

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ
จังหวัดสุพรรณบุรี

MARKETING MANAGEMENT GUIDELINES FOR AGRITOURISM PROMOTION OF BUDDHIST
COMMUNITY ENTERPRISES SUPHANBURI PROVINCE

พระครูใบฎีกาศักดิ์ดนัย เนตรพระ¹ และ เอกมงคล เพ็ชรวงษ์²

Phrakhrubaidika Sakdanai Natepra¹ and Aekmongkol Phetwong²

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Suphanburi Buddhist College

Email : phrakhugong@gmail.com²

Received 4 December 2022; Revised 26 December 2022; Accepted 21 December 2023.



บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมวิจัยคือผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้นำชุมชน ใช้การเลือกแบบเจาะจงจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 4 แห่ง เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ SWOT จัดเวทีเสวนา สังเกต และการตรวจเยี่ยมประเมินผลประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบอุปนัยและเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงอนุมานและเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนวิถีพุทธ มีทั้งปัจเจกชนและคณะบุคคลเป็นเจ้าของกิจการสร้างคุณค่าคุณค่าทรัพยากรธรรมชาติท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีระบบเทคโนโลยีและระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย การคมนาคมสะดวก มีกิจกรรมให้บริการทุกกลุ่มทุกวัย มีผลิตผลทางเกษตรปลอดสารพิษและของฝากไว้บริการ 2) องค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก มีค่าคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 72.75 คะแนน สอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แต่ต้องมีการเสริมสร้างการจัดทำแผนพัฒนาองค์กร เปิดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกกิจกรรม และ 3) แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ได้แก่ (1) การยกระดับองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่มาตรฐานคุณภาพ (2) การบริหารจัดการองค์ประกอบหลักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการ (3) การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำสำคัญ การจัดการตลาด; การท่องเที่ยวเชิงเกษตร; วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ

Abstract

This research aims to 1) Study the current situation of agritourism promotion market management. 2) Study the main components and management of agritourism promotion marketing; and 3) Propose guidelines for marketing management, promoting agritourism and increasing distribution channels for Buddhist community enterprise products Suphanburi Province. It is a participatory action research. The key informant and co-researcher were entrepreneurs, community members and community leaders. Using a specific selection from four agritourism community enterprises: Collecting data from group discussions, in-depth interviews, SWOT analysis, discussion forums, observations, and visits to evaluate operating results. Content data were analyzed inductively and quantitatively, using inferential and descriptive statistics.

The research showed that 1) Current situation, marketing management for Buddhist community agricultural tourism promotion there are both individuals and groups of people owning businesses that value local natural resources as an agricultural tourist attraction. There are modern technology and security systems, convenient transportation, activities for all groups and ages. There are non-toxic agricultural products and souvenirs to serve. 2) The main components and management of the marketing mix to promote agritourism as a whole passed the quality standard of agritourism at a very good level. The mean total score was 72.75 points, consistent with the interviews with key informants, but there must be a strengthening of the organization development plan and open to the community to participate in all activities. and 3) market management guidelines for promoting agritourism and increasing distribution channels for Buddhist community enterprise products, they are: (1) upgrading the main components of agritourism to quality standards. (2) management of the main components of agritourism sites in relation to the service marketing mix. (3) providing opportunities for communities to participate in the management of agricultural tourism sites.

Keywords: Market Management; Agricultural Tourism; Buddhist Community Enterprise

บทนำ

ตลาดการท่องเที่ยวนี้มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ในส่วนตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังจะขึ้นมาเป็นกระแสหลักหลัง COVID-19 จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญหลายท่านมองว่า การท่องเที่ยวแบบนี้ตอบโจทย์ทั้งการหลีกเลี่ยงพื้นที่ชุมชนหนาแน่น ได้ประสบการณ์ถึงผจญภัย ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ โดยกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คือจุดหมายที่น่าจะได้ประโยชน์จากเทรนด์นี้มากที่สุด เพราะเป็นการท่องเที่ยวกลางแจ้งท่ามกลางธรรมชาติ พักผ่อนในบ้านพักกลางป่า และเน้นการรับประสบการณ์ สอดคล้องกับ ราณี อิศัยกุล (Isichaikul, R.,2017) กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการ

ดำรงชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี และนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร

บริบทของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในสามจังหวัดกลุ่มภาคกลางตอนล่าง (แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ปีงบประมาณ พ.ศ.2562-2565 : (ออนไลน์) ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรทางธรรมชาติและการเกษตร รวมถึงเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญเมืองหนึ่งในภูมิภาคภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ได้มีเป้าหมายการพัฒนาให้เป็นเมืองเกษตรกรรมยั่งยืน เศรษฐกิจเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดีสังคมมีสุข พื้นที่ตั้งมีความเหมาะสม รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมและมีความพร้อมในการรองรับการขยายตัว มีระบบชลประทานครอบคลุมร้อยละ 73.9 ของพื้นที่การเกษตร ได้รับการสนับสนุนการเกษตรจากจังหวัดให้สามารถเพาะปลูกได้ตลอดปี มีศักยภาพการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อการส่งออกและอุตสาหกรรมสนับสนุนในภาคสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและความพร้อม มีแหล่งเรียนรู้ที่สนับสนุนการเกษตรครอบคลุมทั้งการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมงและการป่าไม้ ซึ่งสนับสนุนศักยภาพการเกษตร และสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ทางการเกษตรได้ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิต มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิตเชิงประวัติศาสตร์ พุทธศาสนาและแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกอำเภอ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง ชุมชนหมู่บ้านควาย ชุมชนบ้านท่าคอย อำเภอศรีประจันต์ ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วย อำเภอเมือง ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เป็นต้น จังหวัดสุพรรณบุรีแม้จะมีจุดแข็งและโอกาสดังกล่าวก็ตามจากการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สัมภาษณ์กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ ทั้ง ๔ แห่ง, : 2565) ยังพบจุดที่ควรพัฒนา ได้แก่ ปัญหาการท่องเที่ยวของโครงสร้างพื้นฐานที่ยังกระจายไม่ได้เท่าที่ควร รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญยังไม่ครอบคลุมและทั่วถึง ประชาชนในหมู่บ้านมักจะไม่มีความกังวลเรื่องทรัพยากรธรรมชาติวันถูกทำลาย ขาดทักษะในการสร้างความเชื่อมั่นและความต้องการของลูกค้าโดยตรง ช่องทางการจำหน่ายไม่มีกฎหมายตัว ซึ่งจะถูกกำหนดโดยสถานะตลาด ตัวกำหนดราคาจะแปรไปตามฤดูกาล และการจัดการส่งเสริมการขายยังขาดการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เป็นต้น สอดคล้องกับ รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนโดยองค์กรแบบพหุภาคีชุมชนวังยาง จังหวัดสุพรรณบุรี (Khamkerd, T., et al.: 432-450) ระบุว่า ชุมชนวังยางและชุมชนอื่น ๆ ที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอศรีประจันต์ ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง จากการพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน พบว่า เป็นกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในระดับชุมชนเพียงด้านเดียว ทำให้เกิดช่องว่างในการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่จำกัดและไม่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอ รวมถึงขาดกลไกกลางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับอำเภอที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงจากชุมชนสู่ระดับจังหวัด การส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการดำเนินงานตามพันธกิจของหน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่ ขาดการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ยังสนับสนุนไม่ตรงประเด็น และขาดการสนับสนุนในมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การนำองค์ประกอบหลักหรือมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาเป็นกรอบในการส่งเสริมตลาดด้านบริการ (7Ps)(Serirat, S., et al., 2009) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เชื่อว่าจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีมาตรฐานคุณภาพ มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทุกฤดูกาล

จากปัญหา/อุปสรรค ความต้องการและความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดังกล่าวนี้นี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนาม รวบรวมประเด็นปัญหา/อุปสรรค ข้อจำกัดและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเบื้องต้นแล้ว จึงมีความสนใจที่จะยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอขอรับทุนโครงการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และได้รับอนุมัติให้เป็นหนึ่งในสามโครงการย่อย โดยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แบ่งการวิจัยเป็น 3 ระยะ ระยะที่ 1 เชิญผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ SWOT ระยะที่ 2 จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว ระยะที่ 3 เสนอแนวทางการบริหารจัดการตลาดการท่องเที่ยวให้ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบหลักและการจัดการส่วนประสมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ผสมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ทราบถึงประเด็นในรายละเอียดที่สำคัญ และมีความครอบคลุมในเนื้อหาสาระสำคัญที่ทำการศึกษอย่างครบถ้วนและจะทำให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึก (In-depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงตรรกะได้ (Analytic Induction) รวมทั้งมีการศึกษาจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยภาคสนาม (Field Research) ซึ่งผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวิจัยได้จัดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย (Research Process)

คณะผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริบทพื้นที่วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง มีกรรมการเข้าร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบัน

ผลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาข้อมูลในประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน/ภายนอกและเสนอแนวทางการจัดการ

การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการสรุปความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มในแต่ละประเด็นแต่ละด้าน วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบการวิจัย จัดกลุ่มข้อความที่ไปในแนวทางเดียวกัน ตัดข้อความที่ไม่สัมพันธ์กับคำถามออกไป แล้วนำมาสรุปเนื้อหาให้กระชับ สั้นกระชับและเรียบเรียงข้อมูล แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 16 ราย ได้แสดงความเห็นอย่างอิสระ ให้แนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอประสบการณ์ของการบริหารจัดการวิสาหกิจที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนร่วมกันอภิปรายเชื่อมโยงเรื่องระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความคิดเห็นด้านโอกาส/อุปสรรค/จุดแข็ง/จุดอ่อน นอกจากนี้ยังยินดีสมัครเข้าร่วมวิจัยกับโครงการวิจัย จำนวน 13 ราย ดังนั้น เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกับการจัดการตลาดด้านอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องสินค้าหรือทดลองได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ คณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น

ประเด็นที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้การวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของ PESTEL Analysis

ประเด็นที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ SWOT Analysis

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมทั้ง 4 แห่ง โดยใช้ SWOT Analysis จากข้อมูลปฐมภูมิในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์แบบทางการและกึ่งโครงสร้างผ่านระบบ Zoom Meeting เพื่อค้นหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคการฝึกอบรมส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ และดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ในรูปแบบแมทริกซ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis ทำให้ได้กลยุทธ์เพื่อประกอบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถแบ่งออกได้ 4 กลยุทธ์ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก (S-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงรุก ดังนี้

1.1 ควรมุ่งพัฒนาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทั้งทางประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศน์ และเชิงเกษตร เป็นต้น

1.2 ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สุพรรณบุรีให้ยั่งยืน

1.3 ควรรวมพลังชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ร่วมดูแล แบ่งปันผลประโยชน์ให้ชุมชน

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงป้องกัน ดังนี้

2.1 ควรสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มกิจกรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวบนรากฐานวิถีชุมชนเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดกิจกรรมสาธิต การให้ความรู้ การลงมือปฏิบัติที่คำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก

2.3 ควรส่งเสริมให้เกษตรกรนำผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีสารปนเปื้อนตกค้าง หรือไร้สารปนเปื้อนมาจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว

2.4 ควรพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวให้เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมการตลาดดิจิทัล

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W-O Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงแก้ไข ดังนี้

3.1 ควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละวัย

3.2 ควรพัฒนาองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

3.3 ควรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและมุ่งกลุ่มผู้บริโภคทุกวัย

3.4 ควรมีการศึกษาข้อมูลและประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงในทุกระดับ ตั้งแต่ ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ

3.5 ควรร่วมกับสถาบันทางการศึกษาในการพัฒนาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4) กลยุทธ์เชิงรับ (W-T Strategy) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกที่อุปสรรคซึ่งมีผลกระทบต่องานวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม นำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชิงรับ ดังนี้ 1) ควรพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพการบริหารจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ควรร่วมกันสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทเป็นคู่ค้าหรือพันธมิตร 3) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวในองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 การจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 4 ผลการสังเคราะห์

ส่วนที่ 5 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ผลของการวิจัย

แนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่องแนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์พืชท้องถิ่นสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาบริบทวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วิสาหกิจท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วมีจำนวน 21 แห่ง พบว่า อำเภออุทุมพร มีวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จดทะเบียนมากที่สุด จำนวน 8 แห่งคิดเป็นร้อยละ 38.09 รองลงมาได้แก่ อำเภอด่านช้าง มีจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.29 และอำเภอที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอเดิมบางนางบวชและอำเภอสามชูก จำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

มีการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการวิจัย คณะผู้วิจัย ได้ดำเนินการคัดกรองโดยการสอบถามกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อทวนสอบกับเกณฑ์คุณสมบัติพื้นฐาน พบว่า วิสาหกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคุณสมบัติไม่ผ่านเกณฑ์เบื้องต้น และบางวิสาหกิจท่องเที่ยวมีศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการตลาดในระดับดีถึงดีมาก ดังนั้น จึงเหลือวิสาหกิจท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติและสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 4 แห่ง ร่วมกันนิสิตจิตอาสาได้ออกจัดเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อเข้าเยี่ยมชมวิสาหกิจการท่องเที่ยว สังเกตลักษณะทางกายภาพ เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวในเบื้องต้นสอบถามช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา ชนิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และอื่น ๆ สรุปผลการเข้าเยี่ยมชม

พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์สมหวังที่วังยาง มีกรรมการเข้าร่วมสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25

จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 16 ราย ได้แสดงความเห็นอย่างอิสระ ให้แนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้เสนอประสบการณ์ของการบริหารจัดการวิสาหกิจที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนร่วมกันอภิปรายเชื่อมโยงเรื่องระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความคิดเห็นด้านโอกาส/อุปสรรค/จุดแข็ง/จุดอ่อน นอกจากนี้ยังยินดีสมัครเข้าร่วมวิจัยกับโครงการวิจัย จำนวน 13 ราย

สรุปผลการดำเนินงานในระยะที่ 1 ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านการออกแบบ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการตลาด ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งหัวหน้าส่วนราชการ หอการค้าจังหวัด เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานและร่วมกันพิจารณาหายุทธวิธีในการหาแนวทางในการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ประชุมคณะผู้ทรงคุณวุฒิมีมติร่วมกันให้ดำเนินการตามหลักการ ให้มีการยกระดับและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านตลาดออนไลน์และส่วนประสมทางการตลาด มาเป็นเครื่องมือในพัฒนาการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีคุณภาพ มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลัก (7Ps) คือ ทั้งนี้มอบให้คณะผู้วิจัยไปจัดทำหลักสูตรและหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญมาฝึกอบรม

ระยะที่ 2 ผลสัมฤทธิ์จากการฝึกอบรม ส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาส่วนประสมการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี แล้วนำไปจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมโดยใช้กระบวนการ PLC. กับกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สมัครใจเข้าร่วมวิจัย จำนวน 13 ราย ในเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps” และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดฝึกอบรมผู้ร่วมวิจัยระหว่างวันที่ 16-17 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุมขวัญดาว วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร

พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนสอบก่อนอบรมคะแนนเต็ม 30 มีผู้เข้าอบรมจำนวน 13 ราย ได้คะแนนเฉลี่ย 22.87 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.62 ส่วนผลการทดสอบหลังการฝึกอบรม ได้คะแนนเฉลี่ย 25.31 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.21

พบว่าค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างคะแนนก่อนสอบและคะแนนหลังสอบของผู้เข้าอบรม จำนวน 13 ราย อยู่ที่ 0.97 หรือร้อยละ 97.00

พบว่า ค่าสถิติ t มีค่า -9.46 ค่า Sig.(2-tailed) 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าผลคะแนนทดสอบก่อนและหลังอบรมมีความสัมพันธ์กันและเมื่อผู้เข้าอบรมได้รับการฝึกอบรมแล้วมีคะแนนหลังการสอบเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระยะที่ 3 เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันพิจารณา

ส่วนที่ 1 เสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธ พบว่า จำนวนผู้เชี่ยวชาญ 12 ราย มีวุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีถึงระดับปริญญาเอก มีตำแหน่งหน้าที่เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนโดยตรง ทั้งด้านการตลาด ด้านการฝึกอบรม ด้านเทคโนโลยี และด้านกฎหมายท้องถิ่น

ส่วนที่ 2 เสนอองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้สรุปเสนอแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธ ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) ตามกรอบการวิจัยระยะที่ 3 ต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 ราย เพื่อรับทราบและพิจารณา แต่เนื่องจากยังอยู่ในช่วงการปฏิบัติตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันไวรัสโควิด 19 คณะผู้วิจัยได้จัดเสนอยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธ ให้ร่วมกันพิจารณาความสอดคล้องผ่านระบบการประชุมแบบ Google Meet ตามรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้จัดเสนอยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการเพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธ ให้ร่วมกันพิจารณาความสอดคล้องผ่านระบบการประชุมกลุ่ม คือ

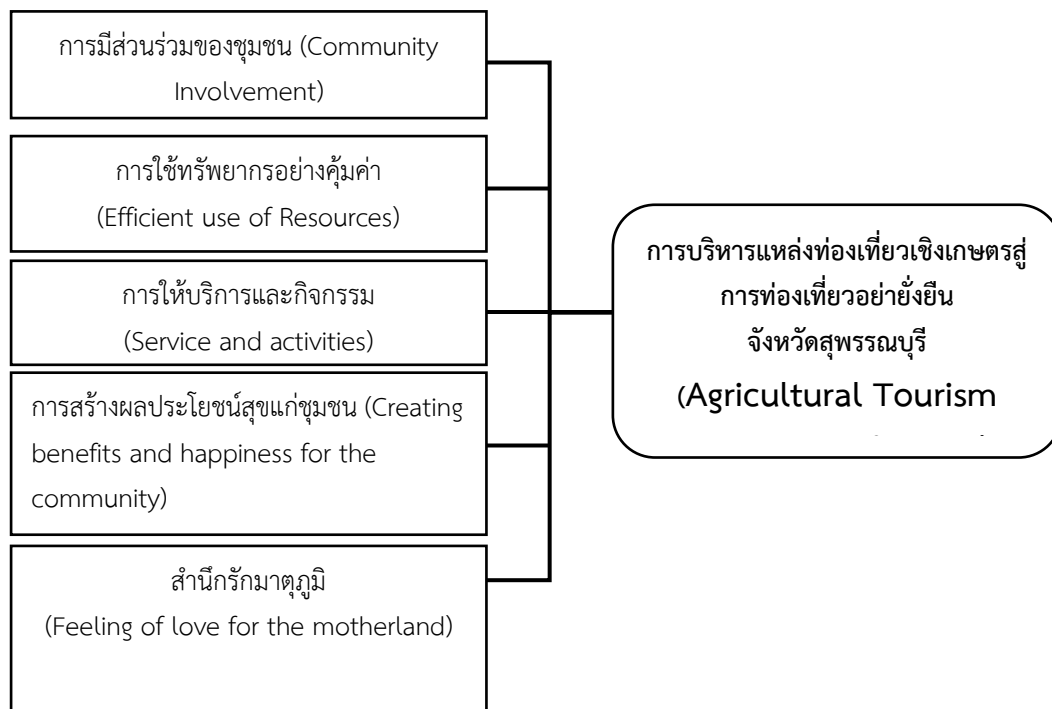
1) มีการ พัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการร่วมสร้างสรรค์ชุมชนที่ดี ประกอบด้วย การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สร้างค่านิยมและพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการและส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาชุมชน ในด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2) มีกลยุทธ์ ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สร้างค่านิยมและพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธ พัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชนวิถิปุทธให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และ เสริมสร้างผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการทำหน้าที่ช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนวิถิปุทธในด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

3) มีการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผลิตพืชท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมและมีความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมท้องถิ่นและเครือข่ายชุมชนสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถิปุทธ (Benefit Sharing Community) เป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ

ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในด้านการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนนำเรื่องจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรมชุมชนวิถีพุทธ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนานวัตกรรมที่เน้นต่อยอดในกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธ และ เพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนวิถีพุทธในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนสร้างสรรค์นวัตกรรมท้องถิ่น

4) มียกระดับศักยภาพของกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ร่วมกันในชุมชนวิถีพุทธเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชนผลิตพืชในการเป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้ของชุมชนวิถีพุทธมากขึ้น พัฒนากิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธ เพื่อสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนฐานราก เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนฐานรากได้มากขึ้น และเชื่อมโยงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแบ่งปันคุณประโยชน์ชุมชนวิถีพุทธด้วยความรวดเร็ว สัมพันธ์กับไทยแลนด์ 4.0



แผนภาพ แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

$$(C_i + E_r + S_a + C_h + f_m = GSTC.)$$

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ควรมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ใช้กับเทคโนโลยียุคปัจจุบันเพื่อพัฒนาเป็นนวัตกรรมท้องถิ่นให้มีคุณลักษณะในเชิงวิชาการที่ได้รับการยอมรับ มีการนำหลักวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และเครื่องมือที่ทันสมัยมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบท และสภาพการณ์ของชุมชน และศักยภาพที่แท้จริงของสมาชิกและชุมชน เพื่อให้ผลิตเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย สามารถสร้างมูลค่าให้สูงขึ้นได้

2) ควรมีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านความรู้การสร้างสรรค์จากผู้รู้ ปราชญ์ชุมชน ดำเนินการสืบค้น แสวงหา คัดเลือก คัดค้น ปรับประยุกต์ใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จนได้เกิดเป็นความรู้ที่สามารถสร้างคุณประโยชน์ให้กับผลิตภัณฑ์พืช

3) ควรพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนทุกด้านเพื่อเตรียมการขอจดทะเบียนรับรองจากภาครัฐซึ่งจะช่วยให้อำนาจผลิตภัณท์ได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนรวมในการส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ กับวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการ ให้เกิดการยกระดับผลผลิตสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการต่อยอดและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงการค้า

2) หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีส่วนกระตุ้นให้วิสาหกิจยกระดับผลิตภัณท์ผ่านการทดสอบทางเคมีและกายภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดได้อย่างกว้างขวาง

3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด เกษตรจังหวัด หรือพัฒนาชุมชน ศูนย์สินค้าโอท็อปหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรร่วมมือกับศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อพัฒนาต่อยอดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ส่งเสริมให้เป็นศูนย์ผลิตภัณท์ทางการเกษตร จำหน่ายสินค้าการเกษตร เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนเกิดความมั่นคงในชีวิต เป็นวิธีการของกลยุทธ์ทางการตลาด ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้ามีความมั่งคั่ง เกิดการสร้างผลิตภัณท์ขึ้นใหม่จากฐานเกษตร ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าอยู่แล้วทำให้เกิดผลิตภัณท์ใหม่มีคุณค่าสูงขึ้นไปสู่ความยั่งยืน

Reference

"Agricultural tourism" is a hot trend. When city people want to experience rural life and escape COVID-19 <https://positioningmag.com/2289665>

Community Enterprise Information System, Community Enterprise Promotion Division Department of Agricultural Extension. (2022). *Report summarizing the types of business of community enterprises that have been approved for registration in Suphan Buri Province.* https://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_e.php?report_id=17.

Community Enterprise Information System, Community Enterprise Promotion Division Department of Agricultural Extension.(2022). *Summary report of community enterprises that have been approved for registration, Suphan Buri Province, dated March 25, 2022* https://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_e.php?report_id=17.

Document and Archives Committee. (2001). *Culture. historical development Identity and Wisdom of Suphanburi Province, (Bangkok : Fine Arts Department, .*

Information center National Health Commission Office (2022). *Data Triangulation, [online], source: <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/>.*

- Interview . (2022). *Somwang Creative Agricultural Community Tourism Group at Wang Yang, Thai Farmer Lifestyle and Spirit Learning Center (Nahia Chai), Banana Breed Conservation Learning Center*. Suphanburi Province, and Ban Laem Suphanburi Subdistrict Community Tourism Group,.
- Khon Kaen Vocational College, Marketing Principle, online, source: <https://sites.google.com/site/toeykanoknipa2541/baeb-thdsxb-9> [3 May 2022].
- Nikhom Wongnanta, Wittaya Charoen Arunrat. (2014). *Report on academic project results*. Learning about conservation and collection of banana varieties, Office of Agricultural Research and Promotion, Maejo University.
- Nipaphan Jentsontikul. (2019). “Development of community enterprises in the lower central region 1 to enhance competitiveness in the ASEAN community”, *Journal of Political Science and Public Administration*, Year 10, Issue 1.
- Periscope Phanthubanyong. (2002). *Practical TQM: Tsuyama Problem Solving Techniques*, (Bangkok: Technology Promotion Association. (Thai-Japanese), .
- Phattharapon Avachanakarn. (2015). *Marketing factors and behavior of sustainable cultural tourists*. in Laplae District Uttaradit Province, Master of Business Administration Program Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University, .
- Siriwan Serirat et al. (2009). *Concepts of marketing management in the new era* ; Bangkok, Thammasat, .
- Suphanburi Provincial Development Plan, fiscal year 2019-2022. (2020). (Online) Source from https://ww2.suphanburi.go.th/files/comstrategic/2029-02_3698f42fc355f67.pdf
- Tong Khamkerd et al. (2020). Community Agro-Tourism Development by Wang Yang Community Multilateral Organization. Suphan Buri Province, research article, *Research Journal for Area-Based Development*, Year 12, Issue 6.
- Waraporn Bunchiang, Participatory Action Research (Participatory action Research -PAR), *Faculty of Public Health Chiang Mai University*, [online], source: https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/document/ [12 Apr. 2022].
- Yingluck Kanchanarek et al. (2017). *Complete Research Report, Project “Elevating Agricultural Sustainability of Smallholder Farmers, Chae Hom District, Lampang Province*,

