

# Market in the Garden: A Community-based Creative Tourism Destination on the Path of Agriculture, Art, and Culture in Nakhon Pathom Province

Wongrawit Nomnumsab<sup>1\*</sup>

Received: 10/6/2024, Revised: 27/6/2024, Accepted: 29/6/2024

## Abstract

The purpose of this article is to create a process of developing community-based creative tourism based on agriculture, art, and culture in Nakhon Pathom Province. This research utilizes the Participatory Action Research (PAR) approach, combined with the Appreciation Influence Control (AIC) technique. The sample group includes government agencies, private sector entities, and local villagers who are stakeholders in the area. A purposive sampling method was used to select 30 participants. Data collection tools included focus group discussions, and data analysis was conducted to draw conclusions and present them descriptively.

The research findings revealed that the Ban Hua Ao community has a process for developing community-based creative tourism using the AIC technique, which consists of 3 steps. 1) Studying the community context and potential for community-based creative tourism in Nakhon Pathom Province: it was found that the Thai-Chinese community engages in fruit farming, excels in organic agriculture, and provides safe food. The community meets the excellent standard criteria for community-based tourism management (score of 3.42). 2) Preparing the Ban Hua Ao community learning center area before developing community-based creative tourism: This is done under the name "Market in the Garden" with the slogan "The Nature of Health Lovers." 3) Piloting the "Market in the Garden": This involves launching and continuing the market activities up to the present.

**Keyword:** market in the garden; community-based tourism; community-based creative tourism; destination; Nakhon Pathom province

---

<sup>1</sup>Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University, 73000

\*Corresponding author, email: wongrawit@webmail.npru.ac.th

## ตลาดในสวน: แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์<sup>1\*</sup>

วันรับบทความ 10/6/2567, วันแก้ไขบทความ 27/6/2567, วันตอบรับบทความ 29/6/2567

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ร่วมกับใช้เทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชาวบ้านผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุป และนำเสนอในรูปแบบพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนบ้านหัวอ่าวได้สร้างกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้เทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) ไว้ 3 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาบริบทชุมชนและศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครปฐม พบว่า ชุมชนคนไทยเชื้อสายจีนประกอบอาชีพชาวสวนผลไม้ มีความโดดเด่นเรื่องการทำเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย ชุมชนมีศักยภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับดีเยี่ยม (ค่าคะแนน 3.42) 2) ชุมชนปรับปรุงพื้นที่จากศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านหัวอ่าวกลายเป็นตลาดนัดชุมชน ภายใต้ชื่อ “ตลาดในสวน” มีสโลแกนว่า “ธรรมชาติของคนรักสุขภาพ” และ 3) ทดลองเปิดตลาดในสวน และดำเนินกิจกรรมตลาดในสวนจนถึงปัจจุบัน

**คำสำคัญ:** ตลาดในสวน; การท่องเที่ยวโดยชุมชน; การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์; แหล่งท่องเที่ยว; จังหวัดนครปฐม

<sup>1</sup> สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

\* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ ติดต่ออีเมล wongrawit@webmail.npru.ac.th

## 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวไทยช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งต้องหยุดดำเนินการ จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563 จำนวน 6,702,396 คน ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ถึงร้อยละ 83.21 ส่วนรายได้มีมูลค่า 332,013.03 ล้านบาท ลดลงถึงร้อยละ 82.63 (Ministry of Tourism & Sports, 2020) ต่อมาในปี พ.ศ. 2564 สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวตลาดในประเทศโดยรวมอยู่ในหตุขะงัก เนื่องจากรัฐบาลออกมาตรการควบคุมป้องกันการแพร่ระบาด พร้อมกับกำหนดพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด และสัญญาณดีขึ้นเมื่อมีนโยบายการเปิดประเทศ 120 วัน รวมทั้งมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจมีโครงการเราเที่ยวด้วยกันระยะที่ 3 ทัวร์เที่ยวไทย และคนละครึ่ง (Tourism Authority of Thailand, 2021) ส่งผลให้รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง คำนึงถึงความปลอดภัย เลือกสถานที่ท่องเที่ยวคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย รวมทั้งมาตรการเดินทางที่ต้องแสดงหลักฐานการฉีดวัคซีนโควิด-19 ครบ 2 เข็ม การคัดกรองอาการทางเดินหายใจและวัดไข้อย่างเคร่งครัด

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฉุกเฉิน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำทุนทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนนำมาออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นสร้างคุณค่า ประสบการณ์ ความปลอดภัย และความผูกพันร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนภายใต้การบริหารจัดการโดยคณะกรรมการชุมชน โดยคำนึงถึงสุขอนามัยเป็นอันดับแรก สัมพันธ์กับ Choibamroong (2021) กล่าวถึง การท่องเที่ยววิถีใหม่หรือท่องเที่ยวปกติใหม่ในประเด็น 1) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวน้อยลง จำนวนขยะและสิ่งปฏิกูลลดลง ทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้ฟื้นฟูกลับสู่ความเป็นธรรมชาติ 2) นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด ปลอดภัย และสุขอนามัย ตามมาตรฐานทางสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม 3) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงเสมือนที่ผสมผสานกับโลกของความจริง (Augmented Reality & Virtual Reality) ซึ่งชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ชุมชนที่มีอัตลักษณ์และมีการนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรม อีเว้นท์ การบริการ ความหลากหลายของสังคม และบรรยากาศที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนและการท่องเที่ยว นำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจ และเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับสถานที่ (Spirou, 2011)

ชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นชุมชนเกษตรกรรมอินทรีย์การทำสวนมะพร้าว น้ำหอม และฝรั่ง ในอดีตชาวบ้านใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ดินสภาพเสื่อมโทรม แหล่งน้ำมีสารเคมีปนเปื้อน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2547 ชาวบ้านร่วมกันฟื้นฟูสภาพแวดล้อมระบบนิเวศทางธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนวิถีการทำเกษตรอินทรีย์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ เลิกใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมี และหันมาผลิตปุ๋ยชีวภาพแทน เมื่อปี พ.ศ. 2557 ได้รับรางวัลหมู่บ้านพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง “อยู่เย็น เป็นสุข” จากกระทรวงมหาดไทย และรางวัลจากหน่วยงานอื่นเป็นจำนวนมาก สำหรับการท่องเที่ยวภายในชุมชนยังขาดการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวบนพื้นฐานวิถีเกษตร

ศิลปะและวัฒนธรรมในพื้นที่ รูปแบบการท่องเที่ยวไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่มีคุณค่า จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรม ในการแก้ปัญหาของชุมชนบ้านหัวอ่าว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนอย่างบูรณาการ ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งคำนึงถึงการอนุรักษ์สังคมและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมและมีความยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

สร้างกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม

## 3. การทบทวนวรรณกรรม

### 3.1 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้นำทุนวัฒนธรรมและธรรมชาติมาสร้างโอกาสให้กับนักท่องเที่ยว ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มาเยือน และเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แยกส่วนระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน (Richards & Raymond, 2000) การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน (DASTA, 2017) และ Choibamroong (2021) ได้ขยายความการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นบทบาทของชุมชนในการบริหารจัดการฐานทรัพยากรชุมชน เน้นให้ชุมชนได้เรียนรู้ การพัฒนาสินค้า การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยว ผ่านแนวคิดต่อยอดเพิ่มคุณค่า นอกจากนี้ Suebsuntorn & Khunwong, (2018) กล่าวว่า เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ส่งผลทำให้คนในชุมชนมีจิตสำนึก รวมถึงนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ จึงทำให้เกิดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจนและยั่งยืนต่อไป จึงขอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำทุนทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ชุมชนนำมาออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นสร้างคุณค่า ประสบการณ์ ความปลอดภัย และความผูกพันร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนภายใต้การบริหารจัดการโดยคณะกรรมการชุมชน

### 3.2 แนวคิดแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยฐานของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งวิถีวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของชุมชน นำมาพัฒนาให้เป็นรูปแบบการบริการที่เกิดคุณค่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Ministry of Tourism & Sports, 2017) ซึ่ง DASTA (2022) กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพไว้ 2 ประการ คือ 1) การวางตำแหน่งของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและมีเอกลักษณ์โดดเด่น นำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่างเมื่อเทียบกับที่อื่น และ 2) มอบประสบการณ์ที่มีคุณภาพยอดเยี่ยมและคุ้มค่าเงินให้กับนักท่องเที่ยว โดยสร้างความมั่นใจในมาตรฐานสูงสุดและมีประสิทธิภาพ แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีพื้นฐานทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตรส่งผลต่อวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และความศรัทธาในศาสนา จะเห็นได้ว่า Tourism Authority of Thailand (2018) มีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นไทยและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เน้นการสร้างงานให้กับชุมชนผ่านการใช้ทรัพยากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวผสมผสานกับภูมิปัญญา การต่อยอดเรื่องราวผ่านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามีจุดเด่นสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและบริการที่ก่อให้เกิดความรู้ทางประวัติศาสตร์ และความเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมบนพื้นฐานภูมิปัญญาทางการเกษตรและความศรัทธาทางศาสนาหรือความเชื่อ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดสร้างสรรค์สามารถนำพัฒนาตนเองได้

### 3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kongpet (2020) ศึกษาเรื่องความสำเร็จการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม และศึกษาเงื่อนไขที่ส่งผลให้ตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จ พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จใน 4 ด้าน คือ 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมาย 2) ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) มีการฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 4) มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จประกอบด้วย 1) การจัดการโดยมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ภาวะผู้นำที่ได้รับการยอมรับ 3) ความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน และ 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

Polnyotee and Leruksa (2020) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านคลองยาวแห่งบ้านตลาด ตำบลบ้านหวาย อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า สภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านคลองยาวตามเกณฑ์มาตรฐาน 5 ด้านในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา 2) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและ

วางแผน 3) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ และ 4) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ นอกจากนี้คนในชุมชนร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทางของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

## 4. ระเบียบวิธีวิจัย

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive selection) จำนวน 30 คน ได้แก่ 1) ภาคประชาชน กลุ่มคนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว จำนวน 20 คน โดยคัดเลือกจากตัวแทนชุมชน ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน และปราชญ์ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ปี 2) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 คน และ 3) ภาคเอกชนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 คน โดยคัดเลือกจากบุคคลที่ทำงานในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี ส่วนเกณฑ์คัดออก เป็นบุคคลที่ให้ข้อมูลคลาดเคลื่อนไปจากจุดประสงค์การวิจัย และมีการย้ายถิ่นระหว่างการวิจัย

### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ใช้แบบสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เพื่อได้ข้อมูลอย่างละเอียดและมีความสำคัญต่อการวิจัย โดยมีประเด็นคำถามการวิจัย แบ่งออกเป็น 1) บริบทชุมชนและศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และ 2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผลที่ได้ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จากการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา IOC มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 0.60 และเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่างกัน (respondent triangulation) (Chantawanich, 2010)

### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม โดยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสนทนากลุ่ม นำข้อมูลที่ได้ระหว่างดำเนินการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ถอดบทเรียน

### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ

## 5. ผลการวิจัย

กระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ร่วมกับการใช้เทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทชุมชนและศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครปฐม (Appreciation)

ชุมชนบ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน เป็นพื้นที่กรณีศึกษาที่มีความโดดเด่นเรื่องการทำเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย ในพื้นที่มีศูนย์เรียนบ้านหัวอ่าวที่มีผลผลิตทางเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีชื่อเสียงของจังหวัดนครปฐม อีกทั้งการเกษตรอินทรีย์เป็นส่วนหนึ่งในการรักษาภูมิปัญญา และวิถีชีวิตการเกษตรดั้งเดิมของอำเภอสามพราน มีองค์ความรู้ทางการเกษตรที่พร้อมจะถ่ายทอดไปสู่ผู้ที่มีความสนใจและยังสร้างคุณค่าทางด้านการสร้างรายได้ ทำให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี ส่งผลให้เป็นพื้นที่สีเขียวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพและตัวเมืองนครปฐม มีลำคลองที่สวยงามที่ใช้ในการเกษตร เป็นพื้นที่ปลอดภัยและแวดล้อมไปด้วยสวนผลไม้ที่สวยงาม คนในชุมชนบ้านหัวอ่าวเป็นคนไทยเชื้อสายจีนร้อยละ 80 แต่ด้วยการประกอบอาชีพชาวสวนส่งผลให้หมดเวลาไปการทำงานช่วงกลางวัน ส่วนช่วงเย็นจะเหน็ดเหนื่อย ดังนั้นจึงไม่ได้มีศิลปวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรมหรือการแสดงที่โดดเด่น ส่วนใหญ่จะเป็นประเพณีตามความเชื่อของคนไทยเชื้อสายจีน การไหว้บรรพบุรุษ และประเพณีวัฒนธรรมไทย มีวันสำคัญประจำปี เช่น งานประเพณีแห่เทียนพรรษา และงานทอดกฐิน ซึ่งถือว่าเป็นงานบุญของตำบล และงานประเพณีวันสงกรานต์รวมกับงานวันผู้สูงอายุจัดที่วัดบางช้างใต้ มีองค์การบริหารส่วนตำบลบางช้างร่วมกับกลุ่มและองค์กรต่างๆ ร่วมกันจัดงาน

Table 1

*Community-based tourism management standards*

Dimension	Full score	Score obtained	Level
1. Community-based tourism management	4	2.82	Good
2. Economic, social, and quality of life management	4	3.25	Excellent
3. Conservation and promotion of cultural heritage	4	4.00	Excellent
4. Systematic and sustainable management of natural resources and environment	4	3.80	Excellent
5. Service and safety	4	3.25	Excellent
Overall	4	3.42	Excellent

ผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ใช้เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (DASTA, 2015) ดังตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าชุมชนบ้านหัวอ่าวมีเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีเยี่ยม ระดับ 4 คะแนน รองลงมา ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีเยี่ยม ระดับ 3.80 คะแนน ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ระดับ 2.81 คะแนน ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านบริการและความปลอดภัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีเยี่ยม ระดับ 3.25 คะแนน และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ระดับ 2.82 คะแนน ตามลำดับ

## ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมความพร้อมก่อนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Influence)

ชุมชนบ้านหัวอ่าว และผู้วิจัยได้นำผลเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมาร่วมสังเคราะห์กับสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทางรัฐบาลออกมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคโควิด-19 งดการจัดกิจกรรมการรวมกลุ่ม ปิดพื้นที่สาธารณะ ร้านจำหน่ายอาหาร และตลาดส่งผลกระทบต่อรายได้จำหน่ายสินค้าเกษตรลดลงและมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ในที่ประชุมมีความประสงค์ให้ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านหัวอ่าวให้เป็นตลาดนัดชุมชน เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย และเป็นสถานที่ให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จึงได้ทำการขอความร่วมมือจากผู้วิจัยเข้ามาช่วยขับเคลื่อนกระบวนการจัดการและการเปิดตลาด จากนั้นแต่งตั้งคณะกรรมการตลาด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และลงมติในการตั้งชื่อ “ตลาดในสวน” มีสโลแกนว่า “ธรรมชาติของคนรักสุขภาพ” สามารถสรุปโครงสร้างคณะกรรมการตลาดในสวนที่สำคัญ ดังนี้ 1) นายฉนวน ปานเจริญ ประธานกรรมการ 2) นางประหยัด ปานเจริญ รองประธานกรรมการ 3) นายวิโรจน์ เลี้ยงรักษา ผู้จัดการตลาด 4) นายจิตศักดิ์ เย็นสบาย ผู้จัดการตลาด และคณะที่ปรึกษา ได้แก่ 1) พระครูทองพจนกรโกศล เจ้าอาวาสวัดธรรมปัญญารามบางม่วง 2) ดร.วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 3) นายณัฐนารถ น้อยพิทักษ์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางช้าง

หลังจากการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดในสวนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ควรมีการจัดทดลองปฏิบัติงานจริง เพื่อทดสอบความสามารถการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จึงเห็นสมควรให้มีการกำหนดกฎระเบียบและข้อปฏิบัติของตลาดในสวน การคัดเลือกผู้ประกอบการร้านค้าตลาดในสวน การจัดเตรียมพื้นที่ และกำหนดวันเสาร์ที่ 8 มกราคม พ.ศ.2565 เป็นวันเปิดตลาดในสวนอย่างเป็นทางการ



Figure 1

Preparing Market in the Garden before developing a community-based creative tourism destination.



Note. From Preparing Market in the Garden before developing a community-based creative tourism destination. [Photograph], by Wongrawit Nomnumsab, 2020.

### ขั้นตอนที่ 3 การทดลองและประเมินผลตลาดในสวน (Control)

ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล ทางคณะกรรมการตลาดในสวนได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยกำหนดหลังจากตลาดปิดทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.30 น. ผู้ประกอบการร้านค้าและคณะกรรมการจะมีการประชุม เพื่อนำข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าและความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม มาพัฒนาและปรับปรุงทำให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาตลาดในสวนให้มีความยั่งยืนและน่าท่องเที่ยวต่อไป สามารถสรุปข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1) เพิ่มร่มเงาหรือหลังคาระหว่างทางเดินให้มากยิ่งขึ้น 2) เพิ่มป้ายบอกทางและป้ายทางเข้าตลาดในสวน 3) ควรปรับเส้นทางการเดินทางของ google map ให้เป็นปัจจุบัน เนื่องจากเส้นทางใน google map ไกลกว่าเส้นทางที่เข้าจากซอยประสพสุข 4) ช่วยกันกระจายข้อมูลของแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารตลาดในสวนกัน และ 5) ราคาสินค้าถูกมาก แม้ค้าอธชาติดี พุดจาเพราะ

Figure 2

The ambiance of Market in the Garden.



Note. From The ambiance of Market in the Garden [Photograph], by Wongrawit Nomnumsab, 2020.

## 6. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ชุมชนบ้านห้วยอ่าวมีความโดดเด่นด้านการทำการเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการผลิตผลไม้ที่อร่อยเพราะพื้นดินอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุ เป็นพื้นที่เกษตรร่องสวนผลไม้ที่รักษาภูมิปัญญาการเกษตรดั้งเดิม และรักษาวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายจีน ที่แสดงความกตัญญูของลูกหลานต่อบรรพบุรุษและประเทศไทย จากผลการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ชุมชนมีความโดดเด่นสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญของจังหวัดนครปฐมได้ ซึ่งสัมพันธ์กับผลการประเมินเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับดีเยี่ยม สำหรับด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีผลน้อยกว่า แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วยอ่าวยังไม่มีกลุ่มคนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะ ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของเกษตรกรและชุมชน ผู้วิจัยและชุมชนนำกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะ

และวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม จึงมีมติร่วมกันจัดตั้งตลาดในสวน ณ ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านหัวอ่าว เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย จากนั้นมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในรูปแบบคณะกรรมการตลาดในสวน

ผลจากการวิจัย พบว่า กระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะ และวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม ใช้เทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) เป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนบ้านหัวอ่าวทั้งบุคลากรในภาครัฐ สถานประกอบการ และคนในชุมชน ได้พูดคุย แลกเปลี่ยนสภาพปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของพื้นที่ จากความรู้ประสบการณ์เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาจากการทำงานร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทชุมชน และศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครปฐม (Appreciation) ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมความพร้อมก่อนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Influence) และขั้นตอนที่ 3 การทดลองและประเมินผลตลาดในสวน (Control) สัมพันธ์กับแนวคิดของ Polnyotee and Leruksa (2020) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านคลองยาวแห่งบ้านตลาด ตำบลบ้านหวาย อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมแบบ AIC (Appreciation Influence Control) โดยการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน ดำเนินการอย่างเป็นทางการภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน ตัวแทนกลุ่มในชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา 2) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผน 3) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ และ 4) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ในทุกขั้นตอนร่วมกันประชุมสัมมนาและปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน อันเป็นการประสานแนวคิดของคนในชุมชนให้เห็นภาพเดียวกัน และนำไปสู่การกำหนดเป้าหมาย และทิศทางของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

ผลการพัฒนาตลาดในสวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม พบว่า ช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทางรัฐบาลออกมาตรการเฝ้าระวังและปิดในพื้นที่เสี่ยง ชุมชนบ้านหัวอ่าวเช่นกันที่ได้รับผลกระทบจนไม่สามารถนำผลผลิตออกไปจำหน่ายได้ ทางชุมชนจึงมีมติจัดตั้งตลาดนัดเพื่อจำหน่ายผลผลิตของชุมชน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ภายในศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านหัวอ่าว ตั้งชื่อว่า “ตลาดในสวน” มีสโลแกนว่า “ธรรมชาติของคนรักสุขภาพ” ภายใต้การบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบคณะกรรมการตลาดในสวน สอดคล้องกับ Kongpet, (2020) ศึกษาเรื่องความสำเร็จการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม กล่าวถึงเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของตลาดน้ำท่าคา ดังนี้ 1) การจัดการตลาดน้ำในรูปแบบคณะกรรมการชุมชน มีผู้นำชุมชน ผู้อาวุโสที่ชาวชุมชนให้ความเคารพ และตัวแทนเจ้าของที่ดินในบริเวณตลาด 2) ภาวะผู้นำของประธานที่มีบุคลิกเป็นคนเปิดเผย มีความรู้ความสามารถด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน และมีความเข้าใจถึงบริบทและเอกลักษณ์ของชุมชนเป็นอย่างดี 3) ความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน ในลักษณะของความสัมพันธ์ภายในชุมชนวางอยู่บนพื้นฐานของความเป็นเครือญาติ

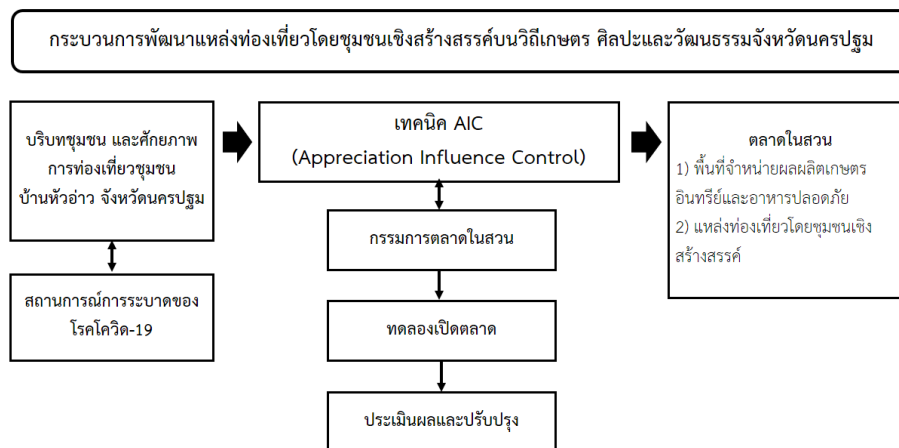
พึ่งพาอาศัยและเกื้อกูลต่อกันในกิจกรรมของชุมชน และมีจิตสำนึกร่วมกันมีความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ และ 4) การสนับสนุนจากภายนอก ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปรับปรุงถนนเข้าสู่ชุมชน สำนักงานพาณิชย์จังหวัดให้เป็นตลาดประชารัฐ ตลาดต้องชม กระทรวงสาธารณสุขส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ได้มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และกระทรวงวัฒนธรรมประชาสัมพันธ์ให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จัดทำเส้นทางจักรยานสำหรับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

## 7. องค์กรความรู้ใหม่

การศึกษาตลาดในสวน: แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้

Figure 3

Synthesizing new knowledge from research findings



Note. From Synthesizing new knowledge from research findings [Photograph], by Wongrawit Nomnumsab, 2024.

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากบริบทชุมชนทางด้านวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรม และศักยภาพการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านหัวอ่าว ประกอบกับอยู่ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทางชุมชนได้ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาและมีความเห็นร่วมกันจะเปิดตลาดในสวน เพื่อช่วยแก้ไขการจำหน่ายผลผลิตชุมชนก่อให้เกิดรายได้ ภายใต้การบริหารจัดการจากคณะกรรมการที่คัดเลือกมาจากชุมชนบ้านหัวอ่าว วัตถุประสงค์ปัญญารามบางม่วง องค์การบริหารส่วนตำบลบางช้าง และผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และในปัจจุบันยังเป็นพื้นที่ส่วนกลางให้ผู้ใช้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องวิถีชีวิตเกษตรกรรมอินทรีย์ นับได้ว่าชุมชนบ้านหัวอ่าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 8. ข้อเสนอแนะ

### 8.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาจังหวัด และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และผลักดันสู่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในการส่งเสริมเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการ และบุคลากรให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับสากล นำไปสู่การเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม

### 8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ ต้นแบบชุมชนที่พัฒนาศูนย์เรียนรู้ชุมชนนำมาสร้างเป็นตลาดนัดชุมชน ถือว่าเป็นชุมชนที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เป็นแรงกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับแบรนด์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เพื่อนำไปต่อยอดให้กลายเป็นสินค้าและพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

## 9. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีเกษตร ศิลปะและวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ราชบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ปีงบประมาณ พ.ศ.2564

## เอกสารอ้างอิง

Chantawanich, S. (2010). *Qualitative research methods* (18<sup>th</sup> ed). (In Thai).

Chulalongkorn University printing house.

Choibamroong, T. (2021). *Narmalcy and happiness in the new normal Thai tourism in emergency situations*. (In Thai). Superior printing house.

DASTA (2015). *Guideline for community-based tourism management standard criteria*. (In Thai). DASTA.

DASTA (2017). *Creative tourism 2017*. (In Thai). COCOON & CO.

DASTA (2022). *Benefits of destination management efficient tourism*. (In Thai). DASTA

<https://www.dasta.or.th/th/article/1515>

Kongpet, J. (2020). *The success of community-based tourism management: a case study of Thaka Floating Market in Samutsongkhram*. (In Thai). NIDA.

<https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5646>

Polnyotee, M., & Leruksa, C. (2020). The development of sustainable cultural tourism at Klong Yao Village of Baan Talad, Banwhay sub-district, Wapipatum district, Mahasarakham province. (In Thai). *Journal of management science Ubon Ratchathani University*, 9(1), 69–85.

Ministry of Tourism & Sports. (2017). *Creative tourism destination management*. (In Thai). Ministry of tourism & sports.

Ministry of Tourism & Sports. (2020). *Tourism receipts from international tourist arrivals*. (In Thai). Ministry of Tourism & Sports. <https://www.mots.go.th/news/category/742>

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23(8), 16-20.

Spirou, C. (2011). *Urban tourism and urban change*. Routledge.

Suebsuntorn, S., & Khunwong, N. (2018). The concepts of sustainable creative tourism management. *Journal of humanities and social sciences review*, 20(2), 269-287.

Tourism Authority of Thailand. (2018). *Tourism go local, community grows Thailand grows*. (In Thai). Tourism Authority of Thailand.

<https://tatreviewmagazine.com/article/tourism-go-local>

Tourism Authority of Thailand. (2021). *Tourism situation in domestic market in 2021*.

(In Thai). Tourism Authority of Thailand.

<https://tatreviewmagazine.com/article/inbound-tourism-situation-2021>