

ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง ชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก

Cultural Landscape and Local Wisdom to promote Camping Tourism
of Pak Nam Poi Community in Phitsanulok Province.

กุลแก้ว คล้ายแก้ว^{1*} สุรางคณา พิพัฒน์โชคไชโย²

Kunkaew Khlaikaw^{1*}, Surangkana Pipatchokechaiyo²

Received 12 December 2023 Revised 6 February 2024 Accepted 13 February 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทของพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งบนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 31 คน ผลวิจัยพบว่า ประการแรก ด้านบริบทของพื้นที่ ชุมชนมีสภาพวิถีชีวิตแบบชนบท มีชื่อเรียกว่าบ้านปากน้ำปอยหรือบ้านน้ำตกปอย ด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ ความงามของน้ำตกปอย ซึ่งเป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 12 เป็นพื้นที่ป่าอุดมสมบูรณ์ มีพืชพันธุ์และสัตว์ป่าอยู่ในการดูแลขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้สวนป่าเขากระยาง ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนมีองค์ความรู้เชิงเกษตรกรรมมีการปลูกยางพารา มีการทำสวนผลไม้ ได้แก่ น้อยหน่าหลากหลายพันธุ์ เงาะ ทุเรียน มีการแปรรูปมะขามหวานซึ่งเป็นสินค้าโอท็อปที่มีชื่อเสียง มีการเลี้ยงและขยายพันธุ์หมูป่า เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงเกษตรได้ ประการที่สอง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งบนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า มี 3 ด้าน คือ 1) ด้านที่ตั้งแคมป์ปิ้งต้องเลือกที่ตั้งที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ สามารถมองเห็นวิวภูเขาสวนป่าเขากระยาง วิวน้ำตกปอย ซึ่งเป็นภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของชุมชน 2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมที่มีมาจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้บริการที่พักแคมป์ปิ้ง และ 3) ด้านการจัดการที่พักแคมป์ปิ้งต้องเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่พักนักท่องเที่ยว (Camping Standard) สอดคล้องกับกฎหมายและหลักเกณฑ์ใหม่ที่อนุญาตให้มีจำนวนห้องพักรวมกันไม่เกินแปดห้องและมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกินสามสิบคน ชุมชนอาจใช้

เดินท์หรือกระโจมเป็นที่พักแก่นักท่องเที่ยว และขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมได้ การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งมีส่วนช่วยให้ชุมชนเป็นต้นแบบธุรกิจที่พักแรม ชุมชนเป็นจุดท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดพิษณุโลก ช่วยสร้างมูลค่าให้สินค้าทางการเกษตร สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน เกิดการกระจายรายได้ในพื้นที่และคนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชน, ชุมชนปากน้ำปอย

Abstract

This research is aimed to study 1) To study of the context of the area cultural landscape and agricultural Local wisdom of Pak Nam Poi community Phitsanulok Province to promote camping tourism. 2) To study the guidelines of to promote camping tourism by using the cultural landscape and local wisdom of the Pak Nam Poi community of Phitsanulok Province. These qualitative research on participatory action research, focus group and in-depth interview techniques were used. There was a population and sample of 31 people in community. The research has found that firstly, the context of the Pak Nam Poi community is known as Ban Nam Tok Poi which is the community has a simple way of life or rural lifestyle. The cultural landscape is the beauty of Poi Waterfall which is a famous waterfall in Phitsanulok Province. It is located on Highway 12 that is a fertile forest area with plants and wildlife and under the supervision of the Forest Industry Organization, Khao Krayang Forest Park. The agricultural local wisdom of the community is diverse as follows; rubber plantations are being planted, the famous fruit orchard, included varieties of apple custard, rambutan, durian and sweet tamarind. These agricultural products are OTOP products, breeding wild boar for a source of community learning center.

^{1*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

^{1*} Assistant Professor, PhD., Department of International Tourism Management, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand. *Corresponding author: Email: kunkaew.k@psru.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

² Lecturer, Department of International Tourism Management, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand.
Email: surangkana.p@psru.ac.th

Secondly, it was found that the 3 approaches guidelines for promoting camping tourism were based on agricultural local wisdom and the cultural landscape of the Pak Nam Poi community as follows; 1) Location of camping sites that is close to nature with mountain views, Khao Krayang Forest Park, Poi Waterfall, which is the cultural landscape of the community. 2) Tourism activities Local agricultural wisdom must be incorporated into tourism activities along with camping accommodation services. 3) Camping accommodation management must comply with tourist Camping Standard in accordance with new laws and guidelines which is the total number of rooms does not exceed eight and the total number of guests does not exceed thirty. It can use tents as accommodations for tourists with to apply for a hotel business license according to the hotel laws and regulations. Camping Tourism helps the community as a camping business model. It is a new tourist landmark of Phitsanulok Province and to create value for agricultural products, a circular economy, community incomes and can be self-reliant in a sustainable way of life.

Keywords: Cultural Landscape, Local wisdom, Community Camping Tourism, Pak Nam Poi Community

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศ จึงให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวโลก สำหรับประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ สร้างโอกาสเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานของการผลิตและภาคบริการ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ.2566 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประเมินรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเบื้องต้นพบว่าประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว 514,237 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมยังคงต้องเป็นเสาหลักสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมที่มาจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกันอย่างแท้จริง การส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักการประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นนโยบายของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา คือ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) ซึ่งเป็นกลุ่มชุมชนที่เป็นเป้าหมายที่รัฐบาล

ต้องการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย (กุลแก้ว คล้ายแก้ว, 2563) ต่อมากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีนโยบายใหม่มุ่งเป้าที่จะให้มีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งเสริมให้ชุมชนประกอบธุรกิจในรูปแบบที่พักนักเดินทาง (Home Lodge) ให้ครบ 1,500 แห่งทั่วประเทศในปี 2563 นอกจากจะเป็นการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นแล้ว ภาครัฐยังคาดหวังให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึงด้วย (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ต่อมาภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจที่พักแรมกำลังเป็นกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ คือ การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชน (Community Camping based Tourism) กระแสการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง ภาครัฐส่งเสริมให้ชุมชนทั่วประเทศเปิดธุรกิจที่พักนักท่องเที่ยวได้ในลักษณะของผู้ประกอบการ “แคมป์ปิ้งชุมชน” (Khlaikaew & Kheovichai, 2023) และกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ต่อยอดจากกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์และกลุ่มชุมชนโฮมลอดจ์เดิม แต่เพิ่มเติมให้เป็นแคมป์ปิ้งชุมชน (Camping Community) ตามหลักเกณฑ์คุณภาพการจัดกิจกรรมค่ายพักแรมในชุมชนที่ประกอบด้วย ลักษณะพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับการกางเต็นท์มีสิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารจัดการที่ดีเพื่อความปลอดภัย ถูกสุขอนามัยและรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะสร้างความมั่นใจและความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในกิจกรรมแคมป์ปิ้งในชุมชนท่องเที่ยวได้ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมพื้นถิ่น และร่วมทำกิจกรรมในชุมชนมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันพื้นที่ของ “ชุมชนบ้านน้ำตกปอย” มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยว มีสภาพภูมิทัศน์ทั้งทางนิเวศน์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นชุมชนแบบชนบทที่พึ่งพารายได้จากการเกษตรกรรมเป็นหลัก เช่น สวนยางพารา ปลูกผักสวนครัว ทำสวนผลไม้ ทำปศุสัตว์ เป็นต้น ชุมชนที่มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์ที่เรียกว่า สวนป่าเขากระยาง มีจุดเด่นที่สำคัญที่สุด คือ “น้ำตกปอย” (Poi Waterfall) ไหลผ่านกลางหมู่บ้าน ซึ่งน้ำตกปอยนับเป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดพิษณุโลก การเดินทางเข้าถึงชุมชนมีความสะดวกสบาย ใช้ทางหลวงหมายเลข 12 เส้นพิษณุโลก - เพชรบูรณ์ อย่างไรก็ตาม กระแสการท่องเที่ยวในรูปแบบแคมป์ปิ้งกำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก และจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเริ่มทำธุรกิจที่พักในพื้นที่ชุมชนได้ การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ส่งผลทำให้คนชุมชนปากน้ำปอย หมู่ 16 ตำบลวังนกแอ่น อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เกิดความตื่นตัวและมีมุมมองที่ดีต่อการท่องเที่ยว โดยจุดเริ่มต้นเกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนที่ต้องการสร้างรายได้เสริมให้เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมและเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในบริเวณน้ำตกปอย ทำให้ชุมชนนำสินค้าทางการเกษตรมาขายแก่นักท่องเที่ยว ต่อมาเมื่อผู้นำชุมชนได้เชิญชวนสมาชิกของชุมชนรวมกลุ่มเพื่อเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรสู่สินค้าโอท็อป จนกระทั่งได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวว่าเป็นสินค้าของฝากที่คุณภาพ คนในชุมชนเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ไม่ต้องพึ่งพาแต่รายได้ที่มาจากการเกษตรเพียงอย่างเดียวและด้วย

ผู้นำชุมชนมองเห็นศักยภาพของพื้นที่ปากน้ำปอย จึงได้เชิญชวนสมาชิกที่ผลิตสินค้าโอท็อปมาประชุมเกี่ยวกับการเปิดพื้นที่ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งตรงกับนโยบายภาครัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เสริมมีอาชีพเสริม โดยการเปิดบ้านพักของตนเองเป็นที่พักนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันมีบ้านสมาชิกเพียง 1 หลัง ที่เปิดบ้านพักโฮมสเตย์และไม่เพียงพอนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในพื้นที่ชุมชนปากน้ำปอย จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องนำเต็นท์มากางในบริเวณโฮมสเตย์ที่พักร่วมด้วย ทำให้ผู้นำชุมชนและกลุ่มสมาชิกสินค้าโอท็อปในชุมชนจึงมองเห็นโอกาสและมีแนวคิดเปิดบ้านตนเองให้เป็นที่พักนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แคมป์ปิ้งซึ่งเป็นที่พักแนวใหม่ แต่สมาชิกชุมชนยังขาดองค์ความรู้ในการออกแบบแคมป์ปิ้ง ขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นจากศักยภาพบริบทของพื้นที่ของชุมชนปากน้ำปอย ความพร้อมของผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชน จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าไปศึกษาวิจัย สืบค้นองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศึกษาสภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนแห่งใหม่ของจังหวัดพิษณุโลกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาบริบทของพื้นที่ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก
- 2) เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งบนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเจริญเติบโตมาอย่างยาวนาน สร้างประโยชน์และส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศในหลากหลายด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ในบางครั้งอาจใช้ทั้งคำว่า การเดินทางและการท่องเที่ยวสลับกันไป ซึ่งพอสรุปความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization - WTO) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีลักษณะดังนี้ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (อ้างในกุลแก้ว คล้ายแก้ว, 2564) นอกจากนี้ Mc Intosh and Goeldner (1995) อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวคือ กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวนของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้

โดยสรุปการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวนของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติของตนเองไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การพักผ่อน นันทนาการ

การทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสุขให้กับตนเองหรือกับผู้ร่วมเดินทาง แต่จะต้องที่มีใช้การเดินทางเพื่อหารายได้ซึ่งกิจกรรมก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ไปเยือน (นักท่องเที่ยว) กับเจ้าของพื้นที่

2. ที่พักแบบแคมป์ปิ้ง (Camping)

ที่พักแรม (Accommodations) มีหลากหลายประเภท ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อหลายพันปีมาแล้วในยุคกรีกและโรมันโบราณ (Ancient Greece and Roman) โดยที่พักแบบทาเวอร์น (Tavern) เกิดขึ้นราว 400 ปีก่อนคริสต์ศักราช เพื่อให้การบริการที่พักแรมแก่นักเดินทาง พ่อค้า ตลอดจนผู้จาริกแสวงบุญทางศาสนา โดยอาศัยเพื่อการพักผ่อน มีน้ำดื่มเพื่อเพิ่มความสดชื่นแก่ผู้เดินทางไกล (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548) ปัจจุบันมีที่พักแรมอีกประเภทหนึ่งที่กำลังเป็นกระแสนิยมคือ สถานที่พักกลางแจ้ง (Campground) เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเป็นครอบครัวหรือส่วนตัว โดยรถยนต์หรือรถตู้เพื่อนันทนาการ (Recreational vehicle) หรือ การเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว (Private automobiles) เช่น รถพ่วงรถยนต์ที่มีที่นอนข้างใน (Trailer) เข้าจอดในสถานที่พักกลางแจ้งที่มักเป็นลานกว้าง อาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่พักแรมในรถพ่วงรถยนต์ที่มีที่นอนข้างใน (Trailer) และกลุ่มที่พักแรมในรถตู้เพื่อนันทนาการ โดยสามารถขับไปท่องเที่ยวไปเรื่อย ๆ เมื่อถึงเวลาเย็นก็จอดพักแรมตามสถานที่กลางแจ้งที่มีบริการทั้งของรัฐและเอกชน หรือ กลุ่มที่พักแรมโดยการกางเต็นท์ (Tent) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548) กลุ่มที่พักแบบแคมป์ปิ้ง (Camping) มีลักษณะเป็นสถานที่พักกลางแจ้ง (Outdoor Accommodation) พักแรมโดยการกางเต็นท์ในประเทศไทยมีการบัญญัติคำศัพท์และใช้คำว่า “เต็นท์” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Tent” หมายถึง ที่พักหรือที่อาศัยชั่วคราว ย้ายไปได้ โดยมากทำด้วยผ้าใบซึ่งกันกับเสาหรือหลัก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) นักท่องเที่ยวจะเรียกว่า การกางเต็นท์ “Camping” ใน “สถานที่พักกลางแจ้ง” ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Campground” หรือ อาจจะเป็นอาศัยสถานที่สำหรับการกางเต็นท์ที่เรียกว่า “Campsites” ก็ได้ ปัจจุบันที่พักประเภทนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมาก หากมีเต็นท์และเกิดการเดินทางขึ้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเลือกกางเต็นท์พักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติร่วมกับการทำกิจกรรมนันทนาการ แบ่งได้ 4 ลักษณะ คือ เป็นสิ่งที่ทำให้ชีวิตสดชื่น เป็นกิจกรรมสังคม เป็นกระบวนการ และเป็นสถาบันทางสังคม ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคม (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557)

โดยสรุป ที่พักแรมกางเต็นท์ มีลักษณะเป็นสถานที่พักกลางแจ้ง โดยการกางเต็นท์ในประเทศไทยมีการบัญญัติคำศัพท์และใช้คำว่า “เต็นท์” โดยอาศัยสถานที่สำหรับการกางเต็นท์ที่เรียกว่า “Campsite” ที่พักประเภทนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวแนวแคมป์เปอร์ (Camper tourists) ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อันเนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบท่องเที่ยวกางเต็นท์และสัมผัสกับธรรมชาติ จึงส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งเติบโตอย่างรวดเร็ว สร้างมูลค่าทางการตลาดและสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3. ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) และภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)

ภูมิทัศน์วัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวรูปแบบนั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ภูมิทัศน์วัฒนธรรม หรือแหล่งภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ แหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์วัฒนธรรมอันสวยงามนั้น สามารถเพิ่มมูลค่าให้แหล่งท่องเที่ยวได้ (Richards, G. and Wilson, J., 2006) แต่จะต้องบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติต่างๆ ได้หลากหลายลักษณะ

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถนำมาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ สำนักงานพัฒนาเกษตรกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Local Wisdom หมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ ความสามารถ ความจัดเจนของคนในท้องถิ่น ที่ได้สั่งสมจากประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน และภูมิปัญญาอาจแสดงออกมาทั้งในรูปแบบที่เป็นนามธรรม เช่น โลกทัศน์ ความคิด ความเชื่อ หรือปรัชญาในการดำเนินชีวิตและในเชิงรูปธรรม เช่น เทคโนโลยีการทำมาหากิน ศิลปะ หัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ หรือการเกษตรก็ได้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลากหลายลักษณะโดยเฉพาะอาจอยู่ในวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือในชุมชน (มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม, 2565)

โดยสรุป ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย คือ องค์ความรู้ในเชิงเกษตรกรรม เช่น การทำสวน ทำนาปลูกข้าว การทำฟาร์มปศุสัตว์ สวนสมุนไพร เมื่อนำมาบูรณาการกับการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ที่สามารถนำมาเป็นกิจกรรมนันทนาการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชน (Community Camping) ให้ประสบความสำเร็จได้

4. การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งโดยชุมชน (Community Camping) นอกจากจะต้องอาศัยสภาพบริบทของพื้นที่ สภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมแล้ว กลไกที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง คือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ โดยจะต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม หลักการที่สำคัญ คือ ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความต้องการในชุมชนรวมถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการนำเอาทรัพยากรท้องถิ่น ได้แก่ ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต มาสร้างสรรค์ให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนสามารถสื่อความหมาย ให้ความรู้ สร้างประสบการณ์ และกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (วีระพล ทองมา, 2560) รวมถึงหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 10 ประการของพจนานุกรม (2546) ได้แก่ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่

แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน สามารถนำมาเป็นแนวทางได้

โดยสรุป การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชน เป็นธุรกิจที่พักรวมกำลังเป็นกระแสนิยมของนักท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยวนี้ต้องอาศัยสภาพบริบทของพื้นที่ สภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรม สถานที่พักกลางแจ้งที่มีลานกลางแจ้ง ที่มีเหมาะสมและพื้นที่ตั้งควรอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ยังรวมถึงความพร้อมของชุมชนที่จะร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนให้อยู่บนหลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชน บนฐานที่องค์ความรู้ดั้งเดิมที่ต่อยอดสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวได้

ระเบียบวิธีวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ใช้เทคนิคกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control : AIC) เทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion : FGD) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1.ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เป็นประชาชนในพื้นที่ชุมชนปากน้ำปอยหมู่ 16 ตำบลวังนกแอ่น อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ได้ถูกคัดเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งสิ้น 31 คน

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คัดเลือกจากประชาชนในพื้นที่ชุมชนปากน้ำปอย หมู่ 16 ตำบลวังนกแอ่น อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก คือ

1.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นสมาชิกชุมชน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) (มาเรียม นิลพันธุ์, 2558) ทำให้ได้กลุ่มด้านการเกษตรชุมชน กลุ่มสมาชิกสินค้าโอท็อป กลุ่มสมาชิกทำขนม กลุ่มชุมชนแปรรูปสินค้าเกษตร กลุ่มสมาชิกทำอาหารพื้นถิ่น กลุ่มผู้เลี้ยงปศุสัตว์ รวมทั้งสิ้น จำนวน 22 คน

1.1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 16 รองประธานชุมชน ประธานกลุ่มการท่องเที่ยว ประธานกลุ่มอาชีพเกษตรกรรม ตัวแทนกลุ่มพัฒนาชุมชนปากน้ำปอย ปราชญ์ชุมชน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเครือข่ายหรือแบบบอกต่อ (Networking Sampling/Snowball Sampling) (วรรณดี สุทธิณารากร, 2556) รวมทั้งสิ้น จำนวน 6 คน

1.2 กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ (Stakeholders) ต้องเป็นผู้บริหารหรือผู้แทนของผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ และมีความเกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ (Public and Private Sectors) เป็นตัวแทนหรือผู้แทนที่ต้องมีตำแหน่งในระดับผู้บริหารองค์กร หรือผู้บริหารหน่วยงานในพื้นที่

หรือเป็นผู้แทนจากสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) (มาเรียม นิลพันธุ์, 2558) ได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังนกแอ่น อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว และอาจารย์สาขาการจัดการโรงแรม รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 คน

2. วิธีการดำเนินการวิจัย ลักษณะและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 วิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาจากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรม และการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชน

2.2 ลักษณะและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือวิจัย ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) แบบบันทึกภาคสนาม (Filed Note) ใช้การสังเกต (Observation) และแบบบันทึกการสังเกต (Observation Form) การสัมภาษณ์ (Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์ (Structural Interview Form) ชนิดมีโครงสร้างและกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structural Interview Form) (วรรณวีร์ บุญคุ้ม, 2563)

3. ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การศึกษาข้อมูล ใช้วิธีการการศึกษาเอกสาร ข้อมูลทั้งปฐมภูมิ (Primary Data) และทุติยภูมิ (Secondary Data) และการเก็บข้อมูลและสำรวจภาคสนาม เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทของพื้นที่เชิงภูมิทัศน์วัฒนธรรม สำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยแบบบันทึกภาคสนาม (วรรณวีร์ บุญคุ้ม, 2563) ในด้านวิถีชีวิตผู้คนและภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มจะทำให้รู้ถึงความสัมพันธ์ เรื่องราวและความจริงของสภาพการณ์ของผู้ให้ข้อมูล (วรรณดี สุทธิธารกร, 2556) ร่วมกับการสังเกต ทั้งแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 2 ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ผสมผสานและประยุกต์ใช้กับเทคนิคการวางแผนแบบมีส่วนร่วม มีขั้นตอนในการดำเนินการ 2 ช่วงที่สำคัญ คือ ก่อนการปฏิบัติ (Pre-action phrase) และหลังปฏิบัติ (Post-action phrase) (คณิต เขียววิชัย, 2562) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกใน 2 ประเด็น ดังนี้ 1) ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอยเพื่อนำมาออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 2) หาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งบนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย เครื่องมือใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างและกึ่งมีโครงสร้าง ใช้การจัดประชุมกลุ่ม (FGD) ร่วมกับแบบสัมภาษณ์แบบสังเกต

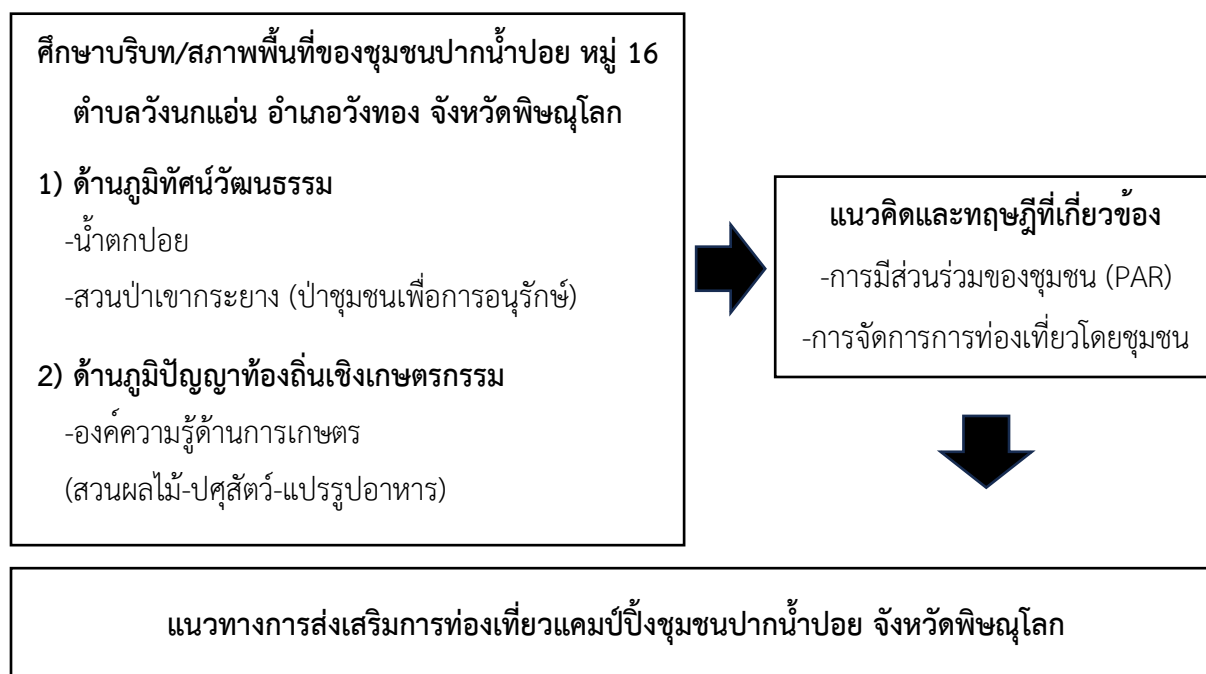
ขั้นตอนที่ 3 ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง เพื่อต้องการทราบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งบนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอยควบคู่กับการสังเกต ทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้การทบทวนเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ (Berg, B. L., 1989) ร่วมกับการสังเกต การบันทึก

ผสมผสานกับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) หากข้อมูลแตกต่างกันในด้านเวลา ผู้ให้ข้อมูลและสถานที่ ผู้วิจัยจะถือว่าข้อมูลนั้นเชื่อถือได้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2552) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ในประเด็นต่าง ๆ มาทำการใส่รหัสข้อมูล (Coding) จัดหมวดหมู่ให้เป็นประเภท (Categories) ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (วรรณดี สุทธิสารกร, 2556) ที่เป็นแนวคิดสำคัญ (Key Concept) ตามกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) จนกระทั่งพบแก่นของเนื้อหาสาระสำคัญ (Themes) ของการศึกษาวิจัยและทำการถอดบทเรียน (Lesson Learn) นำมาสรุปผลร่วมกับการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และรายงานผลการวิจัยต่อไป

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาบริบทของพื้นที่ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก งานวิจัยพบว่า

ด้านบริบทของชุมชน ตั้งอยู่ที่ หมู่ 16 บ้านปากน้ำปอย ตำบลวังนกแอ่น อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ บ้านน้ำตกปอย อยู่ภายใต้การกำกับและดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลวังนกแอ่น มีประวัติความเป็นมาเมื่อ พ.ศ. 2479 ประชาชนอพยพมาจากหลายแห่ง เช่น เมืองเชียงตุง ประเทศเมียนมา และ

อำเภอด่านซ้ายจังหวัดเลย ประวัติชุมชนเล่าว่าเดือนสามจะมีนางแอ่นมาเกาะตามบ้านเรือน ชาวบ้านเรียกติดปากว่า “บ้านวังนกแอ่น” สภาพพื้นที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงและภูเขา พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติลุ่มน้ำวังทองฝั่งซ้ายและฝั่งขวา มีแม่น้ำเซ็กไหลผ่านกลางตำบลจากทิศตะวันออกไหลไปสู่ทิศตะวันตก



ภาพที่ 2: ภูมิทัศน์วัฒนธรรม-ธรรมชาติ (Natural and Cultural Landscape) ที่น้ำตกปอยไหลผ่านกลางหมู่บ้าน
ที่มา : <https://thai.tourismthailand.org> (2566)



ภาพที่ 3: ภูมิทัศน์วัฒนธรรม-พื้นที่ตั้งแคมป์ (Camping Sites) ของชุมชนปากน้ำปอย
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

ด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชุมชน ได้แก่ 1) ความงามของน้ำตกปอยซึ่งเป็นหนึ่งในน้ำตกที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของจังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 12 และเส้นทางหลวงแยกเข้าสู่ น้ำตกปอยประมาณ 3 กิโลเมตร ถนนทางเข้ามีความสะดวกสบาย ลาดยาง สวยงามและร่มรื่น 2) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมด้านที่ตั้งของชุมชน เนื่องจากเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์และอยู่ในการดูแลขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้สวนป่าเขากระยาง นับว่าเป็นจุดแข็งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมพื้นถิ่น พื้นที่ที่มีความร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อนและเหมาะสมกับการเป็น “พื้นที่ตั้งแคมป์” (Camping Sites) ใกล้ชิดธรรมชาติ ทำให้เป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยว

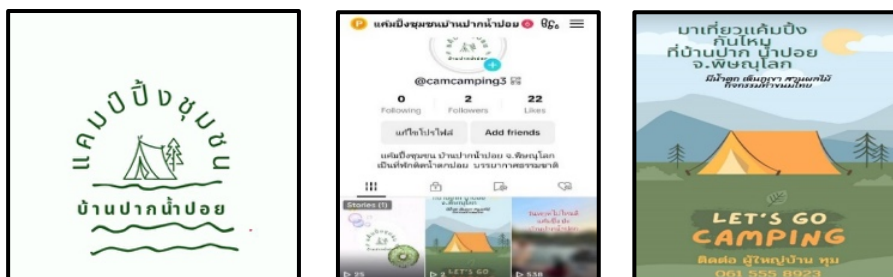
แนวแคมป์เปอร์ (Camper tourists) จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดและสร้างรายได้ให้ชุมชนได้

ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน พบว่า ชุมชนมีองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้านการเกษตรแบบผสมผสานเน้นรูปแบบการเกษตรเพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ เช่น การปลูกลำไย เงาะ ผักสวนครัว ถั่วฝักยาว ยางพารา น้อยหน่า พันธ์ครึ่ง พันธ์เขียววอล พันธ์ทองวอลจันทร์ ทูเรียน การเลี้ยงไก่บ้านในตระกร้าบนต้นไม้ การเลี้ยงและขยายพันธุ์หมูป่า สร้างรายได้เศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG model) ซึ่งภูมิปัญญาด้านการเกษตรเหล่านี้สามารถนำมาปรับประยุกต์ให้เป็นกิจกรรมนันทนาการที่บูรณาการร่วมกับการท่องเที่ยว มีส่วนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับองค์ความรู้ใหม่ด้านเกษตรกรรมเมื่อเข้าพักในที่พักแคมป์ปิ้งชุมชน และทำกิจกรรมนันทนาการในหลากหลายรูปแบบร่วมกับชุมชน

โดยสรุป ชุมชนปากน้ำปอยมีพื้นที่ตั้งไม่ไกลจากจังหวัดพิษณุโลก อยู่บนทางหลวงหมายเลข 12 ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวสำคัญ พื้นที่มีภูมิทัศน์วัฒนธรรมและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงการเกษตร ชุมชนมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งตามแนวทางในผลการวิจัยต่อไปนี้

2) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งบนฐานภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนปากน้ำปอย จังหวัดพิษณุโลก จากการศึกษาวิจัย พบว่ามี 3 แนวทาง ดังนี้

2.1) แนวทางด้านที่ตั้งแคมป์ปิ้ง (Campsites) ต้องเลือกที่ตั้งที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ สามารถมองเห็นวิวภูเขาสวนป่าเขากระยาง วิวน้ำตกปอย ซึ่งเป็นภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของชุมชนอันดามัน ซึ่งเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดพิษณุโลก และเมื่อเปิดให้บริการจะใช้ตราสัญลักษณ์ “แคมป์ปิ้งชุมชนบ้านปากน้ำปอย” เน้นภาพที่แสดงอัตลักษณ์ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของที่ตั้งชุมชน ภาพธรรมชาติเป็นส่วนสำคัญของการสื่อความหมายและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เช่น การสร้างเพจ Facebook การใช้ TikTok และการนำเสนอสินค้าการเกษตรผ่านคลิปวิดีโอ บน Platform YouTube เป็นต้น



ภาพที่ 4: สัญลักษณ์การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง-สื่อประชาสัมพันธ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนปากน้ำปอย
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

2.2) แนวทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism activities) ต้องนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมที่มีมาจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้บริการที่พักแรมบั้ง เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ชุมชนนอกจากจะเข้ามาชมภูมิทัศน์วัฒนธรรมอันงดงามของน้ำตกปอยแล้ว การขายสินค้าทางการเกษตรและการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมของคนในชุมชน นับว่าเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเช่นกัน ทำให้เสริมรายได้แก่ชุมชนและมีส่วนช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นมิให้สูญหายไป กิจกรรมท่องเที่ยวภูมิปัญญาเชิงเกษตร ชุมชนร่วมกันนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวในพื้นที่ดังนี้

1. โปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนแบบครึ่งวัน/เต็มวัน มีกิจกรรมที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความต้องการ ได้แก่ (ช่วงเช้า) ชมน้ำตกปอย-วาดภาพวิถีธรรมชาติ-วิถีชุมชนคนเลี้ยงหมูป่า-การเลี้ยงไก่ตระกร้าบนต้นไม้-การเรียนรู้สวนเกษตรและการปลูกผลไม้ (ช่วงบ่าย) เที่ยวสวนเกษตรชิมสวนผลไม้ (ตามฤดูกาล)-ทำขนมไทย-ศูนย์การเรียนรู้การแปรรูปมะขามหวานสามรส (เปรี้ยว เค็ม เผ็ด)

2. โปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน มีกิจกรรมที่น่าสนใจที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความต้องการ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวในโปรแกรมท่องเที่ยวแบบที่ 1 แต่เพิ่มเติมในเรื่องที่พักแบบแคมป์ปิ้งบริเวณริมน้ำตกปอย จำนวน 1 คืน พร้อมทำกิจกรรมรอบกองไฟ หรือกิจกรรมนันทนาการอื่น ๆ ได้



ภาพที่ 5: ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมและการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนปากน้ำปอย
(น้อยหน้าพันธุ์ครั้ง-พันธุ์เขียวนวล-พันธุ์ทองนวลจันทร์-ทุเรียนปากน้ำปอย)

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 6: ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมและสวนเกษตรแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
(การปลูกเงาะ-ลำไย-สวนยางพาราของชุมชนปากน้ำปอย)

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 7: ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
(การเลี้ยงไก่ตระกร้า-ขยายพันธุ์หมูป่าที่สร้างรายได้เศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG model)
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

2.3) ด้านการจัดการที่พักแคมป์จำเป็นต้องเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่พักนักท่องเที่ยว (Camping Standard) สอดคล้องกับกฎหมาย/หลักเกณฑ์ใหม่/กฎระเบียบของภาครัฐบาล ได้แก่ 1) ลักษณะพื้นที่ให้มีความเหมาะสมกับการกางเต็นท์ 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ลานจอดรถ 3) การบริหารจัดการแบ่งปันผลประโยชน์ได้อย่างยุติธรรม 4) มีความปลอดภัยสูง เช่น การติดกล้องวงจรปิด การจัดเวรยาม บริการดูแลเรื่องการเล่นน้ำตก มีอุปกรณ์ห่วงยางช่วยชีวิต 5) ที่พักแคมป์ปิ้งที่ถูกสุขอนามัยและรักษาสิ่งแวดล้อม 7) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวแคมป์เปอร์

อภิปรายผลและสรุป

ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในชุมชนปากน้ำปอย เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีศักยภาพในเชิงพื้นที่ มีภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่สวยงามเหมาะแก่การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชน (Community Camping Tourism) พื้นที่ของชุมชนสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ประกอบกับปัจจุบันที่พักแบบแคมป์ปิ้ง (Camping) กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและมักจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่เน้นสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น จึงส่งผลทำให้ความต้องการสถานที่พักแบบลานกลางเต็นท์นิยมมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนปากน้ำปอยประสบความสำเร็จได้ ยังพบว่าปัจจัยในด้านภูมิปัญญาเชิงเกษตรของชุมชนที่มีสามารถนำมาออกแบบเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวและเป็นกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมของชุมชน ชุมชนมีองค์ความรู้ด้านการทำสวนเกษตร การปลูกสวนยาง การเพาะเลี้ยงหมูป่า การเลี้ยงไก่ตระกร้าบนต้นไม้ การปลูกมะม่วง ปลูกลำไย แม้แต่การแปรรูป

มะขามหวาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวีระพล ทองมา (2560) ที่เน้นการนำเอาทรัพยากรท้องถิ่น ได้แก่ ธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต มาสร้างสรรค์ให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนสามารถสื่อความหมาย ให้ความรู้ สร้างประสบการณ์ และกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้แล้ว กลไกที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งของชุมชนปากน้ำปอย คือ ผู้นำชุมชนและกลุ่มชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ มีความต้องการนำทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนที่เป็นต้นทุนมาใช้ประโยชน์ร่วมกับการให้บริการที่เปิดบริการที่พิกัดแคมป์ปิ้งให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้ชุมชนมีรายได้ เกิดจิตสำนึกรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาต่าง ๆ ของชุมชนเอาไว้เป็นอย่างดีที่สุด รวมถึงแนวคิดของกลุ่มชุมชนปากน้ำปอยยังสอดคล้องกับหลักการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 10 ข้อของ พจนา สวนศรี (2546) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มและแนวคิดในด้านการจัดการ ชุมชนยังคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของพื้นที่ที่จะตั้งแคมป์ และยังเสนอแนวทางในการออกกฎระเบียบร่วมกัน เช่น การให้ความรู้เรื่องป่าไม้ชุมชน (สวนป่าเขากระยาง) ความรู้เรื่องภูมิปัญญาเชิงเกษตรแก่นักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และตรงกับงานวิจัยของ กุลแก้ว คล้ายแก้ว (2563) เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานภูมิปัญญา ต้องจัดตามความถนัดของสมาชิกกลุ่ม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสมาคมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (2565) ที่เน้นการรณรงค์ร่วมสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยสรุป การส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนปากน้ำปอย ต้องอยู่บนองค์ความรู้เชิงเกษตรสามารถนำมาพัฒนา ต่อยอด เพิ่มเติม เน้นการนำเอกลักษณ์ของตนเอง อาทิเช่น ภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต นำไปสู่การสร้างประสบการณ์แบบวิถีพื้นบ้าน (Local Experience) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วย (Content) และการสร้างกระแสใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Environment care) เน้นส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านการเกษตรที่โดดเด่นในพื้นที่ของตนเองมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างพลังการท่องเที่ยว (Soft power for tourism) ที่เหมาะสมและมีประโยชน์ทั้งต่อร่างกายและจิตใจ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557) ให้แก่นักท่องเที่ยว ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของพื้นที่และองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมของชุมชนปากน้ำปอยนับว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มี “คุณค่า” สามารถยกระดับให้เกิด “มูลค่า” สร้างรายได้แก่คนในชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนให้แก่ชุมชนปากน้ำปอยจะกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดพิษณุโลกและประเทศไทยต่อไป

การนำไปใช้เชิงปฏิบัติและองค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนปากน้ำปอยให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมได้นั้นมีอยู่ 3 แนวทางและสอดคล้องกับระเบียบกฎกระทรวงว่าด้วยเรื่อง การประกอบธุรกิจที่พักแรมที่ไม่ใช่โรงแรมเพิ่มเติม เพื่อได้ใบอนุญาตเปิดบริการเป็นที่พักได้ ซึ่งมีสาระสำคัญแนบท้ายว่า “การกำหนดสถานที่พักอื่นที่ไม่เป็น

โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม เพื่อให้ครอบคลุมถึงสถานที่พักดังกล่าวที่มีจำนวนห้องพักไม่ว่าในอาคารเดียวหรือหลายอาคารรวมกันไม่เกินแปดห้อง และมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกินสามสิบคนซึ่งให้บริการเพื่อหารายได้เสริม การนำอาคารที่มีรูปแบบพิเศษอื่นมาใช้ประกอบธุรกิจให้บริการที่พักเพิ่มขึ้น เช่น สถานที่พักที่ให้บริการแบบห้องพักรวม โดยคิดค่าบริการเป็นรายคน แพ เต็นท์ กระจังม ทำให้อาจจำเป็นต้องกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขเกี่ยวกับอาคารที่มีรูปแบบพิเศษอื่นเพื่อให้สามารถขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมได้” (กระทรวงมหาดไทย, 2566)

องค์ความรู้ใหม่ที่ค้นพบจากงานวิจัยเรื่องนี้ พบว่า ปัจจัยและกลไกสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชนต้องเข้มแข็งและต้องมีสมาชิกเครือข่ายชุมชน ที่เกิดขึ้นจากความต้องการจากชุมชนอย่างแท้จริง สมาชิกทุกคนต้องมีส่วนร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ ร่วมได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน ในขณะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ทั้งภาครัฐและเอกชนจะเป็นผู้ให้การสนับสนุน 2) การนำทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งต้องคำนึงถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ต้องวางแผนการใช้ประโยชน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3) ชุมชนต้องร่วมกันอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรกรรมรู้จักออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย 4) สภาพพื้นที่ตั้งแคมป์ ชุมชนต้องใช้หลักการของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 10 ข้อและควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของพื้นที่เป็นสำคัญ 5) ต้องปฏิบัติตามระเบียบกฎกระทรวงว่าด้วยเรื่อง การประกอบธุรกิจที่พักแรมที่ไม่ใช่โรงแรม 6) สถาบันการศึกษาในพื้นที่ควรเข้ามาส่งเสริมให้ความรู้ แนะนำวิธีการทำลานกางเต็นท์ การบริหารจัดการและเทคนิคต่าง ๆ การสร้างโมเดลในการทำธุรกิจแคมป์ปิ้งให้กับชุมชนที่สนใจเริ่มต้นอยากทำแคมป์ หรือกลุ่มที่ต้องการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้ง ให้สามารถเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย “มาตรฐานกิจกรรมค่ายพักแรม (Camping Standard)” ให้ความรู้เรื่องลานกางเต็นท์ให้มีความปลอดภัย (Security) พื้นที่กางเต็นท์และพื้นที่ทำกิจกรรมควรสะอาด (Sanitation) เพื่อยกระดับลานกางเต็นท์ของชุมชนให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน และ 7) ภาครัฐต้องพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน (Amenity) สามารถเป็นพื้นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว (Attraction) มีความสะดวกสบาย (Accessibility) ในการเข้าถึงชุมชน ภาครัฐควรให้การสนับสนุนชุมชนให้มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว อันจะนำมาสู่การมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้นไม่ต้องพึ่งพาเพียงแต่อาชีพเกษตรกรรมเพียงอย่างเดียว

โดยสรุป หากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในพื้นที่ของชุมชนปากน้ำปอยให้ประสบความสำเร็จได้อย่างแท้จริงจะส่งผลทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวภูมิทัศน์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงเกษตรยังคงอยู่ได้อย่างยาวนาน ชุมชนจะมีส่วนช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีส่วนส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกให้

นักท่องเที่ยวกลุ่มแคมป์เปอร์ (Camper tourist) มีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม (Social Awareness) ได้เห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำปอยที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อจำกัดในการวิจัย

ชุมชนปากน้ำปอยยังขาดองค์ความรู้ในด้านการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นระบบ ขาดความรู้ในด้านการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) เพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) และข้อจำกัดเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน กล่าวคือ สมาชิกชุมชนบางคนเป็นเกษตรกรไม่สามารถอยู่ร่วมกิจกรรมได้ตลอดระยะเวลาที่กำหนดไว้ ข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณที่จะนำมาใช้การปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ตั้งแคมป์ซึ่งชุมชนต้องวางแผนด้านการเงินเพื่อการลงทุนประกอบธุรกิจที่พักนักท่องเที่ยวต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). 4 แคมป์ชุมชนต้นแบบ Community Camping. เข้าถึงจาก <https://www.dot.go.th/news/inform/detail/5743> เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2566
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่องหลักเกณฑ์คุณภาพที่พักนักเดินทาง. กรุงเทพฯ ฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา Retrieved from https://uttaradit.mots.go.th/download/article/article_20191025115548.pdf.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถิตินักท่องเที่ยว.กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงมหาดไทย. (2566). ประกาศกฎกระทรวง เรื่อง กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2566. เข้าถึงจาก <https://www.bsa.or.th>. เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2566.
- กุลแก้ว คล้ายแก้ว. (2563). นวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์แบบลัทธิชุมชนบนฐานภูมิปัญญาวัฒนธรรมไทครั้งสู่มาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียนเชื่อมโยงพื้นที่มรดกโลกสุโขทัย กรณีศึกษา ชุมชนหนองอ้ออำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- กุลแก้ว คล้ายแก้ว. (2564). เอกสารคำสอนรายวิชา TOUR421 การท่องเที่ยวมรดกโลก. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- คณิต เขียววิชัย. (2562). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับการเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับครูและบุคลากรทางการศึกษา. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 1 (มกราคม - มิถุนายน 2562), 1 - 12.

- วรรณดี สุทธิธารกร. (2556). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ: การวิจัยเพื่อเสริมภาพและการสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2563). เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 464611 สถิติขั้นสูงและวิธีวิจัยทางการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีรพล ทองมา. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.
- พจนา สอนศรี. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. กรุงเทพฯ ฯ Retrieved from <https://dictionary.orst.go.th>.
- มาเรียม นิลพันธุ์. (2558). ระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา. นครปฐม: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. (2565). ความหมายของมรดกภูมิปัญญา. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2565. เข้าถึงจาก <http://ich.culture.go.th/index.php/th/homeich/meaning>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2548). นนทบุรี : เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ. (2565). ความหมายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565. เข้าถึงจาก <https://www.th-thairt.org>.
- Berg, B. L. (1989). Qualitative Research Methods for the Social Sciences. Retrieved from <https://daily.jstor.org/the-movable-tent-cities-of-the-ottoman-empire>.
- Mc Intosh and Goeldner. (1995). Tourism Principal Practices, Philosophers .1thed New York: John Wiley & Son.
- Khlaikaew, K. & Kheovichai, K. (2023). Glamping Tourism: A Concept of New Paradigm for tourism development post Covid-19 Situation). Journal of Sustainable Tourism Development, Volume 5 Issue 2 July - December 2023 Page 83-96.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture. Tourism management 27: 1209 - 1223.