การออกแบบการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี เพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนกำแพงแสนให้เข้มแข็ง

Designing the OTOP Nawatviti Tourism to Promote Social Economy in Kamphang Saen

Received 8 July 2021
Revised 9 July 2021
Accepted 15 September 2021

นุจนาถ นรินทร์, สิทธิ์ ธีรสรณ์,
เขวิกา สุขเอี่ยม และ อนามัย ดำเนตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Nutjanard Narin, Sit Terrasorn,
Khewika Sukiam and Anamai Damnet
Kasetsart University

บทคัดย่อ

การออกแบบการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี เพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนกำแพงแสนให้เข้มแข็ง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถีเพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง 2) เพื่อออกแบบการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี 3) เพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง และ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถีแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีทางการท่องเที่ยว การศึกษาศักยภาพของสินค้าโอทอป จากผลการศึกษาพบว่าสินค้าโอทอปนวัตวิถีในชุมชนกำแพงแสนจำนวน 19 ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 หมวดหลัก คือหมวดของกิน และของใช้ จากผลิตภัณฑ์โอทอปทั้งหมดนำสู่การศึกษาศักยภาพ พบว่ามีศักยภาพด้านคุณค่า และด้านความมีชื่อเสียง ทางด้านการตลาดมีความพร้อมที่จะนำเสนอสู่ตลาดของกินและของใช้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดสามารถนำมาสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี ในกำแพงแสนโดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ “One Day Trip ช้อปของกินของใช้” และ “2 วันหนึ่งคืนเที่ยวไม่ไกลไปกำแพงแสน” จากการสัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยวเบื้องต้นรายการท่องเที่ยวที่นำเสนอได้รับความสนใจ และนักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะท่องเที่ยวตามเส้นทางที่นำเสนอซึ่งหากรูปแบบการท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีเกิดขึ้นจริงก็จะสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชน ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนกำแพงแสนเข้มแข็งตามมา

คำสำคัญ โอทอป, การท่องเที่ยว, ศักยภาพ

ABSTRACT

The purposes of designing OTOP Inno-Life tourism that aims to support and drive local economy of Kamphaeng Saen community are: 1) To study the possibilities of OTOP Inno-Life tourism to support and drive local economy of community 2) To design OTOP Inno-Life tourism 3) To support and drive local economy of community and 4) To propose guidelines to develop OTOP Inno-Life tourism plan for tourism authorities of Kamphaeng Saen district, Nakhon Pathom province. A qualitative methodology is applied by using theoretical notion of tourism to study the potential. The results reveal that the total number of 19 OTOP Inno-Life products of Kamphaeng Saen community can be divided into 2 categories which are food and appliances. The products have potential and strengths of high value, popularity, and marketing that are ready to sell in the consumer product market. Furthermore, these products can be presented in a long shopping street as the OTOP Inno-Life travel route in Kamphaeng Saen for "One Day Trip Shopping Tour" and "2 days 1 night trip in Kamphaeng Saen". The interview results show that these activities attract the tourists as they are interested in joining the OTOP travel trip in Kamphaeng Saen. If this OTOP Inno-Life tourism project happens in the future, it will help to generate more income and encourage economic growth in Kamphaeng Saen community.

Keywords: OTOP, Travel, Potential

บทนำ

อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากมาย แต่ยังอยู่ในสภาพวัตถุดิบที่ยังไม่การนำมาปรุงแต่งให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่มีเทคโนโลยีและการเรียนการสอนทันสมัยที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และยังเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ครบวงจร แหล่งขุมทรัพย์ทางปัญญาที่ทันสมัยที่สุดในประเทศ ฝึกอบรม ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีสู่สังคมทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ตลอดจนสร้างผลงานที่มีมาตรฐานสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยมีการบริหารทรัพยากรของมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมพัฒนากับชุมชนและรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เป็นกลไกสำคัญในการนำประเทศไปสู่ความมั่นคั่งทางเศรษฐกิจ (อำเภอกำแพงแสน, 2562)

อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ห่างจากเมืองหลวงกรุงเทพมหานคร ประมาณ 90 กิโลเมตร ดินแดนแห่งนี้อยู่ทางภาคตะวันตกแถบลุ่มแม่น้ำกลอง มีความสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณธัญญาหาร นับเป็นแหล่งผลิตอู่ข้าวอู่น้ำแห่งหนึ่งของประเทศไทย นับตั้งแต่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้มาจัดตั้งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ณ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม แห่งนี้ ได้พัฒนาให้กำแพงแสนมีความเจริญก้าวหน้า

อย่างต่อเนื่อง เป็นสถาบันการศึกษา ที่นอกจากผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ มีคุณภาพ ควบคู่กับคุณธรรมและจริยธรรม ให้ออกไปพัฒนาประเทศชาติแล้ว ยังเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ด้านวิชาการต่างๆ ให้แก่ประชาชน ไม่ใช่เพียงแค่ในแถบลุ่มน้ำแม่กลองเท่านั้น ประชาชนทั่วประเทศได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ในวิทยาเขตแห่งนี้เป็นจำนวนมาก (สมบัติ ชิณะวงศ์, 2556) ดังปรัชญาที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กำหนดไว้ คือ "เกษตรศาสตร์ ศาสตร์แห่งแผ่นดิน เพื่อความอยู่ดีกินดีของคนในชาติ"

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประกอบด้วย สถาบันวิจัยและพัฒนากำแพงแสน และยังเป็นที่ตั้งของหน่วยงานสำคัญของมหาวิทยาลัย อาทิ ศูนย์เทคโนโลยีชีวภาพทางการเกษตร ศูนย์วิทยาศาสตร์ข้าว สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม กำแพงแสน ศูนย์เครื่องจักรกลการเกษตรแห่งชาติ สถานีวิจัยประมง กำแพงแสน และโรงพยาบาลสัตว์ กำแพงแสน ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานของโรงพยาบาลสัตว์หนองโพ จังหวัดราชบุรีด้วย และที่สำคัญคือได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งเป็นโครงการที่ให้บริการแก่สังคม เป็นการบริการวิชาการภายใต้ศูนย์การเรียนรู้ที่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิม เป็นการศึกษาเรียนรู้นอกห้องเรียน ที่ให้ผู้เรียนได้อยู่กับธรรมชาติ ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่มีชีวิต ซึ่งอยู่รอบ ๆ ตัวผู้เรียน สร้างความสุข ความเพลิดเพลิน เจริญใจ กับการเรียนรู้ในศาสตร์ต่างๆ ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 24 ศูนย์การเรียนรู้ ให้ผู้ที่สนใจได้มาศึกษาเรียนรู้ ครอบคลุมทั้งด้านพืช สัตว์ และนวัตกรรมเทคโนโลยี ศูนย์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญอีกหนึ่งแห่ง เพียบพร้อมไปด้วยสรรพวิทยาการเกือบทุกด้าน ตรงตามความต้องการของสังคมและสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง นอกจากเทคโนโลยีและศูนย์การเรียนรู้ดังกล่าวข้างต้น ชมพูพันธุ์ทิพย์คือต้นไม้ที่ออกดอกช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคมเป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่อเที่ยวที่ได้ผ่านมาเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ผ่านมาและก็ผ่านไปเพราะไม่รู้ว่านอกจากชมพูพันธุ์ทิพย์แล้ว กำแพงแสนมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดที่เป็นจุดน่าท่องเที่ยวอีก (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2562)

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการขยายผลเชิงพาณิชย์ตรงที่ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นจะเป็นประโยชน์แก่ธุรกิจชุมชน ที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวเข้าใจและรู้จักอำเภอกำแพงแสนดีขึ้น สถาบันการศึกษาอย่างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและถูกบรรจุในเส้นทางการเดินทางเพื่อสร้างเศรษฐกิจในพื้นที่ ผู้วิจัยสนใจศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวใน อำเภอกำแพงแสน ที่จะสามารถออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เช่น ชมพูพันธุ์ทิพย์ ศูนย์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัย ฯลฯ เป็นการทำการตลาดสร้างเส้นทางท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้แก่คนทั่วไปได้รู้จัก

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี ในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ 1 Day trip และ 2 Days trip และเสนอแนะหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถีแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถีเพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งสำหรับอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

2. เพื่อออกแบบการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี สำหรับอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

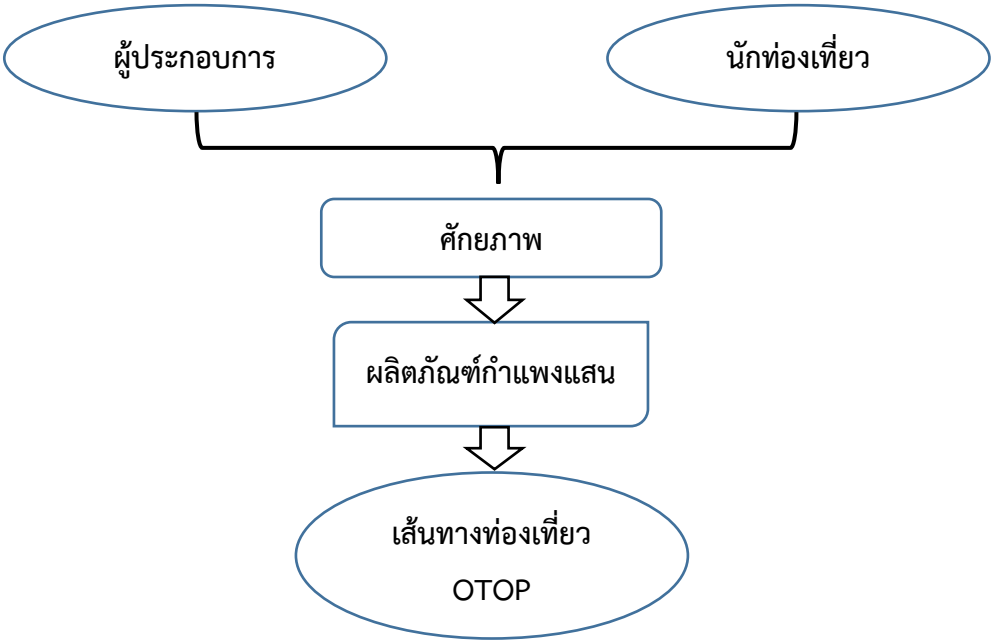
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถีแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

การทบทวนวรรณกรรม

คณะนักวิจัยได้ศึกษาเรื่องโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ถูกขับเคลื่อนพัฒนาประเทศตามโครงการ “ไทยนิยม ยั่งยืน” จากการที่รัฐบาลปัจจุบัน มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกันภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 ในภูมิภาคทั่วประเทศ และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมดำเนินงาน OTOP โดยร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ขายสินค้าได้ อีกทั้งยังมุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล โดยต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลักดันขายสินค้า OTOP ออกจากชุมชน สู่รายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการจำหน่ายสินค้าที่อยู่ในชุมชนจากการท่องเที่ยว มีการใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิตวัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ รวมทั้งทำให้มีคุณค่าเพียงพอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือน และใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้อยู่กับคนในชุมชนโดยรอบ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง (สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563) ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้ให้ความหมายของศักยภาพ ว่าหมายถึง ความพร้อมในด้านคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของแหล่งหรือทรัพยากรท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมเยือน ซึ่งมีความแตกต่างกันตามประเภทแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ความประทับใจ 4) องค์ประกอบของการบริการ นอกเหนือจากองค์ประกอบ 4 ด้าน ที่นำมาใช้ในการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์โอทอปนวัตวิธีแล้ว ศักยภาพอีกด้านที่มีความจำเป็นเพราะเป็นเรื่องของการบริการจำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรมนุษย์เป็นสื่อในการส่งมอบการบริการ โดยผ่านตัวแทนที่เป็นคนที่ให้บริการ การศึกษาศักยภาพในด้านที่ 5 จึงเป็นเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1 กระบวนการและวิธีการศึกษา (ที่มา: นักวิจัย)

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านประชากร เลือกโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าโอทอปที่มีชื่อเสียงในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีทั้งสิ้น 19 ผลิตภัณฑ์ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนกำแพงแสน

ด้านพื้นที่ ชุมชนกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ด้านเนื้อหา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เส้นทางท่องเที่ยว) ศักยภาพในการท่องเที่ยว (5A) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาส และอุปสรรค (SWOT)

วิธีดำเนินการ

งานวิจัยนี้เป็นการสำรวจที่อาศัยเอกสารและใช้แบบสอบถามรวมทั้งการสัมภาษณ์แบบกลุ่มโฟกัสในการเก็บข้อมูล มีลักษณะเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพรวมกัน การวิจัยเชิงปริมาณมุ่งเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรประชากรศาสตร์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิถีการท่องเที่ยวนวัตวิถีและบทบาทของการท่องเที่ยวดังกล่าวในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ประชากรที่ต้องการศึกษา คือ ชุมชนกำแพงแสน แหล่งท่องเที่ยวนวัตวิถี หน่วยงานของรัฐ ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างแบบสุ่ม โดยยึดรายชื่อบริษัทที่จดทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้วิจัยจะเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างด้วยการขออนุญาตเข้าพบโดยมีจุดหมายนำจากมหาวิทยาลัย

ข้อมูลที่เก็บเป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วยข้อคำถามแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และความถูกต้องสมบูรณ์ของคำตอบที่ได้รับก่อนบันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตารางผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูล (คน)	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
คนที่ 1	ชิฟฟ่อนเค้กวรรณณัช	สินค้าบริโภค
คนที่ 2	สบู่น้ำฟักข้าว	สินค้าอุปโภค
คนที่ 3	แชมพูสีนิล	สินค้าอุปโภค
คนที่ 4	สบู่นมแพะผสมน้ำผึ้ง	สินค้าอุปโภค
คนที่ 5	กาแฟย้อนยุค	สินค้าบริโภค
คนที่ 6	กระเป๋าผ้าฐิติรัช	สินค้าอุปโภค
คนที่ 7	ลูกชิ้นจระเข้	สินค้าบริโภค
คนที่ 8	ขนมเปี๊ยะกุหลาบ	สินค้าบริโภค
คนที่ 9	สบู่พนาไพร	สินค้าอุปโภค
คนที่ 10	ข้าวเกรียบปากหม้อสมุนไพรมณีจันทร์	สินค้าบริโภค
คนที่ 11	น้ำเห็นหลินจือ	สินค้าบริโภค
คนที่ 12	ยาสีฟันกลุ่มหอมจัง	สินค้าอุปโภค
คนที่ 13	กล้วยกรอบทองป้าหนู	สินค้าบริโภค
คนที่ 14	KU Beef เนื้อโคขุน	สินค้าบริโภค
คนที่ 15	น้ำพริกมันกุ้ง	สินค้าบริโภค
คนที่ 16	ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินผสม	สินค้าอุปโภค
คนที่ 17	เค้กหนองพงนก	สินค้าบริโภค
คนที่ 18	น้ำฟักข้าว	สินค้าบริโภค
คนที่ 19	รองเท้าหนังแท้ Nunlong	สินค้าอุปโภค

ที่มา: นักวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง และแบบประเมินด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์(5A) ทั้ง 19 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย ด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ด้านการเข้าถึง ด้านชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ ด้านข้อจำกัด และด้านความพร้อมของบุคลากร รวมไปถึงแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการตลาดทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลกับผลิตภัณฑ์ (7P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

(Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) และแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) เพื่อสนับสนุนข้อมูลทางด้านศักยภาพ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์

1.1. คุณค่าผลิตภัณฑ์ สินค้าบริโภค/ ของกิน มีความหลากหลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในตัว สรรพคุณต่าง ๆ จึงได้นำมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบการแปลรูป เช่น เห็ดหลินจือ สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นน้ำดื่มเพื่อดับกระหาย รักษาโรคบางชนิดได้ ลูกชิ้นเนื้อจระเข้มีส่วนช่วยบำรุงร่างกายเป็นเนื้อสัตว์ที่ให้โปรตีนสูงมีปริมาณไขมันต่ำ เหมาะกับผู้ที่ต้องระมัดระวังปริมาณการบริโภคไขมันและคอเลสเตอรอล ชิฟฟ่อนเค้ก วรรณวนัช และเค้กหนองพงนก ได้จัดทำเป็นรูปแบบของฝากหลากหลายรสชาติ กาแฟย้อนยุคช่วยปลุกความตื่นตัวให้กับร่างกายที่อ่อนเพลีย เหนื่อยล้า ให้กระฉับกระเฉงในราคาถูก เหมาะกับทุกกลุ่มลูกค้า ขนมเปี๊ยะกุหลาบ มีสีสันสวยงาม ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพ ผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น รสชาติหอมเนื้อนุ่ม ข้าวเกรียบปากหม้อคุณค่าอาหารไทยเพื่อสุขภาพ กล้วยกรอบทองหลากหลายรสชาติเหมาะแก่ซื้อไปเป็นของฝาก หรือนำมาทานเล่นได้ในระหว่างทำกิจกรรมต่างๆระหว่างวัน KU Beef เนื้อโคนุ่ม อร่อยสายพันธุ์กำแพงแสน ผลิตภัณฑ์น้ำพริกมันกุ้งมีส่วนผสมของสมุนไพรที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยหลัก ๆ คือ พริก กระเทียม หอมแดง กะปิ กุ้ง น้ำปลา และปลาร้าในน้ำพริกบางประเภท ที่สามารถเพิ่มการสร้างเซลล์กำจัดเชื้อโรคได้อย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยกระตุ้นระบบการไหลเวียนโลหิต และน้ำฟักข้าวมีการผสมกับเสาวรสที่มีประโยชน์นำไปผสมแล้วรสชาติสามารถเข้ากันได้รวมทั้งมะม่วงหาวมะนาวโห่ที่เป็นผลไม้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ดังนั้น สินค้าอุปโภค/ของใช้ จึงป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสวยมาก ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้จริง มีคุณค่า และประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองให้เป็นสินค้า OTOP จนเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้จำนวนมาก

1.2 การเข้าถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าทั้งสินค้าอุปโภค และสินค้าบริโภค สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก มีวางจัดจำหน่ายหน้าร้าน มีร้านตัวแทนจัดจำหน่าย สามารถสั่งซื้อออนไลน์ และเดลิเวอร์รี่ ได้ สามารถสั่งซื้อได้ 2 ช่องทาง คือ Line และ Facebook นอกจากนี้ยังมีการออกร้านตามงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.3 ข้อจำกัดการรับรอง สินค้าบริโภคปริมาณการผลิตสินค้าจะผลิตได้มากและน้อย บางผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่นผลิตภัณฑ์น้ำเห็ดหลินจือไม่เหมาะที่จะผลิตในช่วงฤดูร้อนเพราะดอกเห็ดหลินจือจะไม่ขยายตัว และแห้งฝ่อไม่พัฒนาเป็นดอกเห็ดที่สมบูรณ์ ต่างจากในช่วงฤดูฝนถึงต้นฤดูหนาวที่เป็นฤดูที่เหมาะสมในการเพาะปลูกเห็ดหลินจือ กล้วยกรอบทองถ้าช่วงหน้าหนาวที่มีอากาศเย็นจะใช้เวลาถึงช่วงแทงปลีนานขึ้นกว่าหน้าร้อนและฤดูในการปลูกกล้วยที่ดี คือ ช่วงต้นฤดูฝนหากการดูแลรักษาไม่ดี ขาดน้ำขาดปุ๋ย สภาพพื้นที่แห้งแล้งเกินไป กล้วยพันธุ์นี้จะให้ผลผลิตเพียง 7-8 หวีเท่านั้น และสินค้าบริโภคส่วนใหญ่จะจัดเก็บได้ไม่นาน เพราะไม่มีการใส่สารกันบูด เหมาะสำหรับการรับประทานทันที ดังนั้น สินค้าอุปโภค สินค้าประเภทของใช้ราคาค่อนข้างสูง หากเทียบกับสินค้าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันตามท้องตลาด เพราะส่วนใหญ่เป็น

สินค้าวิสาหกิจชุมชนใช้แรงงานคนเป็นหลักไม่ได้ใช้เครื่องจักรใหญ่ ทำให้ปริมาณการผลิตต่อครั้งไม่สามารถผลิตมากแบบสินค้าโรงงานได้ และเป็นสินค้าที่ใช้ฝีมีแรงงาน

1.4 การมีชื่อเสียง สินค้าอุปโภค และสินค้าบริโภคทุกผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าโอทอป การได้มาซึ่งสินค้าโอทอปนั้น ต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวของ มีการตรวจสอบกระบวนการและขั้นตอนการผลิต มีการรับประกันเรื่องของรสชาติ จึงทำให้ทุกผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง และทุกสินค้ามีความพร้อมด้านการนำเสนอผ่าน เว็ปไซด์ เพจ Line Facebook ข้อมูลข่าวสารในการเข้าถึงลูกค้า สามารถสั่งสินค้าออนไลน์ และทำการจัดส่งในรูปแบบไปรษณีย์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ถึงมือลูกค้า

1.5 ความพร้อมของบุคลากร ด้านบุคลากรมีความพร้อมมาก เนื่องจากทุกผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองให้เป็นสินค้า OTOP การได้รับการรับรองผ่านจากหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องต่อความน่าเชื่อถือด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างนวัตกรรม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาด

2. ออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถี สำหรับอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

จากการศึกษา ศักยภาพโอทอปนวัตวิถี สภาพแวดล้อม และผลิตภัณฑ์โอทอปนวัตวิถีทั้ง 19 ผลิตภัณฑ์ ทำให้เห็นถึงความพร้อมในการสร้างเส้นทางในการท่องเที่ยวอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ในเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ชิม ชม ช้อป ชิล โดยคณะวิจัยได้ร่างกำหนด เส้นทาง และโปรแกรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่อำเภอกำแพงแสน โดยใช้ผลิตภัณฑ์โอทอปนวัตวิถีเป็นตัวนำการสร้างเส้นทาง มีรูป 2 รูปแบบคือ 1 Day trip และ 2 Days trip ดังนี้

2.1 1 Day Trip กำแพงแสน ไม่ถึงแสนก็เที่ยวได้

1 Day Trip จังหวัดนครปฐม

08.30 น. รวมตัวกัน ณ จุดนัดหมายหน้าอาคารการเรียนรู้ (KU Book) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน

09.00 น. ออกเดินทางจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

09.10 น. เดินทางถึง “ร้านมณีจันทร์ขนมไทย ข้าวเกรียบปากหม้อสมุนไพร” OTOP ระดับ 3 ดาว จากตำบลห้วยขวาง อำเภอกำแพงแสน พร้อมชมการสาธิตวิธีการทำข้าวเกรียบปากหม้อ

10.00 น. มุ่งหน้าสู่บริษัทปัญญาฟาร์ม กำแพงแสน เพื่อเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตวิถีของตำบลวังน้ำเขียว “ลูกชิ้นเนื้อจระเข้”

11.30 น. เดินทางถึง “บริษัท สีนิล ไรซ์ จำกัด” เพื่อเยี่ยมชมและเรียนรู้กรรมวิธีในการผลิตของผลิตภัณฑ์แชมพูสีนิล เอสเซ้นส์ ที่มีการนำเอาข้าวไรซ์เบอรี่มาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชุดบำรุงเส้นผม ผิวหน้า และผิวกาย

12.30 น. รวมกันรับประทานอาหาร ณ ร้านเฮือนกาแฟ มีทั้งอาหารคาวและหวานให้เลือกมากมาย เมนูแนะนำ คือเมนูกระทะร้อน หมูย่างจิ้มแจ่วรสเด็ด ตบท้ายด้วยของหวานฮันนี่โทสต์

14.00 น. มุ่งหน้าสู่ กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านหนองเทียม เป็นกลุ่ม OTOP นวัตวิถีของตำบลสระพัฒนา อำเภอกำแพงแสน ศึกษาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์ ประเภทสมุนไพรให้ออกมาเป็นรูปแบบต่าง ๆ เช่น สบู่พนาไพร

15.30 น. เดินทางถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร ตำบลสระพัฒนา ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช้ผงชูรส ไม่มีสารเคมีทุกชนิด สินค้าที่แนะนำ คือ น้ำเห็ดหลินจือผสมน้ำผึ้ง

17.00 น. แวะร้านของฝาก “เค้กหนองพงนก” เพื่อเลือกซื้อของฝากขึ้นชื่อของอำเภอกำแพงแสน อีกทั้งเป็นสินค้า OTOP ของตำบลสระสี่มุม ไม่ว่าจะเป็น ชิฟฟ่อนเค้ก เค้กโบราณ เค้กโยเกิร์ต และเค้กฝอยทอง

18.30 น. เดินทางถึงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยสวัสดิภาพพร้อมของฝากแสนประทับใจ

หมายเหตุ กำหนดการโปรแกรมท่องเที่ยวนี้ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

2.2 2 Day Trip กำแพงแสน ไม่ถึงแสนก็เที่ยวได้

2 Days Trip จังหวัดนครปฐม

วันที่ 1

07.00 น. ออกเดินทางจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

07.15 น. ลูกทัวร์รับผลิตภัณฑ์กาแฟย้อนยุค ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มโอทอประดับ 4 ดาว ของอำเภอกำแพงแสน เช่น กาแฟสด ชาชัก และเครื่องดื่ม

07.30 น. เดินทางถึง ชิฟฟ่อนเค้ก วรรณวนัช ชิม ชมการสาธิตการทำเค้กและเบเกอร์รี่ของดีกำแพงแสน

08.00 น. เดินทางถึงสถานที่ผลิตแชมพูสีนิล เอสเซนส์ รับฟังการบรรยายและทำกิจกรรมต่าง ๆ

09.00 น. เดินทางถึงร้านเค้กหนองพงนก ชมการทำเค้กและร่วมกิจกรรมแต่งหน้าเค้กด้วยตนเอง

10.00 น. เดินทางถึงร้านผลิต และจำหน่ายขนมเปี๊ยะกุหลาบ

10.30 น. เดินทางถึงสถานที่ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากดินผสม ร่วมฟังบรรยายและทำกิจกรรมประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินผสม สินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ต.ทุ่งกระพังโหม อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม

12.00 น. รับประทานอาหารเที่ยง ณ ร้านหน้าหม้อ ก๋วยเตี๋ยวบุฟเฟต์

13.30 น. เดินทางถึงชุมชนบ้านยางพัฒนา ชมการสาธิตวิธีทำสบู่ฟักข้าวน้ำผึ้ง ผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 3 ดาว และเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ

14.30 น. เดินทางไปชมการผลิตสบู่นมแพะ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ณ ชุมชนบ้านยางพัฒนา ต.ทุ่งกระพังโหม อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม

15.00 น. เดินทางไปชมการสาธิตกรรมวิธีการผลิตน้ำพริกมันกุ้ง อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีชื่อเสียงของ อ.กำแพงแสน

16.00 น. เดินทางถึง CowBoy Land มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะเกษตรกำแพงแสน ภาควิชาสัตวบาล ชมการเลี้ยงโคขุนกำแพงแสน ทำกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย และรับประทานอาหารเย็น ผลิตภัณฑ์ KU BEEF จากสหกรณ์โคเนื้อกำแพงแสน ผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 2 ดาว

19.00 น. เดินทางถึงที่พัก สวนแสนปาล์ม เทรนนิ่ง โฮม และพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2

07.00 น. รับประทานอาหารเช้าพร้อมกันที่สวนแสนปาล์ม เทรนนิ่ง โฮม

07.30 น. เดินทางสู่ชุมชนบ้านหนองเทียม สถานที่ผลิตและจัดจำหน่ายสบู่พนาไพร

08.30 น. เดินทางถึงสถานที่ผลิตน้ำเห็ดหลินจือผสมน้ำผึ้ง ผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 4 ดาว ของ อ.กำแพงแสน ชมการผลิตน้ำเห็ดหลินจือผสมน้ำผึ้งและชมผลิตภัณฑ์

09.30 น. เดินทางถึง ต.กระตีบ ฟังบรรยายและชมการผลิตรองเท้าหนัง NUNLONG ผลิภัณฑ์ OTOP อีกอย่างหนึ่งที่มีชื่อเสียงใน อ.กำแพงแสน

10.30 น. เดินทางไปชมการสาธิตการผลิตกระเป๋าผ้าฐิติรัช ผลิภัณฑ์สินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว ใน ต.กระตีบ อ.กำแพงแสน และร่วมทำกระเป๋าผ้าคนละใบเพื่อเป็นของที่ระลึก

12.00 น. รับประทานอาหารเที่ยง และพักผ่อนตามอัธยาศัย

13.00 น. เดินทางถึงกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรห้วยหมอนทอง เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ

13.30 น. เดินทางถึงสถานที่ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มหอมจัง

14.00 น. เดินทางถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกฟักข้าวบ้านปลักไม้ลาย ต.ทุ่งขวาง อ.กำแพงแสน ชมวิธีการผลิต และชม ช้อป น้ำฟักข้าว เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

15.00 น. เดินทางถึงร้านมณีจันทร์ขนมไทย ข้าวเกรียบปากหม้อสมุนไพร สินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว ต.ห้วยขวาง อ.กำแพงแสน ชมการสาธิตและเลือกซื้อของฝาก

16.00 น. เดินทางไปชิมและชมการผลิตลูกชิ้นเนื้อจระเข้ ผลิตภัณฑ์ OTOP ใน อ.กำแพงแสน

17.00 น. เดินทางกลับสู่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

หมายเหตุ โปรแกรมการเดินทางอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

3. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโอทอปนวัตวิถีแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

สินค้าผลิตภัณฑ์ได้รับเป็น OTOP ที่ได้รับมาตรฐานการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ มีเอกลักษณ์ คุณสมบัติ สรรพคุณเฉพาะตัวเพิ่มมูลค่าในการเพิ่มกลิ่น รสชาติ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปให้ต่างจากท้องตลาดทั่วไป หากเป็นสินค้าบริโภคจะมีราคาถูก รสชาติหลากหลาย แต่เก็บรักษาได้ไม่นาน และสินค้าของใช้จะเป็นการใช้แรงงานที่มีฝีมือและความชำนาญของผู้ประกอบการ และชุมชน อันนำมาซึ่งรายได้ หากเพียงแต่ราคาที่จำหน่ายค่อนข้างราคาสูงถ้าเทียบกับสินค้าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันตามท้องตลาด เพราะส่วนใหญ่เป็นสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ใช้แรงงานคนเป็นหลักไม่ได้ใช้เครื่องจักรใหญ่ ทำให้ปริมาณการผลิตต่อครั้งไม่สามารถผลิตมากแบบสินค้าโรงงานได้ ทั้งนี้ราคายังมีความยืดหยุ่นขึ้นกับชนิดของผลิตภัณฑ์ ฤดูกาล และอำนาจการต่อรองของลูกค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินขึ้นกับขนาด KU Beef เนื้อโคขึ้นกับชิ้นส่วน

เพราะแต่ละชิ้นส่วนจะมีความนุ่มที่แตกต่างกัน กล้วยกรอบทอง บางฤดูกาลกล้วยในท้องตลาดมีน้อย เรื่องการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้าน ตัวแทนจัดจำหน่าย การออกบูธงานต่าง ๆ ที่มีชื่อร้าน ตราโลโก้เด่นชัด และขายออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook, Line, Page ฯลฯ โดยจัดทำโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้ลูกที่ได้ลองใช้ส่วนใหญ่ประทับใจ และกลับมาใช้บริการซื้อต่ออีกครั้ง เป็นการส่งเสริมการตลาดลักษณะปากต่อปาก จากผู้ใช้เก่าบอกต่อผู้ใช้รายใหม่ในการแนะนำ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับ “ทุนอุดหนุนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน” ขอบพระคุณ กลุ่มผลิตภัณฑ์โอทอปนวัตวิถีกำแพงแสนที่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในชุมชน

บรรณานุกรม

นิสิตา เปาวิมาร. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี* (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. (2562). *ข้อมูลทั่วไป*. สืบค้น 10 มีนาคม 2562, จาก https://kps.ku.ac.th/v8/index.php/th/

วิคิเนีย มายอร์. (2555). *การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง* (ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยธุกิจบัณฑิตย์.

วิภาพรรณ ดาราฉาย. (2556). *การศึกษาเปรียบเทียบวิจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ* (ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน* (ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). *ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต.* กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

ศิริภา กิจประพฤทธิ์กุล. (2556). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทัศนคติ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร.* ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.

สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2563). *เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP กรมการพัฒนาชุมชน*. สืบค้น 15 มีนาคม 2563, จาก https://cep.cdd.go.th/services/otop

สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). *พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* (ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยธุกิจบัณฑิตย์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2539). *การตัดสินใจ.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อัศวิน แสงพิกุล. (2552). *การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรป.* นนทบุรี: ภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อารี พันธ์มณี. (2546). *จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนการสอน.* กรุงเทพฯ: ใยไหม ครีเอทีฟ กรุ๊ป.

อำเภอกำแพงแสน. (2562). *ข้อมูลทั่วไป.* สืบค้น 1 กุมภาพันธุ์ 2562 จาก , http://www.oic.go.th/INFOCENTER9/900/

Chen, J. S., Prebensen, N., & Huan T. C. (2015) Determining the motivation of wellness travelers. ANATOLIA: An International. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 19(1*): 103-115.

Fluker, M., & Turner, L. N., (2015) motivation and expectations of the Whitewater Tourism. *Journal of Travel Research, 38(1)*, 380-389.

McKercher, B., & Wong, D. Understand Tourism Behaviour: Examing the Combined Impacts of Prior Visitation History and Destination Status. *Journal of Travel Research, 43,* 171-179.

Richards, M. (2004). *Object Shift and Scrambling in North and West Germanic: A Case Study in Symmetrical Syntax*. University of Cambridge.

Tawil, R. F., and Al Tamimi, A. M. (2013). Understanding Chinese Tourists' Travel Motivations: Investigating the Perceptions of Jordan Held by Chinese Tourists. *International Journal of Business and Social Science, 4(17)*, 164-170.

Walter, K. (1978). *The Working Class in Welfare Capitalism*. London: Routledge.