

Received: Jun. 1, 2022 • Revised: Jul. 27, 2022 • Accepted: Sep. 27, 2022

การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเกษตรจังหวัดนครปฐม Strategies for Proactive Development of Community-based Agri-tourism in Nakhonpathom Province

เบญจวรรณ บวรกุลภา (Benjawan Bowonkulpa)¹

วรรณรัตน์ วัฒนานิมิตกุล (Wannarat Wattananimitkul)²

พระมหาประกาศิต ฐิติปสิทธิกร (Pramaha Prakasit Thitipasitthikorn)³

พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ (Phrapalad Prapoj Yusamran)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาตลาดตามความต้องการของ
ผู้นำและกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบเป็นแนวทาง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม เลขที่ 38 ถนนเพชรเกษม แขวง
บางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 และเป็นผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: bbowonkulpa@gmail.com
(Assistant Professor, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Siam University, 38
Petchkasem Road, Bangwa, Phasi Charoen, Bangkok 10160, Thailand, Corresponding Author, email:
bbowonkulpa@gmail.com)

² อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม เลขที่ 38 ถนนเพชรเกษม
แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 (Lecturer, Department of International Business
Management, Faculty of Business Administration, Siam University, 38 Petchkasem Road, Bangwa, Phasi
Charoen, Bangkok 10160, Thailand)

³ อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 51 ม.2 ต.ไร่ขิง อ.สาม
พราน จ.นครปฐม 73210 (Lecturer, Buddhapanya Si Dvaravati Buddhist College,
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 51 M.2, Rai khing, Samphran, Nakhon Pathom, 73210, Thailand)

เสนอแนะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและคุณภาพ ใช้การสำรวจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน และประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม จำนวน 78 คน สถิติในการวิจัยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐม จำนวน 7 คน และผู้นำชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลระดับชาติแหลมสัก จังหวัดกระบี่ จำนวน 1 คน ได้ผลการวิจัยดังนี้

ความต้องการในการพัฒนาตลาด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการพัฒนาตลาดเชิงรุกสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ 2 วัน 1 คืน และนักท่องเที่ยวทั่วไป รวมทั้งจัดกลุ่มเที่ยวชมเพื่อเรียนรู้งานเกษตรอินทรีย์

ผลการสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ความต้องการพัฒนาแนวทางกิจกรรมเพื่อจัดรูปแบบทัวร์สามารถดำเนินการได้ในการจัดโปรแกรมอาหารและกิจกรรมสำหรับโปรแกรม 2 วัน 1 คืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้งานเกษตรอินทรีย์ในการชมและเรียนรู้งานจริงวัน และสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปควรทำการส่งเสริมการตลาดด้านที่พัก กลยุทธ์ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีระดับความคิดเห็นในระดับมากทุกรายการ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจชุมชน ประเด็นสำคัญคือการทำให้เกิดรายได้จริงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการให้ชุมชนมีส่วนร่วม รวมทั้งสามารถบูรณาการทุกภาคส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงจากองค์กรภายในสู่ภายนอกในหลากหลายมิติ

การประเมินผลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในพื้นที่ครอบคลุมส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน พบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยพอใจสูงสุดคือด้านนวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีเกษตรเพื่อทำการเกษตรอินทรีย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์, ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the need for market development according to the leaders and members of the agricultural community, Nakhonpathom Province, 2) to study marketing strategies that affect agricultural tourism promotion from the perception

and opinion of the tourists from Bangkok and its vicinity, 3) to conceptualize the success story of a model community-tourist attraction, and formulate a suggested guideline for promoting tourism of agricultural community enterprises, Nakhonpathom Province, and 4) to assess the satisfaction of tourists who visited the community. A combination of survey questionnaires and in-depth interviews with semi-structured interviewing questions was used. 400 tourists from Bangkok and its surrounding areas were surveyed. Satisfaction of the tourists was evaluated by 78 participants from the field trip group. Data were analyzed using descriptive statistics, i.e., frequency, percentage, mean, and standard deviation. An interview consisted of eight informants. Seven were from leaders and members of the group of agricultural community enterprises, Nakhonpathom Province and one from the community president of Baan Laem Sak, an outstanding community-based tourism enterprise in Krabi Province.

Findings reflected that community enterprises were to implement proactive marketing strategies. The target segments were those who came for an overnight tour, a general tour, and a group tour for sightseeing and organic agriculture learning. Findings from the Bangkok and its vicinity tourists suggested that the attractive tourist programs were those offered together with a free meal and 2 days and 1 night program activities. A half-day of workshops and adventures was for the tourists of organic agriculture learning and accommodation promotion would attract general tourists. The findings also showed that the marketing mix strategies led to community agri-tourism performance with a high level of opinions in every item of its seven elements while the product element received the highest opinion scores.

The main recommendation for tourism management of the community enterprises was to generate real income that built confidence for community participation as well as being able to integrate all sectors in promoting tourism for joining from the inside to the outside enterprises in several dimensions.

The evaluation of the satisfaction of tourists in the area covered the 7 P's marketing mix found that all were satisfied at highest level. The highest satisfaction was the innovation of agricultural technology for organic agriculture for promoting tourism.

Keywords: *Market Development of Organic Agriculture Tourism, Promotion for Agricultural Tourism*

บทนำ

ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ในสภาวะการณ์ปกติ การเติบโตของการท่องเที่ยว นับเป็นครั้งหนึ่งของอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจไทย สามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของการค้าภาคบริการรวมของประเทศ โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท และสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทย อีกทั้งยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ชีวีตความเป็นอยู่สู่ความเจริญ และทันสมัย มีแนวโน้มที่ดีต่อการเป็นศูนย์กลางทางด้านการเงิน และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเอเชียแปซิฟิก (ชัยสิทธิ์ ดำรงวงศ์เจริญ, 2550) การท่องเที่ยวกลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักแก่ประเทศไทย และนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในหลายประเทศ ทั้งนี้ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 การท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติสู่การสร้างเศรษฐกิจเข้มแข็งและแข่งขันได้ โดยวางเป้าหมายการขับเคลื่อนรายได้การท่องเที่ยวในปี 2564 ไว้ที่ประมาณ 4 ล้านล้านบาท (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2561) จึงมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการยกระดับดัชนีศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agricultural Tourism) (นุชนารถ ไชยโรจน์, 2541) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่นำรายได้มาสู่ชุมชนและชาวบ้าน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น United Nations World Tourism Organization หรือ UNWTO ระบุว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม หรือความสำเร็จในการทำเกษตรพร้อมทั้งยังได้เพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์แปลกใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น ถือว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ ตามยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันจากการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยกรมส่งเสริมการเกษตรพยายามขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว ให้พื้นที่การเกษตรที่มีศักยภาพที่สามารถพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่และสร้างเครือข่ายร่วมกับชุมชน ในการสร้างงานสร้างรายได้ให้เกษตรกร เป็นการท่องเที่ยววิถีเกษตรหรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ได้พยายามยกระดับจากฟาร์มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน หน่วยงานราชการ และแหล่งศึกษาดูงานด้านการเกษตรที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว มีองค์ความรู้ สัญลักษณ์และความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละแห่ง มุ่งเน้นกิจกรรมด้านการเกษตรที่ปรับเปลี่ยนเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการ

เชื่อมโยงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสินค้าของชุมชน เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563)

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในพื้นที่การเกษตรภาคกลางของประเทศไทย ภาคการเกษตรของจังหวัดนครปฐม เป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม โดยประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 23.59 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และจังหวัดนครปฐมยังจัดเป็นเขตเกษตรก้าวหน้า เพราะมีระบบชลประทานที่ดีโดยอาศัยแหล่งน้ำจากลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ท่าจีน และแม่กลอง ประกอบกับเกษตรกรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพสูง สามารถเรียนรู้วิทยาการแบบใหม่ และมีการพัฒนาบางกลุ่มเพื่อจะยกระดับในการทำการเกษตรอัจฉริยะ อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเกษตร (Agri-Tech) จะช่วยลดต้นทุนให้กับเกษตรกรได้ถึงร้อยละ 10-30 และมีการใช้เทคโนโลยีภาคการเกษตรที่พัฒนามากขึ้น (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2563) นอกจากนี้ ยังมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวจากสถิติที่ผ่านมาพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จำนวน 4,177,286 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) อีกทั้งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย

อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้ศึกษาชุมชนที่มีศักยภาพการเกษตรในพื้นที่ เป็นแหล่งที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม หรือ “ไผ่ตอง” มีการใช้ระบบเกษตรอัจฉริยะ หรือ สมาร์ทฟาร์มมิ่ง มาช่วยในการจัดการเกษตร และมีบริเวณโดยรอบเป็นแปลงเกษตรอินทรีย์ และทัศนียภาพแวดล้อมด้วยน้ำเป็นธรรมชาติ รวมทั้งมีการรวมกลุ่มโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่แห่งนี้ จากกลุ่มเกษตรกรที่สนใจการทำเกษตรอินทรีย์และกลุ่มผู้ที่รักการดูแลสุขภาพพร้อมแรงร่วมใจกันทำระบบเกษตรอินทรีย์โดยใช้แนวคิดสมาร์ทฟาร์มมิ่ง เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรอัจฉริยะมาจัดการแปลงเกษตรอย่างได้ผล เช่น การใช้แอปพลิเคชันเปิดปิดระบบน้ำ เป็นต้น พร้อมกับพัฒนาบุคลากรเพื่อพร้อมในการให้ความรู้กับการถ่ายทอดสู่ชุมชนในการทำเกษตรอินทรีย์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรในพื้นที่ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำว่านพระอาทิตย์ ผลิตภัณฑ์ผักสดปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์แปรรูปเค้กกล้วยหอม น้ำว่าน ชาติดอกอัญชัน หมั่นโถวมันเทศ เป็นต้น จึงทำให้พื้นที่แห่งนี้แหล่งเรียนรู้ที่น่าสนใจมีผู้เข้ามาเยือนเพื่อเรียนรู้เป็นหมู่คณะ สามารถพัฒนาและเชื่อมโยงชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งผู้นำกลุ่มได้ริเริ่มและพยายามพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจุบันมีโฮมสเตย์เพื่อรองรับการเข้ามาพักค้างแรมของนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้ที่ดีในพื้นที่จังหวัดนครปฐม และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนรู้จักอีกทั้งการเดินทางไม่ไกลจากพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งนักท่องเที่ยวมีกำลังการจ่ายสูงและสามารถเดินทางพักผ่อนชื่นชมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีต้นทุนการเดินทางต่ำและใช้เวลาน้อย แต่เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวยังขาดการส่งเสริมและการ

พัฒนาโดยเฉพาะด้านการตลาดและการบริการ เพื่อยกระดับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้อย่างต่อเนื่องตลอดปี

ทำให้ทีมวิจัยสนใจศึกษาในเรื่องการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดนครปฐม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการในการมาท่องเที่ยวและการเพิ่มรายได้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนครปฐมและชุมชนที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดตามความต้องการของผู้นำและกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบเป็นแนวทางเสนอแนะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

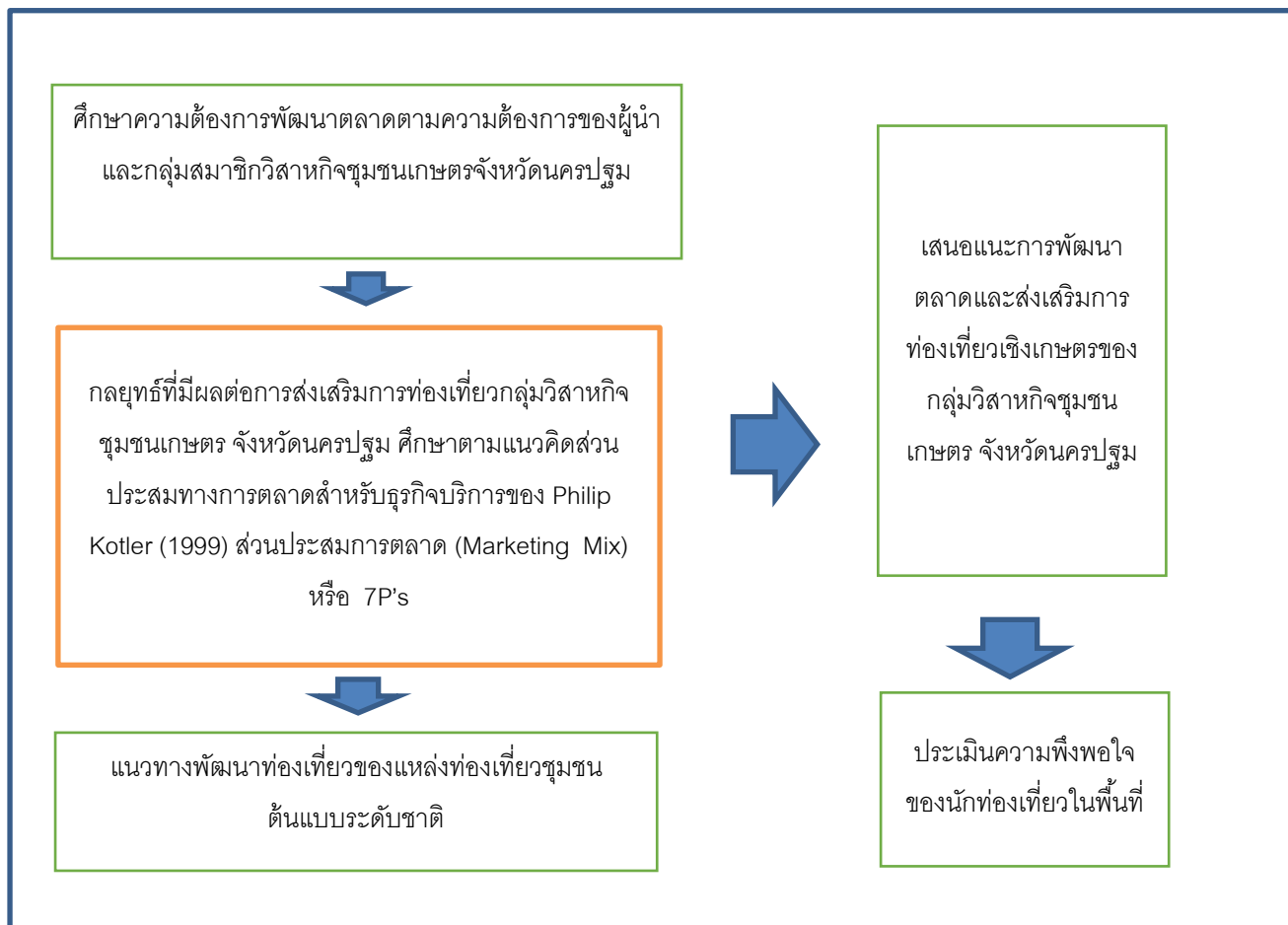
เชิงปริมาณ ใช้การสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม โดยจำนวนนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน สถิติในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2,364,196 คน นนทบุรี จำนวน 130,004 คน ปทุมธานี จำนวน 47,798 คน สมุทรปราการ จำนวน 73,284 คน สมุทรสาคร จำนวน 42,363 คน และนครปฐม จำนวน 171,185 คน รวมจำนวน 3,293,464 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้ใช้สุ่มตัวอย่างง่าย ได้จำนวน 400 คน โดยแบ่งรวบรวมตามโควต้าเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 200 คน และปริมณฑล 200 คน รวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ชุมชนในตัวเมืองเขตปริมณฑล

ในการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐม จำนวน 7 คน และผู้นำชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลระดับชาติแหลมสัก จังหวัดกระบี่ จำนวน 1 คน

การสำรวจข้อมูลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนเกษตร นครปฐมหรือไผ่ตอง ต.หนองงูเหลือม จ.นครปฐม จำนวน 78 คน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. พื้นที่การวิจัย

และสำรวจภาคสนามจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ นครปฐม ปทุมธานี กรุงเทพมหานคร และพื้นที่แหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐม ต.หนองงูเห่า จ.นครปฐม

3. เนื้อหาในการวิจัย

3.1 ศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่ตอง จังหวัดนครปฐม ได้แก่ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (ส่วนประสมการตลาด 7 P's) ของ Philip Kotler (1999)

3.2 ศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดตามความต้องการของผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 การสัมภาษณ์ สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลระดับชาติ แห่มลลึงค์ จังหวัดกระบี่ จำนวน 1 คน โดยแบบสัมภาษณ์เป็นคำถามตามความต้องการของผู้นำกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.4 ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ใช้กรอบการประเมินตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (ส่วนประสมการตลาด 7 P's) ของ Philip Kotler (1999)

4. ระยะเวลาในการทำวิจัย

10 กันยายน 2563 ถึง 15 ธันวาคม พ.ศ.2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นการพัฒนาด้านการตลาดและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนเกษตรนครปฐม ที่สามารถตอบสนองต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวในพื้นที่ดีขึ้น
2. ได้แนวทางสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร นครปฐม หรือ “ไผ่ตอง” ต.หนองงูเห่ล้อม จ.นครปฐม ในการส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและแนวทางวางแผนเพื่อจัดการร่วมกับชุมชน ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดรายได้และอาชีพที่เพิ่มขึ้นต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

จากภาพที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลและการสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.2 การสำรวจภาคสนาม โดยวิธีการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม

1.3 การจัดทำแบบสอบถามและการสำรวจ เพื่อสำรวจจัดทำขึ้นโดยใช้การสัมภาษณ์ประธานกลุ่มเพื่อจัดทำแบบสอบถามในเบื้องต้นและศึกษาสภาพแวดล้อมพื้นที่ รวมทั้งวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการตรวจสอบเครื่องมือผ่านผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และ เก็บ Try out จำนวน 30 ชุด หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach' s Apha) ก่อนทำการสำรวจกับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และ

ปริมาณพล จำนวน 3,293,464 คน คำนวณความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 จากสูตรอย่างง่ายของ Yamane (1967) คำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน กำหนดโควต้าสำรวจ สัดส่วนของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 200 คน และนักท่องเที่ยวในปริมาณพล 200 คน



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1.4 สัมภาษณ์ชุมชนต้นแบบ โดยสัมภาษณ์กับผู้นำชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบที่ได้รับการคัดเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลระดับชาติ โดยคำถามต่างๆ ที่นำไปสัมภาษณ์นั้น มาจากความต้องการพัฒนาลาดและการจัดการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาลาด โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรนครปฐม เพื่อจัดทำแบบสัมภาษณ์ และนำไปสัมภาษณ์กับผู้นำชุมชนต้นแบบแหลม

สัก จังหวัดกระบี่ นายชาญฤทธิ์ เพิ่มทรัพย์ ประธานชุมชน เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564 มีการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

1.5 จัดประชุมเพื่อเสนอแนะข้อมูลการสำรวจของนักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และข้อมูลสรุปจากผู้นำชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ แห่มสัก จังหวัดกระบี่ เพื่อเสนอแนวทางกับกลุ่มและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เกษตรจังหวัดนครปฐม นำไปเป็นแนวทางส่งเสริมและพัฒนาจัดการในพื้นที่

1.6 ประเมินผลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) รวบรวมข้อมูลในพื้นที่กับกลุ่มนักท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนเกษตร นครปฐม หรือ “ไผ่ตอง” ต.หนองงูเห่าล้อม จ.นครปฐม จำนวน 78 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของนักท่องเที่ยว คำถามเป็นลักษณะเลือกตอบ (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) เป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็นระดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความต้องการพัฒนาในการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนเกษตรหรือ “ไผ่ตอง” ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม (Multiple Choice Question)

2.2 แบบประเมินผลความพึงพอใจ โดยผลจากการประเมินหลังการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการประเมินตามกรอบประเด็นการจัดการตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่จัดขึ้นโดยชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐม เป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็นระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ

3. การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือคือ แบบสอบถาม มาตรวจสอบกับผู้นำกลุ่มในการจัดทำเครื่องมือ และนำไปประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 และได้ทำการทดสอบ (Pre-test) ก่อนลงภาคสนามจริงจำนวน 30 ชุด โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้เท่ากับ 0.89

4. การรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ราย กับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ชุด ในปริมาณจำนวน 200 ชุด เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่าง 10 กันยายน ถึง 15 พฤศจิกายน 2563 และการสัมภาษณ์ชุมชนต้นแบบ ประธานชุมชนท่องเที่ยวแหลมสัก จังหวัดกระบี่ เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564

สถิติในการวิจัยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

1. สรุปผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาท่องเที่ยวเกษตรของพื้นที่ชุมชนไม่ตอง จากการสรุปจากถ้อยคำสัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม พบว่า มีต้องการพัฒนาตลาดโดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายตลาด 2 ส่วนคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป มีแผนจัดการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือกรุ๊ปทัวร์สำหรับระยะเวลา 2 วัน 1 คืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่สามารถติดต่อโดยการโทรศัพท์เข้ามาจองแบบกะทันหันเพื่อพักผ่อน โดยเข้าพักโฮมสเตย์ที่มีไว้บริการ นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาดูงานการเกษตรอินทรีย์เป็นกลุ่มจากหน่วยงานราชการหรือเอกชน เพื่อเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ซึ่งชุมชนมีการใช้ระบบการจัดการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ กลุ่มนี้แบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน และกลุ่มที่ต้องการเที่ยวแบบครึ่งวัน หรือไปเช้า-เย็นกลับ (บทสัมภาษณ์ประธานกลุ่มไม่ตอง ณารินทร์ ทองยี่สุ่น, 2563)

2. สรุปผลการศึกษาสำรวจภาคสนามจากนักท่องเที่ยว ในการศึกษาพฤติกรรมการตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม และความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.3 ส่วนเพศชายคิดเป็นร้อยละ 43.7 อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีระดับรายได้ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.8 อาชีพส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของพฤติกรรมการตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมที่มีความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 เรียงลำดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ที่พักโฮมสเตย์มีความเป็นมาตรฐานพร้อมบริการ คุณภาพผักสดเกษตรอินทรีย์ที่จำหน่าย และอาหารที่ให้บริการมีคุณภาพและความอร่อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 4.24 และ 4.23 ตามลำดับ 2) ด้านราคา ช่องทาง และการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 พบว่า

มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ราคาที่พัก (โฮมสเตย์) มีความเหมาะสมและคุ้มค่า มีช่องทางจองที่พักหลายช่องทาง เช่น เพจ หรือ ไลน์ และมีพนักงานให้ความสะดวกในการจองที่พักล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 4.11 และ 4.09 ตามลำดับ 3) ด้านบุคลากร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 พบว่ามากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีจุดชมวิวยิมน้ำ สวนอินทผลัมริมน้ำ และแปลงเกษตร มีทัศนียภาพเป็นธรรมชาติ และพนักงานให้ความรู้ข้อมูลโดยเฉพาะการเกษตรเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.27 4.16 และ 4.15 ตามลำดับ

3) ผลวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ต้อง พบว่า ความต้องการพัฒนาเพื่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของไม่ต้อง ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวที่ไม่ต้อง เนื่องจากวัตถุประสงค์ 3 ลำดับแรก คือ พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการเกษตร และหาที่สงบปลอดผู้คนอยู่แบบวิถีเกษตรชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.5 27.8 และ 15.0 ตามลำดับ ด้านความสนใจการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ต้องมากที่สุด คือ จัดโปรแกรมทัวร์ 2 วัน 1 คืน รวมอาหารตลอดงานในงบประมาณไม่เกิน 2,400 บาทต่อคน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ถัดมาคือจัดกิจกรรมหนึ่งวันเพื่อพักผ่อนและโปรแกรมท่องเที่ยวล่องเรือ ทานอาหารกลางวันและชมสวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 45.8 และอื่นๆ (โดยเสนอให้มีการเพิ่มกิจกรรม และให้จัดโปรแกรมทัวร์ให้หลากหลาย จัดโปรโมชั่นที่หลากหลายในการเลือก) คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ และประเด็นที่ว่า หากเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ต้อง ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร พบว่า มากที่สุดคือเดินทางมากับ พ่อแม่และครอบครัว เพื่อน และอาจารย์หรือครู คิดเป็นร้อยละ 46.0 45.8 และ 5.0 ตามลำดับ

ความสำคัญในการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ต้องให้ความสำคัญมากที่สุด 5 ลำดับแรกพบว่า ให้ความสำคัญเรื่องของสถานที่ ความสะดวกในการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายโดยรวม แปลงปลูกพืชผักอินทรีย์ ที่ใช้เทคโนโลยีเกษตรใหม่ ความน่าสนใจกิจกรรมการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 31.0 21.0 18.0 15.5 และ 14.5 ตามลำดับ

3. สรุปผลการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยวแหลมสัก จังหวัดกระบี่

ผลงานและการสร้างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบแหลมสัก เติบโตและเกิดความรุ่งเรืองและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ใช้ระยะเวลาเริ่มต้นปลายเดือนกันยายน พ.ศ. 2557 จนปัจจุบันสามารถทำให้ชุมชนแห่งนี้ได้รับรางวัลระดับชาติ ทั้งนี้มาจากการตั้งใจของกลุ่มคนที่ร่วมแรงร่วมใจและร่วมมือกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนพื้นที่แหลมสัก ในระยะเริ่มแรก มีสมาชิกประมาณ 20 ถึง 30 คน โดยยังไม่มียกท่องเที่ยวรู้จัก ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ ในปีถัดมาชุมชนได้เตรียมความพร้อมเพื่อที่จะรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น พัฒนาในด้านต่างๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของฝาก พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงกิจกรรมเพื่อจัดโปรแกรมท่องเที่ยวนำเสนอ

ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสชุมชนท่องเที่ยวแหลมสัก ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเรื่อยมาจนในปี พ.ศ. 2558 ได้รับการประเมินจากจังหวัดกระบี่ให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบของจังหวัดกระบี่ ในปี พ.ศ. 2559 เป็นอีกปีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และได้รับการประเมินจากคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติให้เป็นหนึ่งในเจ็ดสุดยอดเส้นทางท่องเที่ยวของประเทศไทย ชื่อเส้นทาง “วิถีชุมชนวัฒนธรรมอันดามัน” ปี 2562 ได้รับรางวัล ดัสต้า อวอร์ด (Dasta Award) จากองค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. และ ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย หรือรางวัลกินรี ครั้งที่ 12 ในระดับยอดเยี่ยม อีกครั้งหนึ่ง จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563 ได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนประเทศไทย หรือมาตรฐานซีบีซีไทยแลนด์ระดับดีเยี่ยม จากกรมการท่องเที่ยว รวมระยะเวลา 7 ปี โดยสรุปประเด็นหลักสำคัญดังนี้

1) การได้รับความสำเร็จ โดยสรุปเกิดจากการบูรณาการให้ทุกคนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์จากการบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้เห็นผลเชิงประจักษ์คือทุกคนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน เกิดพลังขับเคลื่อนในความสำเร็จร่วมกัน สิ่งสำคัญคือแกนนำต้องมีความมั่นคงทางจิตใจและอารมณ์ ต้องคิดเสียสละเพื่อส่วนรวม มีวิธีการจัดการเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยได้รับประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย โดยดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างกิจกรรมให้ชุมชนมีหน้าที่และร่วมคิดร่วมสร้างร่วมรักษา ในการจัดการและร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง จนเมื่อเกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ เกิดรายได้ในชุมชนทำให้ชุมชนมั่นใจในกิจกรรม และก่อให้เกิดความเข้มแข็งในการช่วยกันจัดการดำเนินการเพื่อแหล่งท่องเที่ยวให้พัฒนาและสำเร็จขึ้นเรื่อยๆ

อย่างไรก็ดี ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำงานโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ทำคือ ต้องเป็นความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริงก่อน และสามารถตอบสนองความต้องการภายในชุมชนได้ จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวต้องทำเป็นกลุ่ม เพราะต้องเชื่อมโยงและขยายให้หลากหลายกลุ่มขึ้นในชุมชน โดยต้องดำเนินการเพื่อเชื่อมโยงในการสื่อสารและกิจกรรมที่ต่อเนื่อง ต้องพยายามสร้างกิจกรรมขณะเดียวกันการเชื่อมโยงแต่ละกลุ่ม อาจมีความเห็นไม่ตรงกัน จึงต้องใช้ความอดทน และการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ต้องอดทนรอให้ได้เพื่อให้เห็นผลสำเร็จ ขณะที่การบริหารจัดการต้องมีความโปร่งใส และมีการแบ่งปันกันอย่างเป็นธรรม ต้องทำงานเชิงบูรณาการ เพราะว่านักท่องเที่ยวชุมชนมีองค์ประกอบมากส่วนมากเป็นการประสานกับหน่วยงานต่างๆ เกี่ยวข้องกับหลายมิติ สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากนี้ยังต้องสร้างความรักความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในสังคมแหลมสัก และร่วมใจกันอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ดีของแหลมสัก โดยเฉพาะอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชน ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ หรือวิถีวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชน เป็นความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนที่เรียกว่าเป็นแหลมสักโมเดล

2) อุปสรรคหนึ่งในการสร้างชุมชนท่องเที่ยวเกษตร คือ สมาชิกจะมีภารกิจงานประจำหลักหรืองานอื่นๆ ประจำ แต่ต้องมาเพิ่มการทำงานท่องเที่ยวในชุมชน สิ่งหนึ่งที่ทำได้คือ ต้องสร้างความมั่นใจแก่สมาชิกให้เห็นถึงความมั่นคงทางรายได้ เพื่อให้สมาชิกสามารถจัดการความรับผิดชอบหลักและสามารถทำงานด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนควบคู่กันไปได้ ทั้งนี้จะทำให้เขาได้ยกระดับรายได้ และจากการทำอาชีพเกษตรเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชน โดยการทำให้อาชีพเกษตรได้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ทำให้สร้างกิจกรรมที่หลากหลายแก่นักท่องเที่ยว และเป็นประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว สามารถดำเนินการควบคู่กับอาชีพเป็นเกษตรกรได้ สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้อุปสรรค และปัญหาในการจัดการเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความสำเร็จ สรุปพบว่า อุปสรรคของการทำท่องเที่ยวโดยชุมชนมีมากมายมิติ แต่ปัญหาหลักคือคน ต้องพยายามทำความเข้าใจและหาช่องทางในการแก้ปัญหาไปควบคู่กัน สิ่งแรกก็คือความเข้าใจของสมาชิกและคนในชุมชน คนในชุมชนมีพื้นฐานที่แตกต่างกัน ความเข้าใจในเรื่องเดียวกันอาจจะต้องใช้วิธีการต่างกัน ต้องวิเคราะห์ ต้องพยายามอดทนที่จะสร้างความเข้าใจกับคนหมู่มาก และสิ่งสำคัญคือสร้างความเชื่อที่จะให้เกิดความสำเร็จ อุปสรรคของคนในชุมชนอีกปัจจัยสำคัญคือ ด้านงบประมาณ เพื่อนำมาพัฒนาสิ่งต่างๆ ที่จำเป็น ต้องอาศัยการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก ซึ่งชุมชนท่องเที่ยวต้องมีหน้าที่ในการประสานหน่วยงานองค์กร และอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ปัญหาทางการเมืองท้องถิ่น ต้องก้าวข้ามไม่เอาตัวเองเข้าไปอยู่ในการเมืองท้องถิ่นต้องอยู่เหนือความขัดแย้ง แต่ต้องเปิดกว้างรับทุกฝ่าย

3) วิธีการบริหารจัดการด้านการเงิน งบประมาณ และค่าใช้จ่าย มีจัดการโดยระดมทุนจากการขายหุ้น ให้ทุกคนมีส่วนร่วมจัดการ และเมื่อชุมชนท่องเที่ยวแหลมสักมีรายได้จากการท่องเที่ยวต้องจ่ายให้กับทุกคน ทั้งในรูปแบบการจ้างงานในชุมชนให้เกิดรายได้ เช่น คนต้อนรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมล่องเรือหัวโพง มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และกำไรแบ่งปันให้ชุมชนในพื้นที่ และเมื่อสิ้นปีจะมีการปันผลให้กับผู้ถือหุ้น หรือทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เช่น มอบทุนอนุเคราะห์ให้กับครอบครัวที่ขาดแคลน

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพื้นที่วิสาหกิจชุมชนเกษตรนครปฐมหรือไม่ต้องตามกรอบส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน สรุปผลการวิจัยพบว่า ทุกรายการในการประเมินความพึงพอใจมากที่สุดทุกรายการ โดยพึงพอใจมากที่สุด 5 ลำดับแรกจากทุกรายการ พบว่าพึงพอใจด้านนวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีเกษตร เปิดปิดระบบน้ำผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้โดรนพ่นน้ำหมักแปลงเกษตร ค่าเฉลี่ยที่ 4.87 ลำดับสองรองลงมาคือ ชุมนมวัวน้ำแร่เบียร์ไม่ต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.75 ลำดับสามพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวบรรยากาศโดยรอบ ค่าเฉลี่ย 4.74 ลำดับที่สี่ พึงพอใจความสวยงามของสภาพแวดล้อมแปลงเกษตร และ ชุมนมวัวสวนอินทผาลัม มีค่าเฉลี่ย 4.71 และลำดับที่ห้า พึงพอใจในการชมการจัดการสวนอินทผาลัม และ การจัดการปั๊มโซล่าเซลล์ ลดการใช้ไฟฟ้า ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.65 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ไม่ต้อง จังหวัดนครปฐม ตามส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีระดับความคิดเห็นในระดับมากทุกรายการ โดยทั้ง 7 ด้านนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมชมสวนเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ เช่น บั้มโซล่าเซลล์การใช้ไฟฟ้า และ การใช้โดรนพ่นน้ำหมัก เปิดน้ำผ่านแอฟริเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ และมีระดับความคิดเห็นใกล้เคียงคือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปชุมชนที่โดดเด่น ว่านพระอาทิตย์ น้ำกระชายผสมน้ำผึ้งมะนาว ดมง่าย รักษาโรค โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ที่ชื่อ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางดะ ซึ่งพบว่าการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนให้เหมาะสมโดยหาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น เป็นเรื่องสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ละเอียด ศิลาน้อย และ สุภาวดี สุทธิรักษ์ (2558) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยศึกษากรณีของสวนสละอาทิติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนสละอาทิติย์อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในสวนมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ (2546) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรณีศึกษาชุมชนเกาะมะพร้าว จังหวัดภูเก็ต พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพิจารณาจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากแหล่งธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ และนำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้โดยชุมชน

โดยทั้ง 7 ด้านเรียงลำดับมาน้อยในระดับความสำคัญคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุดรองมาคือ ด้านแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ตามลำดับ โดยสอดคล้องกับ งานวิจัยงานวิจัยของ ละเอียด ศิลาน้อย และสุภาวดี สุทธิรักษ์ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยศึกษากรณีของสวนสละอาทิติย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากมากไปหาน้อยได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในสวน บุคลากรที่ให้บริการในสวน กระบวนการท่องเที่ยวในสวน ราคาสินค้าและบริการในสวน ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการท่องเที่ยวภายในสวน การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของสวน ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ และคณะ (2559) ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่พบว่า สิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่าง

เพียงพอและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวก เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ นอกจากนี้งานวิจัยของ มณีรัตน์ ธีรพันธุ์เสถียร (2562) ที่ศึกษาบริบททางกายภาพทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน และศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ในเขตพื้นที่วิสาหกิจชุมชนเพื่อสุขภาพบ้านป่าอี ตำบลป่าอี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่า บริบททางกายภาพทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่การที่ชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมในการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงเกษตรชุมชนและวิสาหกิจ ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว เรื่องศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และศักยภาพด้านความรู้วิสาหกิจชุมชนก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้เกิดสวนเกษตรที่มีไม้ผลที่หลากหลาย มีการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าโดยจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนัญญา ปาอนันต์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง พบว่า ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้แก่ การสร้างทางด้านการเกษตร การแปรรูป การพักค้างแบบรีสอร์ท การอบรมให้ความรู้หรือภูมิปัญญาหรือเทคโนโลยีด้านเกษตร โครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการท่องเที่ยว การธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร การตลาดการท่องเที่ยว การให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว นอกจากนี้ สอดคล้องในทิศทางเดียวกับงานวิจัยด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ ทักษิณ รักจริง และคณะ (2564) เรื่อง โมเดลการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า มาตรฐานในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) มาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว และ 3) มาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นตัวชี้วัดคุณภาพในขบวนการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามโมเดล และงานวิจัยของ พัทธินันท์ ธรรมสาร และคณะ (2562) ที่ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การจัดการท่องเที่ยวมีรูปแบบ ดังนี้ การจัดการสถานที่ท่องเที่ยวให้โดดเด่นและมีความดึงดูดใจ และการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม การจัดการให้บริการและกิจกรรม การจัดการตั้งศูนย์บริการการท่องเที่ยว การบริการความรู้แก่นักท่องเที่ยว การบริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การจัดการเตรียมความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน การจัดการให้บริการด้านความปลอดภัย การจัดให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และการจัดกิจกรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2. ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ ชุมชนไผ่ตอง จังหวัดนครปฐม จากผลความต้องการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเพื่อจัดโปรแกรมสำหรับนักท่องเที่ยว โดยสรุปนักท่องเที่ยวมีความสนใจโปรแกรม 2 วัน 1 คืนในราคา 2,400 บาทต่อคน รวมค่าที่พักอาหารและกิจกรรม และสนใจกิจกรรมล่องเรือ ชมสวนเกษตร และความต้องการให้มีการเพิ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยแรงจูงใจที่

ต้องการมาไม่ตองคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้หากเดินทางมาไม่ตอง จะเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด โดยกิจกรรมที่สนใจมากที่สุดคือ กิจกรรมการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งต้องการให้มีการจัดโปรโมชั่นด้านที่พักมากที่สุด โดยหากเดินทางมา 1 วัน ชมงานและท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีค่าใช้จ่าย 1,500 บาท มากที่สุด และมีการค้นข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด จากความต้องการพัฒนาท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนมนต์ ธนรัตนพิมลกุล (2562) เรื่อง การพัฒนาชุมชนเกษตรจังหวัดเชียงใหม่สู่การท่องเที่ยวระดับอาเซียน พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ต้องเริ่มจากการพัฒนาด้านการตลาด ทั้งการบริการข้อมูลความรู้ด้านเกษตร การบริการสินค้าและห้องพัก รวมถึงการรับส่งลูกค้า สุดท้ายคือการเพิ่มศักยภาพการให้บริการ โดยการสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและบริการ โดยเฉพาะการชูจุดท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นจุดเด่น อาหาร การบริการห้องพัก จนลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจและอยากหวนกลับมาอีกครั้ง รวมถึงการทำการกิจกรรมเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาดูแลลูกค้า พร้อมแนะนำให้คนอื่น ๆ รู้จักเพิ่มขึ้น และหากมีจำนวนลูกค้ามากขึ้น ทางกลุ่มควรเพิ่มศักยภาพด้านการรองรับลูกค้าให้มากขึ้น เช่น อาหาร ที่พัก นอกเหนือจากจำนวนเพียงพอแล้วต้องสะอาด และปลอดภัย มีที่จอดรถ และห้องน้ำไว้คอยบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางตะ พบว่า พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่น ของชุมชน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ และคณะ (2559) ที่ศึกษาวิจัยแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน คือ ที่พักแรม ร้านอาหาร และธุรกิจน้ำเที่ยว และเรื่องความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวเป็นประเด็นหลักที่จะต้องได้รับการดูแลเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธนมนต์ ธนรัตนพิมลกุล (2562) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุมชนเกษตรจังหวัดเชียงใหม่สู่การท่องเที่ยวระดับอาเซียน พบว่า โดยเฉพาะการชูจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญให้ชัดเจน ซึ่งอาจจะเป็นเรื่อง อาหาร การบริการห้องพัก จนลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจและอยากหวนกลับมาอีกครั้ง ทั้งนี้ประเด็นการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามประเภทที่กลุ่มวิสาหกิจเกษตรนครปฐม สามารถพัฒนาไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้ พบว่า สอดคล้องกับ งานวิจัยของ นกมล แสงแข และคณะ (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่า 1) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Style) เป็นการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) โดยใช้กิจกรรมที่สร้าง

ความหลากหลายและสามารถทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี 2) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (Zoning Style) การจัดโซนนิ่งมีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในส่วนที่ได้จัดขึ้นเริ่มตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว (ตามฤดูกาล) เน้นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์เกษตร นอกจากนี้ ประเด็นด้านแรงจูงใจที่ต้องการมาไม่ตongคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่หลากหลายในการสร้างประสบการณ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ Carlson, Rosenberger, and Rahman (2015) ที่ศึกษารูปแบบคุณค่าของลูกค้าท่องเที่ยวเป็นกลุ่มพบว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างแหล่งท่องเที่ยว จุดหมายปลายทาง การชื่นชมธรรมชาติ และความสะดวกสบาย คือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

3. ความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวแหลมสัก ประเด็นสำคัญคือ ความร่วมมือจากชุมชนจากภายในสู่ภายนอก โดยภายในเกิดจากการไว้วางใจและเชื่อมั่นในการสร้างรายได้จริงแก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นที่จะพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวไปด้วยกันพร้อมกับการมีส่วนร่วมที่เกื้อหนุนกับชุมชน และร่วมกันรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือวิถีวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญกับความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนแหลมสัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติภักดิ์ จิโนทัย และ ณัฐฐา วิจิณัยภาค (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยความพร้อมของชุมชน ความผูกพันต่อชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และกรอบนโยบายการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม (จริญญา คงเพชร, 2563) ที่พบว่าประสบความสำเร็จ 4 ด้าน คือ 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมาย 2) ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) มีการฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 4) มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเงื่อนไขที่ส่งผลให้ตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จประกอบด้วย 1) การจัดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ภาวะผู้นำที่ได้รับการยอมรับ 3) ความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน และ 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

ข้อเสนอแนะ

1. การส่งเสริมกลุ่มท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ไม่ตong หากสามารถร่วมมืออย่างเข้มแข็งกับชุมชนพื้นที่เพื่อสร้างรายได้กับชุมชนและพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องยั่งยืน โดยเฉพาะผู้นำต้องหาความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริงก่อน เพื่อให้คนในชุมชนมีความต้องการร่วมมือพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ไปพร้อมกับบูรณาการ และสามารถสื่อสารไปยังบุคคลหรือหน่วยงาน

ภายนอกที่จะส่งเสริมและผลักดันพื้นที่ท่องเที่ยวนี้ ทั้งนี้อาจจะต้องใช้ระยะเวลาและการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง

2. การพัฒนาจุดสำคัญคือต้องพัฒนาจุดเด่นด้านเกษตรอินทรีย์ให้มีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น พัฒนาจุดเด่นที่โดดเด่นขึ้นไป และพัฒนาจุดดึงดูดการท่องเที่ยวในกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ การพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น แอ่งน้ำขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อ พื้นที่เกษตรในชุมชน และสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมหรือโปรแกรมท่องเที่ยวทางน้ำ จะเพิ่มความน่าสนใจและจะทำให้ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างแรมได้อีกทางหนึ่ง เป็นต้น

3. การระดมทุน และกำลังคน ยังเป็นจุดอ่อนที่ต้องพัฒนาสำหรับกลุ่มเกษตรอินทรีย์ไม่พอ ควรมีการจัดการด้านคนหรือแรงงานมาจากสมาชิกที่อยู่ในพื้นที่เพื่อให้เกิดความคล่องตัวมากขึ้น โดยอาจร่วมมือกับชุมชน เช่น โรงเรียน หรือ องค์กรอาสาในระยะแรกเพื่อลดต้นทุนด้านแรงงาน ซึ่งเป็นต้นทุนหลักในปัจจุบัน

4. การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ไม่พอ จังหวัดนครปฐม ตามความคิดเห็นด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด ทั้งนี้การพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ไม่พอ จำเป็นต้องสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเกษตรเพื่อดึงดูดความสนใจในการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น โดยเฉพาะรูปแบบสมาร์ตฟาร์มมิ่งในการจัดแปลงเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ควรพัฒนาและสื่อสารผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นในพื้นที่นี้ ซึ่งได้แก่ วนพระอาทิตย์ ที่แปรรูปทำให้ดื่มง่ายและรักษาโรค โดยสามารถปลูกและขึ้นได้ดีในพื้นที่ ทำให้ตอบรับกระแสสุขภาพและยุคโควิด 19

นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นที่โดดเด่นในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวคือ พนักงานให้ความรู้ข้อมูลด้านเกษตรอินทรีย์ และการจัดจุดชมวิวน้ำ หรือสวนเกษตรของกลุ่มสมาชิกที่แตกต่างจากการปลูกผลผลิตเกษตรจากพื้นที่อื่น เช่น สวนเกษตรอินทผลัม ทำให้นักท่องเที่ยวได้ประโยชน์จากความรู้ในการชมสวนเกษตรอินทผลัม ที่เป็นแปลงเกษตรที่หาชมยากในพื้นที่ภาคกลาง และควรมีระบบและจัดเตรียมสำหรับการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมและสร้างให้เกิดมาตรฐานและบริการที่รวดเร็ว รวมทั้งการจูงใจล่วงหน้าเพื่อเข้าพักในหลายช่องทางโดยเฉพาะผ่านช่องทางออนไลน์

5. ความต้องการของนักท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มวิสาหกิจที่ต้องการมาเที่ยวดูงาน เสนอรูปแบบท่องเที่ยวแบบทัวร์และรับประสบการณ์เรียนรู้ โดยสามารถจัดการได้ในรูปแบบ 1) จัดทัวร์ 2 วัน 1 คืน และกิจกรรมต่างๆ ที่มีความสนใจ โดยต้องอยู่ในงบประมาณแพ็คเกจบริการพร้อมอาหารและกิจกรรมท่องเที่ยวเกษตร 2 วัน 1 คืน 2) กลุ่มคณะเที่ยวชมเพื่อการดูงาน 1 วัน ต้องการให้จัดกิจกรรมดูงานและเรียนรู้ พร้อมอาหาร ในงบประมาณ 1,00-1,500 บาท และ 3) ในกลุ่มผู้เดินทางมาท่องเที่ยวทั่วไป สิ่งที่สามารถจัดการเพื่อดึงดูดกลุ่มดังกล่าวคือ มีการจัดส่งเสริมการตลาดด้านที่พัก

6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความเห็น พึงพอใจและสนใจกับนวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีเกษตรเปิดปิดน้ำรดต้นไม้ในแปลงปลูกผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้โดรนพ่นน้ำหมักแปลงเกษตรอินทรีย์ ทำให้เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจที่จะนำมาเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมด้านการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ในแนวสมาธิฟาร์มมิ่ง นอกจากนี้พึงพอใจกับสภาพแวดล้อมที่สวยงามของแปลงเกษตร และมีจุดชมวิวก่อทำให้มีที่พักผ่อนและผ่อนคลายสำหรับผู้มาท่องเที่ยว จึงควรส่งเสริมและพัฒนาสภาพแวดล้อมให้มีความสวยงามและปรับปรุงภูมิทัศน์ที่สะอาดและโดดเด่น เพื่อพัฒนาเป็นจุดเด่น และสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และทำการตลาดสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งแบบหมู่คณะและผู้ที่ต้องการเข้ามาเยี่ยมชมและพักผ่อน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งถัดไปหากทำในรูปแบบการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยวิจัยเชิงคุณภาพหาความต้องการพัฒนาและส่งเสริมเชิงเกษตรอินทรีย์ในชุมชนร่วมกับกลุ่มเกษตรอินทรีย์ไม่ตอง เพื่อจะเชื่อมโยงกลุ่มและสามารถหาความต้องการของชุมชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ไม่ตองกับคนในชุมชนพื้นที่ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไม่ตองที่ยั่งยืนต่อไป

2. การวิจัยครั้งถัดไปควรสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ต้องการพัฒนาตลาด ไม่ว่าจะเป็นจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชน จะทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มชัดเจนขึ้น และสามารถใช้ในการสื่อสารการตลาดเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ และตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). *กรมส่งเสริมการเกษตรชูงานท่องเที่ยววิถีเกษตรสนองนโยบายรัฐสร้างงานสร้างรายได้ให้เกษตรกร*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/3072171>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 ปี 2563 (ภาคกลาง)*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=13036>
- กิตติภักดิ์ จิโนทัย และ ณัฐฐา วินิจนัยภาค. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 217-234.

- จรัญญา คงเพชร. (2563). *ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนาลังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชัยสิทธิ์ ดำรงวงศ์เจริญ. (2550). *การจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงอนุรักษ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาอุทยานต์อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทักษิณ รักจริง และคณะ. (2564). *โมเดลการส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(5), 408-424.
- ธมนต์ ธนรัตน์พิมลกุล. (2562). *การพัฒนาชุมชนเกษตรจังหวัดเชียงใหม่สู่การท่องเที่ยวระดับอาเซียน*. *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์*, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- นภดล แสงแข และคณะ. (2563). *รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 9(1), 122-136.
- นุชนารถ ไชยโรจน์. (2541). *การจัดการท่องเที่ยวแนวใหม่*. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 17(2), 12-18.
- พัชรินทร์ ธรรมสาร และคณะ. (2562). *รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดอุบลราชธานี*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 7(5), 1391-1406.
- มณีนรัตน์ ธีรพันธุ์เสถียร. (2562). *ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านป่าแก้ว อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2561). *ผู้ว่าฯ ททท. ใส่เกียร์ขับเคลื่อน Local Economy*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก http://www.nakhonpathom.go.th/news_develop_plan
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร. (2558). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางดะ*. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 9(1), 19-35.
- ละเอียด ศิลาโนย และสุภาวดี สุทธิรักษ์. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 10(2), 47-59.
- ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ และคณะ. (2559). *แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 9(1), 234-259.

- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2563). ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564). สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2563, จาก http://www.nakhonpathom.go.th/news_develop_plan
- อนัญญา ปาอนันต์. (2560). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อภิรมย์ พรหมจรรยา คมสันต์ รัชตพันธ์ และประภัสรา กิจไพบูลย์ทวี. (2546). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาชุมชนเกาะมะพร้าว จังหวัดภูเก็ต. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Carlson, J., Rosenberger, P.J., and Rahman, M.M. (2015). A Hierarchical Model of Perceived Value of Group-oriented Travel Experiences to Major Events and Its Influences of Satisfaction and Future Group-travel Intentions. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(9), 1251-1267.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th ed.). Upper Saddle River: Pearson.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.