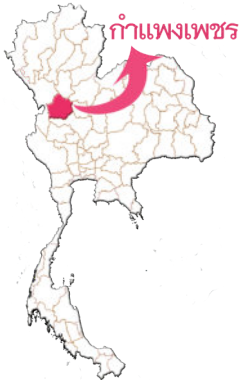


การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านทองคั่ง จังหวัดกำแพงเพชร

ประพล จิตคติ^{1*} มณฑา หมีไพรพฤษ² อติเรก พันเขียว³ ญัฐภาณี บัวดี³
กรรณิกา อุตสาสาร⁴ อรทัย อนุรักษ์วัฒน์² ชญานันท์ ศิริกิจเสถียร¹
พิมพ์ประไพ ขาวขำ⁵ ไอโกมา จ่าแกะ⁴ และ นันทนัช ตนบุญ⁴

บทความวิจัย



¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000

²คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000

³คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110

⁴คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000

⁵คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: praphol.ch@gmail.com

วันที่รับบทความ:

30 พฤศจิกายน 2563

วันแก้ไขบทความ:

29 มีนาคม 2564

วันตอบรับบทความ:

30 มีนาคม 2564

บทคัดย่อ

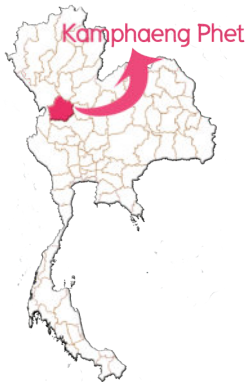
ชุมชนแปลงใหญ่กล้วยไข่ บ้านทองคั่ง ตำบลท่าพุทรา อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นชุมชนเก่าแก่ของจังหวัดกำแพงเพชร มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์เหมาะสำหรับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ บนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชน ได้แก่ กระยาสารทข้าวพองสมุนไพร สำหรับอาหาร “วิถีถิ่น วิถีถิ่น คนหาบกล้วย” และเส้นทางท่องเที่ยว 2) พัฒนาศักยภาพชุมชนตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย และ 3) พัฒนาช่องทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยว จากผลการสำรวจปัญหาและประเมินศักยภาพของชุมชนด้านการท่องเที่ยวตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงดำเนินการด้วยกระบวนการดังนี้ 1) การวางแผนและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยกับชุมชน 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) การพัฒนาศักยภาพชุมชน และ 4) การพัฒนาช่องทางการตลาด ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 80,000 บาท/ปี มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 660 คน/ปี มีคะแนนประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนสูงสุดในด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม และมีช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ สื่อสังคม หน้าร้านค้า การออกงานนิทรรศการ และการขายส่งให้ร้านค้าปลีก

คำสำคัญ: จังหวัดกำแพงเพชร ชุมชนแปลงใหญ่กล้วยไข่ การท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การพัฒนาช่องทางการตลาด

Development of Community–Based Tourism Products of Ban Thong Kung, Kamphaeng Phet Province

Praphol Chitkati^{1*}, Montha Meepriruk², Adirek Funkhiaw³, Nattaphanee Buadee³,
Kanika Ussasarn⁴, Orathai Anurakwattana², Chayanon Sirikitsathien¹,
Pimprapai Khaokham⁵, Okama Jakae⁴ and Nantanat Tonboon⁴

Research Article



¹Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Muang District, Kamphaeng Phet Province, 62000 Thailand

²Faculty of Education, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Muang District, Kamphaeng Phet Province, 62000 Thailand

³Faculty of Humanities and Social Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Measot Campus, Measot District, Tak Province, 62000 Thailand

⁴Faculty of Humanities and Social Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Muang District, Kamphaeng Phet Province, 62000 Thailand

⁵Faculty of Science and Technology, Kamphaeng Phet Rajabhat University, Muang District, Kamphaeng Phet Province, 62000 Thailand

*Corresponding author's E-mail: praphol.ch@gmail.com

Received:

30 November 2020

Received in revised form:

29 March 2021

Accepted:

30 March 2021

Abstract

The large-scale farming community of ladyfinger banana is located in Ban Thong Kung, Tha Phutsa subdistrict, Klong Klung district, Kamphaeng Phet province. It is known as a traditional community of the province. The unique way of life and culture is suitable for developing community-based tourism products. The research first aims to creatively develop community-based tourism products in relation to local history, culture, and identity. Thus, the development are conducted in three aspects, namely the local sweet herb crunchy cereal bar, local cuisine based on local banana farmer's recipes, and the travel route of tourist attractions. The second objective is to develop community potential based on Thailand Community-Based Tourism (CBT) Standard. The third objective is to develop marketing channels for the community-based tourism. After discovering problems and investigating the potential of the community in terms of tourism, an assessment of the community potential based on CBT Thailand criteria. The development process was conducted as follows: 1) planning and developing with the cooperation between researchers and the community, 2) developing local products, 3) developing community potential, and 4) developing marketing channels. The development resulted in increasing community income to 80,000 bath/year and increasing the number of visitors to 660 visitors/year. The highest score of evaluating tourism potential based on CBT Standard was the aspect of preserving and promoting cultural heritage. Finally, the project yields the development of marketing channels both online and offline including websites, social media, in-store selling, joining trade shows and exhibitions, and selling to local retail stores.

Keywords: Kamphaeng Phet province, Large-scale farming community of ladyfinger banana, Community-based tourism, Tourism products, Marketing channels development

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 ซึ่งเน้นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) และกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2579) ที่มุ่งพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และเมื่อพิจารณาแนวทางการพัฒนาประเทศเป็นรายภาคเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายอย่างทั่วถึง พบว่ามียุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยมุ่งพัฒนาภาคการผลิตและบริการ ซึ่งเป็นการยกระดับศักยภาพภาคอุตสาหกรรมให้แข่งขันได้บนฐานเทคโนโลยีขั้นก้าวหน้า นอกจากนี้ยังมีความได้เปรียบเชิงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคในการพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียเพื่อสร้างความหลากหลาย คุณภาพ และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย และใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน อุตสาหกรรมการเกษตร (The National Strategy Committee, 2017)

การพัฒนาประเทศไทยด้วยการท่องเที่ยวถูกกำหนดในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งกล่าวถึงการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน (Board of Directors of the National Tourism Policy, 2020) ใน 3 มิติ ได้แก่ 1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน และ 3) สร้างความสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ เพื่อส่งเสริมการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การท่องเที่ยวในชนบท และพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น โดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากในการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (Community-based tourism, CBT) หรือ Host management ในประเทศไทยได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วและเติบโตในลักษณะของความเป็นเครือข่ายมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติรวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยว (Sarobol, 2004)

ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การบริหารจัดการในชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจบทบาทของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาและการอนุรักษ์ธรรมชาติ ตลอดจนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้คนในชุมชนสามารถมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว ซึ่งใช้ต้นทุนจากฐานทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม รากเหง้าของชุมชนให้เกิดคุณค่าสู่การเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนเกิดระบบเศรษฐกิจชุมชนฐานรากจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกระจายรายได้และหมุนเวียนในชุมชนท้องถิ่นร่วมกันได้

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

จังหวัดกำแพงเพชร เป็นเมืองเก่าที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายเมือง (The Office of Kamphaeng Phet Province, 2019) จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีรายได้หลักจากการเกษตร ซึ่งพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ถั่วลิสง มีพื้นที่ปลูกถั่วลิสง 1,380 ไร่ (Kamphaeng Phet Provincial Agriculture and Cooperatives Office, 2021) มีรายได้จากการจำหน่ายถั่วลิสงรวมทั้งสิ้น 3,070,172 บาท และถั่วลิสงเป็นพืชซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical indications: GI) โดยอำเภอลองขลุ่ยเป็นพื้นที่ที่ปลูกถั่วลิสงมากกว่า 300 ไร่

ชุมชนบ้านทองคั่ง ตำบลท่าพุทรา อำเภอลองขลุ่ย เป็นชุมชนริมแม่น้ำปิง และปลูกถั่วลิสงสายพันธุ์กำแพงเพชรโดยแปลงใหญ่ถั่วลิสงของตำบลท่าพุทราเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 โดยมีสำนักงานเกษตรอำเภอเป็นผู้สนับสนุนโครงการ ซึ่งการปลูกถั่วลิสงสายพันธุ์กำแพงเพชรได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good agricultural practices: GAP) และเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2560 (Department of Intellectual Property, 2017)

ชุมชนบ้านทองคั่ง เป็นชุมชนหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์อัตลักษณ์ท้องถิ่น และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำ จากการสำรวจบริบทของพื้นที่ชุมชนบ้านทองคั่ง โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานจากหน่วยงานราชการ เทศบาลตำบลท่าพุทรา และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าพุทรา ปราชญ์ชุมชน

และชุมชนท่องเที่ยวบ้านท้องคั่งพบว่า พื้นที่ชุมชนบ้านท้องคั่งเคยเป็นจุดพักเรือเสด็จประพาสต้นของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เมื่อครั้งประพาสต้นเมืองกำแพงเพชรระหว่างวันที่ 18 – 27 สิงหาคม พ.ศ. 2449 โดยใช้พื้นที่ “วังนางรำ” เป็นสถานที่พักค้างแรม

จากการสำรวจปัญหาและศักยภาพของชุมชนด้านการท่องเที่ยว และการประเมินศักยภาพของชุมชนด้านการท่องเที่ยวตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน จำนวน 100 ข้อ ด้านการท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนบ้านท้องคั่ง เกี่ยวกับขีดความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นพบว่า พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท้องคั่ง มีศักยภาพดังนี้

– แหล่งเรียนรู้ในชุมชนมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ 1) ฟาร์มแพะรัชรินทร์ 2) โรงน้ำชา บ้านปริกมะกรูด 3) ศูนย์เรียนรู้แปลงใหญ่กล้วยไข่/ศูนย์เรียนรู้กล้วยไข่ครบวงจร 4) สวนเกษตรปลอดภัย (คุณตึก บ้านสวน)

– สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน 3 แห่ง ได้แก่ 1) พื้นที่บ้านคลองแขยง มีเกาะที่ปลูกกล้วยไข่สายพันธุ์กำแพงเพชร นาบัวหลวง 2) พื้นที่บ้านปริกมะกรูด มีแปลงปลูกกล้วยไข่สายพันธุ์กำแพงเพชร โรงน้ำชาเกษตรกล้วยไข่และปลีกล้วยไข่ และ 3) พื้นที่บ้านท่าพุทรา มีวัดคฤหบดีสงฆ์ ฟาร์มแพะ พื้นที่บ้านคลองยางและพื้นที่บ้านท้องคั่ง มีแปลงปลูกกล้วยไข่สายพันธุ์กำแพงเพชร แหล่งเรียนรู้ชุมชนเกษตรปลอดภัย และเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย ของกรมการค้าภายใน และบ้านคลองเจริญนาแปลงใหญ่ปลอดภัยปราศจากยาเสพติด ซึ่งในพื้นที่แปลงใหญ่กล้วยไข่ ทางกรมพัฒนาชุมชนจัดตั้งเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้แก่ บ้านท้องคั่ง หมู่ 7

– ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 1 ราย ได้แก่ ตลาดน้ำเกาะแพะ เกาะแกะ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งเรียนรู้ และสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ไม่มีโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐาน ไม่มีนักสื่อความหมายในชุมชนที่มีศักยภาพในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนได้อย่างครบถ้วน และไม่มีของที่ระลึกที่ได้รับมาตรฐาน

– ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว ผลิตภัณฑ์ทองม้วนกล้วยไข่ น้ำชาเกษตรกล้วยไข่และปลีกล้วยไข่ กระยาสารทสูตรถวายสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มะพร้าวเสวยกล้วยไข่ตาก ข้าวเกรียบกล้วยไข่ ข้าวเกรียบกล้วยไข่ผสมธัญพืช แป้งกล้วยไข่ คุกกี้กล้วยไข่ ไข่เค็มชาเกษตรกล้วยไข่ ซึ่งเห็นได้ว่าชุมชนบ้านท้องคั่งมีศักยภาพในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยไข่ อีกทั้งพื้นที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมี

ผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายเพื่อให้เกิดรายได้ ซึ่งชุมชนได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร และผ่านการรับรองอาหารปลอดภัยจากกรมวิชาการเกษตร โดยกระบวนการมีส่วนร่วม จำนวน 2 รายการ ได้แก่ กล้วยไข่มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และ ผักปลอดภัยภายใต้แบรนด์คุณตึก บ้านสวน

– เครือข่ายเพื่อการทำงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านท้องคั่งจำนวน 7 เครือข่าย ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่กล้วยไข่ 2) สำนักงานเกษตรตำบล 3) สำนักงานเกษตรอำเภอ 4) องค์การบริหารส่วนตำบล 5) เทศบาลตำบลท่าพุทรา 6) กรมการค้า พาณิชย์จังหวัด และ 7) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งทางมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรได้จัดตั้งศูนย์วิจัยชุมชนกล้วยไข่ครบวงจร บ้านท้องคั่ง เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้และพัฒนาชุมชนให้สามารถดำเนินการด้วยตนเองได้ ซึ่งเครือข่ายมีการบูรณาการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาคที่เกี่ยวข้องที่มีโครงการที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการไม่น้อยกว่า 2 โครงการต่อปี ซึ่งจะสามารถพัฒนาด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ต่อไปได้

จากข้อมูลข้างต้นชี้ให้เห็นว่า บ้านท้องคั่ง มีจุดเด่นที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการสัมภาษณ์ประธานแปลงใหญ่กล้วยไข่ ซึ่งได้รับรู้ถึงปัญหาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชรมีดังนี้ ชุมชนยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังไม่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในมิติต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์ เส้นทาง ช่างทอ การตลาด เป็นต้น สอดคล้องกับ Pantaruk & Cheablaem (2020) ที่พบว่า การดำเนินการของชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอ รวมทั้งขาดความร่วมมือและการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

ชุมชนบ้านท้องคั่งมีรายได้สุทธิจากการท่องเที่ยวต่อปีประมาณ 60,000 บาท และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 50 คนต่อเดือน โดยส่วนใหญ่เป็นรายได้ที่เกิดจากการศึกษาดูงานของหน่วยงานราชการต่าง ๆ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ สถานที่ตั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับศักยภาพของพื้นที่ และข้อมูลการศึกษาของศูนย์วิจัยชุมชนกล้วยไข่ครบวงจร บ้านท้องคั่ง พบว่า ชุมชนบ้านท้องคั่งมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยไข่ การเพิ่มศักยภาพชุมชน การเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย อีกทั้งต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ศักยภาพที่เป็นพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม และกล้วยไข่ พืชเศรษฐกิจสำคัญและเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ที่ต้องการให้คนภายนอกได้เรียนรู้กระบวนการปลูก การแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์กล้วยไข่แบบครบวงจร รวมถึงอาหารพื้นถิ่น ความเป็นอยู่ของชุมชนและพิธีกรรมต่าง ๆ (Pongpinyoopat et al., 2019)

ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพของชุมชนตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 5 ด้าน พบว่าชุมชนบ้านท้องคั่ง ต้องการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และด้านคุณภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเร่งด่วน เพราะมีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ และส่งเสริมด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม และด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีให้มีศักยภาพมากขึ้น

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

การพัฒนาชุมชนบ้านท้องคั่ง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนบ้านท้องคั่ง ตำบลท่าพุทรา อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร (ภาพที่ 1) มีดังนี้

1) การวางแผนและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยกับชุมชน

การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) (ภาพที่ 2) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ประธานกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยไข่ องค์การ

บริหารส่วนตำบลท่าพุทรา ผู้ประกอบการร้านค้าวิสาหกิจชุมชน และประชาชน

การสร้างโมเดลธุรกิจ (Business model canvas: BMC) (ภาพที่ 3) เพื่อให้สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer segmentation: CS) ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relationship: CR) ช่องทางการตลาด (Channel: CH) และกิจกรรมหลัก (Key activity: KA)

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

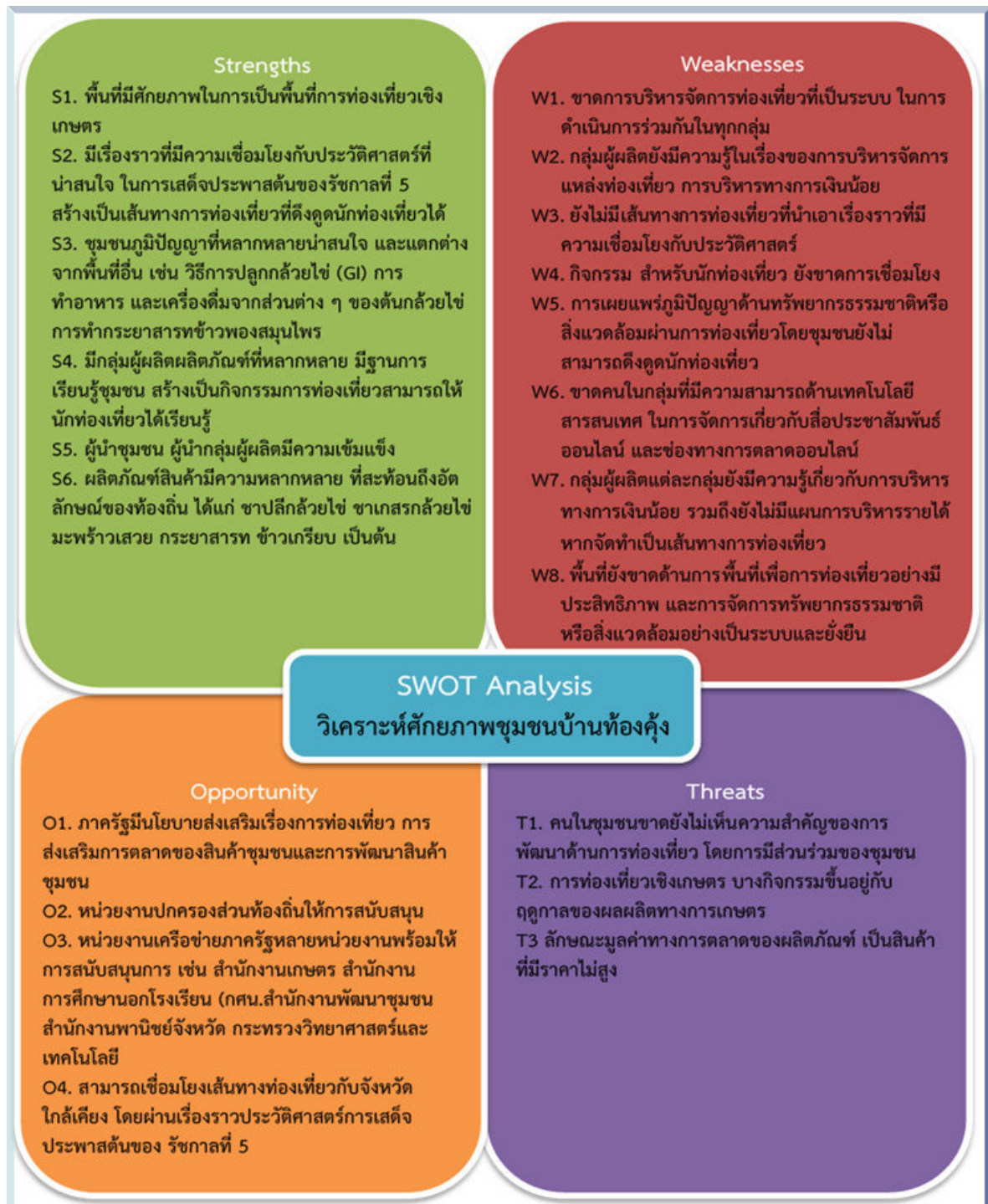
จากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งส่วนชุมชนและส่วนราชการ รวมถึงสถาบันการศึกษา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน จุดท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมในแต่ละจุดที่ดำเนินการ และสอบถามความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางที่ต้องการเชื่อมโยงกับจุดเด่น ประพาสต้นและแปลงใหญ่กล้วยไข่ และสรุปผลิตภัณฑ์ เส้นทางและกิจกรรมที่ต้องการดำเนินการ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาคือ

2.1) **กระยาสารทข้าวพองสมุนไพร** ใช้ข้าวเหนียว กข 6 และข้าวเหนียวดำพันธุ์ลิ้มผัว ในการทำข้าวพองสมุนไพร โดยนำข้าวเหนียวมาหุงให้สุก ผึ่งแดดหรืออบให้แห้งนำมาทอดหรือคั่วให้พอง แล้วนำไปใช้เป็นส่วนผสมในกระยาสารทข้าวพองสมุนไพร (ภาพที่ 4)

2.2) **สารับอาหาร** “วิถีถิ่น วิถีกิน คนหาบกล้วย” จากวิถีการปรุงอาหารท้องถิ่น และวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น มีการประยุกต์จัดเป็นชุดสารับอาหารท้องถิ่น (ภาพที่ 5) ซึ่งประกอบด้วย ข้าวห่อใบกล้วย แกงไก่อกหม้อใส่หยวกกล้วยไข่ น้ำพริกกล้วยไข่ และผักตามฤดูกาล ไข่เค็มซาเกสรกล้วยไข่ ซึ่งเป็นไข่เค็มที่ดองด้วยซาเกสรกล้วยไข่ ขนมบัวลอยกล้วยไข่ กล้วยไข่เชื่อมราดน้ำกะทิสด และเครื่องดื่มซาเกสรกล้วยไข่



ภาพที่ 1 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ชุมชนบ้านท้องคั่ง

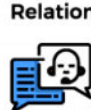


ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนบ้านท้องคั่ง โดย SWOT analysis

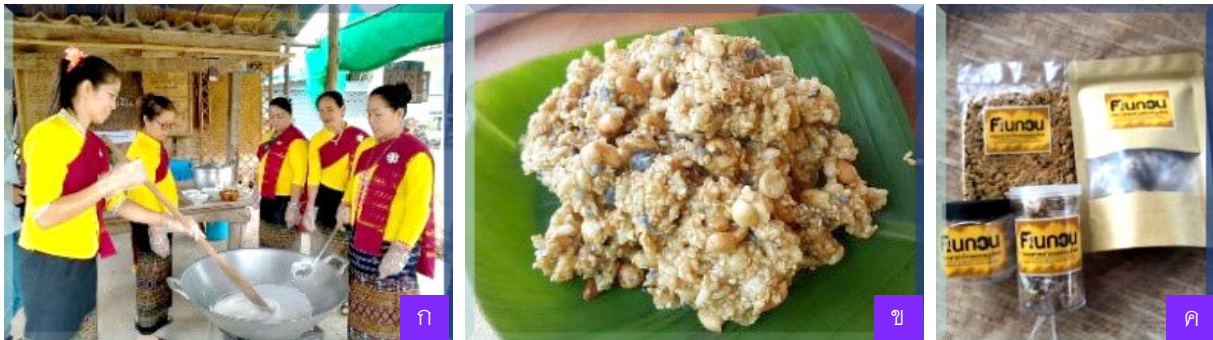
2.3) เส้นทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว 6 จุด (ภาพที่ 6) มีระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ตั้งแต่ 4 – 8 ชั่วโมง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวแบบหนึ่งวัน หรือพักค้างคืน 1 คืน

จุดที่ 1 นาบัว ผู้ใหญ่ชะลอ

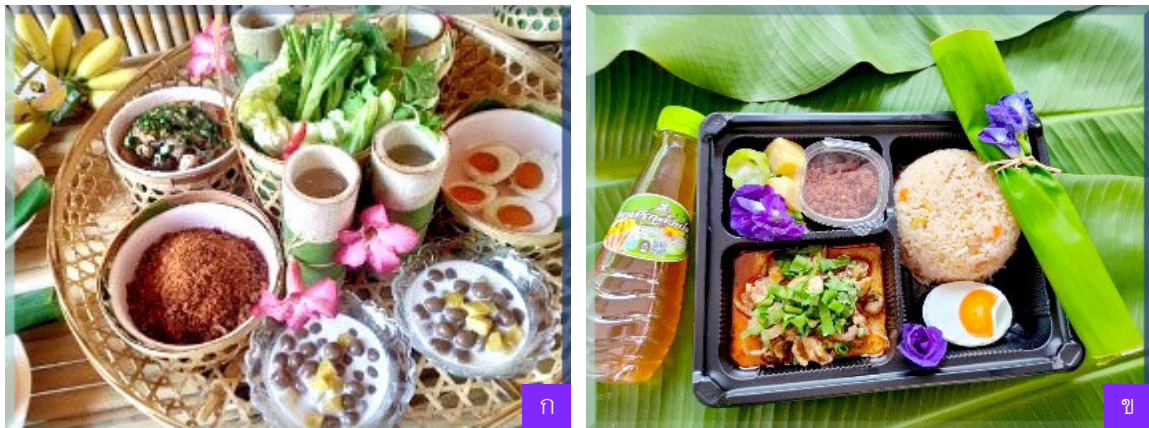
นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เส้นทางเดินทางของดอกบัว หลงผ่านการเรื่องเล่า “นาบัว” จากผู้ใหญ่ชะลอ ที่มีประสบการณ์ดูแลนาบัวมาอย่างยาวนาน พร้อมทั้งให้นักท่องเที่ยวเก็บดอกบัว

Key Partners  1) แหล่งเรียนรู้ 2) กลุ่มแม่บ้าน 3) วิสาหกิจชุมชน 4) ชุมชนบ้านท้องคั่ง 5) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 6) เทศบาลตำบลท่าพุทรา 7) เกษตรตำบลท่าพุทรา 8) เกษตรอำเภอกลองขลุง	Key Activities  1) ให้อาหารวัดคฤหบดีสงฆ์ (ต้นตำรับเหรียญปลอกกล้วยหลวงพ่อสว่าง) 2) ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกล้วยไข่กำแพงเพชร (GI) 3) ชงชาปลีกกล้วยไข่ 4) กวนกระยาสารท้าวพองสมุนไพร 5) ทานสำหรับอาหารพื้นถิ่นบ้านท้องคั่ง 6) การดูวิถีชีวิตการเกษตร การเลี้ยงแพะ 7) จุดเสด็จประพาสต้น บ้านท้องคั่ง 8.) ชิม ช้อบ แชะ ศูนย์วิจัยกล้วยไข่ครบวงจร (จุดของฝาก) Key Resources  1) คนและผู้ประกอบการในชุมชน 2) วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่น 3) ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบทรัพยากรในท้องถิ่น 4) องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของชุมชน 5) แหล่งเรียนรู้ สถานที่ท่องเที่ยว	Value Propositions  1) การเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ท่องเที่ยวตามเส้นทางแม่น้ำปิง การประพาสต้น รัชกาลที่ 5 2) เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น (ตำรับอาหารโบราณ) 3) เรียนรู้ทรัพยากรกล้วยไข่กำแพงเพชรที่บ่งบอกสภาพภูมิศาสตร์ (GI) 4) การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่น เช่น ชงชาปลีกกล้วยกวน กระยาสารทสมุนไพร	Customer Relationships  1) สร้างเพจให้ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ชุมชนในพื้นที่ท้องคั่ง 2) แจ้งปัญหาหรือติดต่อสอบถามทางเพจ Facebook Line หรือทางหน้าร้าน 3) จัดโปรแกรมการเรียนรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย Channels  1) ออกบูธแสดงสินค้า 2) สาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในงานต่าง ๆ 3) ทำเอกสารประชาสัมพันธ์ให้กับเครือข่าย เช่น หน่วยงานราชการ วิสาหกิจกลุ่มชุมชน 4) สร้างเพจขายสินค้า การขายสินค้าออนไลน์ 5) สร้างสื่อออนไลน์สมัย เช่น สื่อวิดีโอ แอปพลิเคชัน	Customer Segments  1) นักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เรียนรู้วิถีชุมชนริมแม่น้ำ 2) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา นักวิชาการ ภูมิปัญญาชาวบ้าน 3) เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร นักวิชาการเกษตร นักพัฒนาชุมชน 4) นักท่องเที่ยว ผู้บริโภคอาหารพื้นถิ่น
Cost Structure  1) งบจากการรวมตัวของสมาชิกในกลุ่ม 1.1) งบลงทุน เช่น อาคาร อุปกรณ์ สถานที่ วัสดุคงทน 1.2) งบดำเนินการ เช่น ค่าตอบแทน ค่าจ้าง ค่าซื้อวัตถุดิบ ค่าน้ำมันยานพาหนะ ค่าบริหารกลุ่ม 2) เงินกู้จากแหล่งทุน 2.1) งบลงทุน เช่น อาคาร อุปกรณ์ สถานที่ วัสดุคงทน 2.2) งบดำเนินการ เช่น ค่าตอบแทน ค่าจ้าง ค่าซื้อวัตถุดิบ ค่าน้ำมันยานพาหนะ ค่าบริหารกลุ่ม	Revenue Streams  รายได้มาจากกิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ท่องเที่ยวตามเส้นทางแม่น้ำปิง การประพาสต้น รัชกาลที่ 5: การล่องเรือ หัวละ 100 บาท 2) กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และรับประทานอาหารพื้นถิ่น ตำรับอาหารโบราณ: การทานสำหรับอาหาร: การทานสำหรับอาหาร หัวละ 150 บาท 3) กิจกรรมการเรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติ กล้วยไข่กำแพงเพชรที่บ่งบอกสภาพภูมิศาสตร์ (GI): การเรียนรู้การปลูกกล้วย: ไม่มีค่าใช้จ่าย 4) กิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากทรัพยากรท้องถิ่น เช่น กวนกระยาสารทสมุนไพร ชงชาปลีกกล้วย: การชงและชิมชาปลีกกล้วย หัวละ 50 บาท กวนและชมกระยาสารทสมุนไพร หัวละ 50 บาท 5) กิจกรรมดูการเลี้ยงแพะ: ไม่มีค่าใช้จ่าย			

ภาพที่ 3 Business model canvas ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท้องคั่ง



ภาพที่ 4 กระยาสารทข้าวพองสมุนไพร ก) การกวนกระยาสารท ข) ผลิตภัณฑ์กระยาสารท ค) บรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 5 สำหรับอาหารถิ่นชุมชนบ้านท้องคั่ง สำหรับอาหาร “วิถีถิ่น วิถีกิน คนหาบกล้วย” ก) สำหรับอาหารสำหรับทานร่วมกัน ข) สำหรับอาหารสำหรับทาน 1 คน

ด้วยตนเอง และเพลิดเพลินกับการถ่ายภาพในช่วงเวลา รุ่งอรุณ ซึ่งบัวได้รับการขนานนามให้เป็น “ราชินีแห่งไม้บัว” นอกจากนี้ดอกบัวยังถือเป็นสัญลักษณ์ของคุณงามความดี ความเชื่อตั้งแต่สมัยพุทธกาล มีตำนานกล่าวว่า หมอชีวกโกมาร ภัจจ์ ได้ปรุงยาจากดอกบัว ถวายแด่พระพุทธเจ้า แก้อาการ อ่อนเพลีย ถือว่าดอกบัวเป็น ดอกไม้ประจำศาสนาพุทธมาจนถึง ปัจจุบัน

จุดที่ 2 วัดคฤหบดีสังข

ประติมากรรมพระสังฆราชของหลวงพ่อดำรง หนึ่งในพระเกจิ อาจารย์ดังแห่งจังหวัดกำแพงเพชร ได้ถูกขนานนามว่า “หลวงพ่อดำรง” (ภาพที่ 7) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเช่าบูชาเหรียญ หลวงพ่อดำรง ไว้พกติดตัวให้แคล้วคลาดจากภัยอันตราย ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางได้

จุดที่ 3 แปลงกล้วยไข่ สายพันธุ์กำแพงเพชร (GI)

เพื่อเรียนรู้ตำนานคนหาบกล้วย และการเดินทางของกล้วยไข่ จากแหล่งผลิตสู่ผู้บริโภคทั่วประเทศ (ภาพที่ 8) นักท่องเที่ยว สามารถถ่ายภาพในสวนกล้วยไข่ พร้อมทั้งให้นักท่องเที่ยวลงมือ ชูดหน่อกล้วยไข่ด้วยตนเองเพื่อนำกลับไปเป็นของฝากจากชุมชน บ้านท้องคั่ง

จุดที่ 4 โรงน้ำชา บ้านปริกมะกรุต

กิจกรรม 1) “ชง-ชิม-ชา กว่าจะเป็นชาเกษตรกล้วยไข่” (ภาพที่ 9) เรื่องเล่าจากชาวบ้านและการทำงานร่วมกันระหว่าง ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา 2) “คนกวน: ชวน กวนกระยาสารท” เรื่องเล่า “กระยาสารทพหุคุณค่า” และลงมือทำ “กระยาสารทข้าวพองสมุนไพร” กับชาวบ้าน พร้อมทั้งซื้อสินค้า จากชุมชนเพื่อเป็นของฝาก



ภาพที่ 6 แผนที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท้องคั่ง ตำบลท่าพุทรา อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร



ภาพที่ 7 จุดท่องเที่ยวจุดที่ 2 วัดคหบดีสงฆ์

จุดที่ 5 จุดเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5

พื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่งของจังหวัดกำแพงเพชร คือ “วังนางร้าง” (ภาพที่ 10) อายุ 114 ปี ซึ่งเป็นจุดที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ เสด็จประพาสต้น จังหวัดกำแพงเพชร เป็นจุดที่มีการร่วมรับประทานอาหารกลางวัน มีพิธีพิเศษจากชุมชนท้องคั่ง โดยนำเสนอสำหรับที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือ สำหรับอาหาร “วิถีถิ่น วิถีกิน คนหบกกล้วย” ซึ่งรายการอาหารได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวว่า เป็นอาหารต้านโรค มีคุณประโยชน์หลากหลาย ผลผลิตจากวัตถุดิบหลัก คือ กล้วยไข่ ระหว่างรับประทานอาหารกลางวัน นักท่องเที่ยวจะได้ชมการแสดงของชุมชน ในชื่อชุด “สาวบ้านदै”



ภาพที่ 8 จุดท่องเที่ยว จุดที่ 3 แปลงกล้วยไข่ สายพันธุ์กำแพงเพชร (GI)

จุดที่ 6 วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่กล้วยไข่/ศูนย์วิจัยชุมชนกล้วยไข่ครบวงจรบ้านท้องคั่ง

กิจกรรมในศูนย์ คือ “เรียนรู้-ซ้อป-ชิม เต็มอิ่มกับผลิตภัณฑ์ชุมชน” เรื่องเล่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยไข่ (แป้งกล้วยไข่ น้ำพริกกล้วยไข่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน) และนักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำน้ำพริกกล้วยไข่ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยไข่



ภาพที่ 9 จุดท่องเที่ยวจุดที่ 4 โรงน้ำชา บ้านปริกมะกรูด ก) บริเวณด้านหน้าจุดท่องเที่ยวโรงน้ำชาบ้านปริกมะกรูด ข) ชาเกสรกล้วยไข่และชาปลีกล้วยไข่ ค) ชุดน้ำชาที่จัดไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 10 จุดท่องเที่ยวจุดที่ 5 จุดเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5

หลากหลายชนิดได้จากศูนย์วิจัยชุมชนกล้วยไข่ครบวงจรแห่งนี้

3) การพัฒนาศักยภาพชุมชน

3.1) การบริหารจัดการกลุ่ม โดยการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร สำนักงานเกษตรตำบล และสำนักงานเกษตรอำเภอ โดยมีหัวข้อในการอบรมและฝึกปฏิบัติ ได้แก่ แนวทางการจัดทำระบบบัญชีการเงินมีประสิทธิภาพ การจัดสรรรายได้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการความรู้ ซึ่งหลังจากเข้ารับการอบรมและการจัดการความรู้ ทำให้ชุมชนสามารถจัดการตนเองโดยทีมนักวิจัยเป็นที่ปรึกษาและคอยแนะนำ เรื่องการดำเนินการตามแผนธุรกิจ และการบริหารจัดการกลุ่ม ข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวที่มี

ประสิทธิภาพ การตอบข้อสอบถามและให้คำแนะนำชุมชน ให้มีแนวทางในการปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชน

3.2) การสื่อสารการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนได้พัฒนาศักยภาพในการสื่อสารการท่องเที่ยว โดยร่วมจัดนิทรรศการ และต้อนรับนักท่องเที่ยวจากการจัดโปรแกรมท่องเที่ยววันรุ่ง โดยนำเสนอประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจของชุมชน คือ แปลงใหญ่กล้วยไข่ กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ทำให้ชุมชนมีความสามารถในการสื่อสารการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งการจัดนิทรรศการและการต้อนรับนักท่องเที่ยว และการจัดโปรแกรมท่องเที่ยววันรุ่งสำหรับนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ทั้งภาครัฐและภาคประชาชน

4) การพัฒนาช่องทางการตลาด

ตลาด/กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของชุมชน คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเฉพาะ (Niche market) และเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยยึดหลักของการดูแลคุณค่าและการรักษาสัตว์ท้องถิ่น วัฒนธรรม และทรัพยากรของชุมชนเป็นหลัก ดังนั้น รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าของชุมชน ยังคงเป็นรูปแบบการตลาดเชิงรับ (Reactive marketing) โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เท่านั้น ซึ่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์ และการติดตามลูกค้าในลักษณะออนไลน์

การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ (ภาพที่ 11) ได้แก่ การจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ และจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ กล้วยไข่กำแพงเพชร: ภัตตาคารบ้านทุ่ง “บวร On Tour” ชุมชนคุณธรรมบ้านปริกมะกรูด

ตำบลท่าพุทรา อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร Facebook ได้แก่ แพลงใหญ่กล้วยไข่ตำบลท่าพุทรา คนหาบกล้วยตำบลท่าพุทรา คนกวน-กระยาสารท/มะพร้าวเสวย และ Line แต่เป็นในนามของผู้นำกลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นช่องทางการตลาดออนไลน์ที่มีอยู่แล้วของชุมชน และเพจผลิตภัณฑ์ชุมชนคนราชภัฏ เพื่อเป็นช่องทางการตลาดออนไลน์ที่สร้างเพิ่ม และการพัฒนาช่องทางการตลาดออฟไลน์ (ภาพที่ 12) ได้แก่ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แพลงใหญ่กล้วยไข่ ร้านบ้านกล้วยเดี่ยว ตลาดริมทางมอกล้วยไข่ ร้านชากังราวและงานกล้วยไข่เมืองกำแพงเพชร

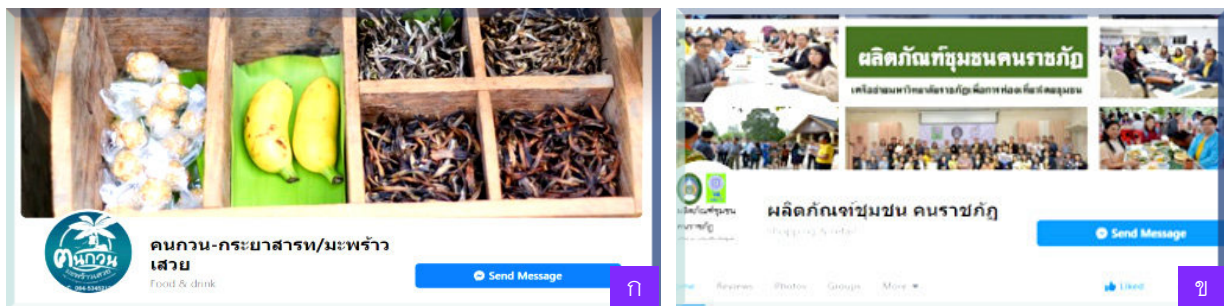
ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่มีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั้งสิ้น 35,381,210 คน ขยายตัวร้อยละ 8.77 และก่อให้เกิดรายได้รวม 1,824,042.35 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 11.66 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 152 ล้านคน-ครั้ง ขยายตัวร้อยละ 4.39 และมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวรวม 930,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.42 จากปีที่ผ่านมา (The Office of Tourism and Sport Economic, 2018)

รูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชน โดยออกแบบและนำเสนอผ่านประสบการณ์ที่ส่งมอบจากชุมชนไปยังนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจใน



ภาพที่ 11 ช่องทางการตลาดออนไลน์ เพจ Facebook ก) คนกวน-กระยาสารท/มะพร้าวเสวย ข) ผลิตภัณฑ์ชุมชนคนราชภัฏ



ภาพที่ 12 ช่องทางการตลาดออฟไลน์ ก) จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แพลงใหญ่กล้วยไข่ ข) การออกร้านในงานกล้วยไข่เมืองกำแพงเพชร

ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Kaewsua-nga & Jamnongsri, 2012) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์เรียนรู้อย่างจริงจังซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน นอกจากนี้หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะต้องจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ (Detaum, 2013)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – based tourism: CBT) เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือนในการดูแลรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่ ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน (Thongma, 2004) และเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวชุมชนที่ดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการข้างต้น มีความจำเป็นต้องจัดเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์ให้คนในสังคมเห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการปลุกใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม (The Community-based Tourism Institute, 2020)

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีหลายปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จมีดังนี้ 1) สมาชิกในชุมชนเห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) แนวทางการเตรียมและพัฒนาการท่องเที่ยว 4) การพัฒนาให้การท่องเที่ยวอยู่ในมาตรฐาน ตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือการรับรองแหล่งท่องเที่ยว 5) การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และ 6) การจัดการ

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยทั้ง 6 ปัจจัยนี้เป็นแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จและยังมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล (Maneerot, 2017)

เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การดำเนินการประเมินการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อประเมินศักยภาพชุมชน ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวและใช้ในการวางแผนการพัฒนาตนเอง ตามเกณฑ์การประเมินเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ด้าน 28 เป้าประสงค์ ได้แก่ ด้านที่ 1 กลุ่มท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านที่ 2 เศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิตที่ดี ด้านที่ 3 การอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ด้านที่ 4 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ ด้านที่ 5 บริการความปลอดภัย โดยมีเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) เสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถเชื่อมโยงรับประโยชน์จากการท่องเที่ยว 2) ชุมชนสามารถบริหารจัดการและเชื่อมโยงผลประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวได้ 3) วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และเพิ่มมูลค่า ช่วยให้การพัฒนาท้องถิ่นเป็นไปอย่างสมดุลและยั่งยืน 4) ชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่ค้ำชูอยู่ 5) ความอยู่ดีมีสุขของคนในชุมชนท้องถิ่น (Board of Directions of the National Tourism Policy, 2020)

นอกจากนี้ สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังได้กำหนดองค์ประกอบสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวไว้ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน 2) องค์กรชุมชน คือ ชุมชนมีระดับสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือ ผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย 3) การจัดการ คือ ชุมชนมีกฎกติกาในการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และ 4) การเรียนรู้ คือ ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (The Community-based Tourism Institute, 2018)

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Visadsoontornsakul et al., 2020) พบว่า ศักยภาพที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์วัฒนธรรม 2) ศักยภาพด้านกิจกรรม

การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมเฉพาะของชุมชนที่เป็นจุดเด่น 3) ศักยภาพด้านการจัดการ คือ การกำหนดกฎกติกาและการจัดการร่วมกันในชุมชน 4) ศักยภาพด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งชุมชนจำเป็นต้องพัฒนาข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ 5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น ถนน ป้ายบอกทาง การบริการในชุมชน ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และจุดบริการนักท่องเที่ยว 6) ศักยภาพด้านกิจกรรม โดยชุมชนควรพัฒนาให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดทั้งปี และ 7) ศักยภาพด้านองค์กรชุมชน ซึ่งชุมชนควรกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกช่วงวัยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

การจัดการทางการตลาด

ความรู้ด้านการตลาดและการสร้างนวัตกรรม เป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจตามความต้องการของลูกค้า และการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง ซึ่งประสิทธิภาพการทำงานอาจขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรที่รับรู้และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด (Micheels & Gow, 2015) ดังนั้นการตลาดจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า

การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว เป็นการหาปัจจัยทางการตลาดให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มขึ้น โดยองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดพื้นฐานมี 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทั้งนี้ Kotler et al. (2003) ได้กล่าวถึงการตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการว่ามีความแตกต่างจากการตลาดทั่วไป ดังนั้น การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการ (Process) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) และบุคลากร (People) โดยองค์ประกอบเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

กระบวนการของกลยุทธ์การตลาด จะจัดสรรทรัพยากรส่วนประสมการตลาดไปยังตลาดเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการนี้แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะการวางแผน ระยะการปฏิบัติ หรือการดำเนินงาน และ ระยะการควบคุม (Kerin et al., 2003) กล่าวคือ ระยะที่ 1 เป็นการวางแผนการตลาด ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการพัฒนาโปรแกรมการตลาด ระยะที่ 2 เป็นการ

ปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วย จัดหาทรัพยากร ออกแบบองค์การตลาด พัฒนากำหนดการ และดำเนินงานตามโปรแกรม และระยะที่ 3 เป็นการควบคุม ประกอบด้วย เปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับแผนเพื่อระบุความเบี่ยงเบน แก้ไขส่วนเบี่ยงเบน

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ได้รับความนิยม โดยกระยาสารท้าวทองสมุนไพรมีจำนวนผลิตทั้งสิ้น 819 ห่อ และมียอดขายจำนวน 27,300 บาท และวางจำหน่ายในร้านอาหารและร้านขายของฝากในจังหวัดกำแพงเพชร และจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าตลาดนัดวังหลังและตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร และมีการจำหน่ายตามงานนิทรรศการทั้งภายในและภายนอกจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับอาหารท้องถิ่น “วิถีถิ่น วิถีกิน คนหาบกล้วย” ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวน 155 คน ซึ่งเป็นสำหรับอาหารมื้อกลางวันสำหรับรับประทาน 1 คน และเกิดรายได้จากการจำหน่ายสำหรับอาหาร จำนวน 11,625 บาท แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ จุดที่ 2 วัดศฤงคารดิสงฆ์ จุดที่ 3 แปลงกล้วยไข่ สายพันธุ์กำแพงเพชร (GI) จุดที่ 4 โรงน้ำชาบ้านปริกมะกรุต และ จุดที่ 5 จุดเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 660 คน และมีหน่วยงานราชการให้ความสนใจเพื่อพัฒนาออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร กระทรวงวัฒนธรรม และ สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ชุมชนบ้านทองคั่งจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลท่าพุทรา โดยดำเนินงานภายใต้สังกัดเทศบาลตำบลท่าพุทรา มีคณะกรรมการรับผิดชอบแต่ละด้านเพื่อการบริหารจัดการในชุมชน เพื่อรับผิดชอบในแต่ละจุดตามเส้นทางท่องเที่ยว โดยมีการสื่อสารการท่องเที่ยวผ่าน Facebook และ YouTube ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงานอย่างเป็นทางการ โดยใช้พื้นที่ จุดที่ 3 แปลงกล้วยไข่ สายพันธุ์กำแพงเพชร (GI) เป็นจุดประสานงานหลัก ทำให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ดีขึ้น มีการตื่นตัว มีความร่วมมือที่ดีขึ้น ชุมชนมีความสุขและภาคภูมิใจในชุมชนของตัวเองมากขึ้น

การพัฒนาช่องทางการตลาดทำให้มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจากเดิม โดยมีสถานประกอบการที่สั่งซื้อเพิ่มจำนวน 10 ราย ได้แก่

กรุงเทพฯ (ตลาดนัดวังหลังและร้านขายของในตลาดนัดจตุจักร) จังหวัดปทุมธานี สำนักงานแขวงกาทางตำบลท่าพุทรา สำนักงานแขวงกาทางตำบลคลองแม่ลาย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยและมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โดยการสั่งซื้อผ่านช่องทางโทรศัพท์ และ Facebook

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

ด้านนโยบาย

ชุมชนได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินนโยบายเพื่อการต่อยอดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชรได้พัฒนาต่อยอด โดยเปิดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนวิถีคนบ้านปรีะมาศกรุด สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชรและสำนักงานเกษตรอำเภอคลองขลุง ร่วมกำหนดแนวทางการพัฒนาและสนับสนุนงบประมาณกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยไข่ บ้านท้องคั่ง ตำบลท่าพุทรา สำนักงานวิจัยแห่งชาติสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าพุทรา ร่วมจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ด้านเศรษฐกิจ

ชุมชนสร้างที่พักแบบสัมผัสวิถีชีวิตชนบท หรือ โฮมสเตย์เพิ่มขึ้น จำนวน 2 แห่ง คือ โฮมสเตย์ครูสังวน พุ่มหมอก และโฮมสเตย์บ้านพักบุปผา วรรณนา โดยชุมชนเรียนรู้และบริหารจัดการด้วยตนเอง ยิ่งกว่านั้นยังเกิดการเชื่อมโยงเครือข่าย ได้แก่ วัด ชุมชน วิสาหกิจ ในเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านท้องคั่ง ทำให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทำให้สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น และจดทะเบียนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชาเกสรกล้วยไข่ ชาปลีกล้วยไข่ กระจยาสารทข้าวพอง มะพร้าวเสวย เพื่อยื่นขอ

ประเมินคัดสรรสุดยอด สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากสำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ด้านสังคม

ชุมชนมีการบริหารจัดการตนเองได้ดีขึ้น มีการเผยแพร่องค์ความรู้ภายในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ภายในชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลท่าพุทรา มีการแลกเปลี่ยนทักษะการผลิตสินค้าและบริการร่วมกันในเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน บ้านท้องคั่ง ชุมชนและชมรมมีความเข้มแข็งในการทำงาน และมีการพัฒนาองค์ความรู้ตลอดเวลา ทั้งนี้ยังสามารถผลิตสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่องเพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดการกระจายความรู้สู่ชุมชน มีการเชิญชวนและสรรหาสมาชิกเข้าร่วมชมรมเพิ่มมากขึ้น โดยมีการจัดแบ่งหน้าที่ในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนที่ชัดเจน รวมถึงคนในชุมชนพร้อมรับการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น เนื่องจากได้รับการพัฒนาศักยภาพทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่ม และการสื่อสารการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการพัฒนาศักยภาพการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และประวัติความเป็นมาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น คนในชุมชนนำภูมิปัญญา องค์ความรู้ และประวัติศาสตร์ของชุมชนมาใช้ผสมผสานในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ การทอกระยาสารทสูตรโบราณ ประวัติศาสตร์การเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5 ตำนานคนหาบกล้วย วิถีสายน้ำ ส่งผลให้เกิดการสืบสานวิถีชีวิตและวัฒนธรรมสู่คนรุ่นหลังต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) สนับสนุนทุนวิจัยโครงการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเส้นทางวิถีสายน้ำบนฐานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชน: พื้นที่ชุมชนบ้านท้องคั่ง ตำบลท่าพุทรา อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร สัญญาทุนเลขที่ วช.อว.(ก)(งบ)/128/2562

References

- Board of Directors of the National Tourism Policy. (2020). The community-based tourism development assessment criteria. Retrieved December 20, 2020, from: https://opendata.data.go.th/dataset/item_db41976b-78b5-4c3d-b13d-223414de8c2b. (in Thai).
- Department of Intellectual Property. (2017). Announcement record of geographical indications. Retrieved December 25, 2020, from: <https://ipthailand.go.th/th/gi-011.html>. (in Thai).
- Detaum, P. (2013). The creative tourism development: From concepts to practice for Thailand. *Silpakorn University Journal*, 33(2), 329–364. (in Thai).
- Kamphaeng Phet Provincial Agriculture and Cooperatives Office (2021). Agricultural statistics report economic crops of Kamphaeng Phet province in cultivation year 2020/2021. Retrieved January 25, 2021, from: <https://www.opsmoac.go.th/kamphaengphet-dwl-preview-431091791819>. (in Thai).
- Kerin, R. A., Berkowitz, E. N., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2003). *Marketing* (8th edition). Singapore: McGraw-Hill Inc.
- Keawsa-nga, P., & Jamnongsri, N. (2012). Creative tourism: New choice of Thai tourism. *Suranaree Journal of Science and Technology*, 6(1), 91–109. (in Thai).
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Maneerot, N. (2017). Community based tourism management. *Journal of International and Thai Tourism*, 12(2), 25–46. (in Thai).
- Micheels, E. T., & Gow, H. R. (2015). The effect of market orientation on learning, innovativeness, and performance in primary agriculture. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 63(2), 209–233.
- Pantaruk, S., & Cheablaem, O. (2020). Development of community enterprise and networks for health tourism in Khanom district, Nakhon Si Thammarat province. *Area Based Development Research Journal*, 13(1), 1–15. (in Thai).
- Pongpinyoopat, S., Meepripruk, M., Boonniyom, P., Vinitkul, R., Boontiang, A., Atsalikorn, W., ..., & Ninjinda, K. (2019). *Local research center for lady finger banana research of Ban Thong Kung, Tha Phutsa sub-district, Klong Klung district, Kamphaeng Phet. (Research report)*. Kamphaeng Phet: Research and Development Institute, Kamphaengphet Rajabhat University. (in Thai).
- Sarobol, S. (2004). Community based tourism management. *Press release of Research Community*, 57(10/11), 15–21. (in Thai).
- The Community-based Tourism Institute. (2018). Community – based tourism – (CBT). Retrieved November 22, 2020, from: <https://www.cbt-i.or.th>. (in Thai).
- The Community-based Tourism Institute. (2020). Community – based tourism – (CBT). Retrieved November 22, 2020, from: <https://thaicommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt>. (in Thai).
- The National Strategy Committee. (2017). *The 20-year strategy (Years 2017 – 2036)*. Bangkok: The Secretariat of the Prime Minister, Royal Thai Government. (in Thai).
- The Office of Tourism and Sport Economic. (2018). Tourism statistics. Retrieved November 22, 2020, from: https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=504. (in Thai).
- The Office of Kamphaeng Phet Province. (2019). Basic information. Retrieved November 22, 2020, from: <http://www.kamphaengphet.go.th/kp/index.php/data-kpp/item/1379-2020-jun-09-04-59-51>. (in Thai).
- Thongma, W. (2004). *The community-based tourism for improving the quality of life to communities in the forest area*. Bangkok: Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. (in Thai).
- Visadsoontornsakul, P., Na Talang, C., Jittithavorn, C., & Tungbenchasirikul, S. (2020). Potential development approach for community-based tourism in Nakhon Ratchasima province. *The Journal of Development Administration Research*, 14(34), 31–43. (in Thai).