวและปรับเวลาในการทำกิจกรรมให้เหมาะสม ให้ปฏิบัติตามขั้นตอนของสาธารณสุขโดยเคร่งครัด จัดให้มีจุดล้างมือพร้อมสบู่หรือน้ำยาล้างมือไว้บริการอย่างเพียงพอ ทำความสะอาดอุปกรณ์ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวก่อน-หลังการให้บริการทุกครั้ง จัดให้มีระบบการจองล่วงหน้าและกำหนดให้มีจุดพักรอการบริการ และจัดให้มีช่องทางประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์หรือประชาสัมพันธ์ เสียงตามสายในการให้นักท่องเที่ยวเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ตามคู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ของกรมการท่องเที่ยว (Department of Tourism, 2020)

สรุปได้ว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศโดยเครือข่ายการท่องเที่ยวชมพูนุชเกิดจากการมี

ส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา การจัดตั้งและบริหารกลุ่มท่องเที่ยว การจัดการบริหารในองค์กร โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาด การตรวจสอบประเมินผลการดำเนินงาน โดยมีวิธีการทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีการดูแลอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการประสานงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก ความปลอดภัย และนักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงองค์ความรู้ของการเกษตรและเห็นคุณค่าของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผล

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนชมพูนุชถูกพัฒนาจากทรัพยากรทางการเกษตรนิเวศ โดยใช้ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามอุดมสมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวงเป็นหลัก ใช้อัตลักษณ์ของพืชเฉพาะถิ่นที่โดดเด่น คือ ดอกคิลาวารี เป็นจุดขาย และมีกิจกรรมการเกษตรดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน สอดคล้องกับ Pookpu (2021) ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ดีสามารถทำได้โดยสะท้อนอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ ถ่ายทอดเรื่องราวในตัวผลิตภัณฑ์นั้น เป็นตัวแทนในการอธิบายความเป็นตัวตนของชุมชนได้ดีที่สุดที่เชื่อมโยงไปได้หลายมิติ

การท่องเที่ยวเกษตรนิเวศของชุมชนชมพูนุช เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนชมพูนุชที่เน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยให้ชุมชนได้มีบทบาทการเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการ คนในชุมชนรับรู้และเข้าใจร่วมกันเพื่อสร้างเป็นมาตรฐาน ชุมชนใช้แผนธุรกิจเพื่อชุมชนเป็นแนวทางในการดำเนินงาน สามารถจัดการธุรกิจด้วยตนเองได้ มีการพัฒนาการตลาดไปสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชน ตามแนวคิดของ Osterwalder & Pigneur (2010) การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชมพูนุชโดยทีมที่มีพลังในการสนับสนุนและประสานงาน มีการจัดอบรม การศึกษาดูงานและถอดบทเรียน กิจกรรมทบทวนและปรับโครงสร้างบริบทของชุมชน มีวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม กำหนดกฎระเบียบ และมีเครือข่ายในชุมชนที่ทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับงานของ Suriya (2009) และ Onwan, et al (2012) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายใต้ประสบการณ์การดำเนินการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศจริง

ถือเป็นประสบการณ์ที่ดีที่สุด (Best Practice) ที่ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดและเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการถ่ายทอดสู่สมาชิกที่มิวิจัยชุมชนและสามารถนำไปปรับใช้ในพื้นที่อื่น ส่งผลให้การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตรนิเวศมีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานของ Choibamroong (2014) ซึ่งจะทำให้ชุมชนเกิดความสามารถในการสร้างรายได้จากความถนัด ความคุ้นชิน และทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตัวเองได้

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนชมพู่สามารถนำแผนการตลาด และแผนธุรกิจเพื่อชุมชนที่จัดทำขึ้นจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกชุมชนเป็นแนวทางในการดำเนินการบริหาร

จัดการท่องเที่ยวชุมชน และยังสามารถนำไปปรับใช้ให้กับชุมชนอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันอีกด้วย

2. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนชมพู่ที่ได้จากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นต่อไปได้

3. งานวิจัยที่ควรพัฒนาต่อไปในอนาคต คือ การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวจากชุมชนชมพู่สู่เครือข่ายความร่วมมือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายใหญ่บนเส้นทางสาย 12 ถนนพิษณุโลก-หล่มสัก ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง



References

- Chetthamas, S. (1995). *Eco-roaming tourism, a way to survive Thai tourist attractions*. Bangkok: Matichon (in Thai)
- Choibamroong, T. (2014). Agricultural resources research for sustainable agro-tourism: A case study of Surat Thani, Thailand. *NIDA development journal*, 54(3), 202-220. (in Thai)
- Chomphu Subdistrict Administrative Organization. (2020). *Basic information of Chompoo Subdistrict Administrative Organization Noen Maprang District, Province Phitsanulok*. Retrieved from <https://www.chomphu.go.th/condition.php>. (in Thai)
- Community Organization Development Institute (Public Organization), Ministry of Social Development and Human Security. (2020). *Community business model canvas: CBMC*. Bangkok: CODI. (in Thai)
- Department of Tourism. (2020). *Guidelines for implementing measures to relax business and tourism activities for prevent the spread of the coronavirus disease 2019 (COVID-19)*. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1I5zqUvfFwN-yAaO6L10LqgJagAolSeCl/view>. (in Thai)
- Department of Tourism. (2012). *Guidelines for agritourism quality standards assessment*. Retrieved from <http://agrotourism.doae.go.th>. (in Thai)
- Hirankitti, P., Sayapunt, U., Yaibuakrin, K., Inkeaw, S., & Hirankitti, S. (2014). Agro-tourism behavior of Thai tourists. *Suthiparithat*, 28(88), 362-384. (in Thai)
- Onwan, D., Wongpinpech, V., Janphrom, P., Trirat, S. S., & Wongmuangkaen, T. (2012). *Model of community-based tourism enterprises management in northern Thailand using philosophy of sufficiency economy*. Rajamangala University of Technology Lanna, Payap University and Maejo University. (in Thai)

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. The United States of America: John Wiley & Sons.
- Peakon, B. (2016). *Creating an ecotourism network in Chomphu Sub-district community Noen Maprang District Phitsanulok Province*. Bangkok: Thailand Research Fund. (in Thai)
- Phuttachan, K. (2021). *Agritourism*. Retrieved from <https://www.lib.ku.ac.th/2019/index.php/covid-19/1090-agritourism>. (in Thai)
- Pookpu, W. (2021). *7 Philosophy of community-based tourism*. Retrieved from <https://www.randdcreation.com/content/5112/ปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน>. (in Thai)
- Saengarun, S. (2021). *Ecotourism*. Retrieved from <https://www.dnp.go.th/park/sara/tour/eco.htm>. (in Thai)
- Sarobol, S. (2003). *Community-based tourism: Concepts and experiences of northern areas*. Bangkok: Thailand Research Fund. (in Thai)
- Srisomyong, N. (2009). *Sustainable agricultural tourism development guidelines: A case study of Wang Nam Khiao District Nakhon Ratchasima Province*. Nakhon Ratchasima: Kasetsart University. (in Thai)
- Suriya, K. (2009). *How to create community tourism*. Retrieved from http://www.tourismlogistics.com/index.php?option=com_content&view=article&id=144:how-to-make-travel-village&catid=68:tourismpoverty&Itemid=94. (in Thai)
- Utsena, R. (2016). Floating market for sustainable community development. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities*, 6(3), 58-68. (in Thai)

