



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยว
วิสาหกิจชุมชน บ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า
ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม
บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน

MARKETING DEVELOPMENT OF AGRO-TOURISM
AND TOURISM SUPPLY CHAIN OF KHLONG YONG-
LAN TAK FA COMMUNITY DEE HOUSE GROUP, A CASE STUDY
OF THE COMMUNITY MILL, BAN CHANOTE COMMUNITY
ENTERPRISE, KHLONG YONG-LAN TAK FA COMMUNIT
LAN TAK FA SUBDISTRICT NAKHONCHAI DISTRICT
NAKHONPATHOM PROVINCE BASED ON COMMUNITY
INNOVATION RESOURCES

อารียา ภูระหงษ์, ศศิธร เจตานนท์*, ชินวัฒน์ ศาสสนันท์**, พูนทรัพย์ เศษศรี***

Ariya Poorahong, Sasitorn Chetanont*, Chinnawat Satsanant**, Poonsub Setsri***

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, e-Mail: ariya.po@ssru.ac.th

Lecture, Social and Cultural Management, Faculty of Humanities and Social Sciences

Suan Sunandha Rajabhat University, e-Mail: ariya.po@ssru.ac.th

(Received: 2022, February 12; Revised: 2022, April 28; Accepted: 2022, April 30)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางการพัฒนา

*, ***อาจารย์ประจำวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม,
e-Mail: sasitorn.ch@ssru.ac.th, poonsub.sa@ssru.ac.th (Corresponding Author)

Lecture, College of Hospitality Industry Management, Suan Sunandha Rajabhat University Nakhonpathom,
e-Mail: sasitorn.ch@ssru.ac.th, poonsub.sa@ssru.ac.th (Corresponding Author)

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,
e-Mail: chinnawat.sa@ssru.ac.th

Assistant Professor, Forensic Science, Faculty of Science and Technology, Suansunandha Rajabhat University,
e-Mail: chinnawat.sa@ssru.ac.th



การตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชน คลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชน คลองโยง-ลานตากฟ้า กลุ่มที่ 2 ประชาชนภายในชุมชน และ กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มละ 10 คนทั้งหมด 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถนำมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ แหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชน วิถีชีวิตการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์

ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้าพบว่า มี 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) การมีส่วนร่วมของห่วงโซ่อุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ของวิสาหกิจชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำเป็นจะต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องต่าง ๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์ของสินค้าเกษตรของชุมชน กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับ เป็นต้น 2) กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ประกอบด้วย อันดับที่ 1 คือ การจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline อันดับที่ 2 คือ การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า อันดับที่ 3 การส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชน อันดับที่ 4 ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่วิสาหกิจดำเนินการอยู่มีคุณภาพ และอันดับที่ 5 ราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า

สำหรับแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า คือ 1) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องร่วมมือกันในการพัฒนา 2) ดำเนินการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3) ช่วยกันสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์ 4) ช่วยกันดำเนินการส่งเสริมการขาย 5) ดำเนินการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพ และต้องขายสินค้าและบริการ 6) ที่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าที่มีความ



เหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ

คำสำคัญ: การพัฒนาการตลาด, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, วิสาหกิจชุมชนบ้านโหนดชุมชน
คลองโยง-ลันตากฟ้า

ABSTRACT

This research aimed to investigate the potential of agro-tourism, the factors to develop agro-tourism marketing, and guidelines to marketing development of Agro-tourism and tourism supply chain on the basis of community innovation resources of Ban Chanod Klongyong-Lantakfah Community Enterprise, Lantakfah Sub-district, Nakhon Chaisi District, Nakhon Pathom Province. The key informants of this qualitative research were members of Ban Chanod Klongyong-Lantakfah Community Enterprise, people in the community, and Thai tourists. This research collected data from a total of 30 key informants subdivided into a group of 10 informants. The interview was applied as a tool of this study. The results showed that the potential in agro-tourism of Ban Chanod Klongyong-Lantakfah Community Enterprise had attractions which could bring to the agro-tourism places, such as, organic agriculture learning center, community enterprise, lifestyle of doing organic agriculture according to the Sufficiency Economy Philosophy, and learning-based activities of organic agriculture. The factors to develop agro-tourism marketing of Ban Chanod Klongyong-Lantakfah Community Enterprise were as follows: 1) Supply chain participation (stakeholders) of the community enterprise for agro-tourism should participate in the development of agro-tourism of community enterprises in various matters such as products or activities of agricultural community and the benefits that stakeholders will receive, 2) Marketing strategy applied for developing agro-tourism of the community consisted of (1) providing both online and offline public relations channels for products and services of the community enterprise related to agro-tourism, (2) building brand showing the identity of Ban Chanod Klongyong-Lantakfah organic agriculture community, and



(3) promoting sales of the community enterprise. Moreover, (4) the agricultural products of the community enterprise are of quality and (5) the price of community enterprise products is appropriately set. Therefore, the guidelines for the development of agro-tourism marketing are that the members of the community enterprise and people in the community must cooperate in the development, must establish a public relations channel for the products and services, build brand which shows the identity, need to help promote sales, and should always take part in maintaining the product quality and product price of the community enterprise to be appropriate.

Keywords: Marketing Development, Agro-tourism, Ban Chanod Klongyong-Lantakfah Community Enterprise.

บทนำ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมเนื่องจากประชากรไทยภายในประเทศส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งมีปัญหารายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต จึงทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนเล็งเห็นปัญหานี้จึงได้พยายามหาแนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนใช้การเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ มาพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตการทำการเกษตรของชุมชน ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเลือกที่จะเดินทางเข้าไปเรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตของการทำการเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำนา การปลูกผัก การเก็บผลไม้ และการนำผลผลิตจากการเกษตรมาทำอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ผลผลิตทางการเกษตรยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเป็นของฝากให้กับบุคคลอื่น ๆ ได้ ขณะนี้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกว่า 1,215 แห่ง โดยแบ่งเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชน 969 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวของส่วนราชการ 87 แห่ง และศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตสินค้าเกษตร 163 แห่ง (ชมรอส ดอเลาะ และประจวบ ทองศรี, 2563) ทั้งนี้คาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น ซึ่งจะกลายเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรของชุมชนและจะทำให้รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้น



ชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีการทำการเกษตรที่เน้นการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสมาชิกภายในชุมชนได้มีเจตนารมณ์ร่วมกันว่าภายหลังจากที่มีความมั่นคงในที่ดินทำกิน ด้วยบริหารจัดการในรูปแบบโนนดงชุมชนและมีแผนการใช้ที่ดินมุ่งพัฒนาพื้นที่ไปสู่เกษตรกรรม ยั่งยืนในระยะยาวแล้วนั้น ทางชุมชนได้มีการเริ่มการจัดตั้งโรงสีชุมชนและจัดตั้งกลุ่มปลูกผัก ปลอดภัยเพื่อใช้ในการบริโภคและเพื่อเป็นสินค้าของชุมชนในการจัดจำหน่ายไปยังพื้นที่ อื่น ๆ โดยมุ่งเน้นผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคผักปลอดภัยและสินค้าที่เป็นสินค้าเกษตร อินทรีย์ ชุมชนคาดการณ์อนาคตจะมีผู้สนใจบริโภคสินค้าที่มาจากการทำงานเกษตรอินทรีย์ เพื่อปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ภายในชุมชน ยังมีแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชน วิธีชีวิตการทำงานเกษตรอินทรีย์ตามหลัก ทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำงานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง- ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมได้ (อารียา ภูระหงษ์, 2564)

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่านวัตกรรมชุมชนที่เกิดจากคนในชุมชน จะเป็นเครื่องมือที่ยั่งยืนในการ ยกระดับคุณภาพชีวิตและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ทั้งนี้การท่องเที่ยวจะเป็นส่วนเติมเต็ม ในการดำรงชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ผ่านรายได้จากการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานชุมชน ให้คน เกิดความรู้สึกรัก ภาคภูมิใจในบ้านเกิด วิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยงลานตากฟ้า มีลักษณะการรวมกลุ่มที่มุ่งพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืน ไม่ใช้ยาฆ่าแมลงและเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นเกษตรผสมผสาน ทั้งทำนาข้าวพันธุ์พื้นเมือง ทำนาทุ้ง นาบัว และการปลูกพืชผักหลายชนิด ชุมชนมีความพร้อมด้านต้นทุนในพื้นที่อยู่แล้ว แต่ยังขาดการทำการตลาดท่องเที่ยวที่จะช่วย เพิ่มมูลค่าของพื้นที่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาต่อยอดด้านการท่องเที่ยว เชิงเกษตร โดยจะศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เชิงเกษตรและห่วงโซ่ อุปทานของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน

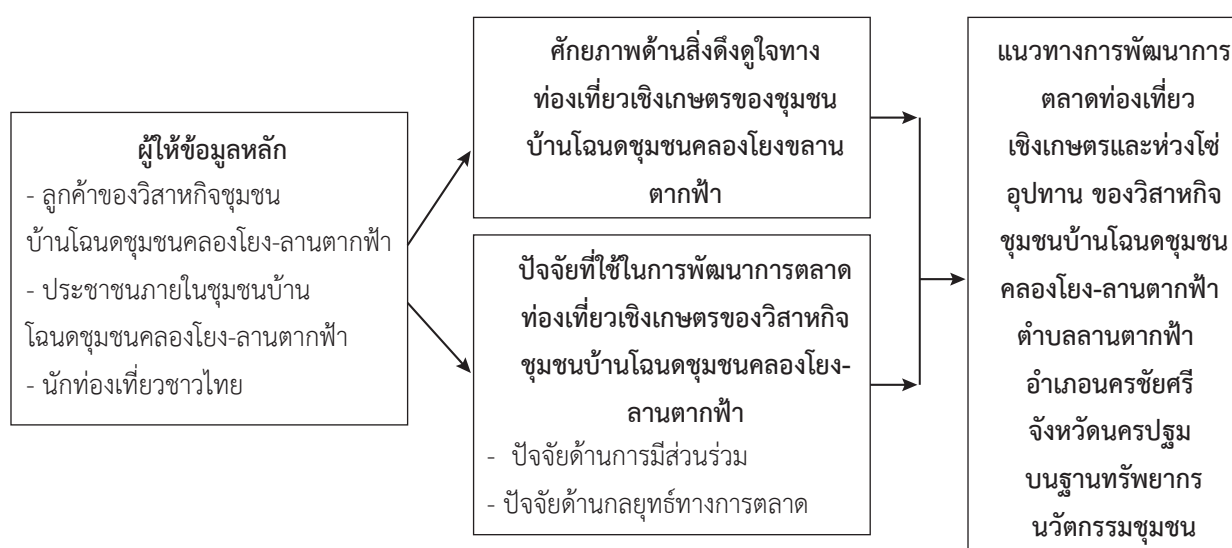
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่ อุปทานของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน



กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดมาประกอบการศึกษาวิจัยทั้งหมด 4 ทฤษฎี ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม และทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ 1) ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า 2) ประชาชนภายในชุมชน และ 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มละ 10 คน รวมทั้งหมด 30 คนโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) มีค่า IOC = .50 แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนที่ 2 ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-



ลานตากฟ้า และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยเรียงลำดับความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญที่จะนำมาเขียน ในงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ และใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพของชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถนำมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ 1) แหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ มีลักษณะทางกายภาพของชุมชน เช่น ที่ตั้ง อาณาเขต การเดินทาง ภูมิอากาศ อยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผู้สนใจและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเรียนรู้การทำ การเก็บ และการเพาะปลูกผักอินทรีย์ตามช่วงวงจรรอบที่ทางชุมชนได้มีการดำเนินการอยู่ภายในชุมชน ได้แก่ การปลูกผัก การทำนา และการเก็บผลไม้ 2) วิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นเพื่อมุ่งเน้นกระบวนการของการทำเกษตรอินทรีย์และการขยายความรู้ที่ได้จากการทำเกษตรอินทรีย์ไปยังพื้นที่อื่น ๆ อีกทั้งเป็นศูนย์รวมสินค้าทางการเกษตรของชุมชนเพื่อส่งขายให้กับลูกค้า สมาชิกและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาภายในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งการเรียนรู้แลกเปลี่ยนกับชุมชนอื่น ๆ ที่มีความสนใจในการทำการเกษตรอินทรีย์ 3) วิถีชีวิตการทำการเกษตรอินทรีย์ตามหลักทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เป็นชุมชนที่ทำการเกษตรตั้งแต่มีการได้รับโฉนดชุมชนแห่งแรกของประเทศไทย มีพื้นที่ 1,800 ไร่ โดยที่ประชาชนภายในชุมชนมีความต้องการที่จะมุ่งเน้นการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิธีการทำการเกษตรรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช้สารเคมี จึงทำให้เกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์กันระหว่างสมาชิก และเป็นพื้นที่สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้คุณภาพของประชาชนภายในชุมชนบริโภคอาหารที่ปลอดภัย โดยเริ่มการเกษตรอินทรีย์อันแรกคือการปลูกข้าวหอมพันธุ์นครชัยศรี และจัดตั้งโรงสีภายในชุมชนเพื่อรองรับการสีข้าวของสมาชิกเพื่อใช้ในการบริโภคและการจำหน่ายเมื่อเหลือจาก



การบริโภคภายในครัวเรือน นอกจากนี้ชุมชนยังได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้การทำเกษตรอินทรีย์ มีความมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้การทำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของรัชกาลที่ 9 มาประยุกต์กับการทำเกษตรอินทรีย์ 4) กิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ ของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ได้จัดกิจกรรมสำหรับผู้สนใจในการทำเกษตรอินทรีย์ การทำผลผลิตที่ได้จากการทำเกษตรอินทรีย์มาแปรรูปให้เป็นของฝากที่ผู้สนใจสามารถนำกลับได้ โดยการสาธิต และให้ผู้สนใจได้ลงมือปฏิบัติจริง ในพื้นที่ของชุมชน เช่น ฐานการเรียนรู้การทำพืชซ่าข้าวหอม ฐานการเรียนรู้การทำขนมครกข้าวหอม ฐานการเรียนรู้การทำขนมละเลงแซะ ฐานการเรียนรู้การทำปุ๋ยหมัก เป็นต้น

2. ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า 1) ปัจจัยการมีส่วนร่วมของห่วงโซ่อุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ของวิสาหกิจชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ 1.1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจริเริ่มโครงการ ซึ่งประชาชนภายในชุมชนรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเมื่อชุมชนจะมีการพูดคุยกันอยู่เรื่อย ๆ เพื่อแจ้งและประกาศให้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่ชุมชนจะทำการพัฒนาชุมชนเพื่อให้ทุกคนภายในชุมชนได้มีการออกความคิดเห็นและแบ่งปันความรู้ที่มีอยู่ให้คนอื่น ๆ ได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป 1.2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว ชุมชนจะมีการประชุมเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ที่จะนำมาใช้ในการวางแผนกิจกรรมให้สอดคล้องกับการเป็นชุมชนเกษตรอินทรีย์ภายใต้ผลผลิตของชุมชนเอง 1.3) การมีส่วนร่วมในการร่วมจัดสรรผลประโยชน์ ชุมชนมีการแบ่งผลประโยชน์ภายใต้การเป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน แม้ว่าชุมชนจะเกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชนก็ตาม และ 1.4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน เนื่องจากชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้ามีการบริหารจัดการชุมชน ภายใต้วิสาหกิจชุมชนซึ่งมีการประเมินผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว จึงไม่มีปัญหาในเรื่องของการมีส่วนร่วมในประเมินผลดำเนินงานหากมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นภายในชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า 2) ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน คือ 2.1) การจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของ



วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ได้เข้าถึงข้อมูลและการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนได้ ขณะนี้ชุมชนกำลังดำเนินการนำช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เป็น Online เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ผ่าน Facebook ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนลานตากฟ้า 2.2) การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้าเพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวจดจำได้ผ่านตัวบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากตอนนี้วิสาหกิจชุมชนมีแบรนด์ที่ยังไม่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนทำให้ชุมชนยังไม่เป็นที่สนใจและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง 2.3) การส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชนโดยมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือแจกของสมนาคุณต่าง ๆ ในเทศกาลสำคัญ ๆ ให้กับลูกค้า นักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายของวิสาหกิจชุมชน 2.4) ผลลัพธ์ทางการเกษตรที่วิสาหกิจดำเนินการอยู่มีคุณภาพ ดังนั้นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและประชาชนภายในชุมชนต้องช่วยกันรักษาคุณภาพของสินค้าให้เหมือนเดิมตลอดไป และ 2.5) ราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า

3. แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทาน

1) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องร่วมมือกันในการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ผลลัพธ์ของสินค้าเกษตรของชุมชน กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวภายในชุมชน รวมถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับ เป็นต้น

2) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ได้เข้าถึงข้อมูลและการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนได้

3) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันการสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้าเพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวจดจำได้ผ่านตัวบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

4) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน โดยมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือแจกของสมนาคุณต่าง ๆ ในเทศกาลสำคัญ ๆ ให้กับลูกค้า นักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายของวิสาหกิจชุมชน



5) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนพึงพอใจและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการภายในชุมชน

6) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนพึงพอใจและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการภายในชุมชนต่อไป

อภิปรายผล

ศักยภาพของชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรีจังหวัดนครปฐม นับว่ามีศักยภาพในการมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถนำมาสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีวิถีชีวิตการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านทรัพยากรบุคคล มีความเข้มแข็งผ่านการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประธานกลุ่มคุณนันทา ประสารวงษ์ มีภาวะความเป็นผู้นำที่ดี สร้างแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และกิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ สอดคล้องกับนาตยา เกตุสมบุญ และวันทนา เนาว์วัน (2562) ที่ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวหมู่บ้านสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ คือ รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำและเกษตรกรรม ดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของขวัญชนก พุทธจันทร์ (2563) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ที่กล่าวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือ Agritourist” คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร

ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า คือ 1) การมีส่วนร่วมของห่วงโซ่อุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) จะต้องเข้ามามีส่วนช่วยในการตัดสินใจริเริ่มโครงการ การวางแผนกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว การร่วมจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชน และการ



ร่วมประเมินผลการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของวชิรวัชร งามละม่อม (ออนไลน์, 2559) และ Cohen & Uphoff (1981) ที่กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนร่วมมือกันการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เสมอภาคนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานเพื่อพัฒนาหรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความเชี่ยวชาญของแต่ละคนในการแก้ปัญหาของชุมชนและพัฒนางานในกลุ่มให้มีความโปร่งใสและให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้น 2) การตลาดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ประกอบด้วย อันดับที่ 1 คือการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งที่เป็น Online และ Offline อันดับที่ 2 คือ การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า อันดับที่ 3 การส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชน อันดับที่ 4 ผลิภัณฑ์ทางการเกษตรที่วิสาหกิจดำเนินการอยู่มีคุณภาพ และอันดับที่ 5 ราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Bowen, & Makens (2003) ที่กล่าวไว้ว่าการนำเอาหลักการส่งเสริมการตลาด 7P's มาใช้ในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการซึ่งมีความแตกต่างจากการตลาดของสินค้าทั่วไปจะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกมาใช้ในการศึกษาเพียง 5P's ซึ่งเพียงพอต่อการศึกษาในหัวข้อการวิจัยครั้งนี้

สรุปได้ว่า การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวมีทั้งหมด 6 แนวทาง ดังนี้ 1) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องต่าง ๆ 2) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline 3) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันการสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า 4) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนด้วยวิธีต่าง ๆ 5) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพ และ 6) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนที่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งทางด้านพื้นที่และมีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการนำมาเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

2. การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววิถีชุมชนในแง่มุมอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *ท่องเที่ยวเกษตรทั่วถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ขวัญชนก พุทธจันทร์. (2563). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรอร ห่อเลาะ และประจวบ ทองศรี. (2563). การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ตันหยงเปาว์ ตำบลท่าก้ำ อำเภอนองจิก จังหวัดปัตตานี. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 37(1), หน้า 80-111.
- นัตยา เกตุสมบุญ และวันทนา เนาว์วัน. (2562). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*. 25(1), หน้า 81-93.
- วชิรวัชร งามละม่อม (2559). *ทฤษฎีการมีส่วนร่วม* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post_79.html [2564, 15 พฤศจิกายน].



- วาสนา สุรีย์เดชะกุล. (2564). *รายงานวิจัยการสร้างศักยภาพในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษามาตรการคุ้มครองการจ้างแรงงานในงานเกษตรกรรม ต.คลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2547). *ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธยา พลศรี. (2547). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อารียา ภูระหงษ์. (2564). *รายงานวิจัยโครงการพัฒนาศักยภาพในการจัดการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Cohen, John M., & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure For Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York, NY: Cornell University Press.
- Kotler, Philip., Bowen, John., & Makens, James. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.