

**การจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์เพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยว
เฉพาะกลุ่มสนใจในบ้านปางเต๋ม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ***
**Organic Farm Stay Management to Accommodate
the Niche Tourist Market in Ban Pang Term,
Samoeng District, Chiang Mai**

บงกชมาศ เอกเอี่ยม¹, และ ธรณินทร์ เสนานิมิตร²

Bongkochmas Ek-lem¹, and Thoranin Senanimitr²

วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้¹

คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม²

School of Administrative Studies, Maejo University¹

Faculty of Social Sciences and Local Development, Pibulsongkram Rajabhat University²

Corresponding Author, Email: bkmas@mju.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ในการรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจในบ้านปางเต๋ม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว ชาวบ้านปางเต๋ม รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง

ผลการวิเคราะห์การตลาด 4Ps พบว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่บ้านปางเต๋มเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการมาพักผ่อน สัมผัสกับธรรมชาติ เรียนรู้วิถีพุทธ วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่นไทย การทำเกษตรอินทรีย์ และเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากประเทศต้นทาง และแม้ว่าสถานที่ของ

* ได้รับความเห็นชอบ: 3 กันยายน 2564; แก้ไขบทความ: 25 ตุลาคม 2564; ตอรับตีพิมพ์: 27 ตุลาคม 2564

Received: September 3, 2021; Revised: October 25, 2021; Accepted: October 27, 2021



ฟาร์มอาจอยู่ห่างไกล เดินทางไปมาลำบาก แต่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจเห็นว่าเป็นเรื่องท้าทายในการเข้าถึงฟาร์ม ส่วนราคาค่าที่พักรวมอาหาร 3 มื้อค่อนข้างย่อมเยา ทางฟาร์มมีการเลือกวิธีการส่งเสริมการตลาดโดยสื่อสารจุดขายของออร์แกนิกฟาร์มให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า ตลาดเฉพาะกลุ่มด้วยการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิถีชุมชนและออร์แกนิกฟาร์มผ่านระบบสื่อออนไลน์ที่ทันสมัย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่ากิจกรรมและการบริการของฟาร์มเหมาะสมดี ส่วนชาวบ้านปางเต๋มมีความยินดีต้อนรับและได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทำงานอาสาสมัครภายในชุมชน ร้านค้าได้ทำมาค้าขาย คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางการจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจและชาวบ้านในชุมชนที่สามารถนำไปปรับใช้กับกิจการฟาร์มสเตย์อื่นๆ คือ ผู้ประกอบการฟาร์มควรสร้างกิจกรรมที่หลากหลาย สร้างสัมพันธ์อันดีและความคุ้นเคย แนะนำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักกับชาวบ้านในชุมชน ควรเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของฟาร์มมากขึ้น และควรกำหนดข้อควรปฏิบัติให้สอดคล้องกับวิถีชุมชน นอกจากนั้น ทุกฝ่ายต้องร่วมกันรักษาวัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิม และควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบฟาร์มสเตย์ และออร์แกนิกฟาร์มสเตย์อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนกระตุ้นให้ชาวบ้านเกิดความตื่นตัวในการร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำสำคัญ: ออร์แกนิกฟาร์มสเตย์; การจัดการ; ตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ; ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Abstract

This research aimed to study organic farm stay management to accommodate niche tourism market in Pang Term village, Samoeng district, Chiang Mai province. Using qualitative research; organic farm stay owner, tourists with specific interested, people in Pang Term village, and those who are involved with tourism in Samoeng district were observed, in-depth interviewed and focus group interviewed.



The results of 4Ps marketing analysis showed that products of organic farm stay were suitable for a Niche Tourists. Most of them are foreign tourists who want to relax, experience the true nature, learn about the Buddhist, the way of life of the traditional local Thai community, and organic farming, and exposure to other new experiences which different from the country of origin. Although the farm location was in a remote area and difficult to travel, but niche tourists see it as a challenge to access the farm. The price of accommodation including 3 meals is quite affordable. The farm has chosen a marketing promotion method to suit the niche market customers by promoting the community lifestyle and organic farm through online media. Most tourists find that farm activities and services are appropriate. Pang Term villagers welcome tourists because they gain benefits from tourists; such as, tourists' volunteer works within the community, sale their agriculture and other products, and increased income from other related tourist activities.

The organic farm stay management that is suitable for both the needs of tourists and villagers in the community and can be applied to other farm businesses including; farm owner should create variety activities within the farm to attract tourists; should build good relations with the villagers, introduce tourists to get to know the villagers, provide opportunities for villagers in the community to participate in various activities, and set appropriate manner guidelines for the tourists in accordance with the community way of life. In addition, all parties must jointly maintain the culture and traditional way of life. Moreover, there should be a concrete publicity for agricultural tourism, farm stay and organic farm stay as well as encouraging villagers to be alert to joint development of agricultural tourism attractions.

Keywords: organic farm stay; management; niche tourist market; agrotourism



1. บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากการท่องเที่ยวมวลชน (mass tourism) แล้ว นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) มากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวความสนใจเฉพาะ (niche tourism market) ที่ศักยภาพสูง 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรักษาพยาบาล (medical) กลุ่มสุขภาพความงาม (spa and wellness) กลุ่มกอล์ฟ (golf) กลุ่มการแต่งงานและฮันนีมูน (wedding and honeymoon) และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชุมชน (community-based tourism) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [ททท.], 2559) สำหรับการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชุมชนนั้น กล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์ตรงจากการมีส่วนร่วมในการสัมผัสวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงจิตวิญญาณที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันหลากหลาย (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด, ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช, รุ่งโรจน์ กลมเดชเดชา, และ ธนพนธ์ ตั้งตระกูล, 2553) ส่งผลให้คนในชุมชนท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึง เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวมากขึ้น ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวและนำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิตดั้งเดิมที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน (ศิริณภาพ ขาวผ่องอำไพ, 2550) ทำให้ประเทศไทยปัจจุบัน มีแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติภายในชุมชน ท่องเที่ยวโบราณสถาน ศิลปะพื้นบ้าน วัฒนธรรม และประเพณี การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การเที่ยวชมและเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์

จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูงทางการท่องเที่ยวทั้งในด้านทรัพยากร ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีความหลากหลายในศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชุมชนเกษตรซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) จึงถือได้ว่าเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม การเที่ยวชมสวนเกษตรและฟาร์มปศุสัตว์ที่กระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ (สุวินัย น่วมเจริญ, 2556) ตลอดจนการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (Farm Stay) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกษตรที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาพักผ่อน เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาของชุมชน อีกทั้งยังมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนมี



ส่วนร่วมหรือเป็นเครือข่ายซึ่งถือเป็นทุนทางสังคม (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2546) ซึ่งการท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

สำหรับอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ก็มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหลายรูปแบบ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ทำการเกษตรมาก จึงก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ขึ้นในชุมชนต่าง ๆ รวมถึงชุมชนบ้านปางเต๋ม ตำบลแม่สาบ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีคุณลักษณะพิเศษของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทั้งการท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนและวิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มพัฒนาต่อไป ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า (Customization) และออกแบบสินค้าการท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อรายละเอียดความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ทำให้เกิดเกษตรอินทรีย์หรือออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมีสาระวิทย์และผู้สนใจทำออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ในบ้านปางเต๋ม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นเรื่องใหม่ของชุมชนและผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการเรียนรู้และสร้างเครือข่ายภายในชุมชนเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ตลอดจนเพื่อป้องกันผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของชุมชน โดยการดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่สมดุล และวัฒนธรรมคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนต่อไปและจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism) ขึ้นในชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นเหตุผลของการศึกษาวิจัยเพื่อนำไปหาแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบเกษตรอินทรีย์ฟาร์มสเตย์ โดยมุ่งศึกษารูปแบบการจัดการของมาย์ดฟูฟาร์ม ซึ่งเป็นออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่มีชื่อเสียงและถือได้ว่าประสบความสำเร็จ ความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และความต้องการของชาวบ้านภายในชุมชนบ้านปางเต๋ม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาการจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ในการรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจในบ้านปางเดิม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และมีวัตถุประสงค์ย่อย 3 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิก ฟาร์มสเตย์ภายในชุมชนบ้านปางเดิม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจที่มีต่อการให้บริการและจัดการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ภายในชุมชนบ้านปางเดิม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ และคนภายในชุมชนบ้านปางเดิม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative methodology) ที่เน้นข้อมูลในเชิงลึก (rich information) มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการนำข้อมูลมาจัดระเบียบ กำหนดรหัสของข้อมูล (coding) หารูปแบบ (pattern) ของข้อมูล อันนำไปสู่การสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ และสอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชนหมู่บ้านในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยมีวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (documentary study) โดยรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์และการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ การพัฒนาท่องเที่ยว รูปแบบการจัดการ และผลกระทบที่เคยมีผู้ศึกษาถึงในประเด็นด้านการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ที่มีต่อชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น



2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participation observations) โดยใช้วิธีการสังเกตที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมและคลุกคลีกับผู้ประกอบการ ชาวบ้าน และหมูนักท่องเที่ยวในบางกิจกรรม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) โดยผู้วิจัยเฝ้าสังเกตอยู่ภายนอก ไม่เข้าไปร่วมในกิจกรรมที่ทำอยู่ เพื่อเห็นถึงแนวทางการจัดการ การสร้างเครือข่ายของฟาร์มสเตย์ การจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังศึกษาและสังเกตถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ร่วมทำกิจกรรมของฟาร์มสเตย์

3. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) การจัดการ สนทนากลุ่มย่อยทั้งสิ้น 3 ครั้งกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจกลุ่มละ 5-8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้ามาท่องเที่ยวออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ บ้านปางเตม และอยู่ในฟาร์มในขณะการดำเนินการวิจัย เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมการเสริมสร้างการเรียนรู้ กระบวนการพัฒนาจิตใจจากการฝึกปฏิบัติภายในออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ในด้านคุณค่า สารการเรียนรู้ และการปฏิบัติ

4. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ดังนี้

4.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยว “มายด์ฟูลฟาร์ม” ออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ เพื่อสัมภาษณ์ถึงการริเริ่มการทำฟาร์มสเตย์ แนวทางและการพัฒนาฟาร์มสเตย์ การบริหารจัดการฟาร์มสเตย์เพื่อการท่องเที่ยว จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และการสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกชุมชนของฟาร์มสเตย์ โดยการพิจารณาเครือข่ายทางสังคม (Social Networks) ที่ฟาร์มสเตย์ชุมชนบ้านปางเตมมีการสร้างความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยง การได้รับการช่วยเหลือ และการสนับสนุนต่อการบริหารจัดการฟาร์มสเตย์ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจอยู่ในลักษณะความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เพื่อนพ้อง คนบ้านเดียวกัน คนรู้จัก หรือผู้สนับสนุนจากภายนอกชุมชน

4.2 นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ ซึ่งเป็นชาวต่างประเทศที่เข้ามาพักในฟาร์มสเตย์ จำนวน 20 คน เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับการเลือกมาท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ภายในชุมชนบ้านปางเตม ความคิดเห็นต่อการให้บริการและการบริหารจัดการของฟาร์มสเตย์ และแนวทางการเสนอแนะต่อการให้บริการและการบริหารจัดการของฟาร์มสเตย์ภายในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

4.3 ชาวบ้านภายในชุมชน 5 คน เครือข่ายผู้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านจำนวน 5 คน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง 5 คน



เพื่อศึกษาพัฒนาการ รูปแบบการบริหารจัดการ กิจกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการของชาวบ้าน ผลกระทบต่อชุมชน ข้อเสนอของชุมชน เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ และคนภายในชุมชนหมู่บ้าน เพื่อลดผลกระทบต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของของคนในท้องถิ่นบ้านปางเตม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

4.4 การสัมภาษณ์เชิงลึกกับเครือข่ายภายในชุมชนและเครือข่ายภายนอกชุมชน โดยเครือข่ายภายในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน พระ ชาวบ้าน เกษตรกร ร้านค้า ร้านอาหาร ผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์รายอื่นๆ ที่มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวจากฟาร์มสเตย์ รวมถึงประชาชนในชุมชนบ้านปางเตม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับเครือข่ายภายนอกชุมชน ได้แก่ หน่วยงานของรัฐและเอกชน หน่วยงานท้องถิ่น และผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์ในชุมชนอื่นที่มีส่วนในการช่วยเหลือสนับสนุนการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ของชุมชนบ้านปางเตม เพื่อสัมภาษณ์ถึงประโยชน์และผลกระทบของฟาร์มสเตย์ที่มีต่อชาวบ้านและชุมชน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่มีต่อการจัดการฟาร์มสเตย์

4. สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบการจัดการ ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์การตลาด 4 P เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบการจัดการของออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ “มายด์ฟูลฟาร์ม” ดังนี้

1.1 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product) “พีหนาน” ผู้ประกอบการท่องเที่ยวออร์แกนิกฟาร์มสเตย์นำเสนอบริการท่องเที่ยวพร้อมที่พักในฟาร์ม การทำออร์แกนิกฟาร์ม การเรียนรู้วิถีพุทธ การฝึกสมาธิ การฝึกจิต และการเที่ยวชมและการเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมภายในชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศตะวันตกและนักท่องเที่ยวในแถบเอเชียซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะได้รับประสบการณ์ต่างๆ มากมายทั้งภายในฟาร์มและในชุมชนหมู่บ้าน กล่าวคือ มีกิจกรรมการทำงานในฟาร์มเกษตร กิจกรรมสาธารณะ และกิจกรรมช่วยเหลือชาวบ้านภายในชุมชน ดังนั้น พีหนานจึงเรียกนักท่องเที่ยวว่าอาสาสมัคร (Volunteers) แทนคำว่านักท่องเที่ยว (Tourists) ที่ได้ทั้งการทำงานเพื่อสังคมและเรียนรู้กิจกรรมในฟาร์ม และเพิ่มประสบการณ์โดยการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน



1.2 ราคา (Price) สำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ ราคาที่ปักอาจไม่ใช่ประเด็นหลักในการเลือกมาท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การตั้งราคาสินค้าของมายด์ฟูลฟาร์มก็ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัด เพราะพินานคิดค่าที่พักรายอ้อมเยาเพียง 200 บาทต่อคนรวมอาหารสามมื้อ

1.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มายด์ฟูลฟาร์มมีการเลือกวิธีการสื่อสาร ‘จุดขาย’ ของออร์แกนิกฟาร์มให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม มีการประชาสัมพันธ์ลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าหลักได้รู้จักและอยากมาท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเริ่มจากทำโปสเตอร์เกี่ยวกับวิถีชุมชนและออร์แกนิกฟาร์มนำไปติดตามบริษัทท่องเที่ยวและตามแหล่งชุมชนในเมืองเชียงใหม่ และเมื่อระบบอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาเข้าถึงในชุมชน จึงเน้นการใช้สื่อออนไลน์เพื่อติดต่อกับนักท่องเที่ยว โดยมีภรรยาคนญี่ปุ่นเป็นผู้ดูแลเว็บ เพื่อประสานและติดต่อกับนักท่องเที่ยวทางออนไลน์ นอกจากนั้นมายด์ฟูลฟาร์มยังเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการบอกต่อจากปากสู่ปากของนักท่องเที่ยวที่เคยผ่านประสบการณ์ออร์แกนิกฟาร์มสแตย์ที่มายด์ฟูลฟาร์ม

1.4 สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มายด์ฟูลฟาร์มเป็นฟาร์มขนาด 5 ไร่ ที่ถูกจัดเป็นสถานที่เพื่อการพักผ่อน การทำการเกษตรอินทรีย์ และเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นไทย อย่างไรก็ตาม มายด์ฟูลฟาร์มเข้าถึงได้ไม่ถนัดนักเนื่องจากอยู่ห่างจากถนนใหญ่ลึกเข้าไปในหมู่บ้านที่อยู่ท่ามกลางหุบเขาอันเงียบสงบในเขตอำเภอสะเมิง แต่ความห่างไกลดังกล่าวก็เหมาะกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจที่ต้องการความท้าทาย สัมผัสกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนหมู่บ้านดั้งเดิม นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปมายด์ฟูลฟาร์มโดยเดินทางจากตลาดวโรรสในตัวเมืองเชียงใหม่ ขึ้นรถประจำทาง (รถสี่ล้อสี่ล้อ) ไปยังอำเภอสะเมิง และขึ้นรถรับจ้างเดินทางไป "มายด์ฟูลฟาร์ม" การเดินทางจะใช้เวลา 3-4 ชั่วโมง

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการและความสนใจในกิจกรรมต่างๆ ดังนี้คือ 1) ความสนใจด้านการใช้ชีวิตและจิตวิญญาณ 2) ต้องการเรียนรู้เรื่องการเกษตรอินทรีย์และวิถีชุมชน และ 3) ต้องการเรียนรู้ความแตกต่าง และ “Uniqueness” ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวออร์แกนิกฟาร์มสแตย์ของมายด์ฟูลฟาร์ม มีการจัดการเป็นระบบ มีกฎระเบียบ มีความปลอดภัย มีกิจกรรมที่หลากหลาย และมีตารางกิจกรรมที่ชัดเจน แต่ก็สามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ และเมื่อสัมภาษณ์ถึงข้อเสนอแนะด้านการบริการแก่มายด์ฟูลฟาร์มเพื่อการปรับปรุงการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่ากิจกรรมและ



การบริการของมายด์ฟูลฟาร์มคืออยู่แล้วไม่ต้องเปลี่ยนแปลงใดๆ เพราะนักท่องเที่ยวไม่ได้มาแสวงหาความสะดวกสบาย แต่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต จิตวิญญาณ และการทำออร์แกนิกฟาร์ม

3. แนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก SWOT เพื่อหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอำเภอสะเมิงและชุมชนบ้านปางเต๋มซึ่งมีลักษณะร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมของการบริหารจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์มายด์ฟูลฟาร์ม บ้านปางเต๋ม และการจัดการฟาร์มสเตย์อื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันด้วย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า **จุดแข็ง (S)** ของอำเภอสะเมิงและบ้านปางเต๋ม คือ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทิวเขาสูง มีธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีพื้นที่การเกษตรที่กว้างขวาง มีผลผลิตทางการเกษตรทั้งสดและแปรรูป มีวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อดั้งเดิม ผู้คนมีน้ำใจ อหิยาศัยดี และยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว **จุดอ่อน (W)** คือ อำเภอสะเมิงรวมถึงบ้านปางเต๋มยังไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลักไว้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งยังมีการบุกรุกทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดมลภาวะจากการเผาและการใช้สารเคมีในภาคการเกษตร **โอกาส (O)** ของการท่องเที่ยวสะเมิงเกิดขึ้นเมื่อการท่องเที่ยวกลายเป็นวาระแห่งชาติ รัฐบาลมีนโยบายและงบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งเอื้อต่อนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศที่เลือกเดินทางมาสัมผัสวัฒนธรรม วิถีชีวิต ชาวบ้าน วิธีการเกษตรที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ **อุปสรรค (T)** ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ของบ้านปางเต๋ม อำเภอสะเมิง ได้แก่ ภัยธรรมชาติ ปัญหาสิ่งแวดล้อมและฝุ่นควันของภาคเหนือ การเข้ามาของธุรกิจนายทุนจากนอกพื้นที่ การขยายพื้นที่ชุมชนเมืองลูกล้า พื้นที่เกษตร ตลอดจนราคาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์สูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์พืหนานเจ้าของฟาร์มสเตย์และนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนเข้ามาใช้บริการของมายด์ฟูลฟาร์ม พบว่า แม้จะมีจุดอ่อนและอุปสรรคมากมาย แต่มายด์ฟูลฟาร์มนั้นไม่ได้รับผลกระทบมากนัก ออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ของพืหนานซึ่งทำฟาร์มแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไร้สารเคมีกลับมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการตลอดเวลา เพราะพืหนานเน้นความแตกต่างของสินค้าและบริการ ให้ความสำคัญกับความชอบความสนใจเฉพาะของ



นักท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจแบบ Niche market ผู้ไม่ได้เน้นมาตรฐานการท่องเที่ยว แต่เน้นการตอบสนองความพึงพอใจส่วนบุคคลที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร และพืชนานเองก็มีเครือข่ายฟาร์มสเตย์หลายฟาร์มที่มีกิจกรรมในรูปแบบที่แตกต่างกัน ช่วยเหลือกัน และสามารถส่งต่อนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่หลากหลายให้แก่กันได้ ซึ่งในส่วนนี้นักท่องเที่ยวเองส่วนใหญ่เห็นว่า สิ่งที่มาyardฟาร์มจัดให้นั้นเหมาะสมอยู่แล้วและดีอยู่แล้วสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเรียนรู้วิถีชาวบ้าน เรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ การได้ช่วยเหลือผู้อื่น การได้ฝึกสมาธิฝึกจิตวิญญาณ ราคาที่พักพร้อมอาหารไม่แพง และได้ใช้เวลาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับทั้งเจ้าของฟาร์ม ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยวจากหลายๆ ประเทศด้วยกัน ดังนั้น นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจจึงไม่ต้องการอะไรมากไปกว่านี้ สำหรับชาวบ้านเองมีความยินดีที่มีออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่มีชื่อเสียงของอำเภอสะเมิงในหมู่บ้าน มีนักท่องเที่ยวเข้ามาช่วยงานชาวบ้านในหมู่บ้านในชุมชน เด็กๆ ในหมู่บ้านได้เรียนภาษาอังกฤษ ร้านค้าในหมู่บ้านได้ทำมาค้าขาย รถโดยสารก็มีรายได้เพิ่มขึ้น maydฟาร์มเองก็มีการซื้อผักจากชาวบ้านหรือจ้างชาวบ้านไปช่วยงานในฟาร์มตามโอกาส ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของฟาร์ม นอกจากนั้นmaydฟาร์มยังมีกฎที่ชัดเจนในเรื่องของการประพฤติปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวภายในชุมชน จึงทำให้ชาวบ้านไม่รู้สึกว่าการรบกวนจากนักท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่า แนวทางการบริหารจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ของmaydฟาร์มมีความเหมาะสมกับทั้งตัวธุรกิจ สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบน้อยที่สุดต่อชุมชนหมู่บ้านปางเต๋มซึ่งสงบร่มเย็นด้วยความมีมิตรภาพของชาวบ้านภายในชุมชน

4. วิเคราะห์หาแนวทางการจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจและชาวบ้านในชุมชน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ซึ่งสามารถสรุปได้ 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

4.1 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรสร้างกิจกรรมภายในฟาร์มสเตย์ที่หลากหลายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้งระดับบุคคล ระดับฟาร์ม และระดับหน่วยงานเพื่อช่วยเหลือกันในด้านต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และภายในฟาร์มควรมีสัญญาณ internet และ Wi-fi เพราะฟาร์มสเตย์อยู่ในพื้นที่ห่างไกล แต่การเข้าถึงข้อมูลออนไลน์กลับเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ



4.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรสร้างสัมพันธ์อันดีกับชาวบ้านในชุมชน แนะนำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชาวบ้านเพื่อสร้างความคุ้นเคย และแนะนำสถานที่ต่างๆ ภายในชุมชน ข้อควรปฏิบัติให้สอดคล้องกับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมชุมชน และควรเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของฟาร์มมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชนต้องร่วมกันรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน อีกทั้งควรปรับปรุงสภาพแวดล้อม ที่พักอาศัยให้สะอาดสวยงาม ปราศจากขยะ ลดการเผาป่าและขยะ หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้เกิดและมลภาวะ

4.3 ผู้นำท้องถิ่นต้องมีความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มากขึ้น ตลอดจนกระตุ้นให้ให้ชาวบ้านเกิดความตื่นตัวในการร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในส่วนของภาครัฐควรมีการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้มีทางเลือกใหม่ๆ และทุกภาคส่วนควรร่วมกันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มสเตย์ และออร์แกนิกฟาร์มสเตย์อย่างเป็นรูปธรรม

5. อภิปรายผลการวิจัย

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มพัฒนาโดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า (Customization) และออกแบบสินค้าการท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อรายละเอียดความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ในหลายๆ รูปแบบ และมีการเปลี่ยนแปลงจากแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรายได้ หรือเน้นเงิน (Value for Money) ไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจากประโยชน์ (Benefit) ทั้งทางสังคม อารมณ์ รวมถึงคุณค่าที่คาดว่าจะได้รับจากสินค้าและบริการนั้นๆ ผู้ประกอบการที่สามารถตอบโจทย์ได้ตรงความต้องการของผู้บริโภคมักจะมีรายได้เปรียบเหนือคู่แข่งคนอื่นๆ และสามารถรักษาลูกค้าคุณภาพสูง ไว้ได้ในระยะยาว (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย [ททท.], 2559) ซึ่งผลการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกมาใช้บริการมายด์ฟูลฟาร์ม ออร์แกนิกฟาร์มสเตย์คาดหวังในประโยชน์ด้านการเรียนรู้การทำเกษตร



อินทรีย์ การทำอาหารมังสะวิรัต การฝึกปฏิบัติด้านจิตวิญญาณแบบวิถีไทยพุทธ การเรียนรู้สภาพสังคม วิถีชีวิต รวมถึงคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น ที่มีความแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ กล่าวได้ว่า ‘วิถีไทยหรือความเป็นไทย’ (Thainess) คือสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คาดหวัง เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชุมชนชอบสินค้าที่เน้นการมีประสบการณ์ร่วม เปิดรับและชื่นชอบประสบการณ์ใหม่ๆ เรียนรู้วัฒนธรรม และการได้ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับคนในชุมชน คุณค่าของการบริการคือการได้เรียนรู้ ได้การค้นพบสิ่งใหม่ และผูกพันกับนิเวศชุมชน การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative tourism) จึงถือว่าเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี เสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรีและความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมพบปะทำความเข้าใจและเข้าใจกัน (นิคมจารุณณี, 2544) อย่างไรก็ตาม เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) เห็นว่า แม้ว่าการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศ แต่หากการท่องเที่ยวขาดการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวที่ดี อาจก่อผลกระทบตามมาอย่างมากมาย เพราะการเข้ามาของการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นหลายเท่าตัว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงต้องมีความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ โดยพัฒนาวัฒนธรรมในสิ่งที่ดีและวัฒนธรรมภายนอกที่แตกต่างจากของตนมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแต่ต้องไม่ลืมคุณค่าวัฒนธรรมเดิมของตนด้วย (ฉันทัช วรรณถนอม, 2552) ซึ่งผู้ประกอบการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์มายด์ฟูลฟาร์มได้ตระหนักถึงข้อนี้ จึงได้มีการสร้างกฎระเบียบต่างๆ ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตัวให้เหมาะสมเมื่ออยู่ในชุมชน นอกจากนั้น ฟาร์มสเตย์ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะชุมชนเริ่มเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวว่าสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น จึงมีการช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้สวยงาม

จากการใช้หลักการตลาด 4 P อันประกอบด้วย การพิจารณาถึง ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ในการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ ในหมู่บ้านปางเตม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แม้ว่าสถานที่อยู่ห่างไกล เข้าถึงได้ยาก แต่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจเรียนรู้จักมายด์ฟูลฟาร์ม ออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ผ่านระบบออนไลน์ที่ทันสมัย และสามารถเดินทางเข้าไปยังมายด์ฟูลฟาร์มเพื่อเรียนรู้ด้านการทำการเกษตรอินทรีย์ และซึมซับด้านจิตวิญญาณแบบวิถีพุทธ อีกทั้งสนใจในวิถีชุมชนดั้งเดิมด้วย ซึ่งทางฟาร์มมีกิจกรรมต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ



นักท่องเที่ยว ตลอดจนคนในชุมชนยังยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมทำกิจกรรมทางการเกษตร กิจกรรมวิถีชีวิตชาวบ้าน และกิจกรรมประเพณีต่างๆ เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ ททท. (2559) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ ที่ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจแบบเดิมๆ (Wanderlust) พวกเขาต้องการ ค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ วัฒนธรรมใหม่ อาหาร กิจกรรม ที่ไม่เคยลอง พวกเขาอาจจะเดินทางไปยังจุดหมาย ทางการท่องเที่ยวหลายๆ แห่งมากกว่าอยู่ที่เดียว นอกจากนั้น ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวกลางแจ้ง (Sunlust) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เดียวทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างในระหว่างการอยู่ในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เป็นกลุ่มที่มีการสืบค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยว (Information Seeker) โดยพึ่งพิงแหล่งข้อมูล Online ร่วมกับข้อมูลจากนิตยสาร คู่มือนำเที่ยว เอกสารโบรชัวร์ และคำแนะนำจากบุคคลต่างๆ เพื่อคัดกรอง เปรียบเทียบ และวางแผนการเดินทางให้เป็นไปตามที่ต้องการ

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะและการเชื่อมโยงเครือข่ายถือเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างมูลค่าในการแข่งขัน และการพัฒนาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Benur & Bramwell 2015) มายด์ฟูลฟาร์ม ออร์แกนิกฟาร์มสเตย์เองก็มีเครือข่ายฟาร์มสเตย์ที่มีกิจกรรมที่หลากหลายแตกต่าง เพื่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และการส่งต่อนักท่องเที่ยวที่มีความชอบความสนใจเฉพาะด้านที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งถือเป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่แต่ละฟาร์มสเตย์ที่เป็นเครือข่ายกันได้รับประโยชน์จากการช่วยเหลือกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปแนวทางเดียวกับทัศนีย์ นาคเสนีย์, บุญองกาม เอี่ยมศรีปลั่ง, และ เบญจพร แยมจำเมือง (2564) ที่ศึกษาถึงการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจ พบว่าการสร้างเครือข่ายระหว่างพื้นที่ก็เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ช่วยเหลือพึ่งพากัน เป็นพันธมิตรภาคีป้องกันแก้ไขปัญหา วิฤตการณ์ต่างๆของกลุ่มร่วมกัน โดยเป็นอิสระ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ (สิริสุตานุยุต และคณะ, 2560) ที่ศึกษาถึง การเสริมสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในล้านนา พบว่า วัดใช้รูปแบบเครือข่ายแบบมีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายที่มีกิจกรรมต่างประเภทกันเข้ามารวมมือกันดำเนินกิจกรรม ร่วมมือประสานช่วยเหลือเกื้อกูลกัน นอกจากเครือข่ายในระดับฟาร์มด้วยกันแล้ว ผู้ประกอบการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ยังสร้างเครือข่ายกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ ระดับมหาวิทยาลัย และองค์กรจาก



ภายนอกในการช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสินค้าทางการเกษตร ซึ่งการสร้างเครือข่ายทางสังคมกับหน่วยงานอื่นๆ จะช่วยสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจฟาร์มสเตย์ ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภมาส แหวนวิเศษ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2560) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน และผู้มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ นายกเทศมนตรีและประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการศึกษาของ นพชัย ฟองอิสสระ (2559) ที่พบว่า ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์บ้านสองแควพัฒนาถูกสร้างผ่านความเชื่อและพิธีกรรมของชาติพันธุ์อาข่าแบบดั้งเดิมและถูกขับเคลื่อนโดยเทศบาลตำบลแม่ยาว อดีตผู้นำชุมชน ร่วมกับภาครัฐ ส่งผลให้การสร้างเครือข่ายทางสังคมการท่องเที่ยววัฒนธรรมและโฮมสเตย์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา ซึ่งการสร้างเครือข่ายทางสังคมต้องเริ่มจากความสัมพันธ์ส่วนตัวและลักษณะเฉพาะที่เกิดจากประสบการณ์ร่วมกัน มีการขยายเครือข่ายทั้งแนวราบแนวตั้ง ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และอาจมีความสัมพันธ์เชิงซ้อนซึ่งมีจุดมุ่งหมายบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนเชิงผลประโยชน์เป็นหลัก (ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์, ดุษฎี อายุวัฒน์, และ อรณัดดา ชินศรี, 2554) อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ประกอบการจะมีเครือข่ายภายในและภายนอกชุมชน แต่ผลการวิจัยพบว่า คนในชุมชนบ้านปางเต๋มีส่วนร่วมกับธุรกิจฟาร์มสเตย์ค่อนข้างน้อย เพราะถือว่าเป็นเรื่องของผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจในการดำเนินกิจกรรมของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สุรีย์ จันทรมล, วิราสิริ วสีวิสิริ, ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม, และ ศิริวรรณ วิเศษแก้ว (2561) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ไม่น้อยจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้ต้องดิ้นรนหาเลี้ยงชีพ และไม่เห็นความสำคัญของการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากหลายๆ กิจกรรมของมายด์ฟูลฟาร์มจะมีนักท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่าอาสาสมัครเข้าไปช่วยเหลือในกิจกรรมการเกษตรและกิจกรรมประเพณีต่างๆ ของชาวบ้าน และชาวบ้านก็มีความยินดีที่นักท่องเที่ยวเข้ามาช่วยงานในเทือกสวนไร่นา เพราะถือว่าได้ประโยชน์จากแรงงานอาสาสมัคร อีกทั้งชาวบ้านหลายคนก็อยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเกษตรต่างๆ ภายในชุมชนเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบอีกว่า การเข้าพักในฟาร์มสามารถช่วยในเรื่องของการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของชุมชนซึ่งมีความแตกต่าง ไม่เหมือนกับพื้นที่อื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแตกต่างจากบริบทของประเทศตะวันตก ซึ่งกลายเป็นสิ่งดึงดูดให้



นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนและวิถีแห่งจิตวิญญาณ ดังนั้น วัฒนธรรม และ ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนการดำเนินชีวิตประจำวันแบบดั้งเดิมของชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่น จึงควรแก่การรักษาไว้ เพื่อธำรงรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น และยังเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยว อยากเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้น แนวทางการบริหารจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่เหมาะสม และสามารถนำไปปรับใช้กับชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ ด้วยนั้น คือ กิจกรรมฟาร์มสเตย์และท่องเที่ยว เชิงเกษตรควรเน้นวิถีชีวิตชุมชนและวิถีไทย ซึ่งในประเด็นนี้การวิจัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ รัชฎาพร บุญเรือง (2564) ได้พบว่า ชุมชนมาบไพร จังหวัดนครนายกดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยการ จัดกิจกรรมในรูปแบบของฐานการเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงเกษตร การผลิตอาหารพื้นบ้าน กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ ฯลฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของ เกษตรกร ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ และการประกอบอาชีพ การเกษตรที่หลากหลาย ทั้งสัมผัสกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ซึ่งในประเด็นนี้กองวิจัยการตลาด ททท. (2559) เห็นว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดและการนำเสนอการท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และชุมชนควรเน้นการเป็นส่วนหนึ่งของแก่นแท้แห่งความเป็นไทย ผ่านความคิดที่ว่าทุก วัฒนธรรมนั้นได้ก่อร่างสร้างวิถี การดำเนินชีวิต และด้วยวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของไทยที่มี กุศโลบายและสร้างความเข้าใจเรื่องการใช้ชีวิต สิ่งนี้อาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ ประสบการณ์อันแตกต่างและไม่เหมือนจากที่ไหนอย่างแท้จริง โดยผู้ประกอบการและชุมชนควร สร้างสรรค์กิจกรรมที่ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชุมชน ได้สัมผัสประสบการณ์ที่ได้เป็น ส่วนหนึ่งกับชุมชนและเรียนรู้วัฒนธรรมไทยอย่างถ่องแท้ สามารถเรียนรู้ประเพณีร่วมไปกับการมี ประสบการณ์กับผู้คนในชุมชนอีกด้วย ซึ่ง Benur & Bramwell (2015) เสนอว่า ลักษณะเช่นนี้ จะก่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวให้ตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภค และยังคงเป็น พื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนที่หลากหลายแต่ผสมผสานกลมกลืนกัน

6. องค์ความรู้จากการวิจัย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังขาดข้อมูลงานวิจัยและองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบ ฟาร์มสเตย์ ทำให้การท่องเที่ยวแบบนี้ยังไม่ได้รับความสนใจและเป็นที่แพร่หลายของนักท่องเที่ยว ชาวไทย อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวออร์แกนิกฟาร์มสเตย์กลับเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และเอเชีย ทำให้การท่องเที่ยวออร์แกนิก ฟาร์มสเตย์มีโอกาสในการเติบโตและพัฒนา องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้เสนอถึงความสามารถใน



การจัดการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสรรพชีวิต มีกิจกรรมหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ (Niche Tourists) เน้นการรับรู้หรือการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวพิเศษร่วมกัน เน้นทำความเข้าใจกับการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ซึ่งผู้ประกอบการสามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้นตามความพึงพอใจและความสนใจในแต่ละบุคคลหรือนักท่องเที่ยวแต่ละคน และเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้เอง ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการและกลับมาใช้บริการอีก หรือชักชวนนักท่องเที่ยวอื่นๆ ให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น และแม้แต่ในภาวะวิกฤตของโรคระบาดโควิด 19 ซึ่งไม่มีนักท่องเที่ยว ทางฟาร์มสเตย์ก็ยังสามารถเลี้ยงตัวเองได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของฟาร์ม อีกประเด็นที่สำคัญ คือ กิจการฟาร์มสเตย์ต้องมีการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้านในชุมชน โดยมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้น้อยที่สุด ซึ่งถือเป็นความสำคัญของการท่องเที่ยวคุณภาพที่นับว่าเป็นกระบวนการที่คนใหม่ของแนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่เป็นการทำหายไปจากระบบการท่องเที่ยวเดิมที่เป็นแบบการท่องเที่ยวมวลชน (ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก 2561) ดังนั้น ผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์หรือผู้ที่สนใจทำธุรกิจฟาร์มสเตย์ อาจหันมาพิจารณาถึงต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนเป็นสำคัญ แล้วประยุกต์ใช้รูปแบบการจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์ บ้านปางเต้มาเป็นแนวทางในการจัดการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชน ซึ่งนอกจากจะนำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจและเอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจและชาวบ้านในชุมชนแล้ว ยังเป็นการช่วยธำรงรักษาวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชนอีกด้วย

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ชุมชน และระดับนโยบาย

1.1 ระดับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์ควรให้ความสำคัญและประสานความต้องการของนักท่องเที่ยวและของชาวบ้านภายในชุมชนให้เกิดความสมดุลสอดคล้องกันให้มากที่สุด โดยเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนได้มีกิจกรรมที่ได้รับผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อีกทั้งผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์ควรมีเครือข่ายฟาร์มสเตย์ที่มีกิจกรรมที่หลากหลายแตกต่าง เพื่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และการส่งต่อนักท่องเที่ยวที่มีความชอบความสนใจเฉพาะด้านที่แตกต่างกันออกไป



1.2 ระดับชุมชน ผู้นำชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นแล้วในชุมชน และการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเสนอทางเลือกที่หลากหลายแก่นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ส่วนชาวบ้านในชุมชนต้องช่วยกันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อดั้งเดิมไม่ให้สูญหายไป เพราะสิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นสินค้าที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจ

1.3 ระดับหน่วยงานและนโยบาย หน่วยงานท้องถิ่นในระดับตำบล ระดับเทศบาล และระดับอำเภอควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำฟาร์มสเตย์ เพราะพื้นที่ในอำเภอสะเมิงโดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตร และไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเด่นๆ มากนัก ในส่วนของนโยบายภาครัฐ รัฐควรสนับสนุนการท่องเที่ยวกระแสทางเลือกมากขึ้นนอกเหนือจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก เพราะการท่องเที่ยวกระแสทางเลือกมีตลาดเฉพาะเป็นของตนเอง ซึ่งไม่จำเป็นต้องแบ่งส่วนแชร์จากการท่องเที่ยวตลาดกระแสหลัก และรัฐควรมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ให้มากขึ้น เนื่องจากมีสถานการณ์ภายนอกมากระทบต่อการท่องเที่ยว แต่กิจการฟาร์มก็ยังสามารถอยู่ได้ สามารถสร้างผลิตผลทางการเกษตรและอาหารให้แก่ชุมชนและประเทศชาติได้อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เน้นที่การบริการจัดการออร์แกนิกฟาร์มสเตย์เพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีเพียงออร์แกนิกฟาร์มสเตย์เดียวที่สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่องทำให้ข้อมูลค่อนข้างจำกัด การศึกษาครั้งต่อไปอาจพิจารณาศึกษาฟาร์มสเตย์ที่มีความเฉพาะในลักษณะอื่นๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความต้องการตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลที่ได้สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการเตรียมตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มสนใจในอนาคต



เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวความสนใจเฉพาะ: กลุ่มรักษาพยาบาล กลุ่มสุขภาพความงาม กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มการแต่งงานและฮันนีมูน และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชุมชน* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ต ไวส์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2559. กลยุทธ์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจเฉพาะ. *TAT Review*, 2(4), 12-31.
- กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2559). *Customize Your Experience* กลยุทธ์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจเฉพาะ. *TAT Tourism Journal*, 4(2016), 32-49.
- ฉันทิช วรรณณอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: วิรัตน์เอดดูเคชั่น.
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์, บุญอังกาม เอี่ยมศรีปลั่ง, และ เบญจพร แยมจำเมือง. 2564. การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำแม่กลอง. สืบค้นจาก http://www.elfhs.ssru.ac.th/benjaporn_ya/file.php/1/_._56_.pdf
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ธนพฤษ ขามะรัตน์, ดุษฎี อายุวัฒน์, และอรนัลดดา ชินศรี. (2554). หมุดยึดคนกระจาย: เครือข่ายทางสังคมของนายหน้า แรงงานอีสาน. *วารสารลุ่มน้ำโขง*, 7(3), 27-52.
- นพชัย ฟองอิสสระ. (2559). รูปแบบการสร้างเครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าบ้านสองแควพัฒนา ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 15-41.
- นิคม จารุมณี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์. โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮาส์.
- บงกชมาศ เอกเอี่ยม. (2546). ทุนสังคม: ความหมายและกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีเครือข่ายสังคมกับการพัฒนาชุมชน. *วารสารส่งเสริมและพัฒนา*, 13(1), 14-17.



- ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด, ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช, รุ่งโรจน์ กลมเดชเดชา, และ ธนพนธ์ ตั้งตระกูล. (2553). *ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ.
- รัชฎาพร บุญเรือง. (2564). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(3), 404-419.
- ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ อีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4(1), 12-28.
- ศิริณา ขาวผ่องอำไพ. 2550. *วิธีปฏิบัติที่ดีและความเชื่อมโยงกับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ กรณีศึกษา: สนิมานะฟาร์มสเตย์ อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภมาส แหวนวิเศษ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาดำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด. *วารสารธรรมศาสตร์*, 36(1), 66-95.
- สิริสุตานุยุตม, พระครู, พระใบฎีกา ธวัชชัย, จันทน์สม์ ตาปลิง, และ จักรพงศ์ เพ็ญเวียง. (2560). *การเสริมสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด และชุมชนในลำนนา* (รายงานการวิจัย). ลำพูน: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน.
- สุรีย์ จันทน์โมลี, วิราสิริ วีสิริสวัสดิ์, ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม, และ ศิริวรรณ วิเศษแก้ว. (2561). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพ อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. *วารสารกรมการแพทย์*, 43(6), 126-131.
- Benur, A. & B. Branwell. (2015). Tourism Product Development and Diversification in Destinations. *Tourism Management*, 50(October), 213-224.