

รายงานการวิจัย

เรื่อง

นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

Innovative Agricultural Tourism in the Context of
New Normality after the Outbreak of the Covid-19

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร

อาจารย์ ดร.ตฤพล แสงนาค และอาจารย์ ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม
โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

ปี พ.ศ. 2564

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัย เรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19” สำเร็จได้ด้วยการให้การสนับสนุนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อมูลสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาแนะนำ และความคิดเห็น อันเป็นประโยชน์ที่ก่อให้เกิดมุมมองความคิดและแนวทางการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทย

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น ผู้แทนจากภาคส่วนต่างๆ ผู้แทนชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม ตอบแบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงปฏิบัติการ ซึ่งทำให้เกิดรายงานการวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำในการจัดทำการศึกษาวิจัยให้มีความสมบูรณ์และพร้อมเผยแพร่สู่สาธารณะ ท้ายสุดนี้ขอขอบคุณสมาชิกในทีมวิจัยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือ ให้ความช่วยเหลือ เกื้อกูลในด้านต่างๆ ทั้งการเดินทางลงพื้นที่เก็บข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร และคณะ
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ
ปีงบประมาณ 2563

บทสรุปผู้บริหาร

1. รายละเอียดเกี่ยวกับแผนงานวิจัย / โครงการวิจัย

1.1 ชื่อเรื่อง นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19 (Innovative Agricultural Tourism in the Context of New Normality after the Outbreak of the Covid-19)

1.2 ชื่อคณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร / โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ / มือถือ 084-473-5722 / e-mail : andydamnet@gmail.com

ผู้ร่วมโครงการ

1. อาจารย์ ดร.دنุพล แสงนาค / โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ / มือถือ 083-3124719 / e-mail : danupun.s@ku.th

2. อาจารย์ ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม / โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ / มือถือ 089-9822686 / e-mail : aunchistha.p@ku.th

1.3 งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย

- ได้รับงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 งบประมาณที่ได้รับ 1,949,000.00 บาท
- ระยะเวลาทำวิจัย ตั้งแต่ กันยายน 2563 ถึง สิงหาคม 2564

2. สรุปโครงการวิจัย

2.1 รายละเอียดเกี่ยวกับความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19” เป็นการวิจัยเชิงนโยบายเพื่อเสนอแนะแนวทางนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ภาครัฐในเชิงนโยบาย ในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประเทศไทยมีศักยภาพอยู่แล้วเพื่อรับมือกับอนาคตอาจเปลี่ยนวิกฤตครั้งนี้ให้เป็น “โอกาส” และความสำคัญของการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งจากภายในให้กับเศรษฐกิจไทยในระยะยาวหลังจากการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19

2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19

2.2.2 เพื่อวิเคราะห์และค้นหาค้นหาองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19

2.2.3 เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2.4 เพื่อค้นหาวัฏกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

2.3 รายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการดำเนินงานด้วยการวิจัยแบบผสมผสานวิธีแบบหลายขั้นตอน (Multiphase Mixed Methods Research) ประกอบด้วย ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ระยะที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม และระยะที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยทั้ง 4 ระยะใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการ เจ้าของชาวด้านการประกอบธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

2.4 รายละเอียดเกี่ยวกับผลการวิจัย

2.4.1 ด้านความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานที่เลือกท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ในพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่พัก มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไม่มากสำหรับการท่องเที่ยวต่อครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย มีสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร และมีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดีและอากาศสดชื่น

2.4.2 ด้านองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ผู้ประกอบการทุกระดับในแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการปรับตัวและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน โดยการจัดการความรู้เกษตรทั้งพืชและสัตว์ ที่เป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ทั้งในท้องถิ่นที่เป็นลักษณะเฉพาะ การนำเทคโนโลยีทางการเกษตรมาใช้ในการขยายพันธุ์พืชและการปลูกพืชเศรษฐกิจที่เป็นที่นิยม เช่น กระบองเพชร พืชใบต่าง พืชไม้มงคล เป็นต้น การจัดสถานที่ที่เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ทางด้านเทคโนโลยีที่มีการผสมผสานระหว่างศิลปะกับภูมิสถาปัตยกรรม สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจด้านที่พัก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ สามารถจัดการธุรกิจครบวงจรให้เป็นไปตามมาตรฐานที่พักและความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว สำหรับธุรกิจที่มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควรต้องเพิ่มทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นคำศัพท์ใช้อย่างกับชาวต่างชาติที่มาจากหลากหลายประเทศ พร้อมทั้ง การเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม นอกจากนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้จากประสบการณ์การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อวางแผนการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านความปลอดภัย ให้พร้อมรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2.4.3 ด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นองค์ประกอบที่เสนอต่อหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับท้องถิ่นถึงระดับประเทศ ที่มีความสอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ด้านปัจจัยภายในระดับมหภาค (Internal-Macro Factors) มีองค์ประกอบเกี่ยวกับ ความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของที่ประเทศไทยมีทรัพยากรที่มีอุดมสมบูรณ์ ทั้งธรรมชาติ ที่ดิน น้ำ และสภาพอากาศที่เหมาะสม สถานที่ตั้งของประเทศไทยมีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม กระบวนการจัดตั้งธุรกิจที่หน่วยงานภาครัฐต้องให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจง่ายให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและสามารถบริหารการเงินให้เกิดความคล่องตัวในการชำระหนี้ให้กับสถาบันการเงินและจ่ายภาษีให้กับรัฐได้

2. ปัจจัยภายในระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors) มีองค์ประกอบเกี่ยวกับ ลักษณะพิเศษของพื้นที่ที่ควรประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งแต่ละภูมิภาคมีความโดดเด่นของอาชีพเกษตรกรรมที่แตกต่างกันและเป็นสถานที่ดึงดูดการท่องเที่ยว พร้อมในการพัฒนาความแตกต่างของแต่ละสถานที่ในภูมิภาค เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตามกระแสนิยมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจสร้างความแตกต่างที่ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ยาก โดยการจัดกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่ รวมทั้ง การจัดตั้งองค์กรตามความสามารถของผู้ประกอบการ ที่คำนึงถึงเงินทุนการจัดตั้ง รูปแบบการบริหาร และการจ้างงาน

3. ปัจจัยภายนอกระดับมหภาค (External-Macro Factors) มีองค์ประกอบเกี่ยวกับ นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่เป็นการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับระดับประเทศสู่ระดับท้องถิ่น การเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยโครงการช่วยเหลือภาคการผลิตในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ส่วนหนึ่งสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเกิดจากระบบสังคม/ค่านิยม ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นค่านิยมของคนไทยที่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้ง การนำเทคโนโลยีที่จำเป็นมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการปฏิบัติตามกฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4. ปัจจัยภายนอกระดับจุลภาค (External-Micro Factors) มีองค์ประกอบเกี่ยวกับ การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในตลาด เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการรายเดิมที่พัฒนาธุรกิจของตนเองให้เหมาะสมมากขึ้น การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการเปลี่ยนวิธีการทำงานจากงานประจำเป็นงานที่เป็นเจ้าของเอง จึงเกิดการแข่งขันในตลาดมากยิ่งขึ้น อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ เป็นรูปแบบการจัดการของเกษตรกรเองที่เป็นไปตามสภาพของวิถีการดำรงชีวิตของท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่น อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยว เป็นการที่นักท่องเที่ยวมองหาทางเลือกในการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่างแข่งขัน และสินค้าทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นทางเลือกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. การตัดสินใจในการลงทุน (Decision Making to Invest) มีองค์ประกอบเกี่ยวกับ การรับรู้ความเสี่ยง เป็นการรับรู้ของเกษตรกรในการตัดสินใจต่อความเสี่ยง การรับรู้ผลประโยชน์ เป็นการรับรู้ที่เกษตรกรไม่ได้เน้นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การปรับตัว เป็นการรับรู้และการปฏิบัติของ

เกษตรกรที่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลอดเวลา (เช่น สถานการณ์ของ COVID-19) และการกลับสู่บ้านเกิด เป็นการทำธุรกิจการเกษตรของเกษตรกรไทยส่งผลให้มีอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาลูกหลานเพื่อกลับมาช่วยในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.4.4 นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นการปรับตัวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ แต่ละส่วนให้ความสำคัญในการช่วงเหลือซึ่งกันและกัน จึงเป็นที่ค้นพบเกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลายในประเทศไทย ได้แก่ นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตร เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการเกษตรในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนพืชผักสวนครัว สวนพืชไร่ สวนผลไม้ เป็นต้น นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นแหล่งเรียนรู้การเกษตรวิถีไทยผสมผสานกับนวัตกรรมสมัยใหม่ เช่น จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เน้นดูสัตว์เลี้ยงนานาชนิด ประเภทสัตว์เลี้ยง เช่น สวนผักออร์แกนิก สวนกระบองเพชร เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมง เน้นการทานอาหารทะเลจากฟาร์มพร้อมชมบรรยากาศวิถีชาวประมง เช่น แหล่งท่องเที่ยวแนวชายทะเลตะวันออก เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนดอกไม้ เน้นการปลูกดอกไม้ด้วยศิลปะการจัดแต่งสวน เช่น สวนดอกไม้จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น นวัตกรรมสวนดอกไม้กับศิลปะ เน้นการเทคนิคด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานท้องถิ่นแหล่งท่องเที่ยว เช่น จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบเทคโนโลยีการเกษตร เป็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสร้างจุดสนใจ เช่น การสร้างฟาร์มโดยใช้ไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้โรงเรือนกรีนเฮาส์ (Greenhouse) เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบทุ่งนาข้าว เป็นลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามวิถีชีวิตเกษตรกรไทย เช่น ร้านอาหารกลางทุ่งนา ที่พักกลางทุ่งนา นาข้าวหลากสี เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบนาเกลือ เป็นลักษณะเป็นหนึ่งเดียวของประเทศไทยตามวิถีชาวนาเกลือ เช่น นาเกลือจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนมะพร้าว เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิตของสวนมะพร้าว น้ำหอม เช่น สวนมะพร้าว น้ำหอม สวนมะพร้าวเตาตาล เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวพื้นที่สูง เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศการท่องเที่ยวเน้นธรรมชาติที่ราบสูงที่มามองทิวทัศน์ระยะไกล เช่น สวนดอกไม้บนดอยทางภาคเหนือ นาข้าวบนดอย เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พัก เป็นการผสมผสานนวัตกรรมการเกษตรและที่พักที่มีที่พักที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ที่พักแบบโดมบนดอย ที่พักแบบกระต๊อบชายทะเล ที่พักมุงจากกลางนา เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวผสมผสานเชิงจิตวิญญาณ เน้นจิตสัมผัสที่ทำให้รู้สึกจิตใจเฉพาะอย่าง เช่น ร้านอาหารกลางนาแบบบรรยายไถ่ลี้วัด เป็นต้น นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนสตอเบอรี่ เป็นการนำเสนอการเพาะปลูกสตอเบอรี่ในพื้นที่ราบ เช่น สวนสตอเบอรี่ที่ภาคกลาง เป็นต้น และนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการตกแต่งสถานที่ในรูปแบบจำลองแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ต่างภูมิภาค เช่น สวนมะพร้าว น้ำหอมที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

2.5 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

2.5.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้และสามารถในการบริการนักท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.5.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสถานที่ท่องเที่ยว ให้สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น รวมถึง การนำเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์และการจัดทำบรรจุภัณฑ์มาใช้ประโยชน์ในร่วมด้วย

2.5.3 การพัฒนาคุณภาพและรายการอาหาร ขนมหวาน เครื่องดื่ม ภายในร้านอาหารของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา มีรายการอาหารที่หลากหลายจากวัตถุดิบในพื้นที่

2.5.4 การจัดการมาตรฐานการท่องเที่ยวและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้ง การจัดการมาตรฐานการท่องเที่ยวและความปลอดภัยของที่พัก ให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจสำหรับการพักในพื้นที่ต่างถิ่น

2.5.5 การจัดการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ในลักษณะความร่วมมือทางการท่องเที่ยว เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ และเพื่อเพิ่มรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ได้มีตัวเลือกสำหรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2. เพื่อวิเคราะห์และค้นหาองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 4. เพื่อค้นหานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 มีวิธีการดำเนินงานด้วยการวิจัยแบบผสมผสานวิธีแบบหลายขั้นตอน แบ่งเป็น 4 ระยะ ผลการวิจัย พบว่า 1. ด้านความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานที่เลือกท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ในพื้นที่ไม่ห่างไกล เดินทางสะดวก ใช้จ่ายไม่มากสำหรับการท่องเที่ยวต่อครั้ง มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร และมีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ 2. ด้านองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการปรับตัว การจัดการความรู้เกษตรทั้งพืชและสัตว์ เทคโนโลยีทางการเกษตร การจัดสถานที่ การผสมผสานระหว่างศิลปะกับภูมิสถาปัตยกรรม อุตสาหกรรมบริการและการจัดการธุรกิจครบวงจร มาตรฐานที่พักและความปลอดภัย การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง 3. ด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นองค์ประกอบที่เสนอต่อหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับท้องถิ่นถึงระดับประเทศ ที่มีความสอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยภายในระดับมหภาค (Internal-Macro Factors) เป็นการวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่การบริหารของหน่วยงานภาครัฐทุกระดับ รวมถึง ความคุ้มค่าของการบริหารแต่ละส่วนงาน ปัจจัยภายในระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors) เป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ตามองค์ประกอบการสนับสนุนการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐต่อธุรกิจภายในประเทศ ปัจจัยภายนอก ระดับมหภาค (External-Macro Factors) เป็นการวิเคราะห์การบริหารปัจจัยพื้นฐานตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยภายนอกระดับจุลภาค (External-Micro Factors) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบการบริหารธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และปัจจัยการตัดสินใจในการลงทุน (Decision Making to Invest) เป็นการประเมินสถานการณ์การดำเนินธุรกิจจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4. นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นการปรับตัวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ จึงเป็นที่ค้นพบเกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลายในประเทศไทย ได้แก่ การเรียนรู้การเกษตร ผสมผสาน ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ฟาร์มประมง สวนดอกไม้ แบบสวนดอกไม้กับศิลปะ เทคโนโลยีการเกษตร ทุ่งนาข้าว นาเกลือ สวนมะพร้าว พื้นที่สูง เชิงเกษตร และที่พัก ผสมผสานเชิงจิตวิญญาณ สวนสตอเบอร์รี่ และจำลองสถานที่ท่องเที่ยว

คำสำคัญ: นวัตกรรม, การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, การแพร่ระบาด, โควิด-19

ABSTRACT

The research on the title “Innovative Agricultural Tourism in the Context of New Normality after the Outbreak of the Covid-19” has a purpose that includes; 1. To study the demand and behavior of tourists 2. To analyze and search for academic knowledge in personnel development and agricultural tourism sites 3. To find policy recommendations and 4. To find Innovative agricultural tourism in the context of new normality after the outbreak of the Covid-19. The research operation is the multiphase mixed methods that have four phases, the results of the research found that 1. The demand and behavior of tourists in agricultural tourist attractions by working-age tourists who choose to travel on weekends in remote areas, convenient to travel, not spending much for each trip beautiful environment and there is staff to provide service with politeness and friendliness. and has quality food and beverage outlets. 2. Academic knowledge in personnel development and agricultural tourism sites for entrepreneurs in tourist attractions, including agricultural tourism management, tourism development through adaptation, agricultural knowledge management for both plants and animals, agricultural technology, arranging the tourism place, the combination of art and landscape, Service industry and integrated business management, accommodation and safety standards, using English for tourism development, personnel development and adaptation to change. 3. Policy recommendations for the development of agricultural tourism, it is a component that is proposed to government agencies at both local and national levels. that are consistent with the policies and development plans of relevant government agencies, including Internal-Macro Factors is an analysis of the roles and duties of the administration of government agencies at all levels, including the cost-effectiveness of each administration. Internal-Micro Factors is a feasibility analysis based on the components of government administration support to domestic businesses. External-Macro Factors is an analysis of fundamental management in accordance with the policies of government agencies that support agricultural tourism business operations. External-Micro Factors is an analysis of business administration components in the service industry for agricultural tourism. Decision Making to Invest is an assessment of the business situation by analyzing the relevant factors. Innovative agricultural tourism in the context of new normality after the outbreak of the Covid-19 Agritourism innovation in the context of the new normal after the Covid-19 epidemic is an adaptation in the management of agricultural tourism of tourists, entrepreneurs, and government agencies. Therefore, it was discovered about the diversity of agricultural tourism innovations in Thailand, such as agriculture learning, combining animal farms, fishing farms, flower gardens, flower gardens, and art. Agricultural technology, rice fields, salt fields, coconut plantations, highlands agricultural fields, and accommodation spiritual blend strawberry garden and simulating tourist attractions.

Keywords: Innovation, Tourism, Agricultural tourism, Outbreak, Covid-19

สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ช
Abstract	ซ
สารบัญเรื่อง	ณ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
1.5 เส้นทางสู่ผลกระทบ (Impact Pathway) ของโครงการวิจัยที่คาดหวัง	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	8
2.2 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครื่องมือที่ใช้ประเมินค่า (Demand)	24
2.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครื่องมือที่ใช้ประเมินค่า (Supply)	29
2.4 การวิเคราะห์การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความหลากหลาย	36
2.5 แนวคิดนวัตกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของทางเลือกประกอบธุรกิจ (Options)	40
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับบริบทของความปกติใหม่	42
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแนวทางใหม่ในการจัดการที่ซับซ้อนทาง เกษตร	43
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย	51
3.1 รูปแบบและวิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย	51
3.2 วิธีดำเนินการ	52
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล	55
ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงผสมผสาน	55
ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง	95
ระยะที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม	120
ระยะที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	120

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 นวัตกรรมและตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	121
5.1 นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	121
5.2 ตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	141
บทที่ 6 สรุปผล ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ	148
6.1 สรุปผลการวิจัย	148
6.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	154
6.3 แนวทางการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการ เพื่อหาระดับมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	164
6.4 ข้อจำกัดของการวิจัย และข้อเสนอแนะเพื่อศึกษาวิจัยต่อ	166
บรรณานุกรม	168
ภาษาไทย	168
Reference	175
ภาคผนวก	183
ผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม	184
ผนวก ข เครื่องมือที่ใช้การวิจัย แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	189
ผนวก ค เครื่องมือที่ใช้การวิจัย แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	193
ผนวก ง เครื่องมือที่ใช้การวิจัย แบบสัมภาษณ์สำหรับการสนทนากลุ่มและการจัดสัมมนา	198
ผนวก จ ประวัตินักวิจัย	203
ผนวก ฉ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ A4 (สำหรับประชาสัมพันธ์)	205
ผนวก ช แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด	208
ผนวก ซ สรุปงานวิจัยในรูปแบบ info graphic	210

สารบัญญัตราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว	59
ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของภาค	60
ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล แยกภาค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	62
ตารางที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก	62
ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม	64
ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	65
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	66
ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	67
ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	68
ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจ	69
ตารางที่ 12 ร้อยละความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบจัดระดับ ด้านสิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	71
ตารางที่ 13 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ	73
ตารางที่ 14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ	74
ตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	75
ตารางที่ 16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม	75
ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ภาพรวม	76
ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ	76
ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม	77
ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน	78
ตารางที่ 21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 22 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	80
ตารางที่ 23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	81
ตารางที่ 25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม	83
ตารางที่ 26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง	83
ตารางที่ 27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	84
ตารางที่ 28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	85
ตารางที่ 29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม	86
ตารางที่ 30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ภาพรวม	86

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	20
ภาพที่ 3 Value Chain Analysis Framework ของ Michael E. Porter	30
ภาพที่ 4 ร้อยละความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบจัดระดับ ด้านสิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	72

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

จากกรณีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก เริ่มต้นจากการมีผู้ติดเชื้อที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในช่วงเดือนธันวาคม 2562 และแพร่กระจายไปทั่วทุกมุมโลก โดยข้อมูล เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อ Covid-19 จำนวน 4,525,166 คน ต้องเข้ารักษาพยาบาล จำนวน 2,518,047 คน ผู้ที่รักษาหายแล้ว 1,703,758 คน และผู้เสียชีวิต จำนวน 303,361 คน (Worldometers, 2020) ในกรณีของประเทศไทยข้อมูล เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อ จำนวน 3,018 คน กำลังรักษาพยาบาล จำนวน 112 คน ผู้ที่รักษาหายแล้ว 2,850 คน และผู้เสียชีวิต จำนวน 56 คน และยังไม่มีวัคซีนหรือยารักษาโรคที่สามารถยับยั้งการแพร่ระบาดของ Covid-19 ได้ (กรมควบคุมโรค, 2563)

นอกจากผลกระทบที่มีต่อสุขภาพของประชากรทั่วโลกแล้ว ยังมีผลกระทบต่อภาคการเงินตามมาด้วยเช่นกัน ซึ่งส่งต่อการผันผวนของดัชนีในตลาดหุ้นทั่วโลก ทำให้เกิดการถดถอยทางเศรษฐกิจ (Global Economic Crisis) ซึ่งมีที่มาจากวิกฤตสุขภาพ (Global Health Crisis) เป็นสำคัญ ผลกระทบจะเกิดกับครอบครัวผู้ที่มีความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ (Vulnerable Families) เป็นหลัก เช่น การตกงาน สูญเสียรายได้ เป็นต้น ดังนั้น ในการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ Covid-19 นี้ จึงต้องวิเคราะห์ผลกระทบในหลายด้านทั้งในเชิงสังคม ในระยะสั้น และระยะยาว เช่น การที่ประเทศไทยจะสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยมีการคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) จะลดลงมาก (ฟอร์บส ไทยแลนด์, 2020)

จากข้อมูลดังกล่าวไปแล้วข้างต้น ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีอัตราส่วนของผู้ติดเชื้อในอัตราส่วนที่น้อยกว่าหลายประเทศทั่วโลก แต่เพื่อความไม่ประมาท รัฐบาลไทยจำเป็นต้องมีมาตรการปิดประเทศ หรือ Lock Down โดยโครงการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2563) เช่นเดียวประเทศทั่วโลก จึงส่งผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจ ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อด้านอุปทานสินค้าและบริการ (Supply) ในระบบเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้า และบริการ (Demand) ลดลงจนอาจเรียกได้ว่า เกิดวิกฤตเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและประเทศทั่วโลก (ฟอร์บส ไทยแลนด์, 2020) ทำให้รัฐบาลไทยมีความจำเป็นต้องประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน และนโยบายช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากการประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยโครงการคนไทยไม่ทิ้งกัน (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2563) และโครงการช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ Covid-19 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตามมติคณะรัฐมนตรี 28 เม.ย. 2563 (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.), 2563) แต่ก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าโครงการดังกล่าวเป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อพยุงเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ซึ่งนโยบายเหล่านี้เป็น

นโยบายระดับประเทศที่ป้องกันประชาชนทั้งประเทศให้รอดพ้นวิกฤตจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19

ในช่วงที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทย เป็นประเทศที่พึ่งพาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่มีมูลค่าสูงถึงร้อยละ 12 ของ GDP ในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เช่น อุตสาหกรรมการบิน โรงแรม กิจกรรมอีเวนต์ (Event) การค้าปลีก ภัตตาคาร การขนส่งทางบก และการขนส่งทางอากาศ อันส่งผลต่อเนื่องไปสู่ผลกระทบด้านการค้าและการลงทุนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ที่อยู่ภายใต้ระบบห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain) โดยเป็นอุตสาหกรรมสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย ที่พึ่งพานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นสำคัญ เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้รูปแบบของดำเนินชีวิตของประชาชนไทยเปลี่ยนแปลงไป ที่เกิดเป็นความปกติใหม่ (New Normal) ซึ่งหมายถึง ฐานวิถีชีวิตใหม่ หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต เช่น วิถีชีวิตที่ประชาชนจะต้องเสียค่าใช้จ่ายกับการป้องกันการติด Covid-19 หน้ากากอนามัยหรือเจลล้างมือ การกักตัวอยู่กับบ้านจนทำให้ขาดรายได้ ทั้งหมดนี้ส่งผลเสียทำให้เกิดความเครียดและปัญหาทางสุขภาพจิตตามมา ซึ่งภาคการท่องเที่ยวก็อาจจะต้องปรับตัวจาก platform เดิมสู่ platform ใหม่ โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้ระบบออนไลน์ (Online platform) โดยมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Preventive and fear effect) ความวิตกกังวลการแพร่ระบาดของโรค ทำให้คนเลือกที่จะหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ต้องพบปะกับคนหมู่มาก เช่น การท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การจัดคอนเสิร์ตและอีเวนต์ การเดินช้อปปิ้งในห้าง การทานข้าวนอกบ้าน การดูหนังในโรงภาพยนตร์ การรวมกลุ่มที่มีผู้ชุมนุมจำนวนมาก เป็นต้น ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจลดลงมากกว่าที่ควรจะเป็นใหม่ เพื่อรองรับผลกระทบของการแพร่ระบาดของ Covid-19 (ฟอร์บส์ ไทยแลนด์, 2020)

ผลกระทบต่อแรงงานในภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแรงงานกลุ่มหลักที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ในปัจจุบันประเทศไทยมีแรงงานรวมจำนวน 38.2 ล้านคน โดยเป็นคนที่มีงานทำประมาณ 37.6 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นแรงงานในภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงร้อยละ 28 ของการจ้างงานทั้งหมด ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจที่พักอาศัย ธุรกิจการขนส่งเดินทาง และนันทนาการ ซึ่งเป็นกลุ่มแรงงานหลักที่มีความเสี่ยงจะได้รับผลกระทบสูงจากรายได้ภาคการท่องเที่ยวที่หายไปในอดีตตัวเลขการว่างงานของไทยจะอยู่ในระดับต่ำมาโดยตลอด จากการที่แรงงานสามารถย้ายกลับไปทำงานในภาคเกษตรเพื่อหารายได้ชดเชยจากการว่างงานได้ แต่ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาภัยแล้งที่รุนแรงที่สุดครั้งหนึ่ง (ฟอร์บส์ ไทยแลนด์, 2020)

นอกจากนี้ ยังเป็นที่น่ากังวลว่าภาคเกษตรและภาคการผลิตในประเทศไทย อาจไม่สามารถรองรับแรงงานในภาวะเศรษฐกิจซบเซาได้อย่างเช่นในอดีต ซึ่งอาจเห็นจากตัวเลขอัตราการว่างงานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน อีกทั้งยังมีแรงงานนอกระบบเป็นจำนวนมากที่เสี่ยงตกงานและสูญเสียรายได้ โดยเฉพาะผู้ใช้แรงงาน รวมทั้ง การได้เห็นถึงปัญหาจากการไม่กระจายตัวของการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพึ่งพาทองทุนบางส่วน และการพึ่งพาทายนอกมากเกินไป ขาดแรงขับเคลื่อนจากภายในที่ทดแทนกันได้เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ (เกษม พรประพันธ์, มณฑลสิ กปิลกาญจน์, นันทินิตย์ ทองศรี, และพรชนก เทพขาม, 2563)

จากที่กล่าวมาแล้วนั้น ผลกระทบที่สำคัญและเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ และธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่าจะทำให้ไทยสูญเสียรายได้ 2.5 แสนล้านบาท ในปี 2563 และผลกระทบจะขยายวงกว้างต่อภาคธุรกิจและการจ้างงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวและห่วงโซ่การผลิตอุตสาหกรรม สายการบินเริ่มลดต้นทุนและเลิกจ้างนักบินและลูกเรือบางส่วน เนื่องจากเริ่มประสบภาวะขาดทุน จากการปรับลดตารางเที่ยวบิน และงดบินในบางประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนและต่างชาติที่ลดลง ทำให้โรงแรมที่พัก ไม่รวมถึงการยกเลิกงานอีเวนต์ กิจกรรม และนันทนาการต่าง ๆ เพราะผู้คนหลีกเลี่ยงไปที่ที่มีคนพลุกพล่าน และมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ซึ่งกิจกรรมที่งดเว้นไปส่วนหนึ่งจะเป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจโดยถาวร (เกษม พรประพันธ์, มณฑล กปิตลาภุจจ์, นันทินิตย์ ทองศรี, และพรชนก เทพขาม, 2563) รวมทั้ง การเปลี่ยนแปลงความต้องการการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อีกด้วย

จากนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข (สธ.) ในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว ได้เปิดตัวโครงการ “Amazing Thailand Safety and Health Administration” ที่จะใช้เป็นมาตรฐานใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวมั่นใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพและสุขอนามัยเป็นหลัก และรูปแบบการท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นสิ่งปกติใหม่หรือ นิว นอร์มอล (New Normal) ซึ่งประเทศไทยต้องเตรียมตัวให้พร้อมในด้านของการเพิ่มมาตรฐานให้กับภาคการท่องเที่ยวไทย ในการรองรับการกลับมาเดินทางและการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวอีกครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563; มติชนออนไลน์, 2563)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งถือว่าการท่องเที่ยวที่ช่วยเหลือและทดแทนการท่องเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทดแทนความต้องการในการท่องเที่ยวในช่วงปิดการเดินทางเข้าออกประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบ Private Group มีลักษณะการเดินทางเป็นครอบครัว และอาจเป็นลักษณะของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (Premium Package Tour) ซึ่งเมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ผู้ประกอบการก็ต้องวางแผนปรับกลยุทธ์ใหม่ ในปรับตัว เช่น ความสะอาดปลอดภัย ในสถานประกอบการ หรือโรงแรมที่พัก ต้องมีการใช้แอลกอฮอล์ เน้นความสะอาดในการเดินทาง ซึ่งการเริ่มต้นใหม่ (Set Zero) โดยเริ่มต้นท่องเที่ยวภายในจังหวัด การเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียง และข้ามภูมิภาคภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับโครงการของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนตลาดชุมชน (กรมการค้าภายใน, 2563; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2563) ซึ่งในอดีตความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม แต่เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ให้นักท่องเที่ยวไทยกลุ่มที่เที่ยวต่างประเทศไม่สามารถเดินทางออกนอกประเทศ ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวไปในพื้นที่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวเดิม ๆ ในประเทศไทย ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นที่น่าสนใจในการกระตุ้นให้คนไทยเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น รวมทั้ง เป็นการช่วยเหลือแรงงานภาคอุตสาหกรรมให้กลับสู่ท้องถิ่น และเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากอีกด้วย

สถานการณ์ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยที่ผ่านมาการท่องเที่ยวของประเทศไทยลักษณะที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดจุดขาย และนโยบายที่ชัดเจน รวมถึงไม่เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงระดับสากล ยังพบว่าในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งออกได้ เป็น 4 ประการ มีรายละเอียดดังนี้

1. เกษตรกรหรือสมาชิกในชุมชนให้ความสนใจด้านการท่องเที่ยวไม่มากนักและขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เกษตรกรมีรายได้หลักจากการทำเกษตรมากเพียงพอ จึงไม่ประสงค์จะดำเนินการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งต้องมีการเตรียมตัวมากและมองว่าเป็นภาระที่ต้องบริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว แม้ว่าจะมีการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวและการแนะนำถึงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐแล้วก็ตาม และอาจประสบปัญหานักท่องเที่ยวขาดความรับผิดชอบมีการทำลายต้นไม้หรือเก็บผลไม้ในจำนวนมากเกินไปและสร้างความเสียหายในระยะยาว ให้กับแหล่งท่องเที่ยว

2. ปัญหาด้านแรงงานและผู้สืบทอด เนื่องจากปัญหาแรงงานด้านการเกษตรมีแรงงานเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมทำงานในโรงงาน มีสวัสดิการและความมั่นคงดีกว่าจึงทำให้แรงงานภาคการเกษตรขาดแคลน และลูกหลานเกษตรกรไม่นิยมหรือสืบทอดกิจการต่อ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของสมาชิกในชุมชนก็จะหายไป การสืบทอดอาชีพดั้งเดิมของบรรพบุรุษเริ่มลดลง เหล่านี้เป็นค่านิยมของสังคมสมัยใหม่ (สุกัญญา คงเขียว, กนก เลิศพานิช, วรรณญา อรัญวาลัย, และอภิศักดิ์ โพธิ์ปิ่น, 2561)

3. มีการโยกย้ายเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ตามตำแหน่งหน้าที่จากต้นสังกัด เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัดเกษตรจังหวัด เป็นต้น ทำให้มีการปรับเปลี่ยนนโยบาย หรือไม่มีการต่อเนื่องของนโยบายหรือโครงการ ที่ทำอาจเกิดการชะลอการดำเนินงานหรือยุติโครงการไป (สุกัญญา คงเขียว, กนก เลิศพานิช, วรรณญา อรัญวาลัย, และอภิศักดิ์ โพธิ์ปิ่น, 2561)

4. งบประมาณดำเนินงานขาดการต่อเนื่อง คืออุปสรรคสำคัญของการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรรมสิทธิ์ในที่ดินเป็นของนายทุนคนนอกพื้นที่เข้ามาอยู่อาศัย การสนับสนุนของงบประมาณภาครัฐซึ่งเมื่อออกนโยบายสนับสนุนแล้ว ปล่อยให้เกษตรกรผู้ดำเนินโครงการดำเนินการท่องเที่ยวเพียงลำพัง ไม่มีการสนับสนุนทั้งในด้านการสร้างค่านิยม การประชาสัมพันธ์ การทำการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สุกัญญา คงเขียว, กนก เลิศพานิช, วรรณญา อรัญวาลัย, และอภิศักดิ์ โพธิ์ปิ่น, 2561)

จากการลงพื้นที่สำรวจ (Pre-research) ของคณะวิจัย ในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวเชิงเกษตรเนื่องจากเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ และหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในเขตเมือง รวมถึงมีอาหารเป็นอาหารพื้นบ้าน ที่เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่สืบทอดกันมา ราคาดีอร่อย และราคาไม่แพง แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนั้นยังไม่มี การสนับสนุนที่ชัดเจนจากภาครัฐ ที่จะนำเสนอความมีเอกลักษณ์ ข้อมูลการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การติดต่อสอบถาม ผู้นำชุมชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจที่จะสามารถดึงดูด และสร้างความนิยมให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้หากคาดการณ์ในอนาคตจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะลดลง และประเทศไทยต้องหันมาพึ่งพานักท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น และจากนโยบายการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)

นักท่องเที่ยวจะลดขนาดของกลุ่มท่องเที่ยวลงจากกลุ่มใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ซึ่งคาดว่าจะป้องกันการสัมผัสกับผู้อื่นทำให้อัตราการติดเชื้อของโรคอุบัติใหม่ในอนาคต ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอีกลดลง รัฐบาลจึงต้องมีนโยบายที่ชัดเจน ทั้งในระดับเศรษฐกิจ มหาภาคและจุลภาค อีกทั้งความสำคัญคืองบประมาณซึ่งรัฐบาลไม่ควรปล่อยให้ชุมชน จัดการกันเพียงลำพังแต่รัฐบาลต้องสนับสนุนจนกว่าชุมชนจะจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้อย่างยั่งยืน

แต่อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาต้นแบบการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าภาครัฐยังไม่มีความมีนโยบายและแผนงานภาครัฐ ที่ชัดเจนด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเพียงโครงการส่งเสริมการเกษตรและผลผลิตทางการเกษตรทั่วไป ดังเช่นการสนับสนุนให้ชุมชนพึ่งพาตนเอง ก่อตั้งตลาด รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน แต่ยังมีขาดความต่อเนื่องในเชิงนโยบายของภาครัฐ การบูรณาการความร่วมมือระหว่าง เกษตรกร ชุมชน ภาคธุรกิจ และวิชาการ และภาครัฐ ที่จะสนับสนุนซึ่งกันและกันก่อให้เกิดพลวัตภายในประเทศไทย ลดการพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติ (พัทธ์ยมล สือสวัสดิ์ฉนิษฐ์, 2558; สมพร อิศวิลานนท์ และปิยะทัศน์ พาพอนุรักษ์, 2561)

จากทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วคณะนักวิจัยมีแนวคิดการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19” นี้เป็นการวิจัยเชิงนโยบายเพื่อเสนอแนะแนวทางนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ภาครัฐในเชิงนโยบาย ในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประเทศไทยมีศักยภาพอยู่แล้วเพื่อรับมือกับอนาคตอาจเปลี่ยนวิกฤตครั้งนี้ให้เป็น “โอกาส” และความสำคัญของการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งจากภายในให้กับเศรษฐกิจไทยในระยะยาวหลังจากการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและเรียกความเชื่อมั่นผู้บริโภคและนักลงทุนกลับมา ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนแบบคนไทยช่วยเหลือคนไทยกันเอง

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19
2. เพื่อวิเคราะห์และค้นหาองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19
3. เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. เพื่อค้นหานวัตกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์ความรู้เชิงพาณิชย์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบุคลากรผู้ให้บริการ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. องค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19
5. บทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



1.5 เส้นทางการสู่ผลกระทบ (IMPACT PATHWAY) ของโครงการวิจัยที่คาดหวัง

ปัจจัยนำเข้า (Inputs)	กิจกรรม (Activities)	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)		ผลกระทบ (Impacts)
			แผนการผลักดันผลผลิตไปสู่ ผู้ใช้ (Intervention)	ผู้ใช้ (Users) และการ นำไปใช้ (Adoption)	
1. ทุนสนับสนุนการวิจัย 2. บุคลากรวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ สำหรับการศึกษาหาข้อมูลและลงพื้นที่สำรวจ 3. องค์ความรู้เดิมจากโครงการศึกษาในอดีต	1. ศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย 3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) 4. การจัดสัมมนา (Search Conference) โดยเชิญผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants)	1. องค์ความรู้เชิงพาณิชย์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบุคลากรผู้ให้บริการ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. องค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4. นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 5. บทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ	1. แผนพบการให้ความรู้กับบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2. บทความวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. รายงานนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4. บทความวิจัยนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19	1. บุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2. นักวิชาการ/ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กรมส่งเสริมการเกษตร 4. นักวิชาการ/ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2. การปรับปรุงแบบการท่องเที่ยวในบริบทความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19” คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและทบทวนบทความ เอกสาร ตำราทางวิชาการ ทฤษฎี รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการกำหนด สมมติฐานงานวิจัย การกำหนด ตัวแปร และออกแบบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยในบทต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอ การทบทวน วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Review) โดยการศึกษาค้นคว้า รวบรวม ผลงานวิจัยที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ผ่านกระบวนการประเมินค่า คุณภาพงานวิจัย และคัดเลือกผลงานวิจัย ที่ได้มาตรฐาน มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลงานวิจัย อย่างเป็นระบบ นามาสรุปเป็นองค์ความรู้ที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.2 ความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครื่องมือที่ใช้ประเมินค่า (Demand)
- 2.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครื่องมือที่ใช้ประเมินค่า (Supply)
- 2.4 การวิเคราะห์การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความหลากหลาย
- 2.5 แนวคิดนวัตกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของทางเลือกประกอบธุรกิจ (Options)
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับบริบทของความปกติใหม่
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแนวทางใหม่ในการจัดการที่ซับซ้อน

ทางการเกษตร

2.1 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) กำหนดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri Tourism) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) โดย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ หรือการเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามและความเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของ สถานที่ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและมีความงดงามทาง ธรรมชาติ สามารถใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบตรงนี้ในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบ ดังกล่าวได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และ ประเพณี รวมถึง รูปแบบกิจกรรม เข้าใจและภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรม ภายใต้แนวคิด ปรัชญา องค์ ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย ซึ่งเป็นรากฐานของแผ่นดิน และการประกอบอาชีพทางการ

เกษตรกรที่หลากหลาย ซึ่งเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม โดยใช้นวัตกรรมการบริหารจัดการโดยเกษตรกรและชุมชน ในการพัฒนาสินค้าเกษตรมาเป็นผลิตภัณฑ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) และมีส่วนร่วมในกิจกรรมก่อเกิดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว จากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป สร้างรายได้แก่ชุมชนและมีคำตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเกษตรของชุมชนให้มีความยั่งยืนตลอดไป (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และวิถีการทำเกษตรกรรมของชาวชนบท กับนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ และเกิดประโยชน์ในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน (กรมการท่องเที่ยว, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากแรงผลักดันทั้งจากอุปสงค์และอุปทานทางด้านอุปทาน แรงกดดันทางเศรษฐกิจทำให้เกษตรกรต้องหาวิธีใหม่ ๆ ในการเพิ่มรายได้ ทั้งจากธุรกิจเกษตรเองและการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ทางด้านอุปสงค์นั้นเกิดขึ้นจากการที่ประชาชนสนใจกิจกรรมทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น (Carpio, Wohlgenant, and Boonsaeng, 2008) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบทโดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ เพื่อให้ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2554)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเน้นการพาชมการประกอบกิจกรรมทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ เช่น ในภาคกลางมีการทำนาสวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับ และสวนสมุนไพร ภาคเหนือจะมีการเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงไหม สวนไม้ดอกไม้ประดับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะทำให้มีรายได้กระจายไปยังท้องถิ่นอย่างแท้จริงจากการนำนักท่องเที่ยวเข้าไป ท่องเที่ยวในชุมชนเกษตร เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งได้รับการพักผ่อนและความเพลิดเพลิน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ รวมถึง การค้นหา เรียนรู้ และเข้าใจภาคภูมิกับอาชีพเกษตรกรรมที่เป็นรากฐานของแผ่นดินไทยที่มีคุณค่าภายใต้แนวคิด ปรัชญา องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทยได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย อีกทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีการผลิตการเกษตรที่ทันสมัย เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ทำให้ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและนอกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วยังมีนักวิชาการอื่น ๆ ที่สนใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (กรมการท่องเที่ยว, 2562) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงามในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความ รับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในการสวนเกษตร ได้ความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นธุรกิจของเกษตรกรที่ดำเนินการในพื้นที่ของเกษตรกรเอง เพื่อสร้างความเพลิดเพลินและความรู้ให้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชม โดยผู้เข้ามาเยี่ยมชมได้ติดต่อโดยตรงกับทางเกษตรกร กิจกรรมในลักษณะนี้เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้เกิดการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรโดยอ้อม มีกิจกรรมทางการเกษตรเป็นทรัพยากรหลักและใช้ทรัพยากรเหล่านี้ในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และเป็นการสร้างความมีส่วนร่วมให้กับคนในท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (นิออน ศรีสมยง, 2552) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อชมการเกษตรที่มีทัศนียภาพสวยงามในชนบท ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็นเป็นแหล่งให้ความรู้ทางด้านเกษตรวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ในชนบทที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้นักท่องเที่ยวและสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (Jittangwattana and Sriksampha, 2014) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงต่อการอนุรักษ์และการพัฒนาการเกษตรในลักษณะที่ยั่งยืนด้วยการจัดการให้มีการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เพาะปลูกทางการเกษตรทั้งสวนผลไม้ แปลงผัก หรือแหล่งเพาะปลูกอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและสร้างรายได้แก่เกษตรกร การกระจายรายได้สู่ชุมชน (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2553) ได้แก่

1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ได้แก่

- 1.1 เกิดรายได้เสริมแก่ประชากรและผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการใช้จ่ายขณะเดินทางท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่านำเที่ยว และค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรม

ต่างๆ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นรายได้ที่เป็นผลพลอยได้ให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่นและเป็นการกระจายเม็ดเงินสู่ชุมชนท้องถิ่น

1.2 เกิดการหมุนเวียนรายได้และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เมื่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ที่พักร้านอาหาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ที่มีผู้ลงทุนในกิจกรรมเหล่านั้น

1.3 เกิดการสร้างงานและสร้างอาชีพเกี่ยวกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พนักงานต้อนรับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น พนักงานบริการในที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

1.4 เกิดผลผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะทรัพยากรการเกษตรของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ในรูปแบบของการผลิตสินค้าและของที่ระลึก

2. ความสำคัญต่อสังคม ได้แก่

2.1 ความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่ดีขึ้น เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและประชาชนในท้องถิ่นจากรายได้ที่เป็นผลพลอยได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2 ความภาคภูมิใจในอาชีพ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นการอนุรักษ์อาชีพเกษตรกรรม

2.3 การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันระหว่างคนต่างถิ่นและคนในท้องถิ่น เป็นการอนุรักษ์สังคมวัฒนธรรมทางการเกษตรและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติของท้องถิ่น

2.4 ความภาคภูมิใจความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน ให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมทางการเกษตรและสิ่งแวดล้อมในชนบท

2.5 การขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท เพื่อช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีโครงการท่องเที่ยวเกษตรต้อนรับปีท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2541-2542 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวประเภทดังกล่าวเกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดการแก้ปัญหาการว่างงานของคนในชนบท อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นการกระจายรายได้อีกทางหนึ่ง (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, 2544) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือได้ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรยากาศ วิถีชีวิตแบบชนบทที่ใช้ภูมิปัญญาทางการเกษตรที่มีมาอย่างช้านาน ประกอบกับความเหมาะสมทางด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางศักยภาพของการท่องเที่ยวประเภทนี้อย่างสูง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกษตรกรได้รับประโยชน์เพิ่มมากขึ้นจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (วรการ สุตาแก้ว, 2555)

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (กรมการท่องเที่ยว, 2559) แบ่งได้หลายลักษณะ ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ได้แก่ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการ และการบริหารจัดการ

3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (51 ไร่ ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21-50ไร่) และขนาดเล็ก (ไม่เกิน 20 ไร่)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นกิจกรรมนันทนาการในการศึกษาหรือการพักผ่อนหย่อนใจที่ดำเนินการในพื้นที่เกษตรกรรม หรือการดำเนินงานด้านการเกษตรอื่น ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้ง กิจกรรมที่สื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางการเกษตร ความบันเทิง และการศึกษาการทำงานในพื้นที่การเกษตรด้วยกิจกรรมที่หลากหลายที่รวมอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงมีความพยายามหลายประการในการพัฒนาระบบการจำแนกสำหรับสาขาย่อยนี้ เป็นกรอบในการประเมินขอบเขตและบริบทของกิจกรรม พัฒนาการจำแนกประเภทเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่การเกษตรและธรรมชาติ เป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้เข้าชมและกิจกรรมการเกษตร (Boys, DuBreuil White, and Groover, 2017)

ประเทศไทยมียุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาชุมชนชนบท โดยกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมให้ท้องถิ่นที่มีศักยภาพเป็นพื้นที่นำร่องแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีนโยบายภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 10 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายใต้หลักการ และแนวคิด ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2545)

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้จากการให้บริการการท่องเที่ยว และการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนระดับรากหญ้า รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแหล่งรายได้เสริมที่สำคัญของเกษตรกรในยามที่ผลผลิต จากภาคการเกษตรตกต่ำในบางปี

2. สร้างความภาคภูมิใจและหวงแหนในอาชีพดั้งเดิมของเกษตรกร ให้เกษตรกรและลูกหลานรู้สึกความภาคภูมิใจในอาชีพการเกษตรของตนเอง จากเดิมที่อาชีพเกษตรกรไม่ได้รับความสนใจจากลูกหลาน เนื่องจากเป็นอาชีพที่ต้องทำงานหนักและมีรายได้น้อย

3. อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดีงาม สืบทอดอาชีพดั้งเดิมของคนไทยไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศสืบต่อไป

4. เปิดโอกาสให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท้องถิ่นของตนเอง ให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชนและร่วมกันในการบริหารงานภายในท้องถิ่น พัฒนากลุ่มเกษตรกรและทรัพยากร บุคคลในท้องถิ่นให้มีการเรียนรู้และทำงานร่วมกัน

5. สร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเกษตรกรในการเรียนรู้และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทศนคติและประสบการณ์ต่าง ๆ ระหว่างกัน และลดช่องว่างระหว่างคนเมืองกับคนชนบท

6. ปลูกจิตสำนึกที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจในอาชีพเกษตรกรรมได้พบเห็น ได้เข้าใจปัญหา อุปสรรค ตลอดจนความยากลำบากของเกษตรกรในการประกอบอาชีพและการดำรงชีพ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเมืองไทยที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการจัดการ ตลอดจนเป้าหมายการดำเนินงานที่แตกต่างกัน สามารถจำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ 6 รูปแบบ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544) ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรลักษณะการแสดงหรือสาธิต ได้แก่
 - แปลงสาธิตพันธุ์พืชสวยงาม เช่น กล้วยไม้ ดอกไม้ พืชผักและผลไม้ในท้องถิ่น และจากต่างประเทศ เป็นต้น
 - แปลงรวบรวมพันธุ์พืชชนิดต่าง ๆ เป็นการรวบรวมพันธุ์พืชจากแหล่งต่าง ๆ เช่น พันธุ์กล้วย พันธุ์ทุเรียน พันธุ์มะม่วง เป็นต้น
 - การแสดงขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ ทางด้านการเกษตร เช่น การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว ผลผลิต การดูแลหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลผลิต การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงไหม เป็นต้น
 - การแสดงประเพณีวัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีตที่ผ่านมา เช่น การตกกล้าการไถนา การดำนา การเก็บเกี่ยวข้าว การเก็บเกี่ยวไม้ผลและการแปรรูปไม้ผล การแสดงงานฝีมือหรืองานหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น
 - การแสดงอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และวิถีทางการเกษตรของไทยในอดีต
2. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรลักษณะให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่
 - การเข้าชมสวนเกษตร โดยให้นักท่องเที่ยวเก็บผลผลิตกันเองจากต้นในสวนหรือการซื้อ ผลผลิต โดยการเลือกเก็บเอง โดยนักท่องเที่ยวจะได้ทั้งความสวยงามและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ
 - การทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้นร่วมกับสมาชิกในชุมชน เช่น กรีดยาง ชีควาย นั่งเกวียน พายเรือเก็บดอกบัว เป็นต้น
3. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน หรือที่เรียกว่าโฮมสเตย์ คือ การที่นักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในหมู่บ้านเพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของชาวชนบทโดยให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะอาด และสะอาด
4. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะการอบรมให้ความรู้ด้านการเกษตรแผนใหม่ และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของสมาชิกในชุมชน ได้แก่ การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการทำการเกษตรสมัยใหม่ เช่น การปลูกพืชและการดูแลรักษาพืช การแปรรูปและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร ฯลฯ ซึ่งอาจจะมีประกาศนียบัตรรับรองให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น การฝึกปฏิบัติเพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาของสมาชิกในชุมชน เช่น ศึกษาแมลงหรือสัตว์ที่เป็นประโยชน์ต่อการเกษตร ชนิดและประโยชน์ของผักพื้นเมืองที่รับประทานได้ การทำข้าวเม่า การทำขนมจีน การทำน้ำตาลจากมะพร้าว การนวดและอบสมุนไพรและการเผาข้าวหลาม เป็นต้น
5. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร ได้แก่ สินค้า และการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของเกษตรกร สินค้าของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผักสด ผลไม้สด และดอกไม้สด ต้นพันธุ์พืชและเมล็ดพันธุ์ที่นักท่องเที่ยวจะซื้อไปปลูกเอง อาหารที่ผลิตและเตรียมในพื้นที่แบบง่าย ๆ แต่สะอาด เช่น ข้าวโพดต้ม ถั่วต้ม เป็นต้น

6. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามลักษณะการให้รู้ทางด้านธุรกิจเกษตร ได้แก่ การทำธุรกิจหรือลงทุนร่วมกับเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิต หรือการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เพื่อการส่งออก หรือจำหน่ายภายในประเทศ การร่วมผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

2. ด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศของพื้นที่

3. ด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการคิดและวางแผนปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่นทั้งการกระจายได้และการยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

4. ด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีความรับผิดชอบโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และการป้องกัน

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่มีการจัดการอย่างดี เพราะสามารถที่จะรักษาไว้ได้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจมีการปรับปรุงคุณภาพการท่องเที่ยวและการดำเนินการให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรมและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยที่สุด (Chittangwattana, 2005)

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถที่จะแยก/แบ่งออกเป็นทั้งหมด 10 กระบวนการ (Keawsuriya, 2016) ดังนี้

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี
2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดการก่อของเสีย
3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรม
4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. ต้องนำการท่องเที่ยวขยายเศรษฐกิจในท้องถิ่น
6. การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น
7. ประชุมและปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
8. การพัฒนาบุคลากร
9. การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม
10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย

การดำเนินการตามกระบวนการดังกล่าวจะส่งผลให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ ทำให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตเดิมของชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ที่กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน มีองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 4 ด้าน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2540) คือ

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิธีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และมีวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะถิ่น
2. ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือมีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. ด้านการจัดการ มีกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนด้านการเรียนรู้
4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในชุมชนกับผู้มาเยือน เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. เที่ยวชม เช่น สัตว์เลี้ยง นก แปลงเพาะปลูกพืชผักสวนครัว อุปกรณ์การเกษตรสมัยก่อน โรงนา แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึง วัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกาย การละเล่นพื้นเมือง ซึ่งสามารถนำมาแสดงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชมได้
2. ท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเก็บผลไม้ตามฤดูกาล การตองกิ่งพันธุ์ไม้ ชิมชา ชิมไวน์ การประกอบอาหาร การเล่นเกม กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสนุกสนานของนักท่องเที่ยว
3. เที่ยวหาซื้อของฝาก เป็นการหาซื้อสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยผู้ประกอบการสามารถนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูป เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น น้ำดื่มสมุนไพรต่าง ๆ หรือน้ำดื่มเย็น ๆ รวมถึงการจำหน่ายอาหารและขนม ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) สินค้าที่ระลึก เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำประสบการณ์การท่องเที่ยว

ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Taware, 2000) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ ได้แก่ ต้นทุนด้านอาหาร ที่พักแรม นันทนาการ และการท่องเที่ยว มีต้นทุนต่ำบนพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ปัจจุบันแนวคิดการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถูกจำกัดเพียงในเมืองและระดับประชากรที่มีรายได้สูง

2. ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมเกษตรและวิถีชีวิตชนบทที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากในเมืองใหญ่ให้ความสนใจในวิถีชีวิตชนบท เช่น อาหารพื้นเมือง พืชพันธุ์ สัตว์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกี่ยวข้องกับเกษตรกร การเกษตร หมู่บ้าน สิ่งเหล่านี้ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากเมืองใหญ่เดินทางมาเยี่ยมเยือน

3. ความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยชาวชนบทหรือหมู่บ้านการเกษตร โดยประชากรทุกวัยสามารถเข้าร่วมได้ ทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยกลางคน และผู้สูงอายุ

4. ความใส่ใจในสุขภาพของประชากรในเมืองใหญ่ จากการดำเนินชีวิตแบบสมัยใหม่ก่อให้เกิดความเครียดจากการทำงาน การเดินทาง จึงแสวงหาวิถีชีวิตที่สงบสุข การดูแลร่างกายและจิตใจพร้อมกัน รวมถึง การใช้สมุนไพร อาหารปราศจากสารพิษ และการพักผ่อน

5. ความสนใจในสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น สัตว์นานาชนิด ต้นไม้ พืชพันธุ์ ภูเขา น้ำตก ลำธาร สภาพแวดล้อม เป็นต้น

6. ที่พักแรมแบบรีสอร์ต โฮมสเตย์ และเมืองที่ห่างไกลจากความพลุกพล่านของผู้คน เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว

7. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ความรู้เรื่องราวชีวิตชาวชนบท และความรู้เรื่องกิจกรรมแก่เด็กนักเรียนในเมือง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์โดยตรงจากการสัมผัสชีวิตชาวชนบท

8. ความต้องการความสงบ สันติ และชีวิตสมัยใหม่ ซึ่งมีความหลากหลายทางความคิดและมีกิจกรรมที่หลากหลาย สิ่งเหล่านี้สามารถพบได้ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลดีและผลเสียของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลดี เป็นการสร้างรายได้โดยตรงให้แก่เกษตรกรผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ผลิต เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมแล้ว ยังได้ซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำในอาชีพปกติ ดังนี้

1. การจำหน่ายต้นอ่อนและเมล็ดพันธุ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวซื้อกลับไปทดลองปลูก หรือไม่บางคนอาจนำไปขยายอาชีพต่อเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพใหม่ได้

2. การขายผลผลิตที่เก็บได้ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ช่วยขยายตลาดขายปลีกขายส่งให้แก่เกษตรกรได้

3. การแปรรูปผลผลิตจากผลผลิตบางชนิดที่จำหน่ายสดไม่ทันหรือต้องการเก็บรักษาไว้ได้ สามารถจัดทำเป็นของแห้ง โดยการถนอมอาหารจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นรายได้เพิ่มพูนจากเดิม

4. การแนะนำสู่ทางธุรกิจการเกษตรเพิ่มขึ้น ให้นักท่องเที่ยวและเกษตรกรที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด สามารถช่วยขยายผลจากการทำการเกษตรต่อไปทางธุรกิจอื่น ๆ ได้ นับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพเพิ่มขึ้น อาทิ การทำธุรกิจผลไม้สด เครื่องจักสาน เครื่องบรรจุกัญญา เป็นต้น

5. การจัดการท่องเที่ยวแวะพักชมสวนเกษตรยังทำให้เพื่อนบ้านสามารถขายสินค้า ทั้งจากสวนเกษตรและสินค้าจำพวกอาหารเครื่องดื่มได้เพิ่มมากขึ้น

ผลเสีย เป็นสิ่งอ่อนไหวและเปราะบางของสถานที่ท่องเที่ยว หากได้รับความกระทบกระเทือน หรือผลกระทบจากการขาดความระมัดระวังแล้ว ย่อมทำให้เกิดความเสียหาย ต้นไม้ตายจากการติดเชื้อ หรือ สัตว์ตัวเล็ก ๆ อาจติดเชื้อโรคระบาดและตายลงได้ เรื่องนี้มิใช่การกล่าวโดยไม่มีเหตุผลความเสียหายของสวนผลไม้เกิดจากการรับบริการนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้จักการท่องเที่ยวที่ตื้นนั้น ประการหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวไม่รู้จักวิธีการท่องเที่ยวสวนที่ตื้นนั้นเข้าไปเด็ด หัก เอาผลไม้จากต้น ทำให้กิ่งก้านต้นไม้ฉีก เกิดรอยแผลอาจมีเชื้อราเข้าไปทำให้ลำต้น กิ่ง เน่าตายได้ ประการที่สอง บางคนที่ไม่รู้เรื่องผลอ่อนผลแก่ ไปหักเอามาแล้วทั้งทำให้เจ้าของสวนขายไม่ได้เกิดความเสียหาย ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri Tourism) จึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดีคือ เจ้าของสวน ผู้จัดนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว บุคคลทั้ง 3 กลุ่มที่เกี่ยวข้องจะต้องรู้วิธีการจัดการอย่างมีระบบ

ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. โอกาสจากการมีรายได้มากขึ้น จากหลากหลายทางที่ไม่ใช่จากผลผลิตทางการเกษตรเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการยังสามารถมีรายได้เพิ่มจากการแปรรูปสินค้าเกษตร การเก็บค่าเข้าชม การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

2. รายได้เพิ่ม แต่ไม่ต้องเพิ่มที่ดินทำกิน โดยการนำทฤษฎีเกษตรผสมผสานมาปรับใช้ในพื้นที่ทำกินที่ไม่อยู่จำกัดหรือมีขนาดเล็ก ให้มีประสิทธิภาพ มีรายได้เพิ่ม มีผลผลิตที่หลากหลาย

3. เมื่อเทียบกับตลาดสินค้าแบบดั้งเดิม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนำเสนอวิธีการใหม่ของการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าการเกษตร ได้แก่ การแปรรูปผลผลิตให้มีมูลค่าเพิ่ม

4. โอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ จากทรัพยากรที่เกษตรกรมีอยู่แล้ว

5. การสร้างกิจการ สำหรับครอบครัวและลูกหลานในอนาคต เป็นวิธีการหนึ่งในการดึงดูดให้คนหนุ่มสาวเดินทางกลับมาประกอบอาชีพในท้องถิ่น

6. ธุรกิจสำหรับผู้เกษียณอายุ สามารถดำเนินการได้เอง

7. แหล่งเรียนรู้สำหรับทุกคนที่สนใจเรื่องการเพาะปลูก การเกษตร ทั้งตัวเกษตรกรเอง นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป ที่อยากศึกษา หาความรู้เพิ่มเติมด้านการเกษตร หรือความรู้การเลือกซื้อสินค้าการเกษตร การจัดเก็บ เป็นต้น

8. การแสดงวิธีการดูแลและป้องกันทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยวิธีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และพื้นที่สีเขียว โดยการจัดทำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อลดปัญหาการขายที่ดิน และปัญหาสิ่งแวดล้อมจากโรงงานอุตสาหกรรมที่จะเข้ามาในท้องถิ่น

9. แหล่งเรียนรู้เรื่องราววิถีทางทำเกษตรกรรมทั้งสมัยโบราณ และสมัยใหม่ด้วย เป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การปลูกข้าว เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำนา เป็นต้น

โดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการผสมผสานระหว่างการนำวิถีการดำเนินชีวิตวัฒนธรรมชนบทธรรมเนียมประเพณีและความเป็นอยู่ของชาวชนบท รูปแบบของกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางเกษตรที่มีความหลากหลายในรูปแบบดั้งเดิมไปจนถึงการพัฒนาสู่แนวหน้า รวมทั้ง ทัศนียภาพของธรรมชาติอันสวยงามมาจัดให้มีระบบการบริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชนเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและประทับใจแก่ผู้มาท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของพื้นที่ทางการเกษตรและวัฒนธรรมทางการเกษตรน้อยที่สุดหรือไม่เกิดผลกระทบ ซึ่งเป็นการพัฒนาอาชีพควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

การเกษตรกรรมและการท่องเที่ยวความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ

เกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรมที่เก่าแก่ที่สุดในโลก และมนุษย์เริ่มเพาะพันธุ์พืชและสัตว์เพื่อการบริโภคของมนุษย์เมื่อประมาณ 15,000 ปีก่อน หลักฐานของเครือข่ายการค้าระหว่างอารยธรรมโบราณก่อนการเกษตรนั้นเก่าแก่กว่า เนื่องจากอาหารบางชนิดเจริญเติบโตได้ในสภาพอากาศที่แตกต่างกัน การแลกเปลี่ยนอาหารจึงขยายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว เส้นทางการค้าที่กว้างขวางที่สุดในยุคประวัติศาสตร์คือเส้นทางสายไหม ซึ่งมีเครื่องเทศที่แปลกใหม่ รวมถึงสินค้าอื่นๆ เดินทางจากจีน อินเดีย และตะวันออกไกลไปยังแอฟริกาเหนือและยุโรป เกษตรกรรมถูกกำหนดให้เป็นศาสตร์หรือศาสตร์ที่เป็นวิทยาศาสตร์ในแนวปฏิบัติในการทำฟาร์มและฟาร์มปศุสัตว์ รวมถึง การปลูกพืชผลและการเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์อื่นทางการเกษตรมีการปฏิบัติในทุกประเทศในโลก สินค้าเกษตรเพื่อการค้ามีมูลค่า 8.0 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2014 ทั่วโลกคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลก ปัจจุบัน จีนเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรรายใหญ่ที่สุดของโลก รองลงมา คือ อินเดีย และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ (Officer, 2016)

การค้าด้านอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยการผลิตทางการเกษตรเป็นสิ่งสำคัญของห่วงโซ่อาหารโลกาภิวัตน์ เช่น แคลิฟอร์เนียสร้างรายได้ 54 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการผลิตทางการเกษตรในปี 2557 และส่งออกเกือบ 22 พันล้านดอลลาร์สหรัฐของจำนวนนั้น การส่งออกอาหารเหล่านั้น รวมถึง นม ผลไม้ และถั่วเปลือกแข็ง (อัลมอนต์) และปศุสัตว์ ส่วนใหญ่ส่งไปยังสหภาพยุโรป แคนาดา จีน ฮองกง ญี่ปุ่น และเม็กซิโก (CDFA (California Department of Food and Agriculture), 2014) ในปีเดียวกันนั้น แคลิฟอร์เนียนำเข้าสินค้าเกษตรมูลค่า 10,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐจากเม็กซิโก จีน เวียดนาม และชิลี รวมถึง กาแฟ ผลไม้เมืองร้อน (กล้วย) และเนื้อสัตว์แปรรูป (California Assembly Committee on Jobs, Economic Development and the Economy, 2014) เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาทางการเกษตร

ผู้ผลิตทางการเกษตรต้องเผชิญกับความท้าทายมากมาย เช่น การลดราคาของสินค้าโภคภัณฑ์ ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น และความต้องการของผู้บริโภคที่ผันผวนในตลาดอาหารโลก นอกจากนี้กฎระเบียบที่เพิ่มขึ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารและประกันพืชผลได้สร้างภาระเพิ่มเติมในการทำกำไรของฟาร์มขนาด ในเวลาเดียวกัน เกษตรกรกำลังประสบกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นสำหรับปัจจัยการผลิต เช่น เชื้อเพลิง ค่าจ้าง น้ำ และปุ๋ย หากราคาเมล็ดพืชหรือปุ๋ยเพิ่มขึ้น ราคาที่ผู้บริโภคจ่ายสำหรับขนมปังจะเพิ่มขึ้น

ซึ่งอาจส่งผลให้มีการขายขนบป็นน้อยลง ด้วยอัตรากำไรเพียงเล็กน้อยสำหรับเกษตรกร ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอาจหมายถึงการล้มละลาย และทำให้กิจกรรมทางการเกษตรลดลง (Slocum and Curtis, 2017)

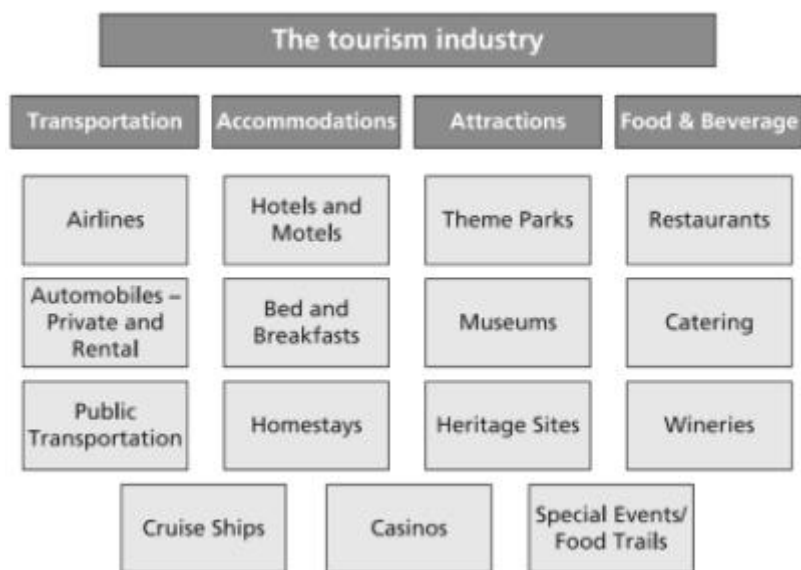
กลยุทธ์ใหม่เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของฟาร์มขนาดเล็กใช้ประโยชน์จากความต้องการของผู้บริโภคในอาหารท้องถิ่นผ่านการขายตรงช่วยให้เกษตรกรสามารถขายผลิตภัณฑ์ของตนให้กับผู้บริโภคได้โดยตรง ไม่มีผู้ค้าส่งและพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ ตลาดของเกษตรกร ฟาร์ม และชุมชนที่สนับสนุนการเกษตรตลอดจนการขายให้กับร้านอาหารในท้องถิ่น และร้านขายของชำ โดยการผลิตทางการเกษตรส่วนใหญ่เกิดขึ้นในพื้นที่ชนบท ซึ่งเผชิญกับความท้าทายมากมายที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจและโอกาส ตามเนื้อผ้าการพัฒนาชนบทมุ่งเน้นไปที่การสกัดหรือใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ (เช่น ป่าไม้และเหมืองแร่) หรือการใช้ที่ดินอย่างเข้มข้น เช่นเดียวกับในการเกษตร ด้วยจำนวนฟาร์มขนาดเล็กทั่วโลกที่ลดลง พื้นที่ชนบทสูญเสียฐานเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมระดับโลกในเขตเมืองได้เปลี่ยนแปลงธรรมชาติของพื้นที่ชนบทอย่างมากในช่วง 200 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จำนวนงานในเมืองที่เพิ่มขึ้นทำให้การย้ายถิ่นจากชนบทสู่เมืองเพิ่มขึ้น ในขณะที่คนรุ่นใหม่ย้ายไปทำงานในเมืองเพื่อการศึกษา พื้นที่ชนบทเหลือประชากรสูงอายุ พื้นที่ชนบทยังประสบปัญหาการขาดการลงทุน เช่น ถนน โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น

การพัฒนาชนบทเป็นกระบวนการในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและความผาสุกทางเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีลักษณะค่อนข้างโดดเดี่ยวและมีประชากรไม่หนาแน่น ซึ่งมีการพัฒนาภาคส่วนในภาคเศรษฐกิจเดียวเป็นที่ตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจขั้นต้นนำไปสู่การพึ่งพาอาศัยกันมากเกินไปและอาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียและล้มเหลว (Moseley, 2003)

การท่องเที่ยวความสัมพันธ์แบบสหสัมพันธ์กับการเกษตรกรรม

เกษตรกรรมและการท่องเที่ยวเป็นตัวแทนของสองอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก ในอดีตมนุษย์ในยุคแรก ๆ มนุษย์เดินทาง เพื่อเก็บทรัพยากรที่สำคัญ เช่น อาหาร น้ำ เป็นต้น และเพื่อการค้ากับแหล่งอื่น ๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับเทคโนโลยีที่มีรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกันไปจากเดิม ซึ่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการเดินทางมากขึ้น เช่น รถขับเคลื่อนด้วยลมถูกแทนที่ด้วยรถยนต์มาลากร ต่อมาถูกแทนที่ด้วยเครื่องยนต์ เช่น รถยนต์ เรือสำราญ เครื่องบิน เป็นต้น เมื่อเวลาในการเดินทางสั้นลงและการเดินทางก็มีค่าใช้จ่ายน้อยลงการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นความจริงมากกว่าแค่ชนชั้นสูง เมื่อการเดินทางมีความสะดวกมากขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวมีคำจำกัดความที่หลากหลาย โดยนิยามของการท่องเที่ยวที่พบบ่อยที่สุด คือ “การเดินทางชั่วคราวของผู้คนไปยังจุดหมายปลายทางนอกที่ทำงานและที่อยู่อาศัยตามปกติ กิจกรรมดำเนินการระหว่างการเข้าพักในจุดหมายปลายทางเหล่านั้น และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของพวกเขา” (Mathieson and Wall, 1982) ในด้านการลงทุนทางเศรษฐกิจ กล่าวถึง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย อุตสาหกรรมที่พัฒนาเพื่อส่งเสริมประสบการณ์การเดินทาง เช่น สายการบิน โรงแรม กิจกรรมดึงดูดใจ กิจกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ดังภาพที่



ภาพที่ 2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยว สามารถกำหนดรูปแบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้จากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ได้จากจากประสบการณ์ของการเยี่ยมชมสถานที่ในต่างประเทศหรือสถานที่แปลกใหม่ โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวเป็น “ปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ” ที่เริ่มต้นมายาวนานจากการเดินทางจริงและขยายการเดินทางออกไปยังสถานที่ที่น่าตื่นตาตื่นใจมากขึ้น เมื่อนักเดินทางวางแผนการเดินทาง รวมไปถึงกิจกรรมเฉพาะ เช่น เล่นสกี อาบแดด การสำรวจพื้นที่ธรรมชาติหรือวัฒนธรรมเฉพาะ เป็นต้น นักท่องเที่ยวมักเลือกจุดหมายปลายทางโดยพิจารณาจากปัจจัยหลายประการ เช่น คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน การสื่อการตลาดที่มีในอินเทอร์เน็ต หรือหนังสือแนะนำเที่ยว การซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนใหญ่เกิดขึ้นก่อนการเดินทางจะเริ่มทั้งการเดินทาง แพ็คเก็จทัวร์ และที่พัก นักท่องเที่ยวยังซื้อของหลายอย่างระหว่างเดินทาง เช่น อาหาร ของที่ระลึก น้ำมันเบนซิน เป็นต้น หลังการเดินทางเสร็จสมบูรณ์นักท่องเที่ยวมักจะแบ่งปันประสบการณ์ผ่านเรื่องราว ภาพถ่าย และของที่ระลึก (World Tourism Organization, 2014)

ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวและกิจกรรมยามว่าง เป็นสิ่งที่มีความแตกต่างกัน โดยการท่องเที่ยวถูกกำหนดให้ผู้มาเยือนอยู่ห่างจากบ้านเป็นระยะทางหนึ่ง (โดยปกติมากกว่า 150 ไมล์หรือ 240 กิโลเมตร) หรือกำหนดให้มีการพักค้างคืนนอกบ้านเพื่อจัดประเภทเป็นนักท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด คำจำกัดความอื่น ๆ รู้จักนักเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับหรือนักท่องเที่ยวในฐานะนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวมักถูกจัดประเภทว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแต่อาศัยอยู่ใกล้กับจุดหมายปลายทางและอยู่ในช่วงเวลาสั้น ๆ (สองสามชั่วโมงถึงหนึ่งวัน) โดยไม่คำนึงถึงประเภทของนักเดินทาง เช่น วิสาหกิจในฟาร์ม ได้แก่ ร้านค้าฟาร์ม อาจมีนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวท้องถิ่น หรือผู้คนที่มาจากบริเวณใกล้เคียง หรือสมาชิกในชุมชน หรือนักเดินทางจากแดนไกล เป็นต้น การท่องเที่ยวถูกจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยประมาณการมีผู้เดินทางประมาณ 1 พันล้านคน สร้างรายได้โดยตรง 1.4 ล้านล้านดอลลาร์ ทั่วโลกใน

ปี 2556 (World Tourism Organization, 2014) ซึ่งส่งผลให้ผลกระทบทางเศรษฐกิจมีมูลค่า 2.3 ล้านล้านดอลลาร์และงาน 292 ล้านตำแหน่ง คิดเป็น 1 ใน 10 ของงานในแรงงานทั่วโลก (Monthly Economic Impact, 2017) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมทางเศรษฐกิจแบบที่ต้องพึ่งพาธุรกิจหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น โดยไม่สามารถดำเนินการจัดการธุรกิจได้เพียงลำพัง

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร: อุตสาหกรรมที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจ

การพัฒนาชนบทสมัยใหม่มุ่งเป้าไปที่การกระจายฐานเศรษฐกิจ และการพัฒนาภาคส่วนถูกแทนที่ด้วยการพัฒนาอาณาเขต การพัฒนาอาณาเขตผสมผสานการพัฒนาของภาคส่วนหรืออุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งทั้งภูมิภาคโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ ขณะนี้หลายภูมิภาคมีกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมบริการ เช่น การธนาคาร การประกันภัย หรือการท่องเที่ยว และเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม

การกระจายเศรษฐกิจช่วยลดผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจตกต่ำระดับประเทศและระดับนานาชาติที่มีต่อเศรษฐกิจระดับภูมิภาค ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากร เช่น ที่ดิน ทุน โครงสร้างพื้นฐาน แรงงาน เป็นต้น สู่กิจกรรมใหม่เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยง พื้นที่ที่พึ่งพาอุตสาหกรรมเดียวต้องเผชิญกับความท้าทายทางการเงินมากมายหากราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์นั้นลดลง ฐานและเศรษฐกิจในหลากหลายอุตสาหกรรมปกป้องภูมิภาคจากการว่างงานลดรายได้จากภาษีและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่ลดลงเมื่อเกิดภาวะถดถอย พื้นที่ชนบทจึงเริ่มลงทุนในอุตสาหกรรมที่มีการสกัดน้อย รวมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ การผลิตเฉพาะกลุ่ม และการท่องเที่ยว พื้นที่ชนบทยังเน้นย้ำกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจที่ผลิตในท้องถิ่น

ทั้งการท่องเที่ยวและการเกษตรให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ผลกระทบโดยตรงของการท่องเที่ยวและการเกษตรคือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่เกิดจากการขาย เช่น ธุรกิจขายตรงให้กับนักท่องเที่ยว (ค่าใช้จ่ายจริงที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการเดินทาง) หรือเกษตรกรขายให้กับนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น สำหรับการท่องเที่ยว รายจ่ายเหล่านี้รวมถึงการจัดเตรียมการเดินทางที่มักจะทำขณะอยู่ที่บ้าน และการใช้จ่ายในประเทศหรือในท้องถิ่นสำหรับทัวร์ อาหาร ของที่ระลึก หรือกิจกรรมอื่นๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือน ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องได้รับข้อมูลเพื่อดำเนินการ เช่น ร้านอาหารจำเป็นต้องรับข้อมูลการซื้ออาหารและเครื่องดื่มเพื่อจัดหาอาหาร การจัดการที่พักจำเป็นต้องซื้อผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวสำหรับแขก และการเปลี่ยนแปลงในการขาย

ธุรกิจการท่องเที่ยวอาจได้รับผลกระทบ หากปราศจากข้อมูลการท่องเที่ยวโดยตรง และเงินที่ได้จากนักท่องเที่ยว รวมถึง สิ่งของที่เกี่ยวข้อง เช่น อาหาร ผ้าปูที่นอน เป็นต้น ผลกระทบทางอ้อมในการเกษตร ได้แก่ การซื้อเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย เครื่องจักร หรือบรรจุกัญชีของฟาร์ม สุดท้ายธุรกิจท่องเที่ยวและการเกษตรต้องจ้างพนักงาน เงินที่พนักงานได้รับจะนำไปใช้ในระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่นเพื่อที่อยู่อาศัย ของที่ระลึก หรือค่าเล่าเรียน ผลเหล่านี้มีผลต่อระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นอันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของครัวเรือนของรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว การเกษตร และกิจกรรมสนับสนุน กิจกรรมจำนวนมากที่สนับสนุนการผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวจะไม่เกิดขึ้นเป็นอย่างอื่น การส่งออกสินค้าเกษตรยังนำเงินใหม่เข้าสู่เศรษฐกิจอีกด้วย ผลรวมของผลกระทบโดยตรง ทางอ้อม และผลกระทบที่เกิดขึ้นคือผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวมของอุตสาหกรรมในพื้นที่หนึ่ง ๆ

ธุรกิจการท่องเที่ยว อาจมีการนำเข้าอาหารจากนอกพื้นที่ เนื่องจากมีความกังวลเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารในพื้นที่ รวมถึง การนำผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ฟาร์มนำเข้าซื้อปุ๋ยเชิงพาณิชย์แทนที่จะซื้อเมล็ดจากฟาร์มใกล้เคียง เงินจำนวนนี้ไม่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของภูมิภาคและสูญหายไปเป็นผลกระทบทางอ้อม โรงแรมขนาดใหญ่อาจจ้างผู้บริหารระดับสูงจากนอกภูมิภาค ซึ่งเงินเดือนส่วนนี้จะถูกส่งกลับคืนสู่ธนาคารในภูมิภาคบ้านเกิด ช่วยลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในภูมิภาค เกษตรกรอาจจ้างแรงงานต่างชาติดึงเงินส่งกลับให้สมาชิกในครอบครัวในประเทศของตน ตัวอย่างดังกล่าวอาจทำให้ระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นเกิดการรั่วไหลของเงินตรา

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ในชนบท ทำให้ชนบทได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ อีกทั้ง เกิดการไหลเวียนของเงินตราในระบบเศรษฐกิจ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่สำหรับตัวเครื่องบิน แพคเกจทัวร์ หรือที่พักในโรงแรม นักท่องเที่ยวที่เดินทางระยะจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับค่าน้ำมัน เชื้อเพลิง ค่าอาหาร และรายการอื่น ๆ ในท้องถิ่น ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระยะสั้นจะไม่ซื้อที่พัก แต่จะรับประทานอาหารท้องถิ่นมากกว่า รวมทั้ง มีการเดินทางมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากระยะทางในการเดินทางน้อยกว่ามากสามารถเที่ยวได้บ่อยครั้ง (Oh and Schuett, 2010)

การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญในการวัดการมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อการสร้างงานและสร้างความมั่งคั่ง รวมถึง ความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้แน่ใจว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจยังคงอยู่ในภูมิภาคและลดอัตราการรั่วไหลของเงินตรา เช่น การเกษตร ขึ้นอยู่กับปัจจัยบางอย่าง เช่น เมล็ดพืช อาหารสัตว์ น้ำ ปุ๋ย และเครื่องจักร หากอุตสาหกรรมเกษตรเผชิญกับความยากลำบากทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมทั้งหมดที่ต้องพึ่งพาการผลิตทางการเกษตรเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของตน เช่น เมล็ดพืช อาหารสัตว์ น้ำ ปุ๋ย และเครื่องจักรก็จะได้รับผลกระทบไปด้วย

นโยบายของรัฐบาลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การบริหารรัฐกิจเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารทางการเมืองที่ทำให้เป็นสาธารณะแตกต่างจากการบริหารงานส่วนตัวหรือธุรกิจ โดยการบริหารรัฐกิจมุ่งเน้นไปที่ธรรมชาติทางการเมือง มีการศึกษากระบวนการแบ่งเป็น 2 กระบวนทัศน์ (Paradigm) คือ กระบวนทัศน์ที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการภายในองค์กรภาครัฐ การแยกการเมืองจากการบริหาร การบริหารตามแนววิทยาศาสตร์ การบริหารตามแนวมนุษยสัมพันธ์ และกระบวนทัศน์ใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ได้เปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับประชาชนผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของภาครัฐ โดยมีจุดเน้นไปที่ผู้รับบริการภาครัฐที่เป็นข้อเสนอที่เป็นแนวทางการดำเนินงานของบุคคลและกลุ่มบุคคล หรือรัฐบาล เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อยกคุณภาพในประเทศตามกิจกรรมที่สนับสนุนจากรัฐบาล มีขั้นตอนของนโยบาย ดังนี้ (สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันท์แดง, 2562)

1. การก่อตัวของนโยบาย (Policy Formation) ซึ่งอาจเกิดจากข้อเรียกร้องปัญหา การเปลี่ยนแปลงปัจจัยแวดล้อมของกลุ่มผลประโยชน์ โดยค้นหาสาเหตุของปัญหา เพื่อกำหนดนโยบายโดยมีลักษณะของปัญหาสาธารณะที่มีความซับซ้อนขาดความชัดเจน มีความละเอียดอ่อนและเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) แบบถังขยะ (Garbage Model) 2) แบบชุมชนนโยบาย (Policy Communities) 3) ตัวแบบผู้ประกอบการนโยบาย (Policy Entrepreneurs) และ 4) ตัวแบบ

หน้าต่างนโยบาย (Policy Window) โดยการนำไปใช้กำหนดนโยบายจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์และโอกาส (ยูเรศ หลุดพา, 2560; สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง, 2562)

2. ขั้นตอนการกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยการเข้าสู่วาระจะเป็นจะกำหนดเป็นนโยบายนั้นอาจไม่ได้รับการถูกกำหนดเป็นนโยบายทั้งหมด แต่อาจเกิดการสกัดกั้นจากผู้กำหนดนโยบาย โดยข้าราชการและความลำเอียงของระบบการเมือง เป็นต้น โดยขั้นการกำหนดนโยบายสาธารณะมีรูปแบบของการกำหนดนโยบาย 4 รูปแบบดังนี้ 1) ตัวแบบเหตุผล (Rational Model) 2) ตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Model) 3) ตัวแบบชนชั้นนำ (Elite Model) และ 4) ตัวแบบกลุ่ม (Group Model) (ยูเรศ หลุดพา, 2560) การกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยกระบวนการก่อรูปนโยบายสาธารณะและกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ ซึ่งนโยบายสาธารณะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงทฤษฎี (Idealism) และความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ (Practicalism) (สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง, 2562)

3. ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่ข้าราชการประจำต้องถือปฏิบัติ มี 6 รูปแบบ คือ 1) ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model) 2) ตัวแบบทางด้านการจัดการ (Management Model) 3) ตัวแบบการพัฒนาองค์การ (Organization Development Model) 4) ตัวแบบกระบวนการของระบบราชการ (Bureaucratic Process Model) 5) ตัวแบบทางการเมือง (Political Model) และ 6) ตัวแบบทั่วไป (General Model) (ยูเรศ หลุดพา, 2560; สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง, 2562)

4. ขั้นตอนการประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation) เป็นการประเมินประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของนโยบายโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการ เป็นการประเมินถึงผลกระทบเชิงบวกเชิงลบ โดยรูปแบบการประเมินผลนโยบายประกอบด้วย การประเมินแบบกำกับติดตาม (Policy Monitoring) การวัดประสิทธิภาพ (Efficiency Measurement) และการวัดประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) เพื่อให้ได้ผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติและนำไปสู่การตัดสินใจที่จะดำเนินต่อไป หยุดนโยบายสาธารณะนั้น (ยูเรศ หลุดพา, 2560; สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง, 2562)

5. ขั้นตอนความต่อเนื่อง การทดแทน สิ้นสุด ปรับปรุง (Policy Maintenances, Successions, Terminations) เป็นขั้นตอนของการนำผลที่ได้จากการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในความต่อเนื่อง การทดแทน สิ้นสุด และปรับปรุงของนโยบาย เพื่อความต่อเนื่องของนโยบายหากนโยบายนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ปรับปรุงนโยบายหากนโยบายสาธารณะนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควร และสิ้นสุดนโยบายสาธารณะหากโครงการนั้นไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของประเทศทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค (ยูเรศ หลุดพา, 2560; สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง, 2562)

การนำนโยบายสาธารณะสู่การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นไทย

ปัจจุบันประเทศไทยต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งในและนอกประเทศ ในยุคที่มีความผันผวนของโลกาภิวัตน์ การจัดการนโยบายสาธารณะส่งผลต่อการบริหารจัดการประเทศ และทำได้ยากขึ้นเนื่องจากต้องมีส่วนร่วมระหว่างผู้กำหนดนโยบายสาธารณะ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทุกองค์การล้วนเป็นส่วนหนึ่งของกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนา ทั้งในเศรษฐกิจระดับประเทศ (Macroeconomic) และระดับท้องถิ่น (Microeconomic) โดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง เพื่อกำหนดนโยบายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีจุดประสงค์ให้ชุมชนหรือท้องถิ่นที่เข้มแข็งสามารถบริหารจัดการตนเองได้ และมีความยั่งยืน รวมทั้งคุณธรรม และจริยธรรม ของการดำเนินการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลและผลประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนต่อไป (ยุวเรศ หลุดพา, 2560; สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทร์แดง, 2562)

2.2 ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครื่องมือที่ใช้ประเมินค่า (Demand)

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ปรากฏการณ์ขึ้นจากมนุษย์มีความต้องการ (Wants) และความจำเป็น (Needs) ในการใช้บริการ เช่น การพักผ่อน การรับประทานอาหาร หรือการใช้สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น และมีความจำเป็นในทางจิตวิทยา (Psychological Needs) เช่น การได้รับยอมรับและความรักจากผู้อื่น (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ทำการค้นหาในการคิด การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค และการประเมินผลในการใช้สินค้าและบริการ คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวกับการคิดประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้า และการบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึง การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ผู้บริโภค (Consumer) เป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการประเมินการครอบครอง การใช้สินค้าและบริการ ทั้งการใช้ด้วยตนเองและการใช้ในครัวเรือน ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) จึงเป็นการแสดงถึงบุคคลในการตัดสินใจเลือกซื้อ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภค โดยมีการประเมินผลการรับรู้การเรียนรู้เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตนทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา โดยพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการทางจิตวิทยาภายใต้การตัดสินใจของผู้บริโภค โดยการพยายามอธิบายกฎในการตัดสินใจ เลือกทางเลือกต่างๆ ของผู้บริโภคและพยายามตีกรอบกระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภค และ สิ่งที่กระทบต่อการตัดสินใจนั้นๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างผลกำไรจากการศึกษาวิธีการที่ผู้บริโภคคิด (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) อุปสงค์เชิงการท่องเที่ยวเป็นความปรารถนาในการจ่ายเงินสำหรับซื้อบริการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์เชิงการท่องเที่ยว (ตุ้ย ชุมสาย, ญิบพัน พรหมโยธี, 2527) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่พักแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอพร้อมสำหรับผู้เข้าพักแสดงถึงโอกาสทางธุรกิจ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานบันเทิง สระว่ายน้ำ บริการซักรีด บริการด้าน สุขภาพ บริการอินเทอร์เน็ต ร้านค้า เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคในการตัดสินใจมาให้บริการของโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

2. ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงานและการให้บริการเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงานด้านการให้บริการ ทั้งการต้อนรับ อภัยภัยไมตรีของพนักงาน ความดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน รวมถึงความคล่องตัวและรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

3. ปัจจัยด้านอัตราค่าที่พัก ผู้บริโภคแต่ละคนมีระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะมีโอกาสในการเลือกใช้บริการที่พักแรมแตกต่างกัน รวมถึงความพอใจในการจ่ายเพื่อให้ได้ระดับการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการ

4. ปัจจัยด้านระบบรักษาความปลอดภัย เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้มาใช้บริการ และมีการเตรียมพร้อมอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือในสถานที่ และการบริการ

5. ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ในส่วนความสะอาดของห้องพัก ความปลอดภัย มีอากาศถ่ายเทสะดวก และบรรยากาศดี

6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงโรงแรม เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้มาพักแรม ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกที่พักแรม

7. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ ไม่เกิดความวุ่นวายในส่วนของพนักงานทุกระดับ เพื่อทำให้เกิดความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นพฤติกรรมของบุคคลในการค้นหาการซื้อ การใช้การประเมิน และการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (Schiffman and Kanuk, 1994) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจการซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล มีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต พฤติกรรมที่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของตน ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม โดยพิจารณาจากความต้องการของนักท่องเที่ยว (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550) ดังนี้

1. Explorer คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบการท่องเที่ยวแบบค้นหาสิ่งใหม่ๆ
2. Elite คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่
3. Off-Beat คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบไปที่ท่องเที่ยวในสถานที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวไปมาก
4. Unusual คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่มีความชื่นชอบในการเดินทางในลักษณะเชิงสำรวจเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว

5. Incipient คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางตามลำพังหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ แต่อยากได้รับการต้อนรับและบริการที่ดี

6. Mass Tourist คือ นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีมีค่านิยมหรือรสนิยมที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

7. Charter คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชื่นชอบเดินทางไปที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ การใช้ทรัพยากรพื้นที่การเกษตรอย่างสมเหตุสมผลและยั่งยืนด้วยการแบ่งเขตของพื้นที่เพาะปลูก กระบวนการแบ่งเขตพื้นที่เพาะปลูกขึ้นอยู่กับอุปทานเพียงอย่างเดียว โดยไม่สนใจรูปแบบอุปสงค์ที่ครอบงำโดยสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม การวิเคราะห์ทางด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ที่พักแรม (Accommodation)

และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรม ทักษะคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึง การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง สิ่งที่มีศักยภาพในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมหรือประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ เช่น การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยสามารถแบ่งเป็นประเภท (ราณี อธิชัยกุล, วรณา ศิลปอาษา, ชัชพล ทรงสุนทร วงศ์, รชพร จันทร์สว่าง, และจินดา ขลิบทอง, 2556) ดังนี้

1.1 สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น มีลักษณะเป็นเมืองโบราณที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานที่ได้รับอิทธิพลมาจากพุทธศาสนา รวมถึงสถานที่ที่จัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรมต่าง ๆ

1.2 วัฒนธรรมและวิถีชีวิต สถานที่ที่มีประชากรหลายเชื้อชาติ ซึ่งแต่ละกลุ่มแต่ละชนชาติจะมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ของตนเองนับเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งต่อการท่องเที่ยว

1.3 ศิลปะวัฒนธรรมและประเพณีศิลปะ มีความเป็นเอกลักษณ์ในตนเอง ทั้งจิตรกรรม วรรณกรรม สถาปัตยกรรม หรือประติมากรรม มีสถาปัตยกรรมที่งดงามมากมาย ที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น เจดีย์วัด รวมถึงการแสดงนาฏศิลป์ ดนตรีท้องถิ่น งานประเพณีท้องถิ่นประจำ เป็นต้น

1.4 อาหารท้องถิ่น เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น อาหารประจำท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง

2. การเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่

2.1 การเข้าถึงพื้นที่หลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องมีความสะดวกสบายหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทางบก การขยายเส้นทางถนนทั้งภายในประเทศและการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ เป็นต้น รวมไปถึงการเดินทางทางอากาศ ท่าอากาศยานนานาชาติมีเที่ยวบินจากสายการบินทั้งระดับนานาชาติและสายการบินต้นทุนต่ำพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวหลาย ๆ คนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่โดยการนั่งเครื่องบิน เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และอัตราค่าโดยสารในภาพรวมถือว่าไม่สูงจนเกินไปนัก

2.2 การเข้าพักแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การคมนาคมขนส่งโดยรถยนต์ มีความสะดวกและรวดเร็ว แต่ในตัวเมืองนั้นอาจจะมีการจราจรติดขัดบ้าง โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเทศกาลในพื้นที่ท่องเที่ยวมีบริการขนส่งมวลชนหลากหลาย เช่น รถเมล์ รถสองแถว หรือรถตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น รวมถึงบริการเช่ารถจักรยานและรถจักรยานยนต์ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวกมากขึ้น พร้อมทั้งได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด พื้นผิว ถนนอยู่ในสภาพดีมีความปลอดภัย

3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ควรมีความหลากหลายและมีความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่การ

เยี่ยมชมและถ่ายภาพเท่านั้น แต่มีการออกแบบกิจกรรมที่สามารถสร้างการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมรวมถึงการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ผนวกกับการที่คนในท้องถิ่นยังคงรักษาขนบธรรมเนียมและประเพณีดั้งเดิมอันงดงามไว้ได้อย่างเข้มแข็ง จึงทำให้มีการจัดงานเทศกาลเฉลิมฉลองและงานประเพณีที่สำคัญตลอดทั้งปี

4. ที่พัก (Accommodation) โดยที่พักที่มีความพร้อมในการให้บริการค่อนข้างสูง มีประเภทของที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ วิลเลจสเตย์ หรือแม้แต่กางเต้นท์ค้างคืนเพื่อสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ซึ่งที่พักแต่ละประเภทจะมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันไป ทำเลที่ตั้งของที่พักก็มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวเช่นกัน ปัญหาด้านที่พัก อาจมีผลกระทบในด้านจำนวนที่พักไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ ปัญหาอีกประการหนึ่งมีสาเหตุมาจากการที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักซึ่งจะเน้นความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นหลัก ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่เป็นระดับบนมักจะเลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป รวมถึง รีสอร์ท ระดับ High-end ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT ที่เดินทางด้วยตนเองนั้น นิยมพักที่เกสต์เฮาส์ที่มีราคาไม่สูงมากนัก จึงทำให้อาจเกิดปัญหาที่พักระดับบนและเกสต์เฮาส์ดังกล่าว อาจไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ในขณะที่ที่พักแบบโฮมสเตย์ และวิลเลจสเตย์ จะเป็นที่นิยมเฉพาะในหมู่นักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัย อยากรู้อยากเห็นกับธรรมชาติ

5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่มีต่อการท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนหนทาง โทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น รวมทั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว เช่น บริการตรวจคนเข้าเมืองที่มีความสะดวกรวดเร็ว ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและศูนย์รับแจ้งเหตุนักท่องเที่ยว บริการรถโดยสารประจำทาง จุดชมวิว บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายในร้านค้าหรือสถานที่บริการต่างๆ บริการไปรษณีย์สำหรับส่งสินค้าหรือไปรษณีย์ บริการเช่ารถจักรยานและรถจักรยานยนต์ ซึ่งสามารถเช่าทั้งแบบรายวันและรายสัปดาห์ บริการห้องน้ำหรือห้องสุขาที่มีอยู่ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและตามสถานบริการน้ำมันต่าง ๆ บริการโทรศัพท์สาธารณะที่มีอยู่อย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน ร้านขายของที่ระลึกไม่ว่าจะเป็นร้านในถนนคนเดิน ไนท์มาร์เก็ต หรือร้านที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

บางทีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวบางอย่างอาจไม่มีความพร้อมเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้ เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีแต่ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเท่านั้น ซึ่งอาจไม่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่เข้าใจถึงความหมายที่อธิบาย ปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรทางด้านบริการท่องเที่ยว เช่น มีคฤเทศก์ท้องถิ่นไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นผู้พิการ ซึ่งอาจต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะฉะนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องด้วย

นอกจากนี้ การประเมินการท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงปัญหาการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว
 - 1.1 การปรับปรุงระบบคมนาคมขนส่งภายในเมือง โดยมุ่งเน้นการขนส่งสาธารณะเป็นหลัก
 - 1.2 การปรับแผนผังของสถานที่ให้เข้า-ออกสะดวกมากขึ้น รวมถึงจัดทำป้ายบอกทาง
 - 1.3 ควรมีเจ้าหน้าที่และจุดอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำคู่มือนักท่องเที่ยว
 - 1.4 การกำหนดมาตรการด้านการท่องเที่ยวรวมถึงแนวทางในการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาจจัดกิจกรรมรณรงค์ในรูปแบบต่างๆ
 - 1.5 การประเมินสภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อดำเนินการปรับปรุงหรือซ่อมแซม
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - 2.1 ควรมีการสังเคราะห์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน
 - 2.2 ร่วมกันสังเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ เพื่อนำเสนอและสร้างการรับรู้ให้สามารถพัฒนาเป็นจุดขายในเชิงกิจกรรมประกอบการท่องเที่ยว
 - 2.3 ควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูล ความรู้ ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ การแสดงป้ายนิเทศ หอประวัติศาสตร์ หรืออาจนำแนวคิดการจัดการพิพิธภัณฑ์มาประยุกต์ใช้ทั้งด้านการจัดแสดงและกระบวนการให้ความรู้ต่างๆ
 - 2.4 มีการวางแผนบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการจัดปฏิทินการท่องเที่ยวและการวางแผนเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ
 - 2.5 การพัฒนาและส่งเสริมให้พิพิธภัณฑ์ในพื้นที่เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 2.6 มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เช่น การพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน (Application) ในระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้การความรู้และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในกิจกรรมการ ท่องเที่ยว
3. ด้านที่พัก
 - 3.1 ภาครัฐควรมีการวางแผนร่วมกันกับหน่วยงานภาคเอกชนเกี่ยวกับการลงทุนสร้างที่พักประเภทต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งมีจำนวนสูงขึ้นเรื่อย ๆ
 - 3.2 พิจารณาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการให้บริการ
 - 3.3 มีการวางแผนร่วมกันกับชุมชนในพื้นที่เพื่อพัฒนาชุมชนในด้านของที่พักให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยบูรณาการเข้ากับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อีกทางหนึ่ง
 - 3.4 การนำเอาแนวคิดทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่พักแรมด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบ ตกแต่ง เครื่องแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น การแสดงโชว์ กิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในโรงแรม

4. สิ่งอำนวยความสะดวก

4.1 ควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ แผนที่ หรือแผ่นพับที่ให้ข้อมูลต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ให้มีความถูกต้องและสามารถอ่านเข้าใจได้ง่าย รวมถึงการเพิ่มข้อมูลที่เป็นภาษาจีนกลางเข้าไปในป้าย แผนที่ หรือแผ่นพับ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก

4.2 ควรพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งด้านภาษาต่างๆ ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่

4.3 เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาด ห้องน้ำและที่จอดรถสำหรับผู้พิการ

4.4 พัฒนาระบบเตือนภัยและระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครื่องมือที่ใช้ประเมินค่า (Supply)

2.3.1 แนวคิดและทฤษฎีห่วงโซ่แห่งคุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่า คือ กลุ่มของกิจกรรมที่องค์กรดำเนินงานเพื่อให้สามารถสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณค่าอย่างแท้จริงในสายตาของนักท่องเที่ยวได้ การจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Management) จึงมีเป้าหมายในการสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการ ที่ทำให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตานักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการลดการใช้ทรัพยากร กระบวนการ และการจัดการ ที่ไม่สร้างคุณค่าต่อนักท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ และห่วงโซ่คุณค่ามีสองกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) (Porter, 2004)

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้การบริหารธุรกิจมีรายได้ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรง ประกอบด้วย

1.1 การนำส่งปัจจัยนำเข้า (Inbound Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่งทรัพยากรและวัตถุดิบ ไปยังกระบวนการผลิต

1.2 การผลิต (Operations) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรสภาพทรัพยากรและวัตถุดิบ ให้เป็นผลลัพธ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ

1.3 การกระจายผลลัพธ์ไปยังนักท่องเที่ยว (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลลัพธ์จากกระบวนการผลิตส่งไปยังนักท่องเที่ยว

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาตลาดเป้าหมาย การกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ การขาย กิจกรรมสนับสนุนการขาย และการจัดการความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

1.5 การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับและรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ให้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ความสะอาดสบาย การรับประกันความเสี่ยง เป็นต้น

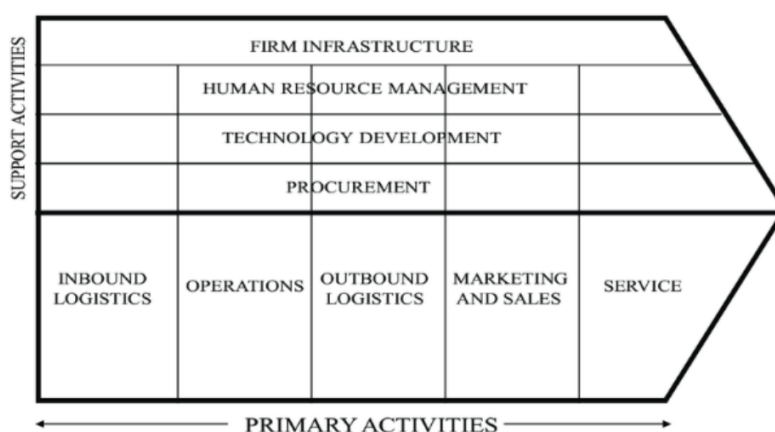
2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้การสนับสนุนกิจกรรมหลักให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

2.1 การจัดหาและจัดซื้อ (Procurement) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา จัดซื้อ ทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินงานทั้งหมด

2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา และเลือกใช้เทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการ และการดำเนินงานในองค์กร

2.3 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

2.4 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) หมายถึง การบริหารงานในองค์กร การจัดการที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการเงิน การจัดการคุณภาพ ระบบข้อมูลสารสนเทศ กฎหมายและรัฐบาล



ภาพที่ 3 Value Chain Analysis Framework ของ Michael E. Porter

ที่มา: Porter (2004)

2.3.2 ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว

ข้อเสนอกลยุทธ์ที่ใช้ในการแทรกแซงเพื่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ (Ashley and Mitchell, 2008) ได้แก่

1. การพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเปลี่ยนตลาดนำไปสู่ผลตอบแทนที่สูงกว่า ดังนี้

1.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สามารถตั้งราคาสูงขึ้น เช่น การเพิ่มมูลค่า การสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การออกเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ อาจต้องอาศัยความร่วมมือ การสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาคส่วนต่าง ๆ จากในและนอกชุมชน และรัฐบาลสนับสนุนโดยการออกนโยบายหรือกฎหมาย

1.2 ความร่วมมือในแนวนอน (Horizontal Coordination) หมายถึง ความร่วมมือของบุคคลและองค์กรในระดับเดียวกันในห่วงโซ่คุณค่าเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีอำนาจต่อรองมากยิ่งขึ้น เช่น ความร่วมมือหรือการรวมกลุ่ม เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) ในการผลิต

1.3 ความร่วมมือในแนวตั้ง (Vertical Coordination) ได้แก่ การทำสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น การทำสัญญาระหว่างเกษตรกรในการส่งวัตถุดิบให้กับโรงงาน

2. การสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่เข้ามาในห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงให้สมาชิกในชุมชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมมากขึ้น และลดข้อจำกัดต่าง ๆ ที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว 5 ประการ (Netherlands Development Organization, 2010) ดังนี้

2.1 คัดเลือกห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Selection) ในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและห่วงโซ่คุณค่าย่อยจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องเลือกห่วงโซ่คุณค่าย่อยที่ส่งผลกระทบต่อด้านบวกมากที่สุดต่อประชากรที่ต้องการศึกษา (Populations) เช่น การกำหนดให้ประชากรที่ต้องการศึกษาเป็นกลุ่มสมาชิกในชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย ควรเลือกห่วงโซ่คุณค่าย่อยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกลุ่มสมาชิกในชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย

2.2 วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) โดยระบุผู้มีบทบาทหลัก (Key Actors) ในห่วงโซ่คุณค่า ระบุความสัมพันธ์ของผู้มีบทบาทหลักในห่วงโซ่คุณค่า (Relationships) ผู้ใช้งานคนสุดท้าย (The End Users) เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว ระบุข้อจำกัดหลักของห่วงโซ่คุณค่า (Major Constraints) เป็นต้น

2.3 ระบุทางเลือกในการแก้ไขปัญหา (Identification of Solutions) ค้นหาและระบุวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่อประชากรที่ต้องการศึกษา (Populations) และภาพรวมของห่วงโซ่คุณค่า

2.4 ประเมินทางเลือกในการแก้ไขปัญหา (Assessment of Solutions) ได้แก่ การตั้งเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก และให้ความสำคัญกับการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้ที่ได้รับประโยชน์และผู้ที่ไม่ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาหากดำเนินการตามทางเลือกต่าง ๆ

2.5 ระบุวิธีการที่จะนำไปปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหา (Identification of interventions) เลือกทางเลือกเพื่อใช้แก้ไขปัญหา และออกแบบรายละเอียดของวิธีการที่จะนำไปใช้แก้ไขปัญหา

2.3.3 การถ่ายทอดคุณค่าการบริการจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่นักท่องเที่ยว

พื้นที่ทางการเกษตรที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดหาพื้นที่ในการให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ นิเวศวิทยา และให้จิตวิญญาณแก่ผู้คน และทำหน้าที่ของพื้นที่เพาะปลูก ได้แก่ ได้ทำการวิเคราะห์หน้าที่การผลิต นิเวศวิทยา และภูมิทัศน์-วัฒนธรรม และการศึกษาอุปทานการผลิต โดยพิจารณาอย่างครอบคลุมถึงประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพในอนาคต ปัจจัยสองประการ คือ ผลผลิตจริงและศักยภาพการผลิตถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อกำหนดลักษณะอุปทานการผลิตของพื้นที่การเกษตรในการศึกษานี้ ศักยภาพการผลิตมี

ลักษณะตามข้อมูลการจำแนกประเภทและการจัดระดับสำหรับที่ดินเพื่อเกษตรกรรม อุปทานเชิงนิเวศน์ เป็นสถานการณ์จริงของพื้นที่ศึกษา เพื่อการเก็บรักษาดิน การบำรุงรักษาที่อยู่อาศัย การเชื่อมต่อภูมิทัศน์ และหน้าที่ด้านสิ่งแวดล้อม ในการกำหนดลักษณะความแตกต่างเชิงพื้นที่ของอุปทานทางนิเวศวิทยาของพื้นที่เพาะปลูก การกักเก็บดินถูกกำหนดให้เป็นความจุของพื้นที่เพาะปลูกเพื่อลดการพังทลายของผิวดิน และการรักษาอาหารในดิน การจัดหาภูมิทัศน์วัฒนธรรม หรือการใช้พื้นที่เพื่อสุนทรียศาสตร์และการพักผ่อนหย่อนใจ มีของพื้นที่เพาะปลูกภายในพื้นที่ศึกษา โดยพิจารณาตำแหน่งที่เกิดของจุดสังเกตที่กำหนด และสิ่งแวดล้อม

ความต้องการในการผลิต เป็นการอธิบายถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับการผลิตพื้นที่การเกษตร โดยอ้อม ซึ่งอุปสงค์เชิงนิเวศน์ เป็นการพิจารณาว่าป่าไม้ สวน และพื้นที่อื่น ๆ ที่มีพืชพรรณครอบคลุมมากมีความโดดเด่นในด้านอุปทานของผลกระทบทางนิเวศวิทยา สัดส่วนของพื้นที่ทั้งหมดต่อพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงความต้องการภูมิทัศน์-วัฒนธรรม เป็นปัจจัยชี้ขาดสำหรับประสบการณ์ด้านสุนทรียศาสตร์และนันทนาการในภูมิทัศน์ของพื้นที่เพาะปลูก ที่กำหนดความต้องการภูมิทัศน์-วัฒนธรรมของพื้นที่การเกษตรตามการกระจายตัวของผู้รับผลประโยชน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (TA) เป็นตัวบ่งชี้อีกตัวหนึ่งที่ใช้ในการประเมินความต้องการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งได้ดังนี้

1. พื้นที่เพาะปลูกที่พื้นที่เกษตรกรรมในเมืองอย่างแท้จริง ส่วนใหญ่จะกระจายไปตามเส้นจราจรและรอบเมือง และอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ดังนั้น ภูมิทัศน์และหน้าที่ทางวัฒนธรรมจึงโดดเด่นมาก เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพที่แน่นอนสำหรับการพัฒนาสารประกอบอเนกประสงค์ของพื้นที่เพาะปลูกแห่งนี้ นอกจากนี้ ความหนาแน่นของประชากรและระดับความเป็นเมืองที่สูงทำให้ความต้องการมีความสัมพันธ์กับระบบนิเวศน์และอุปทานการผลิตในพื้นที่เพาะปลูกนี้ให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในขณะเดียวกัน

2. พื้นที่ระดับสูงและสภาพการจราจรที่ไม่สะดวก ความสามารถในการผลิตและวัฒนธรรม มีการปรับปรุงพื้นที่เพาะปลูกผ่านการรวมที่ดินและการฟื้นฟูระบบนิเวศและเพื่อปรับปรุงระดับการใช้ประโยชน์โดยการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน

3. พื้นที่เพาะปลูกภายใน ตั้งอยู่ในเขตชานเมือง ภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ในเครือข่ายน้ำเปล่าและใกล้กับย่านใจกลางเมืองทำให้พื้นที่การเกษตรแห่งนี้มีลักษณะเฉพาะด้วยความต้องการอเนกประสงค์ที่ค่อนข้างสูงรวมทั้งกำลังการผลิตสูงและความสามารถในการจัดหาภูมิทัศน์-วัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ตรงกันข้ามกับของพื้นที่เพาะปลูกภายใน พื้นที่เพาะปลูกนี้มีหน้าที่หลักในการจัดหาผักและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไปยังเขตเมือง ดังนั้นจึงต้องการปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง และฟิล์มจำนวนมาก นอกจากนี้ พื้นที่อุตสาหกรรมหลายแห่งยังกระจุกตัวอยู่ที่นี้ ประโยชน์ทางนิเวศวิทยาต่ำที่เกิดจากสิ่งเหล่านี้ปัจจัยต่างๆ อาจขัดขวางของพื้นที่เพาะปลูกแห่งนี้ การเสริมสร้างการควบคุมและกำกับดูแลมลพิษในดินอาจนำเสนอโอกาสในการใช้และการพัฒนาทรัพยากรพื้นที่เพาะปลูกอย่างยั่งยืน

4. พื้นที่เกษตรกรรมในชนบท พื้นที่เพาะปลูกคุณภาพสูง ได้รับประโยชน์จากสภาพพื้นที่ที่ดีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เหนือกว่า และวัฒนธรรมการทำฟาร์มที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน การผลิตหน้าที่ทางนิเวศวิทยาและภูมิทัศน์-วัฒนธรรมของพื้นที่เพาะปลูกแห่งนี้ได้พัฒนาไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม

ภูมิประเทศที่กระจุกกระจายและการคมนาคมที่ไม่สะดวกขัดขวางการทำงานร่วมกันระหว่างฟังก์ชันการผลิตและความสวยงามของพื้นที่เพาะปลูกใน ดังนั้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเฉพาะทาง เช่น ผักและผลไม้บนภูเขา การสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรเฉพาะในชนบทอาจเป็นโอกาสในการเพิ่มสารเอนกประสงค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดประโยชน์ของพื้นที่เพาะปลูก

การเกษตรกรรมอาจมีความสัมพันธ์กับเมื่อเทียบกับที่ดิน ป่าไม้ และสวน และอากาศของพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก และอาจไม่มีลักษณะเฉพาะที่ชัดเจน เมื่อเกษตรกร หรือมีการแทรกแซงจากนโยบายรัฐบาล ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น มีผลกระทบและมีความสัมพันธ์จะมีหลายมิติมาก เช่น ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจ นิเวศวิทยา และวัฒนธรรม ในบริบทของการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็วและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม และเพื่อลดช่องว่างระหว่างเขตเมืองและชนบท ที่รัฐบาลได้ออกนโยบายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาอย่างจริงจัง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและชนบทเอนกประสงค์ ในฐานะที่เป็นส่วนสำคัญของพื้นที่ชนบท พื้นที่เกษตรกรรมยังได้รับความสนใจที่สอดคล้องกันและผลกระทบที่หลากหลายก็ปรากฏให้เห็น ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของทรัพยากรในชนบทจึงจำเป็นต้องชี้แจง

พื้นที่เพาะปลูกที่มีการบำรุงรักษาแหล่งที่อยู่อาศัยสูง โดยทั่วไปได้รับผลกระทบจากกิจกรรมของมนุษย์น้อยกว่า ซึ่งขัดแย้งกับการพักผ่อนหย่อนใจ พื้นที่เพาะปลูกที่มุ่งหวังให้ผู้คนได้พักผ่อนและความบันเทิง นอกจากนี้ การศึกษายังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกิจกรรมนันทนาการและสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกับการผลิต การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทที่ต้องการสิ่งที่เหมือนกัน สิ่งแวดล้อมทางนิเวศวิทยาเพราะผู้คนเต็มใจที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น พื้นที่เพาะปลูกเพื่อการเกษตร ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ผลลัพธ์ของเราแสดงความสัมพันธ์ที่หลากหลายระหว่างหลายฟังก์ชัน ของพื้นที่เพาะปลูกซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการรวมความสัมพันธ์เหล่านี้ใน โครงการแบ่งเขตพื้นที่การเกษตร (He, Lin, Xu, Hu, Zhou, Liu, & Wang, 2021)

2.3.4 ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหวังโซ่คุณค่าสู่นักท่องเที่ยว

ห่วงโซ่คุณค่าคือเครื่องมือเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและการเกษตรเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา (Mitchell and Ashley, 2009; Lacher and Nepal, 2010; Van der Duim, 2011) ดังนั้น ความรู้เกษตรกรจะเอาชนะความยากจนผ่านการเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วน แนวทางห่วงโซ่คุณค่าถูกกำหนดให้เป็น วิธีการปฏิบัติงานโดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตในแง่ที่ว่ากระบวนการที่ประสบความสำเร็จในห่วงโซ่คุณค่าโดยภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของเศรษฐกิจช่วยให้บริษัท ภาคส่วน ประเทศสามารถเร่งผลิตภาพและการพัฒนาได้ (Anderson and Juma, 2011) แนวทางห่วงโซ่คุณค่าที่อธิบายโดย SNV องค์การพัฒนาแห่งเนเธอร์แลนด์ (2010) เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการประเมิน และมุ่งสู่การเติบโตของนักแสดงในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมดด้วยความตั้งใจที่จะสนับสนุนผู้ดำเนินการในขอบเขตเฉพาะนั้นในที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมายการเติบโต

แนวทางของห่วงโซ่คุณค่ามีความเหมาะสมสำหรับการทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมของชุมชนชนบทที่ยากจนในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แนวทางนี้ให้ประโยชน์มากมาย ความสามารถในการรับรู้ถึงการขาดอำนาจทางเศรษฐกิจของผู้ได้รับผลประโยชน์เป้าหมาย (โดยปกติคือชุมชนในชนบทที่ยากจน) ในห่วงโซ่คุณค่า

และวิธีที่สิ่งนี้จำกัดทางเลือกของพวกเขา เน้นตลาดซึ่งให้ศักยภาพทางเศรษฐกิจและ ความยั่งยืนเชิงพาณิชย์ เป็นแกนหลัก (Mitchell, Irwin, Flanagan, and Karron, 2009) และเป็นเครื่องมือวิเคราะห์ที่ทรงพลังที่สามารถระบุปัญหาที่สำคัญและอุปสรรคสำหรับกลุ่มความสนใจเฉพาะ แนวทางห่วงโซ่คุณค่ายังให้กรอบการทำงานสำหรับการแทรกแซงเพื่อบรรเทาหรือลดความยากจนในชุมชนเป้าหมายเฉพาะ นอกจากนี้ยังระบุค่าเช่าหลักและอุปสรรคในการเข้ามาซึ่งกำหนดผู้รับผลประโยชน์และผู้แพ้ในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมดตั้งแต่การผลิตจนถึงตลาดสุดท้าย เครื่องมือนี้ยังช่วยทำให้เกิดภาพรวม ในแง่ที่ว่าแม้ว่าจุดเน้นเริ่มต้นของการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าคือผู้ผลิต กลุ่มหรือบริษัทเดียว ตระกูลเดียวกันก็สามารถนำมาใช้ในวงกว้างได้ ส่วนใหญ่แล้ว แนวทางห่วงโซ่คุณค่าถูกใช้เป็นการปรับโครงสร้างเพื่อต่อต้านความล้มเหลวของตลาดและของรัฐ และสำหรับการแนะนำนโยบาย (Porter, 1985; Mitchell, Irwin, Flanagan, and Karron, 2009)

ห่วงโซ่คุณค่าช่วยให้สามารถศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนและบริษัทกับตลาด โดยที่ผู้ดำเนินการในกิจกรรมหลักดำเนินการคัดเลือกหน้าที่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ การจัดหาปัจจัยการผลิต การผลิต การแปรรูป การจัดเก็บ การรวบรวม การขนส่ง การขายปลีก และการบริโภค (Anderson, 2018)

การเชื่อมโยงระบบการเกษตรในท้องถิ่น (พืชอาหาร ปศุสัตว์ และปลา กับการผลิต การแปรรูป และการบริโภค) กับการท่องเที่ยวได้รับการมองว่าเป็นวิธีที่มีแนวโน้มดีในการทำให้การท่องเที่ยวครอบคลุมด้านเศรษฐกิจมากขึ้น (Taylor and Kneafsey, 2016; Rogerson, 2012) การท่องเที่ยวเพื่อการบริโภค เช่น การค้าปลีก การเกษตร และการแปรรูปอาหาร มีความสำคัญต่อการสร้างงานและการลดความยากจนในท้ายที่สุด ผลการดำเนินงานของภาคส่วนนี้ยังเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการ สถาบัน อุตสาหกรรม และภาครัฐอื่นๆ อีกด้วย การเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนเหล่านี้สามารถเป็นแบบย้อนกลับและไปข้างหน้าได้ (Anderson, 2018) การเชื่อมโยงไปข้างหน้ามีความเกี่ยวข้องมากขึ้น ด้วยการใช้ผลผลิตในแง่ที่ว่าภาคการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นซัพพลายเออร์ให้กับภาคอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจ ในทางกลับกัน การเชื่อมโยงแบบย้อนกลับเป็นเชิงอุปสงค์ โดยวัดความสำคัญเชิงสัมพันธ์ของภาคส่วนในฐานะผู้บริโภคข้อมูลจากภาคอื่นๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากระบบการเกษตร ทรัพยากรมนุษย์ และข้อมูล (Poon, 1993; Bah and Goodwin, 2003; Anderson and Juma, 2011) ความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแบ่งปันพื้นที่และกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปลายทาง (Meyer, 2006)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการรวมเกษตรกรในท้องถิ่นเข้าไปในห่วงโซ่อุปทานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจัดหาอาหาร และความสนใจของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหารท้องถิ่นเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางไม่ได้กระตุ้นความเชื่อมโยงที่ยั่งยืนระหว่างการเกษตรและการท่องเที่ยวหากจุดหมายปลายทางละเลยความสำคัญของการสร้างความตระหนักในหมู่เกษตรกร ความต้องการของภาคการท่องเที่ยวและผู้ซื้อสินค้าและบริการที่นำเสนอในตลาดท้องถิ่น

การจัดหมวดหมู่ความท้าทายที่เชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนกับข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาด เช่น การไม่สามารถแข่งขันกับการนำเข้า การเชื่อมต่อระหว่างเกษตรกรและแหล่งการท่องเที่ยวที่ไม่ดี ข้อมูลตลาดไม่เพียงพอ และราคาสินค้าเกษตรต่ำ เป็นต้น ข้อจำกัดของสถาบัน เช่น ขาดระบบชลประทานการฝึกอบรม

การสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น และข้อจำกัดด้านอุปทาน เช่น การถือครองที่ดินขนาดเล็ก ความรู้ทางเทคโนโลยีที่ไม่เพียงพอ ข้อจำกัดทางนิเวศวิทยาเกษตร เป็นต้น สำหรับประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ เกษตรกรจำนวนมากพยายามที่จะปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพที่เกิดขึ้นใหม่และเข้าถึงตลาดที่มีมูลค่าสูงอย่างยั่งยืน สาเหตุหลักมาจากการเข้าถึงเงินทุนที่ไม่ดี ระบบสนับสนุนสถาบันที่อ่อนแอ เช่น นโยบายและข้อบังคับ การศึกษาระดับต่ำ และการขาดความสามารถที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและหลักการจัดการ เป็นต้น (McBain, 2007)

ความไม่น่าเชื่อถือในแง่ของปริมาณและคุณภาพของพัสดุนำไปสู่อุปสงค์ความต้องการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในเชิงบวกทำให้ประเทศเสี่ยงต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ไม่พึงประสงค์ การรั่วไหลภายในหรือค่าสัมประสิทธิ์การนำเข้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวชำระเงินในท้องถิ่น แต่การชำระเงินนั้นหรือบางส่วนใช้เพื่อนำเข้าข้อกำหนดบางอย่างในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นี่เป็นเรื่องปกติในเศรษฐกิจท้องถิ่นที่อ่อนแอเนื่องจากการขาดแคลนทรัพยากรที่จำเป็นหรือคุณภาพของสินค้าและบริการที่น่าสงสัยในพื้นที่ชนบท หรือภูมิภาค การรั่วไหลภายในอาจสูงชันอย่างมากที่มีช่องว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพระหว่างสินค้าและบริการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องการ และสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มผลกระทบเชิงบวกของการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ความเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนมีความจำเป็น ทำให้เกิดความจำเป็นในการศึกษาแบบองค์รวมเกี่ยวกับวิธีการลดความยากจนโดยใช้ความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ความสามารถทางเทคโนโลยีและสถาบันที่เชื่อมช่องว่างความต้องการเพื่อปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลก (Anderson and Juma, 2011)

การทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมของชุมชนในชนบท เป็นหลักพื้นฐานของการศึกษาที่มุ่งเน้นไปยังศักยภาพของเกษตรกรในท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวอย่างมีจริยธรรมและเป็นประโยชน์ การท่องเที่ยวมีความหมายมากขึ้น หากสัมผัสถึงชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่ยากจนในพื้นที่ ในแง่ที่ว่าความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่พัก เสื้อผ้า เป็นต้น ได้รับการตอบสนอง ส่วนหนึ่งของชุมชนท้องถิ่นได้รับการบูรณาการในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวผ่านการจัดหาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและปศุสัตว์ให้กับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวและกระจายความหลากหลายในภาคการท่องเที่ยว ตั้งแต่การทำเกษตรกรรมในท้องถิ่น ปริมาณและคุณภาพที่ไม่ตรงกันระหว่างสินค้าที่จัดหาในท้องถิ่นและการท่องเที่ยว ความต้องการของภาคส่วนถูกเปิดเผย ความไม่ตรงกันดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการรวมที่ดีที่สุดในแง่ของความรู้ ทักษะ การเงิน และการตลาดที่จำกัดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใน ภาคการท่องเที่ยว เปิดเผยว่าการผลิตขนาดเล็กทั้งในด้านอาหารและพืชเศรษฐกิจมีส่วนทำให้เกิดการขาดแคลนอาหารในตลาด

นอกจากนี้ สำหรับการแทรกแซงนโยบาย คุณลักษณะเด่นคือความคิดริเริ่มจำนวนมากที่มุ่งพัฒนาและเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนยังไม่บรรลุผลตามที่ต้องการ ความจำเป็นในการเสริมอำนาจผ่านการเสริมสร้างศักยภาพและการสนับสนุนในท้องถิ่นชุมชนเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรถูกเปิดเผย การปรับปรุงการแบ่งปันข้อมูลและการบังคับใช้การวัดที่เป็นมาตรฐานจะเพิ่มความโปร่งใสในห่วงโซ่คุณค่า การสื่อสารที่ไม่ดีและความไม่ไว้วางใจอย่างลึกซึ้งระหว่างผู้ดำเนินการในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะเกษตรกร คนกลาง และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ควรเอาชนะด้วยการ

เจรจาและความร่วมมือที่สร้างขึ้นบนรากฐานของความไว้วางใจและความเคารพซึ่งกันและกัน การใช้แบบจำลองของ Porter ในการบันทึกกิจกรรมหลักและการสนับสนุนในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นเรื่องใหม่ โดยเฉพาะกิจกรรมสนับสนุนระบบการเกษตรมีส่วนช่วยในการบรรลุผลและปรับปรุงแบบจำลองเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึง นโยบายอุตสาหกรรมและความเป็นสากลและกรอบการทำงานของสถาบัน (Anderson and Juma, 2011)

2.4 การวิเคราะห์การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความหลากหลาย

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบของธุรกิจ และธุรกิจนั้นมีหลายรูปแบบโดยมีลักษณะเป็นเจ้าของกิจการ ลักษณะกิจกรรมการเกษตร ขนาดพื้นที่ และลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นเกณฑ์ ในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถขยายการทำเกษตรจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมหรือเกษตรเชิงเดี่ยวมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ตามสภาพพื้นที่ ความเหมาะสมของตัวเกษตรกรเอง และตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยขั้นตอนการเข้าสู่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายใหม่นั้น เกษตรกรเพียงดำเนินการขยายหรือปรับเปลี่ยนพื้นที่หรือกิจกรรมทางการเกษตรบางส่วน เช่น การปรับการเพาะปลูกเชิงเดี่ยวเป็นการเกษตรแบบผสมผสาน การจำหน่าย แบบขายส่ง เป็นการขายปลีกและการแปรรูปสินค้า และจำหน่ายโดยตรงที่แหล่งท่องเที่ยว เน้นคุณภาพสินค้ามากขึ้น เพื่อสามารถกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพใช้การตลาดแบบบูรณาการ การใช้แรงงานท้องถิ่น เน้นความปลอดภัยในสินค้าและการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้เป็นสถานที่ทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบและยั่งยืน โดยเกษตรกรเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตรควบคู่กับการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้เกิดรายได้ นอกภาคการเกษตรส่วนหนึ่ง และเกิดการพัฒนาถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรระหว่างเกษตรกรด้วยกันที่มาเยี่ยมชม ผลของการท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความร่วมมือกันภายในครอบครัว ชุมชน ตำบล และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรภายในท้องถิ่น ซึ่งผลที่เกิดขึ้นดังกล่าวกลายเป็นความโดดเด่นของท้องถิ่นและตัวเกษตรกรเองลดปัญหาแรงงานย้ายถิ่น และเป็นการรักษาพื้นที่สีเขียวและการทำการเกษตรไว้สู่รุ่นลูกหลานด้วย (ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องมองในเชิงธุรกิจและมีความสัมพันธ์กับปัจจัยหลายปัจจัยในระบบเศรษฐกิจ ทั้งในระดับจุลภาค (Micro) และมหภาค (Macro) ของระบบเศรษฐกิจ และเมื่อมองในรูปแบบขององค์กร จะต้องมองในรูปแบบปัจจัยภายใน (Internal) และภายนอกองค์กร (External) ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย การพัฒนาเครื่องมือของการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดใจลงทุนของผู้ประกอบการของการลงทุนในธุรกิจบริการโดยใช้การวิจัยแบบหลายขั้นตอน (Multiphase Mixed Methods) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สามเสา การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้วยวิธี Quad Angulation และวิจัยด้วยการจัดสัมมนาด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นตัวแทนของแต่ละภาคส่วน และเชิงปริมาณเป็นการพยากรณ์ด้วยเทคนิควิธีพยากรณ์ สมการเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อให้ได้ แนวคิดกระบวนทัศน์ (Paradigm) ในรูปแบบของการวิเคราะห์การลงทุนในธุรกิจ ในเชิงพหุสังคมที่ซับซ้อนในหลายมิติ (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

การลงทุน (Investment) เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ซึ่งการใช้ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกระบวนการขององค์กรในการเลือกทางเลือกที่ดีกว่าที่มีโอกาสอยู่รอดในธุรกิจและรับมือกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการและพิจารณาผลที่ตามมาของการตัดสินใจในการลงทุนที่มีความยาก ต่างกันเมื่อพบกับความรู้และประสบการณ์ขององค์กร เงื่อนไขของสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก และการแข่งขันทางการตลาดด้วย แบบจำลองของโหมตการเข้าสู่การลงทุน และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ สิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์ของผู้บริหารและองค์กรที่เลือกจากชุดตัวเลือก (Options) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละธุรกิจ (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

การใช้ทฤษฎีวิวัฒนาการร่วม (Co-evolutionary Theory) ที่มีขอบเขตในการจัดการที่ครอบคลุมและบูรณาการและมีความเชื่อมโยงทางทฤษฎีไปยังหลาย ๆ ด้านเช่นทรัพยากรและความสามารถตามทฤษฎีการสร้างความรู้และการเก็บรักษาตลอดจนการสำรวจในระดับที่แตกต่างกันและปฏิสัมพันธ์ของสถานที่กับองค์กร ซึ่งสร้างสมดุลระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกด้วยปัจจัยมหภาคและจุลภาค การแปรสภาพเป็นปัจจัยภายในองค์กรระดับมหภาค (Internal-Macro factors) ปัจจัยภายในองค์กรระดับจุลภาค (Internal-Micro) ปัจจัยภายนอกองค์กรระดับมหภาค (External-Macro factors) และปัจจัยภายนอกองค์กรระดับจุลภาค (External Micro factors) เพื่อวัดสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในฐานะสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อน (Madhok and Liu, 2006; Sangnak, Srijumpa, and Tresirichod, 2016; Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

กระบวนการที่ 1 ปัจจัยภายในองค์กรระดับมหภาค (Internal-Macro Factors) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

กระบวนการที่แรก ปัจจัยภายในองค์กรระดับมหภาค (Internal-Macro Factors) อธิบายถึงการลงทุน ที่มีกระบวนการแบบผสมผสานสังเคราะห์องค์ประกอบจากต้นทุนการทำธุรกรรมกับขั้นตอนเศรษฐกิจมหภาคคู่ผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ การได้เปรียบในความเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) เป็นการใช้ทรัพย์สินเพื่อดำเนินการผลิตและให้บริการในสถานที่ต่าง ๆ โดยแสดงถึงค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและดำเนินงาน เช่น เครื่องหมายการค้า ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เทคนิคการผลิต การประหยัดต่อขนาด เป็นต้น ความได้เปรียบด้านสถานที่ (Location Advantage) เมื่อเป็นภูมิภาคทางเลือกรับการเพิ่มมูลค่า การดำเนินงานที่บริษัทต้องใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติและสินทรัพย์ที่สร้างขึ้น ความได้เปรียบด้านกระบวนการภายใน (Internalization Advantage) เป็นการตัดสินใจของธุรกิจในการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการภายใน และจำเป็นต่อการคงไว้ซึ่งทรัพยากรภายนอก เช่น การจ้างงานภายใน กิจกรรมทางธุรกิจ โครงสร้าง เป็นต้น ความได้เปรียบด้านการบริหารการเงิน (Financial Advantage) มีความสำคัญในการอธิบายรายจ่ายฝ่ายทุนในการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากแรงกดดันทางการเงินปรากฏให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการลงทุนที่เกี่ยวข้อง เช่น กระแสเงินสด หนี้สิน และภาวะหนี้ เป็นความแตกต่างในความอ่อนไหวของการลงทุนทำธุรกิจ (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

กระบวนทัศน์ที่ 2 ปัจจัยภายในองค์กรระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

กระบวนทัศน์ปัจจัยภายในองค์กรระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors) ใช้ VRIO Framework เป็นเทคนิคการวิเคราะห์สำหรับทรัพยากรที่ประเมินมิติภายใน องค์กรครอบคลุมเศรษฐศาสตร์จุลภาคในระดับประเทศที่บูรณาการประสบการณ์อันมีค่าและความรู้ขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยคุณค่า (Value) เป็นทรัพยากรที่สร้างมูลค่าให้กับบริษัทที่ต้องตระหนักถึงโอกาสและภัยคุกคาม เป็นแหล่งภายในของความสามารถในการแข่งขันของบริษัท และอนุญาตให้บริษัทสร้างความแตกต่างเพื่อลดต้นทุนหรือเพิ่มรายได้ และสอดคล้องกับปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของประสบการณ์ขององค์กร ปัจจัยลักษณะพิเศษ (Rarity) ช่วยให้บริษัทได้เปรียบในการแข่งขันกับทรัพยากรที่หาประโยชน์ได้จากลักษณะเฉพาะขององค์กรและความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ (Imitability) เป็นความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ เช่น ค่านิยมในการบริหารจัดการ แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการ วัฒนธรรมองค์กร การทำงานเป็นทีม ความไว้วางใจ มิตรภาพ และทัศนคติของพนักงาน ปัจจัยองค์กร (Organization) เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากบริษัท ดำเนินการและเชื่อมโยงทรัพยากรเชิงกลยุทธ์และไม่ใช่เชิงกลยุทธ์ เช่น การใช้ประโยชน์จากกระบวนการขององค์กรเพื่อผลิตและให้บริการ (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

กระบวนทัศน์ที่ 3 ปัจจัยภายนอกองค์กรระดับมหภาค (External-Macro Factors) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยภายนอกองค์กรระดับมหภาค (External-Macro Factors) เป็นการประเมินสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม และกฎหมาย ซึ่งธุรกิจดำเนินการดังนี้ ปัจจัยทางการเมือง (Political) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของความไม่แน่นอนและต่อธุรกิจ ซึ่งองค์กรต้องคำนึงถึงสถานการณ์ทางการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic) เสรีภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ต่อหัว อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ ระบบธนาคารที่สร้างผลกระทบเชิงลบและเป็นบวกต่อการลงทุน ปัจจัยทางสังคม (Social) มีผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในเกี่ยวกับความตั้งใจ มีผลกระทบต่อความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท และวิธีที่บริษัทดำเนินการ ได้แก่ จิตสำนึกด้านวัฒนธรรมและสุขภาพ อัตราการเติบโตของประชากร การกระจายอายุ ทัศนคติในอาชีพ และความปลอดภัยทางสังคม ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) ส่งผลกระทบต่อแหล่งเทคโนโลยีที่เพิ่มสมรรถนะของบริษัท กิจกรรมการพัฒนาเทคโนโลยี ได้แก่ กิจกรรม การวิจัยและพัฒนา ระบบอัตโนมัติ สิ่งจูงใจด้านเทคโนโลยี และอัตราการเปลี่ยนแปลงทาง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) เป็นปัจจัยภายในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อนโยบายสิ่งแวดล้อมภายในประเทศ มีกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดยิ่งขึ้น ได้แก่ สภาพอากาศ สภาพภูมิอากาศ ปัจจัยทางกฎหมาย (Legal) เป็นการดำเนินธุรกิจตามกฎหมายของรัฐบาลโดยการบังคับใช้กฎระเบียบด้านการลงทุน เช่น กฎระเบียบภาษีในอนาคต กฎหมายการจัดหาที่ดิน การจำกัดส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นต้น (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

กระบวนทัศน์ที่ 4 ปัจจัยภายนอกองค์กรระดับจุลภาค (External-Micro Factors) ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยภายนอกองค์กรระดับจุลภาค (External-Micro Factors) เป็นการวิเคราะห์อุปสงค์-อุปทานในรูปแบบของการตลาดในด้านต่าง ๆ ที่เป็นแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ได้แก่ แรงกดดันที่ 1 ระดับของการแข่งขันภายในกลุ่มธุรกิจ (Rivalry among Existing Competitors) เป็นความเข้มข้นของการแข่งขันแบบแข่งขันในกลุ่มธุรกิจ แรงกดดันที่ 2 การคุกคามของผู้เข้าใหม่ (Threat of New Entrants) เป็นการเข้ามาของบริษัทรายใหม่ต่อกลุ่มธุรกิจ ซึ่งอุปสรรคในการเข้าใหม่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาทางเศรษฐกิจกับว่าผู้แข่งขันมีประสิทธิภาพ แรงกดดันที่ 3 อำนาจของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers) เป็นความเข้มแข็งของคู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ที่ส่งผลิตภัณฑ์ให้กับธุรกิจ แรงกดดัน 4 อำนาจของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers) เป็นความเข้มข้นของขอบเขตของนักท่งเที่ยว ที่เป็นความเต็มใจหรือแรงจูงใจของผู้ซื้อในการใช้พลังงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์ แรงกดดัน 5 ผลิตภัณฑ์ทดแทน (Threat of Substitute Products) เป็นการส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของราคาสัมพันธ์ของบริษัทและอัตราส่วนประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความพึงพอใจของนักท่งเที่ยวให้เห็นถึงการฝึกอบรมใหม่ การปรับเครื่องมือใหม่ และการออกแบบใหม่เพื่อเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021)

การลงทุนมีอิทธิพลต่อธุรกิจที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของต้องรับรู้ (Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak, 2021) ดังนี้

1. การตัดสินใจของผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ผลของการรับรู้ข้อมูลที่ทำให้ตัดสินใจผิดพลาดจะสะท้อนถึงความมั่นคงของบริษัท นำไปสู่ความผิดพลาด การสูญเสีย ความเชื่อของผู้ถือหุ้น และอาจจะทำให้ บริษัทล้มละลายได้ ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับ ความล้มเหลวและความสำเร็จของบริษัท

2. การตัดสินใจของผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefit) เป็นผลจากการรับรู้ข้อมูลโดยการใช้ข้อมูลที่แสดงถึงความพึงพอใจ ความสามารถในการทำกำไร และความเชื่อที่สูงขึ้นของผู้ถือหุ้นรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

3. การตัดสินใจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ (Corporate Image) ขององค์กรที่สร้างการยอมรับและเป้าหมายของสาธารณชนในวิสัยทัศน์ของบริษัท ทศนคติของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ถือหุ้นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทข้ามชาติ ความรับผิดชอบต่อสังคม

4. การตัดสินใจของผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของธุรกิจ (Equity Return) และในองค์กร และผู้ถือหุ้นคาดหวังผลตอบแทนสูงสุด ต่างก็หวังผลตอบแทนในอนาคตในระยะสั้นและระยะยาว

2.5 แนวคิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของทางเลือกประกอบธุรกิจ (Options)

นวัตกรรม คือ ความคิด การปฏิบัติ หรือการประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ หรือการพัฒนาสิ่งเดิมที่มีอยู่แล้วให้ใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีกว่าเดิม (สุภาพร เพียรดี, 2554) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่จากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และสังคม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2553) โดยสามารถแบ่งนวัตกรรมออกได้เป็น 4 ประเภท (4Ps' of Innovation) ดังนี้

1. Product Innovation คือ การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2. Process Innovation คือ การเปลี่ยนแปลงกระบวนการในการผลิต การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการนำออกสู่ตลาด

3. Position Innovation คือ เปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการ หรือเปลี่ยนการรับรู้ที่มีต่อสินค้าหรือบริการในมุมมองใหม่

4. Paradigm Innovation คือ การทำให้เกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงกรอบความคิดโดยมีกระบวนการเกิดนวัตกรรมไว้ ดังนี้

4.1 การค้นหา (Searching) คือ การสำรวจทั้งภายในและภายนอก เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคนำไปสู่จุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

4.2 การเลือกสรร (Selecting) คือ การตัดสินใจเลือกและนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการเลือกต้องมีความสอดคล้องกับเป้าหมายที่ที่กำหนดไว้

4.3 การนำไปปฏิบัติ (Implementing) คือ การนำสิ่งสร้างสรรค์ใหม่ออกสู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว

4.4 การเรียนรู้ (Learning) คือ สิ่งที่ต้องควรควรศึกษาเรียนรู้ในขั้นตอนกระบวนการต่าง ๆ ของนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่แข็งแกร่ง และนำไปพัฒนาวิธีการจัดการกระบวนการเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นวัตกรรมทางท่องเที่ยวต้องอาศัยประโยชน์จากนวัตกรรมทางธุรกิจอื่น เช่น นวัตกรรมทางการคมนาคมอย่างสายการบินต้นทุนต่ำ การพัฒนาของระบบสารสนเทศ เพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เป็นต้น (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552; พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์, 2561)

นวัตกรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในการสร้างศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงประสิทธิภาพของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้ความสำคัญเรื่องของการต่อยอดความรู้เดิม และการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ หรือการสร้างสิ่งใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน นวัตกรรมที่ดีควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสามารถในการนำมาใช้ได้จริงในการทำงาน และในชีวิตประจำวัน โดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ในการเกิดขึ้นของนวัตกรรม และต้นทุนที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินงานอีกด้วย

“นวัตกรรม” เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม 3 ประเด็น (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) ดังนี้

1. ความใหม่ (Newness) หมายถึง เป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้น อาจมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์บริการ หรือกระบวนการโดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นมาใหม่ให้มีรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม
2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) นวัตกรรมสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นสามารถวัดเป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้
3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) จะต้องใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่

ระบบขนส่งมวลชนและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจร เป็นสิ่งสำคัญเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น บริการแบบไร้เงินสด ระบบเตือนภัย การช่วยเหลือฉุกเฉิน การบริการทางการแพทย์สำหรับนักท่องเที่ยวเน้นเทคโนโลยีเป็นหลักในการจัดการการท่องเที่ยว สำหรับปี 2562 เน้นการส่งเสริมและยกระดับการเติบโตธุรกิจนวัตกรรมท่องเที่ยวใน 3 ด้าน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism) ศึกษาเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri Tourism) เรียนรู้วิถีเกษตรกรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health/Wellness Tourism) เยี่ยมชมสถานที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือทำกิจกรรมส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมีความสำคัญในการทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะสอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As (Dickman, 1996) ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นการจัดสถานที่ที่เต็มไปด้วยดอกไม้ที่มีความคิดสร้างสรรค์
2. กิจกรรม (Activity) เป็นกิจกรรมรองรับให้กับนักท่องเที่ยวหลายอย่าง เช่น การเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนดหรือการเรียนรู้กิจกรรมการเกษตร กิจกรรมจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยว นั้น ได้ลงมือปฏิบัติหลายอย่างตามความถนัดและความต้องการ
3. ที่พัก (Accommodation) มีการรองรับให้กับนักท่องเที่ยวทั้งการค้างคืนเพื่อชมบรรยากาศหรือการมาท่องเที่ยวไปเช้าเย็น-กลับและเพียงพอต่อความต้องการได้เป็นอย่างดี
4. การเดินทาง (Accessibility) เป็นเส้นทางท่องเที่ยวไม่ห่างไกลจากเขตเมือง จึงให้นักท่องเที่ยวมาได้แบบสะดวกโดยไม่ใช้เวลาและติดถนนหรือเป็นเส้นทางหลัก
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นสิ่งสนับสนุนสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว มีลานจอดรถที่กว้างขวางรองรับนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำที่สะอาดที่ได้ให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยและมีจุดบริการนักท่องเที่ยวไว้รองรับเสมอ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Everette, 1988) โดยใช้นวัตกรรมพลังงานแสงอาทิตย์หรือที่เรียกว่า โซลาร์เซลล์ มาใช้ผลิตระบบไฟฟ้า วิธีการบำรุง การให้น้ำ การใส่ปุ๋ยแบบอัตโนมัติ และประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม ผล อีกทั้งซึ่งมีผลที่ดีจากนักท่องเที่ยวและเกษตรกรที่เข้ามาเรียนรู้และสามารถ นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งมีนวัตกรรมการอบแห้ง ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจต้องการมาอีกด้วย (จอมภัก คลังระหัด, วิสวัส ทองธีรภาพ, ธนภัทร์ จงไกรจักร, ภิญญาดา อินทนิล, 2560)

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับบริบทของความปกติใหม่

ความปกติใหม่ (New Normal) เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย รูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ประกอบด้วยวิถีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิธีปฏิบัติ และการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้น หลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือวนหาถึงอดีต โดยคำนี้กำเนิดขึ้น ในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ. 2007 – 2008) ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจครั้งใหญ่ การจัดการบางอย่างซึ่งแต่เดิมเคยถูกมองว่าผิดปกติ ได้กลับ กลายมาเป็นสิ่งที่พบเห็นกันได้ทั่วไป และถูกนำมาใช้ในบริบทอื่น ๆ เช่น ด้านวิทยาศาสตร์ เพื่อ สื่อสารและทำความเข้าใจถึงสภาวะการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิที่สูงขึ้นและความ เปลี่ยนแปลงของฤดูกาล (พัชรารักษ์ ดวงชื่น, 2563)

สำหรับ “New Normal” ในบริบทสถานการณ์การแพร่ระบาดของ “โควิด-19” ช่วงปลาย พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2563 นั้น อธิบายได้ว่าเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมากจนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จึงจำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ โดยมีการปรับหาวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ ควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นประจำ ความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขภาพ การศึกษา เล่าเรียน การสื่อสารการทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไป ก็ทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของคนในสังคม (สุภาภรณ์ พรหมบุตร, 2563)

New Normal แปลว่า ความปกติใหม่ และฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย ความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคม ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป (สุภาภรณ์ พรหมบุตร, 2563) ดังนี้

1. สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยก่อนออกจากบ้าน เพื่อป้องกันตัวเอง และห่วงใยผู้อื่น
2. การทำงานออนไลน์ ในลักษณะ Work from Home หน่วยงานหรือบริษัทต่าง ๆ เริ่มมีนโยบายให้พนักงาน Work from Home ในช่วงที่ Covid-19 ระบาด เพื่อลดความแออัด
3. การเรียนออนไลน์ในโรงเรียน มีการวางแผนตารางเรียนและปรับรูปแบบการเรียนเป็นรูปแบบการเรียนออนไลน์ให้นักเรียน ได้เรียนรู้ผ่านโปรแกรมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Google Meet, Zoom, Microsoft Team เป็นต้น เพื่อการเรียนการสอนและการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างอาจารย์และผู้เรียน

4. อาคารสถานที่ตั้งจุดคัดกรองสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจาก Covid-19 รวมถึง การสังเกตเบื้องต้นได้ด้วยการวัดไข้ ที่ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุข

5. ร้านอาหารนั่งแยกโต๊ะและชื้อกลับมากขึ้น รวมถึง การจัดรูปแบบการบริการ Food Delivery และ นักท่องเที่ยวที่ยืนรออาหารแบบส่งกลับบ้านกันมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งคำนึงถึงสุขอนามัยกันมากขึ้น และการ จัดโต๊ะที่นั่งในร้าน ก็รับประทานได้โต๊ะละ 1-2 คน วางโต๊ะห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร เพราะเว้นระยะห่าง หรือ มีบริการ Drive Thru ให้วนรถสั่งได้โดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องลงจากรถ

6. การใช้ธุรกรรมออนไลน์มากขึ้นรับเงิน โอนเงิน จ่ายเงิน ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เป็นอีกช่องทาง ที่นิยมกันมากขึ้น เนื่องจากประชาชนต้องการเช็คยอดเงินที่ได้รับจากมาตรการช่วยเหลือ จึงต้องเปิดบัญชีเพื่อใช้งาน Mobile Application

7. เว้นระยะในการเดินทางสาธารณะเพราะต้องร่วมเดินทางกันเป็นเวลานาน ทั้งรถไฟฟ้าและรถโดยสารประจำทางต่างต้องทำป้ายเพื่อให้ผู้โดยสารนั่งเว้นระยะ

8. ใช้บริการส่งของถึงบ้าน (Delivery) ประชาชนหันมาใช้บริการส่งของถึงบ้าน ทั้งของใช้ อาหาร และยารักษาโรคประจำตัว เพื่อลดการเดินทาง ไปยังสถานที่แออัด

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแนวทางใหม่ในการจัดการที่ซับซ้อนทางการเกษตร

นโยบายการท่องเที่ยว

การพัฒนานวัตกรรมของภูมิภาคถือเป็นหนึ่งในความสำคัญลำดับต้น ๆ สำหรับการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้น ระดับการพัฒนานวัตกรรมในประเทศไทยในปัจจุบันยังมีผลการจัดอันดับของ Global ดัชนีนวัตกรรมในเกณฑ์รวมในปี 2564 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 45 จาก 127 ประเทศที่รวมอยู่ในการจัดอันดับ และเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียน ไทยได้อันดับที่ 3 รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย และไทยยังติดอันดับ 1 ใน 7 ประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง (Upper Middle-Income) ที่มีผลงานเหนือความคาดหมายเมื่อเทียบกับระดับการพัฒนาของประเทศ (Performance above expectations for level of development) (World Intellectual Property Organization, 2021) ในการแก้ปัญหาความท้าทายที่ประเทศไทยต้องเผชิญในแง่ของนวัตกรรม โดยรัฐบาลไทยได้ 4 ยุทธศาสตร์ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประเทศแห่งนวัตกรรม โดยการชูธงด้าน ‘นวัตกรรม’ ไว้ในนโยบายการพัฒนาและการปฏิรูปประเทศที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) นโยบายประเทศไทย 4.0 รวมทั้งแผนพัฒนานโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (2555-2564) ของรัฐบาลคือโจทย์ใหญ่ระดับประเทศที่ทำให้สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. ได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานในช่วงปี 2562-2565 ออกมา โดยมุ่งผลักดันประเทศไทยให้ไปสู่ประเทศแห่งนวัตกรรม (Innovation Nation) กล่าวคือเป็นประเทศที่พร้อมเติบโตและสามารถสร้างนวัตกรรมอันนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมได้ ทั้งนี้ สนช. ได้แบ่งการดำเนินงานตามการวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงและประเด็นท้าทายในบริบทปัจจุบันออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ด้วยกัน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งระบบนวัตกรรม (Strong Innovation System) เพื่อก้าวไปเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในอนาคตในการขับเคลื่อนประเทศบนฐานนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise) โดยใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยช่วยเพิ่มศักยภาพภาคการผลิตและบริการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคธุรกิจ ซึ่งเราสามารถสร้างความเข้มแข็งให้ระบบนวัตกรรมได้โดยผลักดันให้เกิดการขยายผลเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมในการสร้างมูลค่าด้วยการยกระดับศักยภาพการผลิตของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่เป็นฐานเดิม เพื่อต่อยอดขยายฐานใหม่และพัฒนานวัตกรรมทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถเร่งพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรมผ่านการเชื่อมโยงภาคเอกชน ภาครัฐ การศึกษาและสังคมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเพื่อสร้างระบบนวัตกรรมที่เข้มแข็งจากพื้นฐานได้อีกด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม (Catalyst for Changes) เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ดิจิทัล ความรู้ ทักษะ และปัจจัยเอื้อต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการและวัตถุประสงค์การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรมทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม โดยการจะสร้างส่งเสริมและพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมให้เกิดความพร้อมทุกด้านทั้งในเชิงระบบและกลไกสนับสนุนทางการเงิน ตลอดจนองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ความเชี่ยวชาญ และกฎระเบียบนั้น จำเป็นต้องกระตุ้นให้เกิดการสร้างโอกาสเพื่อเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศผ่านเครื่องมือสนับสนุนทางการเงินที่ครอบคลุมและเหมาะสม รวมถึงเลือกรูปแบบนวัตกรรมที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศในระดับสูงต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างคุณค่าใหม่ทางนวัตกรรม (Nurturing Future Value) การสร้างคุณค่าใหม่ทางนวัตกรรมด้วยการเพิ่มศักยภาพด้านนวัตกรรม พัฒนาทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับอนาคต ทั้งในระดับบุคคล องค์กร และประเทศ รวมถึงการปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยขยายโอกาสการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อพัฒนาการเติบโตของนวัตกรรมในเวทีโลก สร้างการรับรู้ข้อมูล องค์ความรู้ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในอนาคต รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐพร้อมกำหนดทิศทางอย่างเป็นระบบ ทั้งหมดเพื่อให้ประเทศสร้างฐานรายได้และเกิดการจ้างงานเพิ่ม ซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและยกระดับศักยภาพทางนวัตกรรมสำหรับอนาคต ทั้งในระดับบุคคล องค์กรและประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovation Organization) มีบทบาทหน้าที่หลักในการดำเนินกิจกรรมเพื่อเร่งรัดให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมในภาคการผลิต ภาครัฐ และภาคสังคมโดยรวมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน การยกระดับการบริการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ในกระบวนการดำเนินงาน และเชื่อมโยงการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายและพันธมิตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ขององค์กรและประเทศให้มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ 4 ยุทธศาสตร์ มีเป้าหมายสู่การสร้างระบบนวัตกรรมแห่งชาติที่แข็งแกร่ง นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ระบบนวัตกรรมผ่านการเชื่อมโยงภาคเอกชน

ภาครัฐ การศึกษาและสังคม และเพื่อประเทศไทยเติบโตไปพร้อมกันทั้งระบบอย่างยั่งยืน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

นวัตกรรมการท่องเที่ยว : โอกาสสู่ชนบท

การท่องเที่ยวมีส่วนอย่างมากในการก่อตัวของสถานที่ และส่งเสริมการกำหนดค่าใหม่และการปรับโครงสร้างที่ช่วยสร้างโอกาสใหม่ในชนบทอันเป็นผลมาจากการแนะนำบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง ตลอดจนตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Crouch, 2006; Figueiredo and Raschi, 2013) ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวกังวลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น
2. ความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับจุดหมายปลายทางใหม่
3. จำนวนวันหยุดสั้นที่เพิ่มขึ้น
4. มีผู้สูงอายุจำนวนมากขึ้นที่กระตือรือร้นและเต็มใจที่จะเดินทางมากขึ้น
5. นักเดินทางจะมีความซับซ้อนมากขึ้นซึ่งคาดว่าจะจะเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งต้องการ

สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวในพื้นที่คุ้มครอง ซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าและการตั้งแคมป์ มีการท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวในชนบทเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะส่วนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าเป็นที่สนใจเพิ่มสูงขึ้น และเป็นที่พักที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Holland, Verplanken, and van Knippenberg, 2003)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือการท่องเที่ยวเชิงฟาร์มในต่างประเทศ เช่น ประเทศโปแลนด์ ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวมีการลงทุนในราคาราคาถูก มีการใช้เงินสำรองที่มีอยู่ การลงทุนสร้างที่นอนในไร่และร้านอาหารขนาดเล็กที่ไม่ซับซ้อน (McMahon, 1996) นอกจากนี้ ต้นทุนทางการตลาดและการจัดตั้งเครือข่ายการตลาดที่ประสานงานกับผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากขึ้น (Slee, Farr, and Snowdon, 1997)

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนชุมชนชนบท ทั้งด้านโครงสร้าง กระบวนการ และการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Theodoropoulou and Kaldis, 2008) เป็นลักษณะการทำงานร่วมกันของการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาการเกษตรแบบหลายหน้าที่ (Multifunction) เพื่อความเป็นไปได้สำหรับการพัฒนาด้านการเกษตรและการท่องเที่ยวในชนบท ที่ต้องมีการศึกษาเชิงลึก

การท่องเที่ยวในชนบท เป็นการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในระบบนวัตกรรมข้ามพรมแดนและบทบาทของการถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวและนวัตกรรมในบริบทของระบบนวัตกรรมระดับภูมิภาค ที่มีการเคลื่อนย้ายการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในการถ่ายทอดความรู้ในภูมิภาคข้ามพรมแดน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท (Vukovic, Colditz, Blackmore, Ruitenber, and Bartlett, 2012) นวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวประจำปีและ

งานแสดงสินค้า โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเทคโนโลยีสูง (SMEs) บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ และนักวิชาการ ร่วมในกิจกรรมและให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว รวมถึง การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารรูปแบบใหม่ที่นำมาใช้กับการท่องเที่ยว ฐานข้อมูลของโครงการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่รวบรวมระหว่างการแข่งขัน ระบบรายสาขาของนวัตกรรมและการผลิต (Aldebert, Dang, and Longhi, 2011)

การใช้เครือข่ายการทำงาน เป็นกรอบการทำงานเพื่อให้ SMEs มีโอกาสสร้างสรรค์ในการดำเนินงาน ในสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง และนวัตกรรมธุรกิจการท่องเที่ยวที่แตกต่าง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ (Hjalager, 2010) ปัจจัยที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ การบริหารจัดการ การตลาด และนวัตกรรมเชิงสถาบัน รวมถึงบทบาทของการเป็นผู้ประกอบการ การผลักดันเทคโนโลยี และการดำรงอยู่ของกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นแนวทางของการจัดกาความรู้เพื่อให้เกิดลักษณะของนวัตกรรม (Novelli, Schmitz, and Spencer, 2006) การเปรียบเทียบระดับของกิจกรรมเชิงนวัตกรรมที่จำกัดและมีผลกระทบต่อจุดหมายปลายทางและระบบเศรษฐกิจของประเทศ (Macerinskiene and Mikaliuniene, 2014) นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการให้คุณค่าที่จำเป็นต่อความก้าวหน้าและคุณภาพของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สำหรับประเทศที่ด้อยพัฒนา (LEDCs) นวัตกรรมการท่องเที่ยว เป็นการให้โอกาสในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น และเพิ่มผลกำไรทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับรากหญ้า และป้องกันการรั่วไหลของสกุลเงินต่างประเทศมายังประเทศ ท้องถิ่น (Carlisle, Kunc, and Tiffin, 2013) ความจำเป็นในนวัตกรรมใหม่ในการจัดการที่ซับซ้อนทางการเกษตร เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนสามารถดำเนินการตามความต้องการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่มีการกำหนดบทบาทและสถานที่ของหน่วยงานบริหารจัดการของรัฐ จำนวนเงินลงทุนปกติ บทบาทของภาคเอกชน และสังคมและทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนและการสร้างเครือข่ายที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรทางการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Anna Polukhina and Vera Rukomoinikova, 2018)

การตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวในวันหยุด มีความต้องการความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยว ซึ่งมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ในด้านการให้บริการและมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่เป็นสำคัญ (สุขุมภรณ์ ชันศรี และ พีรชัย กุลชัย, 2549) การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนและญาติมีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว มีการเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางร่วมเดินทางกับครอบครัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อย (เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต, 2553) รวมถึง ค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวราคาไม่สูงมากนัก โดยนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่มีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ ที่จืดจางมีเพียงพอต่อความต้องการแบะมีความปลอดภัย (ขวัญกมล ดอนขวา และจิตตานันท์ ติกุล, 2557) รูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรกรรมสามารถ

ขยายการทำเกษตรจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมหรือเกษตรเชิงเดี่ยวมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ตามสภาพพื้นที่ ความเหมาะสมของตัวเกษตรกรเอง และตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยขั้นตอนการเข้าสู่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายใหม่นั้น เกษตรกรเพียงดำเนินการขยายหรือปรับเปลี่ยนพื้นที่หรือกิจกรรมทางการเกษตรบางส่วน เช่น การปรับการเพาะปลูกเชิงเดี่ยว เป็นการเกษตรแบบผสมผสาน การจำหน่าย แบบขายส่ง มาเป็นการขายปลีกและการแปรรูปสินค้า และจำหน่ายโดยตรงที่แหล่งท่องเที่ยว เน้นคุณภาพสินค้ามากขึ้น เพื่อสามารถกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพ ใช้การตลาดแบบบูรณาการ การใช้แรงงานท้องถิ่น เน้นความปลอดภัยในสินค้าและการท่องเที่ยว เป็นต้น (ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป, 2557)

การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างนวัตกรรมจัดการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้แนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View) เพื่อสร้างคุณค่ากับองค์กร ประกอบด้วย คุณค่า (Value) ของทรัพยากร องค์การความหายได้ยาก (Rarity) ของทรัพยากรองค์การ การลอกเลียนแบบไม่ได้ (Immutability) ของทรัพยากรองค์การ และการทดแทนกันไม่ได้ (Non-substitutable) ของทรัพยากรองค์การ ซึ่งอิทธิพลต่อนวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ กระบวนการกลยุทธ์ขององค์ การเรียนรู้ วิชาการและการสืบทอดการถ่ายทอดความสามารถขององค์กร (สมพงษ์ สุขเมธชกร, 2557)

ต้นแบบการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายใต้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7P's ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ภาครัฐมีเพียงโครงการส่งเสริมการเกษตรและผลผลิตทางการเกษตรทั่วไป โดยผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโบราณสถานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (พัทธ์ยมล สื่อสวัสดิ์วิมลชัย, 2558) สินค้าเกษตรจะพัฒนาควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความสวยงามของธรรมชาติและบรรยากาศของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรียนรู้การทำสวนผลไม้และการทำเกษตรแบบผสมผสาน การเรียนรู้จากศูนย์ เรียนรู้ และถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการเกษตร เดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ (ครรชิต มาระโกชน์ และทักษิณา สมบูรณ์, 2559) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถทำได้ทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยผู้ประกอบการต้องการให้มีกิจกรรมเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (อนัญญา ปาอนันต์, 2560)

การจัดการฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถดำเนินการโดยการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งในเนื้อหางานวิจัยและชุมชน เพื่อสื่อสารการประโยชน์จากฐานข้อมูล โดยการมีส่วนร่วมของ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และกลุ่มนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้ง การประยุกต์ใช้สื่อเดิมและสื่อใหม่ ให้มีฐานข้อมูลที่มีความถูกต้องและทันสมัย และส่งต่อฐานข้อมูลสู่ผู้ดูแลในพื้นที่เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไปในอนาคต สำหรับการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการพัฒนาแก่นักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกลุ่มผู้มีส่วนได้

ส่วนเสีย และกลุ่มแกนนำนักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการคั่นหานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ และการพัฒนานักสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ที่มีทั้งการติดตั้งความรู้และการฝึกปฏิบัติ (พัชรา เอี่ยมกิจการ และ ขจิตขวัญ กิจวิสาละ, 2561)

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ที่มีความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ แต่ความพร้อมของพื้นที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นที่ อาชีพ เอกสิทธิ์ ความชำนาญของแต่ละแห่ง ปัจจัยและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อการบริหารจัดการ การประสานงาน การประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงพื้นที่ให้สะดวก สะอาด ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การให้ความรู้ การมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตลอดฤดูกาล และความแตกต่างของประเภทนักท่องเที่ยวหรือ (วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ และคณะ, 2559)

ความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมี 5 องค์ประกอบ คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) ที่พัก 3) กิจกรรม 4) การเดินทางและ 5) สิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลให้กิจการประสบความสำเร็จและยังสามารถนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตทางการเกษตร อีกทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ พร้อมทั้งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สมบูรณ์แบบ นวัตกรรมสื่อสารในมุมมองของการท่องเที่ยว ที่มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ รวมถึง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย นวัตกรรมสื่อสารที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในระดับชาติ และนานาชาติ ซึ่งนวัตกรรมสื่อสารมาใช้ในการท่องเที่ยว มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการสืบค้น และด้านการจัดสรรทรัพยากร ภายใต้องค์ประกอบของการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4 องค์ประกอบ (TOUR Model) ได้แก่ นักท่องเที่ยว (T: Tourism) การสร้างความแตกต่าง (O: Opposite) การเข้าถึงข้อมูล (U: Ubiquitous) และการให้ข้อมูลย้อนกลับ (R: Response) (พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์, 2561)

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่ การมีสิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวก เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีทรัพยากรท่องเที่ยว 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ คือ ที่พักแรม ร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยว แต่รถรับจ้าง/รถโดยสารมีให้บริการค่อนข้างน้อยแต่ไม่สามารถเดินทางเข้าถึงพื้นที่ภายใน (อิสระพงษ์ เขียนปัญญา, 2562)

การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ บริบททางกายภาพทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมในการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงเกษตร ชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนภายในและภายนอกพื้นที่มีการจัดการระบบและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน การมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพ โดยมีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ด้านความรู้วิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญและพร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ศักยภาพด้านการจัดการงบประมาณ ศักยภาพด้านการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนในการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ และศักยภาพด้านการจัดกิจกรรมเชิงเกษตร ที่ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น สามารถเรียนรู้ร่วมกันในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมสร้างความเป็นมิตรภาพที่ดีต่อกัน ทำให้มีการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนที่มีแบบแผน และกระบวนการเรียนรู้ การจัดการมากขึ้น ส่งผลให้คนในชุมชนมีรายได้และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (มณีรัตน์ ธีรพันธุ์เสถียร, 2562)

ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการประเมินด้านศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับแนวทางการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้ผ่านมาตรฐานการท่องเที่ยว ได้แก่ กำหนดโครงสร้างการทำงาน จัดให้มีผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอและพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดปี รวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำการสำรวจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (เปรมปรีดา ทองลา, และเพ็ญศิริ สมารักษ์, 2563)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนที่มีฐานการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการนำองค์ความรู้เรื่องการทำนาปลูกข้าว ฐานการเรียนรู้การผลิตเครื่องสำอางจากน้ำมันข้าว เป็นการจัดการองค์ความรู้เรื่องการทำนาปลูกข้าวปลอดสารพิษที่พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชน ฐานการเรียนรู้การผลิตอาหารพื้นบ้าน เพื่อการอนุรักษ์อาหารไทยพื้นบ้านของชุมชน และฐานการเรียนรู้กลุ่มบ้านพัก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการจัดการตกแต่งที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาพักเพื่อชมธรรมชาติและเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นการผสมผสานระหว่างการนำวิถีการดำเนินชีวิตวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความเป็นอยู่ของชาวชนบท รูปแบบของกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางเกษตร ที่มีความหลากหลายในรูปแบบดั้งเดิมไปจนถึงการพัฒนาสู่แนวหน้า (รัชฎาพร บุญเรือง, 2564)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เน้นเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวชม และสามารถยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ และการสร้างเครือข่ายกับชุมชน ตลอดจนได้รับการส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยการดำเนินงานด้านการส่งเสริม

และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะมุ่งเน้นไปที่การบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน กลุ่มเกษตรกร และเครือข่าย การใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร และการบริการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและคนในชุมชนอย่างยั่งยืน (ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ และปานณนาถ บัวเงินม 2561)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19” เป็นการวิจัยแบบหลายขั้นตอน (Multiphase mixed methods) โดยการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed-Methods) วิธีเชิงปริมาณ (Quantitative research approach) ผสมผสานกับวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative research approach) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยไม่มีการตั้งสมมติฐานเพื่อลดความเอนเอียงจากผู้วิจัยของผลการวิจัย (Creswell, 2014) โดยมีวิธีวิทยาการวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบและวิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่งานวิจัยครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2562) โดยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยม เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้ง พิจารณาจากกรอบทฤษฎีการบูรณาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้ที่สำคัญที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเน้นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใช้จ่ายเงิน เพื่อค้นหานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งสร้างรายได้ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจประเทศ จากฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ จากระบบจัดการฐานข้อมูลออนไลน์ของกรมการท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 296 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมเพื่อเป็นตัวแทนของแต่ละภูมิภาค (กรมการท่องเที่ยว, 2562) เนื่องจากยังไม่ทราบจำนวนประชากรของการศึกษาที่แน่นอน (กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) แต่เมื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูล จึงมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ตรงกับฐานข้อมูล จึงทราบว่าข้อมูลดังกล่าวมีการสำรวจถึงปี พ.ศ. 2559 จึงใช้ข้อมูลจากกลุ่มพัฒนานวัตกรรมการดิจิทัล ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ ผ่านแอปพลิเคชัน “ท่องเที่ยวเชิงเกษตร” โดยเก็บข้อมูลตัวอย่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากจังหวัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและจังหวัดใกล้เคียง พบว่า ข้อมูลที่ค้นพบบางสถานที่เป็นการจัดแสดงตามนโยบายรัฐบาลหรือตามเทศกาล บางสถานที่ขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่สถานที่จริงเป็น การท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น การจัดแสดงศิลปะโบราณ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น จึงหาข้อมูลเพิ่มเติมผ่านแอปพลิเคชัน “Google Map” สืบค้นคำว่า “แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร” เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ สรุปการวิจัย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ศึกษาองค์ประกอบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่ หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากข้อมูลเอกสารและการลงสำรวจพื้นที่ เพื่อนำมาวิเคราะห์และค้นหาองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พร้อมให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นำไปสู่การค้นหาวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

3.1.3 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากรที่เป็นเพศชายหรือหญิง มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ที่เป็นนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว วิธีการเก็บตัวอย่างจากประชากรโดยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ปริมาณมาก ยกเว้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเอกชนที่มีจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลหรือช่วงเทศกาล เช่น จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา เจียไต๋ฟาร์ม จังหวัดกาญจนบุรี สวนผลไม้ภาคตะวันออก งานฤดูหนาวภาคเหนือ เป็นต้น การเก็บตัวอย่าง โดยสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 5% มีค่าเท่ากับ 384 หน่วย และการสุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยครอบคลุมทุกภูมิภาคจากระบบจัดการฐานข้อมูลออนไลน์ของกรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่ยินดีให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ตัวอย่างที่มีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อป้องกันข้อมูลมีความผิดพลาด (Error) จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างมากกว่าค่าที่คำนวณ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) และเพื่อให้ครอบคลุม 6 ภูมิภาคของประเทศไทย

3.2 วิธีดำเนินการ

การค้นหาวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 มีวิธีดำเนินการตามระยะการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงผสมผสาน ประกอบด้วย

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกี่ยวกับวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2563 โดยจะทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ครอบคลุม 6 ภูมิภาคของประเทศไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว จำนวน 600 ตัวอย่าง แบ่งเป็นจังหวัดละ 100 ตัวอย่าง ประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดนครราชสีมา โดยมีวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับความสำคัญใช้เครื่องมือ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) (Christensen, 2020) เพื่อสรุปและนำมาจัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) (เรวัต แสงสุริยงค์, 2559) การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ได้จัดทำข้อความคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลสรุปจากข้อความคำถามที่มีการทดสอบแล้ว พร้อมทั้งมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) รวมทั้ง แบบสอบถามดังกล่าว ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กับประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ได้ประเด็นความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับการทบทวนเอกสาร (เรวัต แสงสุริยงค์, 2559) เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมของประเทศไทย องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวตามหลัก 5As

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการ จำนวนประชากรไม่สามารถระบุได้ (จำเนียร จวงตระกูล, 2561) เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2564 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ครอบคลุม 6 ภูมิภาคของประเทศไทย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว จำนวน 180 คน แบ่งเป็นจังหวัดละ 30 ตัวอย่าง ประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดนครราชสีมา เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้ประกอบการ ในเชิงวิชาการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธี Thematic Analysis (Braun & Clarke, 2006) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวตามหลัก 5As

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง โดยใช้กรอบแนวคิดเชิงคุณภาพในการตัดสินใจลงทุนในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry Paradigm) ของ Sangnak, Poo-Udom, Tintabura, and Intarajak (2021) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการ กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการ จำนวนประชากรไม่สามารถระบุได้ เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน 2564 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ครอบคลุม 6 ภูมิภาคของประเทศไทย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว จำนวน 180 คน แบ่งเป็นจังหวัดละ 30 ตัวอย่าง ประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดนครราชสีมา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงนโยบายเกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 โดยวิเคราะห์แก่นของเรื่อง นำมาทำสรุปเรียบเรียง เพื่อทวนสอบข้อมูลเชิงปริมาณว่ามีความสอดคล้องของข้อมูล และนำเสนอต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ในระยะที่ 3 (Kvale & Brinkmann, 2009, Qu & Dumay, 2011)

ระยะที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จัดกิจกรรมเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2564 ด้วยระบบออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Cisco Webex Meetings โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 35 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบธุรกิจมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 10 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการทางการศึกษา อายุงาน 1-5 ปี จำนวน 10 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐระดับปฏิบัติการ จำนวน 15 คน เพื่อให้มุมมองที่แตกต่างเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการทบทวนรูปแบบที่สำคัญสำหรับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้มีส่วนได้เสีย (เก็จกนก เอื้อวงศ์, 2562) ทำการรวบรวมข้อมูล เพื่อเป็นการทบทวนข้อมูลและจัดทำร่างข้อเสนอแนะนโยบาย

ระยะที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เมื่อได้จัดทำร่างข้อเสนอแนะนโยบายจากระยะที่ 3 แล้ว การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Search Conference) โดยคณะนักวิจัยจะเชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จัดกิจกรรมเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2564 ด้วยระบบออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Cisco Webex Meetings โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 คน ประกอบด้วย จำนวน 35 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 15 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการทางการศึกษา อายุงาน มากกว่า 5 ปี หรือระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขึ้นไป จำนวน 15 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐระดับผู้บริหาร จำนวน 5 คน เพื่อให้มุมมองระดับบริหารในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอนาคต โดยการหาฉันทามติและแก้ไขร่างข้อเสนอแนะนโยบายนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำการระดมความคิดเห็นในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Schafft & Greenwood, 2003)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

การวิจัย เรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19” เป็นการวิจัยแบบหลายขั้นตอน (Multiphase mixed methods) โดยการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed-Methods) วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research approach) ผสมผสานกับวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research approach) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และการวิจารณ์ผลเพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนงานการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงผสมผสาน

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณของการวิจัยระยะที่ 1 โดยใช้แบบสอบถามสำหรับการวิจัย เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19 โดยจะทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 600 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับความสำคัญ ใช้เครื่องมือ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) เพื่อสรุปและนำมาจัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีผลการวิจัย ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
SD.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ ที (t-test)
MD	แทน	ค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Mean Difference)
df	แทน	ค่าระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ค่าผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ทดสอบ เอฟ (F-test)
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นำเสนอแบบตารางความถี่และร้อยละ ภายในประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว นำเสนอแบบตารางความถี่และร้อยละ มีลักษณะ 2 รูปแบบ คือ การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว และการตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก

2.1 การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว ได้แก่ การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

2.2 การตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอด้วยตารางแสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) แบ่งเป็น 2 รูปแบบแยกตามลักษณะของการตอบคำถาม ได้แก่ การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ (5 Scale) การตอบคำถามแบบจัดระดับ (Ranking)

3.1 การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ด้านแรงดึงดูดใจ และโดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน

3.2 การตอบคำถามแบบจัดระดับ ได้แก่ สิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล

4.1.1 ใช้สถิติ t-test (Independent Samples Test) ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ

4.1.2 ใช้สถิติ F-Test (One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 3 กลุ่มขึ้นไป คือ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

4.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

4.2.1 ใช้สถิติ t-test (Independent Samples Test) ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว และการพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว

4.2.2 ใช้สถิติ F-Test (One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 600 คน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	213	35.50
หญิง	387	64.50
รวม	600	100.00
อายุ		
20-30 ปี	87	14.50
31-40 ปี	382	63.67
41-50 ปี	75	12.50
51 ปีขึ้นไป	56	9.33
รวม	600	100.00
อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	125	20.83
พนักงานบริษัท	193	32.17
ทำธุรกิจส่วนตัว	99	16.50
เกษตรกร	22	3.67
นักศึกษา	152	25.33
อื่นๆ	9	1.50
รวม	600	100.00
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	32	5.33
ต่ำกว่า 5,000 บาท	78	13.00
5,000-10,000 บาท	126	21.00
10,001-20,000 บาท	278	46.33
มากกว่า 20,000 บาท	86	14.33
รวม	600	100.00

จากตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มากที่สุด จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา เป็นเพศ ชาย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ตามลำดับ

2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 63.67 รองลงมา อายุ 20-30 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

3. อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 32.17 รองลงมา อาชีพนักศึกษา จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 ทำธุรกิจส่วนตัวจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อาชีพเกษตรกร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 3.67 และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ค้าขาย และว่างงาน เป็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

4. ระดับรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 46.33 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 14.33 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และไม่มีรายได้ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

สรุป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มากที่สุด จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 63.67 มีอาชีพ พนักงานบริษัท มากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 32.17 และมีระดับรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 46.33 จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นกลุ่มที่นิยมท่องเที่ยวในวันหยุด เพื่อผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานในระหว่างสัปดาห์ โดยเลือกสถานที่ที่มีความสะดวกสบายและไม่ห่างไกลที่พักหรือสถานที่ทำงาน ในการสัมผัสบรรยากาศเชิงเกษตรที่ทำให้รู้สึกสดชื่นและผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 600 คน มีลักษณะ 2 รูปแบบ คือ การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว และการตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก

การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว จำแนกตามปัจจัยการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว สรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว		
เคย	321	53.50
ไม่เคย	279	46.50
รวม	600	100.00
การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว		
พัก	75	12.50
ไม่พัก	525	87.50
รวม	600	100.00
ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		
1-2 วัน	541	90.17
3-4 วัน	50	8.33
5-6 วัน	5	0.83
มากกว่า 6 วันขึ้นไป	4	0.67
รวม	600	100.00
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	180	30.00
1,000-2,000 บาท	224	37.33
2,001-3,000 บาท	106	17.67
3,001-4,000 บาท	58	9.67
4,001 บาทขึ้นไป	32	5.33
รวม	600	100.00

จากตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบตัวเลือกเดียว พบว่า

1. การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเยือน จำนวนครั้งได้แก่ 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง 6 ครั้ง 7 ครั้ง 10 ครั้ง 2-3 ครั้ง 8-9 ครั้ง และ หลายครั้ง มากที่สุด จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา และรองลงมาคือ ไม่เคยเดินทางมาเยือน จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ตามลำดับ

2. การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน มากที่สุด จำนวน 525 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 และรองลงมาคือ พักค้างคืน จำนวนวันได้แก่ 1 วัน 2 วัน และ 3 วัน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

3. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ 1-2 วัน มากที่สุด จำนวน 541 คน คิดเป็นร้อยละ 90.17 รองลงมา คือ 3-4 วัน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 5-6 วัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 และ มากกว่า 6 วันขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่าย 1,000-2,000 บาท มากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 2,001-3,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 17.67 และ 3,001-4,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 9.67 ตามลำดับ

สรุป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยเดินทางมาเยือน จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เลือกไม่พักค้างคืน มากที่สุด จำนวน 525 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 วัน มากที่สุด จำนวน 541 คน คิดเป็นร้อยละ 90.17 และมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่าย 1,000-2,000 บาท มากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นกลุ่มที่เลือกท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่ห่างไกล โดยไม่เน้นการพักค้างคืน หรืออาจเที่ยวแบบ One Day Trip มักเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปเป็นประจำ และใช้ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไม่มากนัก เพื่อให้เหมาะสมกับรายได้ที่ได้รับ รวมทั้ง สามารถไปเที่ยวซ้ำได้

การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของภาคในภาคเดียวกัน และระหว่างภาคของประเทศไทย สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของภาค

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.508	5	0.102	0.340	0.889
	ภายในกลุ่ม	177.810	594	0.299		
	รวม	178.318	599			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.608	5	0.522	1.126	0.345
	ภายในกลุ่ม	275.310	594	0.463		
	รวม	277.918	599			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.715	5	0.343	1.066	0.378
	ภายในกลุ่ม	191.150	594	0.322		
	รวม	192.865	599			

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของภาค (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/ บุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.828	5	0.766	2.234	0.050
	ภายในกลุ่ม	203.570	594	0.343		
	รวม	207.398	599			
ด้านความดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.388	5	0.278	0.850	0.514
	ภายในกลุ่ม	193.930	594	0.326		
	รวม	195.318	599			
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อ การมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้ง นี้มากน้อยแค่ไหน	ระหว่างกลุ่ม	1.593	5	0.319	0.945	0.451
	ภายในกลุ่ม	200.380	594	0.337		
	รวม	201.973	599			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.071	5	0.214	0.767	0.574
	ภายในกลุ่ม	165.733	593	0.279		
	รวม	166.805	598			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของภาค ในภาพรวม พบว่าภาคที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ภาคที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (Sig.=0.050 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05) จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความต้องการในการได้รับบริการของเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรในการให้บริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ด้วยบริบทเชิงพื้นที่ในด้านบุคลากรแต่ละภูมิภาคมีลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่อาจต้องมีการพัฒนาด้านบุคลากรในอนาคต

คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ สรุปได้ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล แยกภาค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ

ระยะเวลา	\bar{X}	กลาง	เหนือ	ตะวันออก	ตะวันตก	ตะวันออก	ใต้
				เฉียงเหนือ			
กลาง	4.42	-	-0.120	-0.250	-0.050	-0.160	-0.090
เหนือ	4.54	-	-	-0.130	0.070	-0.040	0.030
ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.67	-	-	-	0.15	0.090	0.160
ตะวันตก	4.47	-	-	-	-	-0.110	-0.040
ตะวันออก	4.58	-	-	-	-	-	0.070
ใต้	4.51	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล แยกภาค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล แยกภาค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ภาคแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 3 จากข้อมูลดังกล่าว แม้ว่าจะปฏิเสธผลการวิเคราะห์เชิงสถิติ แต่การปฏิบัติเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวก็ต้องการควบคุมการใช้ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัด หรืออาจต้องมีการควบคุมการใช้ทรัพยากรให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้สัมผัสด้วยเช่นกัน

การตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก จำแนกตามปัจจัยการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว สรุปได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ผู้ตอบแบบสอบถาม		
	จำนวน	ร้อยละ	
วัตถุประสงค์หลักในการ			
เดินทางท่องเที่ยว	การพักผ่อนหย่อนใจ	488	67.59
	เยี่ยมญาติหรือเพื่อน	8	1.11
	ชมกีฬาและความบันเทิง	21	2.91
	เรียนรู้สิ่งใหม่	187	25.90

ตารางที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน	ร้อยละ
	ประชุมสัมมนาอบรม	6	0.83
	อื่นๆ	12	1.66
	รวม	722	100.00
ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว	วันธรรมดา	70	11.16
	วันเสาร์อาทิตย์	386	61.56
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	79	12.60
	วันหยุดติดกัน	91	14.67
	วันอื่นๆ	0	0.00
	รวม	627	100.00

จากตารางที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบหลายตัวเลือก พบว่า

1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 488 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.59 รองลงมา คือ เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 ชมกีฬาและความบันเทิง 21 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 เพื่อเหตุอื่น ๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวกับครอบครัว ค้นหาสินค้าสุขภาพน่าสนใจ ค้นหาของกินใหม่ๆ และหาซื้อสินค้าพันธุ์ไม้ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.66 เพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11 และเพื่อประชุมสัมมนาอบรมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83

2. ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยววันเสาร์อาทิตย์จำนวน 386 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.56 รองลงมาคือ วันหยุดติดกัน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 วันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 และวันธรรมดามีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 11.16

สรุป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบหลายตัวเลือก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 488 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.59 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยววันเสาร์อาทิตย์ จำนวน 386 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.56 จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงานในระหว่างสัปดาห์ โดยเน้นการท่องเที่ยวที่ไม่ไกล เดินทางสะดวก ได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย รวมทั้ง มีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก หากเป็นวันหยุดยาวหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ นักท่องเที่ยวมักเลือกการทำกิจกรรมกับครอบครัว หรือเลือกการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่มีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวที่มากกว่าการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วิเคราะห์ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอด้วยตารางแสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean หรือ \bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) แบ่งเป็น 2 รูปแบบแยกตามลักษณะของการตอบคำถาม ได้แก่ การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ (5 Scale) การตอบคำถามแบบจัดระดับ (Ranking)

การแปลค่า การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ

4.51 – 5.00	หมายถึง	พอใจมาก
3.51 – 4.50	หมายถึง	พอใจ
2.51 – 3.50	หมายถึง	เฉย ๆ
1.51 – 2.50	หมายถึง	ไม่ค่อยพอใจ
1 – 1.50	หมายถึง	ไม่พอใจ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.52	0.45	พอใจมาก	1
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.16	0.60	พอใจ	6
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.30	0.46	พอใจ	5
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	4.51	0.50	พอใจมาก	2
ด้านความดึงดูดใจ	4.40	0.47	พอใจ	4
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.51	0.58	พอใจมาก	3
รวมเฉลี่ย	4.37	0.38	พอใจ	

จากตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ในภาพรวม พบว่า ระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวการตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ในภาพรวมอยู่ในระดับ พอใจ เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.52$ S.D.=0.45) รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.51$ S.D.=0.50) ต่อมาคือโดยรวมแล้ว ท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.51$ S.D.=0.58) ด้านความดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.40$ S.D.=0.47) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.30$ S.D.=0.46) และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายต่ำ

ที่สุด ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.16$ S.D.=0.60) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากไม่เพียงแต่การท่องเที่ยวเท่านั้น บางสถานที่อาจได้เรียนรู้ทางการเกษตรอีกด้วย

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม	4.56	0.56	พอใจมาก	1
1.2 สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ	4.49	0.60	พอใจ	4
1.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์	4.46	0.63	พอใจ	5
1.4 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์	4.55	0.57	พอใจมาก	2
1.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมเรียนรู้	4.52	0.70	พอใจมาก	3
รวมเฉลี่ย	4.52	0.45	พอใจมาก	

จากตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.56$ S.D.=0.56) รองลงมา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.55$ S.D.=0.57) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.52$ S.D.=0.70) สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.49$ S.D.=0.60) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายต่ำที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.46$ S.D.=0.63) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จากสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายทางสายตาและจิตใจ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
2.1 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการเข้าถึงได้โดยง่าย	4.37	0.72	พอใจ	1
2.2 สถานที่ท่องเที่ยวแถบปริมณฑลสามารถเดินทางได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว	4.25	0.81	พอใจ	2
2.3 การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีให้เลือกหลายช่องทาง	4.06	0.80	พอใจ	4
2.4 การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเหมาะสม	4.24	0.71	พอใจ	3
2.5 การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีมีบริการรถสาธารณะบริการ	3.87	0.97	พอใจ	5
รวมเฉลี่ย	4.16	0.60	พอใจ	

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการเข้าถึงได้โดยง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.37$ S.D.=0.72) รองลงมา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวแถบปริมณฑลสามารถเดินทางได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.25$ S.D.=0.81) การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.24$ S.D.=0.71) การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีให้เลือกหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.06$ S.D.=0.80) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายต่ำที่สุด ได้แก่ การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีมีบริการรถสาธารณะบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=3.87$ S.D.=0.97) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้โดยง่าย แม้ว่าจะอยู่ห่างถนนสายหลัก แต่สามารถเข้าถึงได้ง่ายจากแอปพลิเคชันแผนที่ในมือถือหรืออุปกรณ์สื่อสารอื่น ก็ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกนำค้นหาในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์แบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัย ก็เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
3.1 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	4.31	0.70	พอใจ	4
3.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	4.24	0.79	พอใจ	7
3.3 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	4.30	0.68	พอใจ	5
3.4 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร	4.36	0.68	พอใจ	3
3.5 การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ	4.28	0.74	พอใจ	6
3.6 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพใช้การได้ดี	4.39	0.64	พอใจ	2
3.7 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูลและความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)	4.55	0.57	พอใจมาก	1
3.8 สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้และความสะอาดของบ้านพัก (กรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรม)	3.97	1.00	พอใจ	8
รวมเฉลี่ย	4.30	0.46	พอใจ	

จากตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ

การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูลและความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.55$ S.D.=0.57) รองลงมา ได้แก่ สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.39$ S.D.=0.64) ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.36$ S.D.=0.68) ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.31$ S.D.=0.70) มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.30$ S.D.=0.68) การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.28$ S.D.=0.74) มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.27$ S.D.=0.79) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายต่ำที่สุด ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้ และ ความสะอาดของบ้านพัก (กรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรม) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=3.97$ S.D.=1.00) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องมีความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูลและความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน รวมถึง สาธารณูปโภคพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำดื่ม น้ำใช้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งสนับสนุนที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกสบายอีกด้วย

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
4.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร	4.60	0.57	พอใจมาก	1
4.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว	4.43	0.66	พอใจ	5
4.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	4.55	0.65	พอใจมาก	2
4.4 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	4.52	0.60	พอใจมาก	3

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
4.5 เจ้าหน้าที่ที่มีข้อมูลในการแนะนำ ส่งเสริมให้กลับมาซ้ำ	4.47	0.68	พอใจ	4
รวมเฉลี่ย	4.51	0.50	พอใจมาก	

จากตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบ 5 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.60$ S.D.=0.57) รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.55$ S.D.=0.65) เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจมาก ($\bar{X}=4.52$ S.D.=0.60) เจ้าหน้าที่มีข้อมูลในการแนะนำ ส่งเสริม ให้กลับมาซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.47$ S.D.=0.68) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายต่ำที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอใจ ($\bar{X}=4.43$ S.D.=0.66) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ โดยนักท่องเที่ยวต้องการได้รับการบริการที่มีความสุภาพและเป็นมิตร การได้รับการดูแลและเอาใจใส่เสมือน เป็นนักท่องเที่ยวคนสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ดังคำว่า Service Mind จากผู้ให้บริการ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจ

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
5.1 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีร้านอาหาร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ	4.47	0.61	พอใจ	1
5.2 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย	4.41	0.68	พอใจ	3
5.3 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่ตรงความต้องการของท่าน	4.38	0.65	พอใจ	4

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจ (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว			
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
5.3 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่ตรงความต้องการของท่าน	4.38	0.65	พอใจ	4
5.4 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมที่ดึงดูดใจ	4.45	0.62	พอใจ	2
5.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการประชาสัมพันธ์	4.28	0.70	พอใจ	5
รวมเฉลี่ย	4.40	0.47	พอใจ	

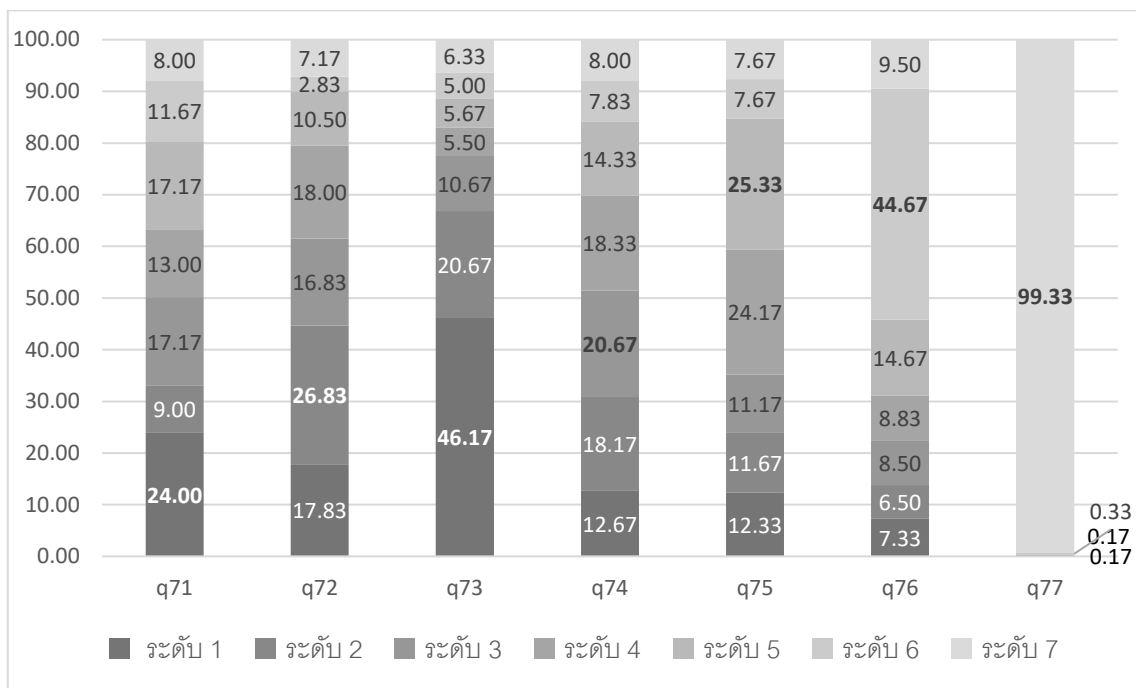
จากตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจ พบว่า ระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบ 5 ระดับ ด้านความดึงดูดใจ พิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.47$ S.D.=0.61) รองลงมา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมที่ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.45$ S.D.=0.62) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.41$ S.D.=0.68) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่ตรงความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.38$ S.D.=0.65) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสุดท้ายต่ำที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ พอดี ($\bar{X}=4.28$ S.D.=0.70) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านความดึงดูดใจ โดยนักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีร้านอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาหาร ที่มีความสดใหม่ อีกทั้ง บางสถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสัมผัสบรรยากาศการเก็บผลผลิตสด ๆ จากแปลงหรือจากฟาร์ม ทำให้เกิดความมั่นใจและรู้สึกตื่นตาตื่นใจเมื่อพบเห็น

ตารางที่ 12 ร้อยละความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบจัดระดับ ด้านสิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	ร้อยละ						
	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ
	1	2	3	4	5	6	7
ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร / ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (q71)	24.00	9.00	17.17	13.00	17.17	11.67	8.00
ความสมบูรณ์และสวยงามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (q72)	17.83	26.83	16.83	18.00	10.5	2.83	7.17
ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น (q73)	46.17	20.67	10.67	5.50	5.67	5.00	6.33
ความสะอาด / สะอาด / ปลอดภัย ของสถานที่ (q74)	12.67	18.17	20.67	18.33	14.33	7.83	8.00
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง (q75)	12.33	11.67	11.17	24.17	25.33	7.67	7.67
เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ๆ ได้ (q76)	7.33	6.50	8.50	8.83	14.67	44.67	9.50
อื่นๆ (q77)	0.17	0.17				0.33	99.33

** ระดับ 1 มากที่สุด แล้วลดหลั่นลงมาเป็นระดับ 7 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 12 ร้อยละความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบจัดระดับ ด้านสิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ค่าร้อยละสูงสุดของแต่ละข้อคือดังนี้ ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร / ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ ระดับ 1 (24.00) ความสมบูรณ์และสวยงามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ ระดับ 2 (26.83) ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ ระดับ 1 (46.17) ความสะอาด / สะอาด / ปลอดภัย ของสถานที่ ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ระดับ 3 (20.67) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ระดับ 5 (25.33) เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ๆ ได้ ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ระดับ 6 (44.67) อื่นๆ ได้แก่ อาหารอร่อย และบริการเหนือความคาดหมาย ค่าร้อยละสูงสุดอยู่ที่ระดับ 7 (99.33) โดยสามารถแสดงผลลัพธ์ได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ร้อยละความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว การตอบคำถามแบบจัดระดับ
ด้านสิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากภาพที่ 4 พบว่า อันดับแท้จริงของการจัดระดับ ด้านสิ่งที่คุณคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น (q73) เป็นลำดับที่หนึ่ง มากที่สุด ต่อมาคือ ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร / ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (q71) ความสมบูรณ์และสวยงามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (q72) ความสะอาด / สะอาด / ปลอดภัย ของสถานที่ (q74) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง (q75) เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ๆ ได้ (q76) และลำดับสุดท้าย น้อยที่สุด คือ อื่นๆ (q77) ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความคาดหวังเป็นอย่างมาก เพื่อได้พักผ่อนหย่อนใจในบรรยากาศที่ดี การเรียนรู้ทางการเกษตรจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการได้สัมผัสบรรยากาศ ซึ่งเป็นรูปแบบของการได้ผ่อนคลายในอีกรูปแบบหนึ่งด้วย

สรุป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.52$ S.D.=0.45) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ($\bar{X}=4.56$ S.D.=0.56) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการเข้าถึงได้โดยง่าย ($\bar{X}=4.37$ S.D.=0.72) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูลและความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)

(\bar{X} =4.55 S.D.=0.57) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร (\bar{X} =4.60 S.D.=0.57) ด้านความตั้งใจ ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ (\bar{X} =4.47 S.D.=0.61) ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับ พอใจมาก การจัดระดับสิ่งที่คาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่นเป็นลำดับที่หนึ่ง โดยความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ที่มีกิจกรรมใหม่ ๆ ไม่จำเจ และสามารถท่องเที่ยวซ้ำได้ รวมทั้ง มีอาหารในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีรสชาติถูกปาก ราคาไม่แพง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ใช้สถิติ t-test (Independent Samples Test) สถิติ F-Test (One-way ANOVA) และการทำตารางไขว้ (Crosstab) โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนหลัก คือ การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล และการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	เพศ				t	Sig. (2-tailed)
	n=213		N=387			
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.58	0.56	4.58	0.54	-0.029	0.977
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.54	4.19	0.64	-0.029	0.977
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.19	0.64	4.17	0.70	0.252	0.801
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	4.17	0.70	4.25	0.55	0.259	0.795
ด้านความตั้งใจ	4.25	0.55	4.27	0.58	-0.518	0.605
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.27	0.58	4.53	0.57	-0.526	0.599
รวม	4.53	0.57	4.53	0.60	-0.180	0.857

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ โดยภาพรวม พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากข้อมูลดังกล่าว การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถจัดรูปแบบการให้บริการได้กับทุกเพศ

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.832	3	0.611	3.078	0.027
	ภายในกลุ่ม	118.254	596	0.198		
	รวม	120.086	599			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.500	3	0.500	1.385	0.246
	ภายในกลุ่ม	215.302	596	0.361		
	รวม	216.803	599			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.067	3	0.356	1.689	0.168
	ภายในกลุ่ม	125.579	596	0.211		
	รวม	126.647	599			
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.611	3	0.537	2.184	0.089
	ภายในกลุ่ม	146.543	596	0.246		
	รวม	148.154	599			
ด้านความดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.481	3	0.494	2.240	0.083
	ภายในกลุ่ม	131.392	596	0.220		
	รวม	132.873	599			
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	ระหว่างกลุ่ม	6.822	3	2.274	6.945	0.000
	ภายในกลุ่ม	195.151	596	0.327		
	รวม	201.973	599			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.448	3	0.483	3.378	0.018
	ภายในกลุ่ม	85.160	596	0.143		
	รวม	86.608	599			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ในภาพรวม พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมี

ความคิดเห็นที่แตกต่างกันใน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Sig.=0.027) และ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.000) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ่ ดังนี้

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

อายุ	\bar{X}	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	4.41	-	-0.113	-0.202*	-0.054
31-40 ปี	4.53	-	-	-0.089	0.059
41-50 ปี	4.62	-	-	-	0.148
51 ปีขึ้นไป	4.47	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากข้อมูลดังกล่าว การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับช่วงอายุ โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องพิจารณาองค์ประกอบกรให้บริการของตนด้วยว่ามีความพร้อมในการให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้าง โดยสามารถจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยว

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม

อายุ	\bar{X}	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	4.28	-	-0.256*	-0.391*	-0.206
31-40 ปี	4.53	-	-	-0.135	0.049
41-50 ปี	4.67	-	-	-	0.185
51 ปีขึ้นไป	4.48	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 การทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า อายุมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ภาพรวม

อายุ	\bar{X}	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	4.26	-	-0.126*	-0.173*	-0.120
31-40 ปี	4.39	-	-	-0.046	0.006
41-50 ปี	4.43	-	-	-	0.052
51 ปีขึ้นไป	4.38	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ภาพรวม พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ภาพรวม พบว่า อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.605	5	0.321	1.609	0.156
	ภายในกลุ่ม	118.481	594	0.199		
	รวม	120.086	599			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.313	5	0.463	1.281	0.270
	ภายในกลุ่ม	214.490	594	0.361		
	รวม	216.803	599			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.441	5	0.288	1.367	0.235
	ภายในกลุ่ม	125.206	594	0.211		
	รวม	126.647	599			

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/ บุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.238	5	0.448	1.822	0.107
	ภายในกลุ่ม	145.916	594	0.246		
	รวม	148.154	599			
ด้านความดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.644	5	0.329	1.489	0.192
	ภายในกลุ่ม	131.229	594	0.221		
	รวม	132.873	599			
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	ระหว่างกลุ่ม	3.872	5	0.774	2.322	0.042
	ภายในกลุ่ม	198.102	594	0.334		
	รวม	201.973	599			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.439	5	0.288	2.008	0.076
	ภายในกลุ่ม	85.169	594	0.143		
	รวม	86.608	599			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ในภาพรวม พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.042) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ทำธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	นักศึกษา	อื่น ๆ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.60	-	0.073	-0.026	-0.082	0.154	-0.067
พนักงานบริษัท	4.53	-	-	-0.099	-0.155	0.081	-0.140
ทำธุรกิจส่วนตัว	4.63	-	-	-	-0.056	0.180	-0.040
เกษตรกร	4.68	-	-	-	-	0.236	0.015

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม (ต่อ)

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ทำธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	นักศึกษา	อื่น ๆ
นักศึกษา	4.45	-	-	-	-	-	-0.221
อื่น ๆ	4.67	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ภาพรวม พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธผลการวิเคราะห์จากตาราง 18

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.737	4	0.184	0.919	0.453
	ภายในกลุ่ม	119.349	595	0.201		
	รวม	120.086	599			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4.156	4	1.039	2.907	0.021
	ภายในกลุ่ม	212.647	595	0.357		
	รวม	216.803	599			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.241	4	0.060	0.284	0.889
	ภายในกลุ่ม	126.406	595	0.212		
	รวม	126.647	599			
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/ บุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.680	4	0.170	0.686	0.602
	ภายในกลุ่ม	147.473	595	0.248		
	รวม	148.154	599			
ด้านความดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.328	4	0.332	1.502	0.200
	ภายในกลุ่ม	131.545	595	0.221		
	รวม	132.873	599			

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้น้อยแค่ไหน	ระหว่างกลุ่ม	1.423	4	0.356	1.056	0.378
	ภายในกลุ่ม	200.550	595	0.337		
	รวม	201.973	599			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.321	4	0.080	0.553	0.697
	ภายในกลุ่ม	86.287	595	0.145		
	รวม	86.608	599			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ในภาพรวม พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=0.042) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

ตารางที่ 21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ไม่มีรายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
ไม่มีรายได้	4.06	-	-0.160	-0.201	-0.132	0.019
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.22	-	-	-0.042	0.028	0.179
5,000-10,000 บาท	4.26	-	-	-	0.069	0.221
10,001-20,000 บาท	4.19	-	-	-	-	0.151
มากกว่า 20,000 บาท	4.04	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธผลการวิเคราะห์จากตาราง 20

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	พฤติกรรมท่องเที่ยว				t	Sig. (2-tailed)
	n=321		N=279			
	เคย		ไม่เคย			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.57	0.555	4.58	0.536	-0.247	0.805
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.536	4.18	0.690	-0.247	0.805
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.18	0.690	4.17	0.673	0.211	0.833
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	4.17	0.673	4.29	0.586	0.211	0.833
ด้านความดึงดูดใจ	4.29	0.586	4.24	0.544	1.145	0.253
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.24	0.544	4.52	0.602	1.151	0.250
รวม	4.52	0.602	4.55	0.572	-0.649	0.517

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว				t	Sig. (2-tailed)
	n=75		N=525			
	เคย		ไม่เคย			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.53	0.528	4.58	0.548	-0.763	0.446
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.548	4.13	0.644	-0.785	0.435
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.13	0.644	4.18	0.687	-0.611	0.541
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	4.18	0.687	4.28	0.605	-0.642	0.523
ด้านความดึงดูดใจ	4.28	0.605	4.26	0.562	0.245	0.807
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.26	0.562	4.57	0.574	0.231	0.818
รวม	4.57	0.574	4.53	0.591	0.655	0.513

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.329	3	0.443	2.223	0.084
	ภายในกลุ่ม	118.758	596	0.199		
	รวม	120.086	599			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.520	3	0.173	0.477	0.698
	ภายในกลุ่ม	216.283	596	0.363		
	รวม	216.803	599			

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.524	3	0.175	0.825	0.481
	ภายในกลุ่ม	126.123	596	0.212		
	รวม	126.647	599			
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.888	3	0.629	2.564	0.054
	ภายในกลุ่ม	146.266	596	0.245		
	รวม	148.154	599			
ด้านความดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.491	3	0.164	0.738	0.530
	ภายในกลุ่ม	132.382	596	0.222		
	รวม	132.873	599			
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	ระหว่างกลุ่ม	4.896	3	1.632	4.936	0.002
	ภายในกลุ่ม	197.077	596	0.331		
	รวม	201.973	599			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.591	3	0.197	1.366	0.252
	ภายในกลุ่ม	86.017	596	0.144		
	รวม	86.608	599			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในภาพรวม พบว่าระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.002) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม

ระยะเวลา	\bar{X}	1-2 วัน	3-4 วัน	5-6 วัน	มากกว่า 6 วันขึ้นไป
1-2 วัน	4.54	-	-0.316*	0.136	0.286
3-4 วัน	4.22	-	-	-0.180	-0.030
5-6 วัน	4.40	-	-	-	0.15
มากกว่า 6 วันขึ้นไป	4.25	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ได้แก่ ระยะเวลา 1-2 วัน มีความคิดเห็นมากกว่า ระยะเวลา 3-4 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.406	4	0.351	1.762	0.135
	ภายในกลุ่ม	118.680	595	0.199		
	รวม	120.086	599			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.129	4	0.532	1.475	0.208
	ภายในกลุ่ม	214.674	595	0.361		
	รวม	216.803	599			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3.954	4	0.989	4.794	0.001
	ภายในกลุ่ม	122.692	595	0.206		
	รวม	126.647	599			
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.636	4	1.159	4.805	0.001
	ภายในกลุ่ม	143.518	595	0.241		
	รวม	148.154	599			

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.874	4	0.468	2.128	0.076
	ภายในกลุ่ม	130.999	595	0.220		
	รวม	132.873	599			
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	ระหว่างกลุ่ม	5.117	4	1.279	3.866	0.004
	ภายในกลุ่ม	196.857	595	0.331		
	รวม	201.973	599			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.227	4	0.557	3.925	0.004
	ภายในกลุ่ม	84.381	595	0.142		
	รวม	86.608	599			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ในภาพรวม พบว่าจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig.=0.001) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (Sig.=0.001) โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.004) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ระยะเวลา	\bar{X}	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,000- 2,000 บาท	2,001- 3,000 บาท	3,001- 4,001 บาท	4,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 1,000 บาท	4.41	-	0.142*	0.153	0.097	0.315*
1,000-2,000 บาท	4.26	-	-	0.012	-0.044	0.174

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ต่อ)

ระยะเวลา	\bar{X}	ต่ำกว่า	1,000-	2,001-	3,001-	4,001
		1,000 บาท	2,000 บาท	3,000 บาท	4,000 บาท	บาทขึ้นไป
2,001-3,000 บาท	4.25	-	-	-	-0.056	0.163
3,001-4,000 บาท	4.31	-	-	-	-	0.218
4,001 บาทขึ้นไป	4.09	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 1,000-2,000 บาท และ 4,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ

ระยะเวลา	\bar{X}	ต่ำกว่า	1,000-	2,001-	3,001-	4,001
		1,000 บาท	2,000 บาท	3,000 บาท	4,000 บาท	บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 1,000 บาท	4.64	-	0.195*	0.161	0.159	0.255
1,000-2,000 บาท	4.45	-	-	-0.034	-0.035	0.060
2,001-3,000 บาท	4.48	-	-	-	-0.002	0.094
3,001-4,000 บาท	4.48	-	-	-	-	0.095
4,001 บาทขึ้นไป	4.39	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ

พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 1,000-2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม

ระยะเวลา	\bar{X}	ต่ำกว่า	1,000-	2,001-	3,001-	4,001
		1,000	2,000	3,000	4,000	บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 1,000 บาท	4.54	-	0.027	0.177	-0.145	0.201
1,000-2,000 บาท	4.52	-	-	0.150	-0.172	0.174
2,001-3,000 บาท	4.37	-	-	-	-0.322*	0.024
3,001-4,000 บาท	4.69	-	-	-	-	0.346
4,001 บาทขึ้นไป	4.34	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ 2,001-3,000 บาท มีความคิดเห็นน้อยกว่า 3,001-4,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ภาพรวม

ระยะเวลา	\bar{X}	ต่ำกว่า	1,000-	2,001-	3,001-	4,001
		1,000	2,000	3,000	4,000	บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 1,000 บาท	4.54	-	0.101	0.120	0.088	0.237*
1,000-2,000 บาท	4.52	-	-	0.019	-0.014	0.136
2,001-3,000 บาท	4.37	-	-	-	-0.033	0.117
3,001-4,000 บาท	4.69	-	-	-	-	0.150
4,001 บาทขึ้นไป	4.34	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ภาพรวม พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ภาพรวม พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 4,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุป ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนบุคคลและ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ใช้สถิติ t-test (Independent Samples Test) สถิติ F-Test (One-way ANOVA) โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนหลักคือ การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล และ การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

1.1 เพศ พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ โดยภาพรวม พบว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับทุกเพศ ดังนั้น การจัดการกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถเตรียมความพร้อมของกิจกรรมให้กับทุกเพศได้เข้าร่วมได้

1.2 อายุ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ในภาพรวม พบว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อายุที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันใน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Sig.=0.027) และ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.000) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

1.2.1 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 41-50 ปี สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความความคิดเห็นที่ต่างกันระหว่างอายุ 20-30 ปี กับ อายุ 41-50 ปี เนื่องจากลักษณะการใช้ชีวิตของแต่ละช่วงอายุมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับช่วงอายุ รวมถึง ควรพิจารณาถึงความคุ้มค่าของจัดการการท่องเที่ยวให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการของผู้ประกอบการเอง

1.2.2 ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า อายุมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความความคิดเห็นที่แตกต่างกันระหว่าง อายุ 20-30 ปี กับ อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี เนื่องจากลักษณะการใช้ชีวิตของแต่ละช่วงอายุมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับช่วงอายุ รวมถึง ควรพิจารณาถึงความคุ้มค่าของจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการของผู้ประกอบการเอง

1.2.3 ภาพรวม พบว่า อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี

1.3 อาชีพ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ในภาพรวม พบว่าอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อาชีพที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.042) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะตามความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเดียวกัน คือ เพื่อความผ่อนคลายจากการทำงานโดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวรูปแบบง่าย ๆ เข้าใจง่าย สื่อสารง่าย และรู้สึกผ่อนคลายในการท่องเที่ยว ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะอยู่ในอาชีพใด นักท่องเที่ยวจะรับรู้รูปแบบการท่องเที่ยวอยู่แล้ว

1.4 รายได้ต่อเดือน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ในภาพรวม พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=0.042) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะตามความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเดียวกัน คือ เพื่อความผ่อนคลายจากการทำงานโดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวรูปแบบง่าย ๆ เข้าใจง่าย สื่อสารง่าย และรู้สึกผ่อนคลายในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะรับรู้รูปแบบการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้ก่อนการเดินทางในแต่ละครั้ง

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า การเคย

มาเยือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียบง่ายและเข้าใจง่าย สามารถเที่ยวซ้ำได้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตามรูปแบบของการเจริญเติบโตของธรรมชาติ ซึ่งทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงแบบธรรมชาติที่ไม่ต้องแต่งเติม

2.2 การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีที่พักด้วยนั้น เป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวพร้อมการพักผ่อนนอกสถานที่ เพื่อปรับเปลี่ยนบรรยากาศการพักผ่อนให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน รวมทั้ง ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นช่วงที่มีวิถีการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปและต้องทำงานที่บ้าน อาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการอยู่ที่พักทุกวัน เมื่อสถานการณ์คลี่คลายลงนักท่องเที่ยวเริ่มเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่พักแรมเพื่อเปลี่ยนแปลงบรรยากาศในการพักผ่อน

2.3 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในภาพรวม พบว่าระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.002) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ พบว่า ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ระยะเวลา 1-2 วัน มีความคิดเห็นมากกว่า ระยะเวลา 3-4 วัน สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แต่หากท่องเที่ยวหลายวันก็จะมีความรู้สึกจำเจต่อสถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ อีกทั้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเดินทางเที่ยวท่องเที่ยวในที่ห่างไกลใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก หรือหากไปในสถานที่ห่างไกลจะใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวไม่มาก หรืออาจ 1-2 วัน ส่วนเวลาที่เหลือเป็นเวลาสำหรับการเดินทาง

2.4 จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ในภาพรวม พบว่าจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 และเมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig.=0.001) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (Sig.=0.001) โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้ มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.004) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

2.4.1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 1,000-2,000 บาท และ 4,001 บาทขึ้นไป สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมักเลือกเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไม่มากนัก แต่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.4.2 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 1,000-2,000 บาท สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมักเลือกเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไม่มากนัก แต่ต้องการรับบริการของเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.4.3 ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ 2,001-3,000 บาท มีความคิดเห็นน้อยกว่า 3,001-4,000 บาท สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นักท่องเที่ยวยอมเสียค่าใช้จ่าย 3,001-4,000 บาท เป็นกลุ่มที่ยอมจ่ายมากกว่าขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น

2.4.4 ภาพรวม พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 4,001 บาทขึ้นไป สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวยอมจ่ายค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่สูงมากนัก แต่มีความต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความสะดวกสบาย เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย 6 ภูมิภาค จำนวน 180 คน เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้ประกอบการ ในเชิงวิชาการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1.2.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

1. การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมตามบริบทของสถานที่และมีความเป็นธรรมชาติ แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ประชากรในสถานที่นั้น ๆ ความเป็นธรรมชาติ ทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายจิตใจ และรู้สึกสงบ ได้ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ไม้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับบางสถานที่ที่มีจัดแสดงพันธุ์ไม้ การชิมผลไม้และผักใหม่ ๆ ที่เป็นนวัตกรรมเกษตรในแหล่งท่องเที่ยว พืชผักปลอดสารพิษ ได้พบประสบการณ์ใหม่ ได้ทำกิจกรรมในวันหยุดกับครอบครัว การช่วยเหลือสนับสนุนหรืออุดหนุนสินค้าทางการเกษตร การชมบรรยากาศที่ไม่เคยได้สัมผัสหรือพบเห็นแต่รูปภาพหรือสื่อออนไลน์ เช่น เกษตรกลางทุ่งนา เกษตรที่ราบสูง เกษตรการปลูกพืชออร์แกนิก การประมง เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการเดินทางสะดวกและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกล อีกทั้งต้องการหลีกเลี่ยงสถานที่ในเมืองที่มีความแออัด มีมลพิษควั่นฝุ่นมากมาย และโรคระบาด สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมักได้รับอิทธิพลจากข้อมูลที่นักท่องเที่ยวบอกกันแบบปากต่อปาก หรือข้อมูลรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวจากโซเชียลมีเดีย หรือเป็นสถานที่ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงสามารถเดินทางสะดวก การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่เรียนรู้ด้านการเกษตร เช่น การเพาะปลูก การแปรรูป การสาธิตวิธีการทำผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายสินค้า การปลูกพืชปลอดภัยจากสารเคมี การดูแลสัตว์ กิจกรรมการทำอาหาร เป็นต้น รวมทั้ง การจัดที่พักในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบ “ฟาร์มสเตย์” กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ นั้น เป็นกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละพื้นที่ และกิจกรรมที่จัดในสถานที่ท่องเที่ยวก็ขึ้นอยู่กับเทศกาลหรือฤดูกาล

2. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Accessibility) เป็นการที่นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งการค้นหาข้อมูล การเดินทาง และการเข้าใจถึงการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มักได้รับการรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เพื่อนของนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ต่าง ๆ ข่าวสารทางโทรทัศน์ คนในจังหวัดหรือในสถานที่นำเสนอให้รู้จักโพสทางโซเชียลมีเดีย YouTube Blogger หนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ ใบปลิวแผ่นพับ เป็นต้น สำหรับการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวด้านการเดินทางต้องเป็นสถานที่ที่เดินทางสะดวก สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ มีป้ายบอกทางและบอกสถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าใจง่าย เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นที่รู้จักและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Amenities) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อความสะดวกสบายในช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยว รวมทั้ง มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น เช่น อาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ สิ่งก่อสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ การตกแต่งสถานที่ การให้บริการที่แตกต่าง เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเน้นความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวในบรรยากาศที่ได้ความรู้ความเป็นเกษตรและมีธรรมชาติตามวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น หากเป็นสถานที่ห่างไกลหรือเข้าถึงยากอาจมีพาหนะสำหรับการเดินทางในการเข้าที่สถานที่ท่องเที่ยว หรือบางสถานที่ท่องเที่ยวอาจมีสิ่งสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น จักรยาน พื้นที่สะดวกสบาย เป็นต้น รวมถึง การบริการที่สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำสะอาด ห้องอาบน้ำ ห้องอาหาร เป็นต้น สำหรับสถานที่ที่ไกลแหล่งน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวกใน

สถานที่ท่องเที่ยว เช่น เรือพาย เรือเก็บผักหรือผลไม้ อุปรณ์ทำนา เรือเก็บหอย เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสะดวกสบายในการเข้ามาใช้บริการ เช่น สถานที่นั่งพัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม จุดชมบรรยากาศ การให้บริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เป็นต้น รวมถึง สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น มุมงานหัตถกรรม มุมตกแต่ง มุมออกแบบสถานที่ เป็นต้น รวมทั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นการเรียนรู้ เช่น การทำหัตถกรรม การเลี้ยงสัตว์ ทำอาหารท้องถิ่น การทำน้ำหมักชีวภาพ การปลูกผักสวนครัว การทำวุ้น การทำหุ่นฟาง การช้ควาย การอาบน้ำควาย มุมเล่นสไลเดอร์โคลน การหุงข้าวทำอาหารด้วยกระบอไม้ไผ่ เรียนรู้การเอาตัวรอดในป่า เป็นต้น

4. ที่พักในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Accommodation) เป็นที่พักที่มีลักษณะหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว สำหรับการลงทุนสร้างที่พัก โดยต้องคำนึงถึงงบประมาณในการสร้าง และการออกแบบที่พัก การจัดการที่พักในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าพักและใช้เวลาในการพักผ่อนเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับที่พักในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พักแบบวิถีชาวนา ที่พักแบบวิถีชาวเล ที่พักแบบวิถีชาวสวน ที่พักแบบชาวไร่ ที่พักบนดอย ที่พักแบบมีดีไซด์ ที่พักรูปแบบต่างประเทศ เป็นต้น

5. การตระหนักถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Awareness) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวและตัดสินใจท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากความคาดหวังและความต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติ ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตที่มีความเป็นชุมชน การตัดสินใจท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในช่วงสถานการณ์ Covid-19 เป็นสิ่งที่ต้องตระหนักถึงความปลอดภัยในสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีลักษณะการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวไม่พุกพลา้น และมีพื้นที่กว้างพอที่จะสามารถเว้นระยะห่างระหว่างกันได้ดี รวมทั้ง นักท่องเที่ยวสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

6. การกลับมาเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Advocate) เป็นการที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการท่องเที่ยวจนเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเดิม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำนั้น ส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้และเดินทางสะดวก มีเอกลักษณ์ สวยงาม และมีกิจกรรมที่หลากหลาย รวมทั้ง รู้สึกได้พักผ่อน อบอุ่นและมีมิตรภาพจากผู้ให้บริการหรือสมาชิกในชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำจะสามารถสร้างรายได้ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

1.2.2 พฤติกรรมผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ดังนี้

1. การสื่อสารเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการสื่อสารของผู้ประกอบการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย หรือให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยในการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวประวัติความเป็นมาของสถานที่ การสร้างบรรยากาศความ

สวยงามให้นักท่องเที่ยวสามารถได้ชื่นชม รวมถึง มีการให้ความรู้การทำเกษตร และสาธิตทำผลิตภัณฑ์ การเกษตรที่โดดเด่นให้เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2. การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการกับนักท่องเที่ยว (Customer Service) เป็นการสร้างความประทับใจที่เป็นกันเอง ให้การต้อนรับที่อบอุ่น ดูแลใจใส่แก่นักท่องเที่ยว สร้างกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำร่วมด้วยได้ การจัดโปรโมชั่นของสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหาร รวมทั้ง การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่และจุดเด่นของวัตถุดิบ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำ

3. การจัดหาวัตถุดิบเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว (Order Processing) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมความพร้อม สำหรับวัตถุดิบเพื่อการท่องเที่ยวให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการที่พอดี ไม่มากเกินไปจนเสียต้นทุนสูง หรือน้อยเกินไปจนไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีผลผลิตจากการเกษตรอยู่ สามารถนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ได้ แต่วัตถุดิบบางอย่างไม่สามารถหาได้จากการเกษตร ซึ่งอาจต้องมีการจัดซื้อจากแหล่งที่มีคุณภาพและราคาถูกต้องตามความเหมาะสมของวัตถุดิบนั้น

4. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Demand Forecasting) เป็นการที่ผู้ประกอบการสร้างจากเพจ face book เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารและให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือให้เพิ่มเติมจุดตรงไหนก็สามารถวิจารณ์ได้ และเราจะดูแลนักท่องเที่ยวที่มาโดยการบริการและสอบถามตลอดว่าเพิ่มขาดอะไรไหม หรือเราควรทำอะไรเพิ่มก็จะพูดคุยกับแขกนักท่องเที่ยวที่มา การจัดสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเราจึงทราบได้ว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการก็คือสินค้าเกษตรและความสวยงามของสถานที่ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

5. กระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Procurement) เป็นการที่ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมในกระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์ ทั้งสินค้าและบริการ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่แล้วเป็นวัตถุดิบจากการทำเกษตร ได้มีการเพาะปลูกขึ้นมาเอง แล้วผลิตขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์ทางเกษตรหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งมีความเป็นจุดเด่นของสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ การจัดการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการแนะนำให้ความรู้ และเดินชมภายในสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้าและพานักท่องเที่ยวเดินชมบรรยากาศภายในบริเวณโดยตรง พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดของอาหารหรือกิจกรรมภายใน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกรอยากรับประทานอาหารและอยากทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้ง การจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ มาบริการให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6. การจัดเก็บสินค้าในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Inventory Management) เป็นการที่ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมในด้านการเก็บรักษา การจัดทำรายการสินค้าหลักของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นเฉพาะตัว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการจัดการสินค้าหลักให้มีความน่าสนใจและพร้อมจำหน่ายได้เพียงพอต่อความต้องการ มีความสวยงาม จนสามารถนำไปริวิวสถานที่ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่ลงรีวิวดตามโซเชียลมีเดีย ซึ่งทำให้คนอื่น ๆ ที่ใครหลาย ๆ คนเห็นแล้วก็อยากจะมาเที่ยวบ้าง สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ พร้อมทั้งยังเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบให้นักท่องเที่ยวได้พักแรมเที่ยวชมได้อีก

ด้วย รวมถึง การจัดทำผลิตภัณฑ์ทางเกษตรให้มีคุณภาพและมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจ และตั้งใจ พร้อมทั้งกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

7. การจัดการระบบการคมนาคมขนส่งในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Transportation Management) เป็นการเตรียมความพร้อมในด้านสนับสนุนการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวได้สามารถเดินทางมาได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย หรือบางสถานที่ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ ก็ควรจัดหาพาหนะที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความน่าสนใจและมีความเป็นเอกลักษณ์หรือดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวก็อาจทำให้การเดินทางไม่ใช่อุปสรรคในการไปท่องเที่ยว

8. การจัดการสินค้าภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ทั้งปี (Warehousing และ Storage) เป็นการบริหารสินค้าให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ทั้งปี แม้ว่าการเก็บผลิตผลจะเก็บได้เฉพาะฤดูกาล โดยผู้ประกอบการอาจปรับรูปแบบของการบริหารสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรืออาจแปรรูปสินค้าให้สามารถเก็บรักษาได้ในระยะเวลานาน รวมทั้ง การทำนาบางแห่งไม่สามารถทำนาได้ทั้งปี ก็เปลี่ยนจากการทำนาเป็นการทำไร่ชา เช่น ไร่ชาเขียว เป็นต้น เป็นการบริหารจัดการให้ทำการเกษตรได้ตลอดทั้งปี การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมได้ตลอดทั้งปี เพื่อเป็นสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เช่น เริ่มตั้งแต่การดำนา ปลูกข้าว เก็บเกี่ยว เป็นต้น

9. การบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สามารถบริการนักท่องเที่ยว โดยยึดถือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Reverse Logistics) เป็นการวางแผนในระยะยาว เพื่อบำรุงรักษาอุปกรณ์และสิ่งอื่นที่เกี่ยวข้องในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้ง การจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การรับฟังปัญหาความไม่ประทับใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาแก้ไขและปรับปรุงการบริการ

10. การรักษาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Parts และ Services Support) เป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยการบริการอย่างเป็นมิตร การสื่อสารและการใช้ภาษาที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเก๋อยากกลับมาท่องเที่ยวสถานที่เชิงเกษตรอีก และนักท่องเที่ยว ใหม่มารู้สึกพอใจและประทับใจ

11. การเลือกทำเลในการจัดตั้งธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Plant และ Warehouse Site Selection) เป็นการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งเป็นแหล่งธรรมชาติเชิงการเกษตรในบริเวณโดยรอบ อาจมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นด้วย หรือการใช้พื้นที่นาของตนเอง เป็นพื้นที่โล่งกว้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้นาน ๆ และสามารถร่วมทำกิจกรรมได้ไม่รู้สึกเบื่อ การปรับสถานเกษตรกรรมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมา

12. การขนถ่ายวัตถุดิบที่เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Material Handling) เป็นการจัดการระบบการถ่ายสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องคำนึงถึง ต้นทุนในวัตถุดิบบางประเภทที่ไม่สามารถหาได้จากการผลิตผลทางการเกษตรและมีค่าบรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบตกแต่งบรรจุภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ สินค้าในเมืองนำไปจำหน่ายบนดอย เป็นต้น การจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร จะมีการจัดส่งพัสดุผ่านทางไปรษณีย์ หรือ บริษัทขนส่งเอกชน เป็นต้น นอกจากนี้ บางสถานที่

ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้มีการจัดส่งสินค้าทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวแต่อย่างใดถ้าหากนักท่องเที่ยวมาชมแล้วสนใจ หรืออยากนำกลับบ้าน จะต้องมาซื้อสินค้าที่แหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจเป็นจุดเด่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

13. ความสวยงามและภูมิทัศน์ของสถานที่เชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและพึงพอใจ (Packaging และ Packing) เป็นการจัดเตรียมด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมได้เห็นบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ มีเอกลักษณ์ และความงามของแหล่งท่องเที่ยว เมื่อมีนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม แล้วได้เห็นความสวยงามบรรยากาศ เมื่อได้เห็นแล้วรู้สึกผ่อนคลาย มีความสุข บางสถานที่ได้เก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อนำไปขายให้เกิดรายได้ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งมีการเรียนรู้วิถีทำนา สาธิตการเก็บเกี่ยวผลผลิต เรียนรู้การประดิษฐ์สิ่งของจากผลผลิตทางการเกษตร นอกจากนี้ยังอาจจะนำผลผลิตไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเกษตรกร และสร้าง ความเป็นเอกลักษณ์

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการ จำนวน 180 คน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงนโยบายเกี่ยวกับนวัตกรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 สามารถสรุป ผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยภายในในระดับมหภาค (Internal-Macro Factors)

1.1 ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) ที่ประเทศไทยมีทรัพยากรที่มี อุดมสมบูรณ์ ทั้งธรรมชาติ ที่ดิน น้ำ และสภาพอากาศที่เหมาะสม สรุปได้ว่า

- ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งดิน น้ำ และสภาพอากาศที่เหมาะสม สำหรับการเพาะปลูกพืชและการทำปศุสัตว์ทั่วประเทศ โดยพื้นที่การเกษตรจำนวนมากได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมให้ สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ และเป็นประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งมีความรู้และทรัพยากรทางการเกษตรเพียงพอ

- ความเป็นเจ้าของในที่ดิน หรือมีที่ดินเป็นของตนเอง ซึ่งที่ดินเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงและมี ราคาเพิ่มสูงขึ้นตามกาลเวลาและตามลักษณะของพื้นที่ ที่ดินเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือธุรกิจ ใน ส่วนของการอยู่อาศัย การทำธุรกิจต่าง ๆ บนที่ดินที่ต่างกันตามลักษณะภูมิศาสตร์ ดังนั้น การเป็นเจ้าของที่ดิน และการเป็นเจ้าของธุรกิจจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จุดประสงค์เพื่อใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- มีความรู้และความชำนาญ ในการประกอบธุรกิจและการเผชิญต่อความเสี่ยง รวมถึง ทักษะ การตัดสินใจ เป็นนักวิเคราะห์และตัดสินใจได้ถูกต้องรวดเร็วโดยเฉพาะการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน การ เสี่ยงภัยทางธุรกิจและการบริหารงานต้องใช้วิจารณญาณด้วยความสุขุม รอบคอบ

- การวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านการประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก และมีกิจกรรมทางด้านการเกษตรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวได้ตลอดเวลา

จากผลการวิจัย พบว่า ทรัพยากรของประเทศไทยที่มีอุดมสมบูรณ์ ทั้งธรรมชาติ ที่ดิน สภาพน้ำ และสภาพอากาศที่เหมาะสม โดยการทำการเกษตรเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้ข้อได้เปรียบด้านการเกษตรเกี่ยวกับการเพาะปลูกพืชและการทำปศุสัตว์ ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งเป็นได้เปรียบในด้านความเป็นเจ้าของและประสบการณ์การทำการเกษตร ทั้งนี้ การเกษตรกรรมแต่ละประเภทมีความละเอียดอ่อนในการผลิต พัฒนา และการรักษาไว้อย่างยั่งยืน

1.2 สถานที่ตั้ง (Location) ของประเทศไทยมีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม สรุปได้ดังนี้

- ภูมิประเทศของประเทศไทย มีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศไทยที่มีการทำเกษตรกรรมเป็นหลักและมีภูมิประเทศที่สวยงาม

- สถานที่ในการจัดตั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยมาตั้งแต่ดั้งเดิม มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับสถานที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากทัศนียภาพ ได้รับความรู้เกี่ยวกับการเกษตร และวิธีการดำรงชีวิตวิถีเกษตร วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ประชาชนที่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม รวมทั้งการทำเกษตรกรรม ได้แก่ ไม้ผล พืชผัก ไม้ดอกไม้ประดับ

- เป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญและปริมาณผลผลิตมาก รวมทั้งความมีชื่อเสียงด้านเกษตรกรรม เช่น ผลไม้ อาหารทะเล เป็นต้น

ผลการวิจัย พบว่า ภูมิประเทศของประเทศไทย มีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และมีการทำเกษตรกรรมเป็นหลัก ซึ่งการพัฒนาวัฒนธรรมการเกษตร มีความจำเป็นที่เกษตรกรต้องพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาทักษะด้านการเรียนรู้องค์รวม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วย เพื่อให้การสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรเพิ่มมากขึ้น

1.3 กระบวนการจัดตั้งบริษัท (Internalization) ที่หน่วยงานภาครัฐต้องให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจง่ายให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น สรุปได้ดังนี้

- การดำเนินการเริ่มต้นธุรกิจ ต้องมีการคำนวณต้นทุนการก่อตั้งและแสวงหาเงินทุนมาใช้ รวมทั้งการสำรองเงินเป็นสิ่งจำเป็นมากเพราะเป็นเงินทุนหมุนเวียน ส่วนใหญ่ของธุรกิจค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นก่อตั้งธุรกิจ ได้แก่ ค่าที่ดินและก่อสร้างอาคาร ค่าอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องจักร ค่าสินค้าคงคลัง ค่าจดทะเบียนและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามกฎหมาย ค่าลิขสิทธิ์ ค่าตกแต่งและปรับปรุงสถานที่ เงินมัดจำโทรศัพท์และมิเตอร์ไฟฟ้า ค่าประกันภัย ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เงินสำรองจ่ายในกิจการตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ

- การเลือกรูปแบบของการก่อตั้งทางกฎหมายที่เหมาะสมจะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด เช่น ธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ในลักษณะจดทะเบียนและไม่จดทะเบียน เพื่อประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว กระบวนการจัดตั้งธุรกิจที่มี

ลักษณะของกิจการแบบกิจการเจ้าของคนเดียว โดยกิจการมีบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของหรือลงทุนคนเดียว ควบคุมการดำเนินงานไม่ซับซ้อน มีความรวดเร็วในการตัดสินใจดำเนินงาน รวมทั้ง การขยายธุรกิจเพิ่มเติม และการพัฒนาการประกอบธุรกิจ โดยการให้สถาปนิกในการวางแผนเพื่อกำหนดโครงสร้างของที่พัก

ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเรียนรู้การ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากการส่งขายผลิตภัณฑ์ การต่อยอดผลิตภัณฑ์เป็นพื้นที่ขาย ณ ที่ตั้ง และพัฒนาต่อยอด การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ รวมถึง การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่หลากหลายและแตกต่าง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องพัฒนาทักษะและความสามารถในการลงทุน เพื่อเรียนรู้ความเป็นตัวตนของการผลิตของเกษตรกรและเตรียมการในการจัดตั้งบริษัทที่มีรูปแบบการขยายตัวในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

1.4 การบริหารการเงิน (Financial) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการชำระหนี้ให้กับสถาบันการเงินและจ่ายภาษีให้กับรัฐบาล สรุปได้ดังนี้

- การจัดทำบัญชีบันทึกรายรับรายจ่าย เหมาะสำหรับกิจการเจ้าของคนเดียว หรือทำธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา โดยการจัดทำบัญชีอย่างง่ายนั้น เป็นการนำรูปแบบการบันทึกบัญชีตามหลักการบันทึกบัญชี มาประยุกต์และปรับใช้ให้เหมาะสมกับกิจการที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว

- การบริการทางการเงินเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจเพราะหากมีการบริหารที่ผิดพลาดอาจนำไปสู่การขาดสภาพคล่องและเกิดการล้มละลายได้ สภาพคล่องและเงินจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการ ทางบริษัทมีแผนการเงินที่จะช่วยในการวางกลยุทธ์ในการบริหารการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้การเงินของธุรกิจไม่เกิดภาวะรัดตัวและเกิดการขาดสภาพคล่องได้

- การประกอบธุรกิจที่ดำเนินงานโดยบุคคลเพียงคนเดียวเป็นเจ้าของกิจการ โดยใช้เงินทุนของเจ้าของกิจการเอง การบริหารจัดการต่างๆ มีความคล่องตัว เมื่อกิจการประสบความสำเร็จ เจ้าของกิจการจะได้รับประโยชน์แต่เพียงผู้เดียว

- การจัดการเงินสด เป็นประสิทธิภาพในการบริหารเงินสด เพื่อควบคุมการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามงบประมาณ ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ตรวจสอบรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้น รวมไปถึงจำนวนเงินที่ยังค้างชำระอยู่ ควรมีการเตรียมเงินสำรองไว้เพื่อเอาเงินมาหมุนเวียนในธุรกิจ ช่วยประคับประคองให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้

- การจัดการภาษี ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้เรื่องภาษีในส่วนที่จำเป็นกับธุรกิจ การจ่ายภาษีเป็นหน้าที่ตามกฎหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่รัฐเรียกเก็บจากประชาชน หากผู้ประกอบการไม่ใส่ใจกับกฎเหล่านี้อาจต้องสูญเสียเงินหรือเสียค่าปรับและดอกเบี้ยภาษีได้ การจัดการภาษีที่ไม่ดีเสี่ยงทำให้ธุรกิจล้มละลายได้

- การจัดการรายได้ โดยเฉพาะรายได้หลักของกิจการที่มาจากการขายสินค้าและการให้บริการ และมีรายได้จากอื่น ๆ แบ่งเป็นรายได้หลักซึ่งมาจากการให้บริการที่พักและการจำหน่ายทุเรียน รายได้รองมาจากการขาย อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกภายในรีสอร์ท

- การจัดการค่าใช้จ่าย ต้องมีการพิจารณาและจัดสัดส่วนค่าใช้จ่ายในธุรกิจ แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการบริหาร คือ เงินเดือนของพนักงานค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และค่าดูแลสวนทุเรียน ส่วนของค่าใช้จ่าย

อื่นๆ คือ ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ภายในรีสอร์ท ค่าสาธารณูปโภค ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าจ้างการเก็บดอกบัว ค่าซื้อวัตถุดิบในการประกอบธุรกิจ และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในธุรกิจ

- การประกันสังคมสำหรับพนักงานทุกคนตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้ความมั่นคงและความมั่นใจกับพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างตั้งใจ การจัดทำประกันสังคมให้กับพนักงานทุกคนตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อสิทธิประโยชน์ทดแทนของพนักงาน เมื่อประสบอันตราย เจ็บป่วย ทูพลภาพ ตาย รวมทั้งกรณีคลอดบุตร สงเคราะห์บุตร ชราภาพ และว่างงาน

- การจัดสวัสดิการ สวัสดิการ เป็นบริการหรือกิจกรรมใดที่ธุรกิจเอกชนจัดให้เพื่อให้พนักงานได้รับความสะดวกสบายในการทำงาน มีความมั่นคงในอาชีพ มีหลักประกันที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต หรือได้รับประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากเงินเดือน หรือค่าจ้างที่ได้รับอยู่เป็นประจำ

นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์ทางการเงินที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการเงินลงทุน การตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ถาวร การตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน การตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียน การวิเคราะห์กลยุทธ์การบริหารการเงินของกิจการ การจัดทำระบบบัญชีรูปแบบง่าย การวางแผนทางการเงิน

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการด้านการใช้เงินทุน เพื่อตกแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงามและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม การจัดทำบัญชีบันทึกรายรับรายจ่ายให้เหมาะสมสำหรับประเภทของธุรกิจ โดยการจัดทำบัญชีอย่างง่าย การบันทึกบัญชีตามหลักการบันทึกบัญชี ประโยชน์ของการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของธุรกิจ สามารถรับรู้ถึงยอดเงินสดคงเหลือในแต่ละวันได้ ทำให้รับทราบว่ามีรายรับที่เกิดขึ้น เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจ การจัดการเงินสดเพื่อควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามงบประมาณ ตรวจสอบสถานทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ การจัดการภาษีในส่วนที่จำเป็นกับธุรกิจ เพื่อการจ่ายภาษีเป็นหน้าที่ตามกฎหมาย การจัดการรายได้ของธุรกิจที่มาจากการขายสินค้าและการให้บริการ และมีรายได้จากแหล่งอื่น ๆ การจัดการค่าใช้จ่าย ต้องมีการพิจารณาและจัดสัดส่วนค่าใช้จ่ายในธุรกิจ แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการบริหาร ค่าใช้จ่ายสำหรับการประกันสังคมสำหรับพนักงานทุกคนตามที่กฎหมายกำหนด ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดสวัสดิการเป็นบริการหรือกิจกรรม เพื่อให้พนักงานได้รับความสะดวกสบายในการทำงาน มีความมั่นคงในอาชีพ มีหลักประกันที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต หรือได้รับประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากเงินเดือน หรือค่าจ้างที่ได้รับอยู่เป็นประจำ การจัดการเงินลงทุน ที่มาจากเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของและเงินลงทุนจากการกู้ยืมจากธนาคาร การตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เมื่อบริษัทเติบโต ยอดขายสูงขึ้น การวิเคราะห์กลยุทธ์การบริหารการเงินของกิจการ เช่น กลยุทธ์การขยายงาน กลยุทธ์การปรับโครงสร้างเงินทุนเพื่อลดต้นทุนทางการเงิน กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพของสินทรัพย์ที่ถือครอง กลยุทธ์เพิ่มรายได้จากการดำเนินงาน กลยุทธ์การลดค่าใช้จ่าย เป็นต้น การวางแผนทางการเงิน เป็นการพยากรณ์ทางการเงินระยะสั้นและระยะยาว

2. ปัจจัยภายในระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors)

2.1 ลักษณะพิเศษของพื้นที่ที่ควรประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Value) แต่ละภูมิภาค มีความโดดเด่นของอาชีพเกษตรกรรมที่แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

- ลักษณะพื้นที่ชุมชน หมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ พื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยงที่มีวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และองค์ความรู้

- แหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้สะดวก เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ในพื้นที่เกษตรและแหล่งเกษตร

- การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร

- การจัดรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบจัดการพื้นที่ แบบการจัดโซนนิ่ง มีอาหารที่มาจากน้ำตกเขามาบรรจุไหลผ่านมาที่พักตลอดทั้งปี จัดทำสไลเดอร์เพื่อให้เด็ก หรือผู้ใหญ่ที่มีความต้องการมีความเพลิดเพลินไปกับการได้เล่นน้ำ เพื่อเป็นการคลายความร้อนเป็นที่พักที่โอบล้อมไปด้วยภูเขา และต้นไม้

- การจัดกิจกรรมการเกษตรกรรม มีการทำนาบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำ การปลูกพืชไร่ การทำสวนผลไม้ การเลี้ยงสัตว์ การประมงแหล่งประมงน้ำจืดทำกันมากบริเวณเขื่อนและแม่น้ำสายใหญ่ๆ มีการทำประมงน้ำเค็มในพื้นที่จังหวัดติดชายทะเล การอุตสาหกรรมจากผลิตทางการเกษตร มีการทำอุตสาหกรรมน้ำตาล การผลิตเครื่องปั้นดินเผา และอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรด การทำเหมืองแร่ มีทิวเขาซึ่งเป็นหินเก่าแก่มีแหล่งแร่ที่เกิดจากหินอัคนี เช่น แร่ดุก แร่ตะกั่ว เป็นต้น

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะพิเศษของพื้นที่ที่ควรประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น พื้นที่ชุมชน หมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ พื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยงที่มีวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และองค์ความรู้ ที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ การเลือกที่ทำฟาร์มเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์และประเภทของฟาร์ม การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท พื้นที่ที่มีเกษตรกรรม เช่น สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เป็นต้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์และก่อให้เกิดรายได้ต่อเกษตรกรและชุมชน การจัดโซนนิ่งทางการเกษตร การจัดที่พักที่โอบล้อมไปด้วยภูเขา และต้นไม้เหมาะแก่การมาพักผ่อน การทำนาบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำ การปลูกพืชไร่ การทำสวนผลไม้ การเลี้ยงสัตว์ การประมงแหล่งประมงน้ำจืดทำกันมากบริเวณเขื่อนและแม่น้ำสาย การอุตสาหกรรมจากผลิตทางการเกษตร มีการทำอุตสาหกรรมน้ำตาล การผลิตเครื่องปั้นดินเผา และอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรด การทำเหมืองแร่ มีทิวเขาซึ่งเป็นหินเก่าแก่มีแหล่งแร่ที่เกิดจากหินอัคนี เช่น แร่ดุก แร่ตะกั่ว เป็นต้น

2.2 การสร้างความแตกต่างในลักษณะที่หาได้ยากเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Rarity) เป็นการพัฒนาความแตกต่างของแต่ละสถานที่ในภูมิภาคเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตามกระแสนิยมของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

- การจัดรูปแบบของร้านอาหาร ร้านกาแฟ คาเฟ่ หรือแม้กระทั่งคาเฟ่แมว คาเฟ่สุนัข เนื่องจากปัจจุบัน Social Media ได้เข้ามามีอิทธิพลในการดำรงชีวิต จึงปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการอัปเดตรูปที่มีทิวทัศน์สวย ๆ มุมที่เป็นเอกลักษณ์ หรือแม้กระทั่งจานอาหารที่ตกแต่งอย่างสวยงาม จะทำให้มีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก และจะเกิดกระแสนิยมตามมา

- การให้บริการ เป็นการพัฒนาในเรื่องของบริการให้มีความน่าประทับใจมากขึ้นด้วยการบริการของพนักงานในส่วนของการให้บริการทุกระดับรวมถึงในด้านของความเป็นกันเองด้วย ซึ่งพนักงานไม่ว่าจะส่วนไหนจะได้รับการฝึกอบรมคัดสรรมาอย่างดีเพื่อให้ตรงกับคุณสมบัติที่ต้องการ

- การจัดการสินค้าที่มีคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำในการผลิตแล้ว ยังมีการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยมีส่วนที่วิจัยในเรื่องของเมนูอยู่สม่ำเสมอเพื่อเสนอบริการที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา การทำพืชผักที่ทางบริษัทปลูกเองจากฟาร์มโดยมีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันตามวิธีการเกษตรแบบอินทรีย์ การใช้เกษตรทฤษฎีใหม่ขั้นต้น

- การจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทางธุรกิจสามารถจัดได้จะมีทั้งในส่วนของการเรียนรู้แบบปฏิบัติและเรียนรู้แบบทฤษฎี โดยในการปฏิบัติจะมีช่วงระยะเวลาให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าร่วมการเก็บยอดชาหรือการเพาะปลูก

- การนำเทคโนโลยีนวัตกรรมภูมิปัญญา ที่ใช้พลังงานจากธรรมชาติ พลังงานแสงอาทิตย์เป็นหลัก เรียกได้ว่า เป็นการบูรณาการให้เกิดประโยชน์สูงสุดใช้โซลาร์เซลล์เป็นหลักต่อกับมอเตอร์แล้วทำงานได้เลย

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวตามกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยการจัดรูปแบบของร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึง คาเฟ่แมว คาเฟ่สุนัข การสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสบรรยากาศไร่สตอเบอรี่ และเก็บสตอเบอรี่ด้วยตนเอง การบริการรับแปรรูปสตอเบอรี่ เช่น การทำคราฟท์เบียร์สตอเบอรี่ ไวน์สตอเบอรี่ สตอเบอรี่อบแห้ง โดฟฟูกุสตอเบอรี่ ยำกุ้งสุกสตอเบอรี่ แซนวิชสตอเบอรี่ครีมสด นมสดสตอเบอรี่ เป็นต้น การจัดการสินค้าที่มีคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำในการผลิตไปยังการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย การจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทางธุรกิจสามารถจัดได้จะมีทั้งในส่วนของการเรียนรู้แบบปฏิบัติและเรียนรู้แบบทฤษฎี การจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดการท่องเที่ยว เช่น การจัดศิลปะและสถาปัตยกรรม การจัดสวนดอกไม้ การแปรรูปอาหารจากดอกบัว รากของบัว และสายบัว การนำใบบัวมาทำเป็นภาชนะในการใส่อาหารเพื่อเสิร์ฟแก่นักท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีนวัตกรรมภูมิปัญญาที่ใช้พลังงานจากธรรมชาติ พลังงานแสงอาทิตย์จากการใช้โซลาร์เซลล์กับ กิจกรรมทางการเกษตร การทำพืชผักที่ปลูกเองจากฟาร์มโดยมีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันตามวิธีการเกษตรแบบอินทรีย์ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปราศจากการตัดแต่งพันธุกรรม ไม่ใช้สารเคมีหรือสารปรุงแต่งเพื่อเร่งหรือควบคุมการเจริญเติบโตของพืช การจัดกิจกรรมเป็นฐานเรียนรู้ เช่น ฐานกิจกรรมปักดำนา ฐานกิจกรรมเลี้ยงวัว แพะ ไก่ และเป็ด เป็นต้น สิ่งดึงดูดใจจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้าน

ประวัติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและสังคม เทศกาลงานประเพณี ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ เทศกาลงานประเพณี และทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.3 การลอกเลียนของรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Imitability) เป็นการสร้างความแตกต่างที่ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ยาก โดยการจัดกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่สรุปได้ดังนี้

- การลอกเลียนแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีรูปแบบตามวิถีชีวิตของท้องถิ่นอาจเกิดขึ้นได้ยาก เนื่องจากมีผลต่อการเพาะปลูกและการเลี้ยงสัตว์ เช่น สภาพอากาศ สภาพดิน สภาพน้ำ เป็นต้น
- การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น พายเรือคายัค แพดเดิลบอร์ด พิตเนส โยคะ ทำสปา วอลเลย์บอล ชายหาด เพลิดเพลินกับอาหาร การทำสปา เป็นต้น รวมไปถึงการกรีดยางจำลองในพิพิธภัณฑ์บางกิจกรรม สถานที่อื่น ๆ อาจจะสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่อยู่ในสถานที่ใกล้เคียง ซึ่งกิจกรรมทางน้ำนั้น มีกิจกรรมไม่เยอะมากและไม่ได้มีเจ้าของเดียวที่สามารถทำได้ แต่สิ่งที่จะทำให้แตกต่างจากคู่แข่งขั้นนั้นต้องเน้นไปที่การสร้างความดึงดูดใจและโดดเด่นกว่าสถานที่อื่นๆ

- การทำเกษตรกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การทำไร่ทำนา การทำสวนไม้ตัดดอก การทำสวนผลไม้ การทำผักสวนครัว การทำสวนสมุนไพร การทำฟาร์มปศุสัตว์ งานผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตของเกษตรกรที่ทำการเกษตรได้อย่างใกล้ชิด หรือบางสถานที่มีการทำกิจกรรมทางการเกษตรร่วมกันเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ที่มาท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร้ชา การได้ชิมชาที่ทางเกษตรกรปลูก รวมถึงการได้ร่วมทำการปลูกกับเกษตรกรในบางช่วงเวลา เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว และยังมีการให้ความรู้จากเกษตรกรโดยตรงอีกด้วย เป็นต้น

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวตามกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยการจัดรูปแบบของร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึง คาเฟ่แมว คาเฟ่สุนัข การสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสบรรยากาศไร่สตอเบอรี่ และเก็บสตอเบอรี่ด้วยตนเอง การบริการรับแปรรูปสตอเบอรี่ เช่น การทำคราฟท์เบียร์สตอเบอรี่ ไวน์สตอเบอรี่ สตอเบอรี่อบแห้ง ไคฟูกุสตอเบอรี่ ยาแก้อาการสตอเบอรี่ แชนวิซสตอเบอรี่ครีมสด นมสดสตอเบอรี่ เป็นต้น การจัดการสินค้าที่มีคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำในการผลิตไปยังการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย การจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทางธุรกิจสามารถจัดได้จะมีทั้งในส่วนของการเรียนรู้แบบปฏิบัติและเรียนรู้แบบทฤษฎี การจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดการท่องเที่ยว เช่น การจัดศิลปะและสถาปัตยกรรม การจัดสวนดอกไม้ เป็นต้น การแปรรูปอาหารจากดอกบัว รากของบัว และสายบัวมาทำเมนูอาหารให้กับนักท่องเที่ยว การนำใบบัวมาทำเป็นภาชนะในการใส่อาหารเพื่อเสิร์ฟแก่นักท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีนวัตกรรมภูมิปัญญา ที่ใช้พลังงานจากธรรมชาติ พลังงานแสงอาทิตย์ จากการใช้โซลาร์เซลล์กับ กิจกรรมทางการเกษตร การทำพืชผักที่ปลูกเองจากฟาร์มโดยมีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันตามวิถีการเกษตรแบบอินทรีย์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปราศจากการตัดแต่งพันธุกรรม ไม่ใช่สารเคมี หรือสารปรุงแต่งเพื่อเร่งหรือควบคุมการเจริญเติบโตของพืช การใช้เกษตรทฤษฎีใหม่ขั้นต้น การจัดกิจกรรม

เป็นฐานเรียนรู้ เช่น ฐานกิจกรรมปักดำนา ฐานกิจกรรมเลี้ยงวัว แพะ ไก่และเป็ด เป็นต้น สิ่งดึงดูดใจจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติ (อาทิ ประวัติศาสตร์ของสงคราม เช่น กำแพงเบอร์ลินที่กั้นระหว่างเบอร์ลินตะวันออกและเบอร์ลินตะวันตก ในเยอรมนีและสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น) ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและสังคม เทศกาลงานประเพณี ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ เทศกาลงานประเพณี และทรัพยากรการท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยคนท้องถิ่นเป็นสิ่งสร้างการเรียนรู้ให้กับคนในชุมชนที่เป็นการเรียนรู้มาอย่างยาวนาน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามสภาพแวดล้อมของพื้นที่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการการท่องเที่ยว เช่น พายเรือคายัค แพดเดิลบอร์ด ฟิตเนส โยคะ ทำสปา วอลเลย์บอลชายหาด เพนท์ผ้าบาติก การทำสปา การกรีดยางจำลองในพิพิธภัณฑ์ยางของทางโรงแรม เป็นต้น การทำเกษตรกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การทำไร่ทำนา การทำสวนไม้ตัดดอก การทำสวนผลไม้ การทำผักสวนครัว การทำสวนสมุนไพร การทำฟาร์มปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร้ชา การได้ชิมชาที่ทางเกษตรกรปลูก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.4 การจัดตั้งองค์กร (Organization) ตามความสามารถของผู้ประกอบการ ที่คำนึงถึงเงินทุน การจัดตั้ง รูปแบบการบริหาร และการจ้างงาน สรุปได้ดังนี้

- รูปแบบโครงสร้างที่มีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ บริหาร วางแผนการดำเนินงาน และลงทุน และการแบ่งหน้าที่การทำงาน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน มีหน้าที่ ควบคุมดูแลร้าน ทำบัญชี และส่งรายงานประจำวันให้กับเจ้าของกิจการ พนักงานฝ่ายดูแลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่ ดูแลนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการและสอนวิธีการทางเกษตรที่ถูกต้อง มีการให้ความรู้ด้านการเกษตรเป็นอย่างดี และมีใจรักในการบริการ ฝ่ายร้านอาหาร มีหน้าที่ บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในร้าน มีความชำนาญด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีในเมนูเป็นอย่างดี และมีใจรักในการบริการ ฝ่ายแปรรูปและส่งออก มีหน้าที่ แปรรูปผลสดอบหรือตามแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการ เมื่อผลิตเสร็จก็นำส่งตามที่อยู่ที่นักท่องเที่ยวให้ไว้

- การบริหารในแต่ละภาคส่วนจะแบ่งให้เป็นหน้าที่ของหัวหน้าหลักของทางภาคส่วนนั้นๆ ซึ่งจะให้อำนาจในการจัดการภายในภาคส่วนอย่างเต็มที่แต่ในทุกๆเดือนจะมีการประชุมสำหรับหัวหน้าในแต่ละภาคกับผู้บริหารเพื่อหาแนวทางในการดำเนินงานและให้เกิดความสอดคล้องกันในแต่ละภาคส่วน เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น โดยนอกจากส่วนการดำเนินการแล้วยังมีส่วนเกี่ยวกับด้านบัญชีและการเงินด้วย ซึ่งแต่ละส่วนข้างต้นก็มีหัวหน้าแผนกในการกำกับดูแล

- การที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นจะต้องมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนของพนักงาน ให้สอดคล้องกับความสามารถของแต่ละคน โดยเป้าหมายในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการบริการที่อบอุ่น พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจในรายละเอียด

- การทำเกษตรในรูปแบบเกษตรพื้นบ้านระดับครอบครัวที่ใช้ในแต่ละกระบวนการจึงเป็นสมาชิกในครัวเรือนและเครือญาติ การทำเกษตรในระดับนี้จึงไม่สามารถแยกความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานเกษตรกับแรงงานครอบครัวออกจากกันได้ ดังนั้น เมื่อเจ้าของกิจการต้องการยกระดับให้เป็นธุรกิจที่ฝึกและเกษตรผสมผสาน จึงต้องมีการปรับโครงสร้างแรงงานใหม่เพื่อแยกกิจกรรมของครอบครัวออกจากกิจกรรมของหน่วยธุรกิจอย่างชัดเจน

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบของโครงสร้างที่มีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ บริหาร วางแผนการดำเนินงาน และลงทุน และการแบ่งหน้าที่การทำงาน เช่น ผู้จัดการร้าน มีหน้าที่ ควบคุมดูแลร้าน ทำบัญชี และส่งรายงานประจำวันให้กับเจ้าของกิจการ พนักงานฝ่ายดูแลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่ ดูแลนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการ และสอนวิธีการทางเกษตรที่ถูกต้อง มีการให้ความรู้ด้านการเกษตรเป็นอย่างดี และมีใจรักในการบริการ ฝ่ายร้านอาหาร มีหน้าที่ บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในร้าน มีความชำนาญด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีในเมนูเป็นอย่างดี และมีใจรักในการบริการ ฝ่ายแปรรูปและส่งออก มีหน้าที่แปรรูปผลสดอบอรีตามแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการ เมื่อผลิตเสร็จก็นำส่งตามที่อยู่ที่นักท่องเที่ยวให้ไว้ เป็นต้น การบริหารในแต่ละภาคส่วนจะแบ่งให้เป็นหน้าที่ของหัวหน้าหลักของทางภาคส่วน โดยให้อำนาจในการจัดการภายในภาคส่วนอย่างเต็มที่ เพื่อให้บริการอย่างทั่วถึงและทันเวลา ส่วนการทำเกษตรในรูปแบบเกษตรพื้นบ้านระดับครอบครัวที่ใช้ในแต่ละกระบวนการจึงเป็นสมาชิกในครัวเรือนและเครือญาติ อาจไม่สามารถแยกความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานเกษตรกับแรงงานครอบครัวออกจากกันได้

3. ปัจจัยภายนอกระดับมหภาค (External-Macro Factors)

3.1 นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Political Situation) เป็นการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับระดับประเทศสู่ระดับท้องถิ่น สรุปได้ดังนี้

- รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเต็มที่
- การท่องเที่ยววิถีเกษตรหรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคมนาคม รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุน ในเวทีโลก
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตั้งคณะทำงานความร่วมมือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พร้อมเตรียมจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชวนคนไทยเที่ยวเมืองไทย หวังกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ เพื่อกำหนดแนวทางการขับเคลื่อน ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย เพื่อส่งเสริมให้สามารถแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวได้ ตลอดจนจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนางานท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบบูรณาการ
- กรมส่งเสริมการเกษตร มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพ มีความโดดเด่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม

- กรมประมง มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของกรมประมง คือ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี และโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เต่ากระอันและเต่าน้ำจืดใกล้สูญพันธุ์ จังหวัดสตูล

- กรมหม่อนไหม มีศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาด้านหม่อนไหม ได้แก่ การทำผ้าบาติกไหม ผ้าพันคอหม่อนรองคอ และมีกลุ่มหัตถศิลป์ซึ่งทำผลิตภัณฑ์โปรตีนไหม สบู์ ยาสระผม

- กรมปศุสัตว์ มีศูนย์เรียนรู้ด้านปศุสัตว์

- นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น โครงการคนละครึ่ง เป็นมาตรการหนึ่งที่หวังจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2563 ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยรัฐบาลจะช่วยจ่ายค่าซื้อสินค้าให้ 50% ของมูลค่าสินค้า แต่ไม่เกินวันละ 150 บาท และตลอดทั้งโครงการให้สูงสุดไม่เกิน 3,000 บาทต่อคน และในเฟส 2 เพิ่มวงเงินเป็น 3,500 บาทต่อคน โครงการเราชนะ เป็นมาตรการล่าสุดของภาครัฐ ที่ออกมาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ และช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ Covid-19 โดยจะมอบเงินเยียวยาจำนวน 3,500 บาท เป็นระยะเวลา 2 เดือน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม รวมเป็นเงิน 7,000 บาท ตลอดโครงการ

- แนวทางการดำเนินงานด้านท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 โดยมีมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด เช่น จุดคัดกรอง จุดตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย การเว้นระยะห่าง กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสม

- รัฐบาลโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้องมีบทบาทสำคัญมากในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จัดสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่นักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรมที่สามารถพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ออกกฎหมายคุ้มครองป่าไม้และสัตว์ป่า จัดเป็นเขตอุทยานแห่งชาติ ซึ่งนอกเหนือเป็นการอนุรักษ์พืชพรรณป่าไม้และสัตว์ป่าแล้ว ยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้า เยี่ยมชมอุทยานต่าง ๆ ด้วย การทำหน้าที่ประสานงานกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชาชน และผู้ประกอบการ

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วน ร่วมกันวางแผนในการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งการพัฒนาศักยภาพจะเน้นการฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจกับคนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชน เพื่อร่วมกันสร้างแนวทางในการสร้างนวัตกรรมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ตรงตามความต้องการของชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีบทบาทในการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยเป็นการทำการเกษตรแบบผสมผสาน

ผลการวิจัย พบว่า นโยบายสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรในภาพรวมของประเทศ เพื่อเป็นการวางรากฐานทางเศรษฐกิจ จากนโยบายหลักของประเทศสู่นโยบายการบริหารระดับท้องถิ่น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ การพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดแนวทางการขับเคลื่อน และยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวและมีความปลอดภัย เพื่อส่งเสริมให้สามารถแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวได้ กรมส่งเสริมการเกษตร มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มี

ศักยภาพ โดดเด่น และภูมิทัศน์ที่สวยงาม กรมประมง มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของกรมประมง กรมหม่อนไหม มีศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาด้านหม่อนไหม กรมปศุสัตว์ มีศูนย์เรียนรู้ด้านปศุสัตว์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สนับสนุนและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วน ร่วมกันวางแผนในการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ เป็นต้น นโยบายรัฐบาลโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้องมีบทบาทสำคัญในด้านพื้นฐานการท่องเที่ยว เช่น การจัดสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 สภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Economic Situation) เป็นการเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยโครงการช่วยเหลือภาคการผลิตในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 สรุปได้ดังนี้

- การระบาดของ Covid-19 มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดที่ทำให้เกิดการคุมเข้มการเข้า-ออกในหลายพื้นที่ทำให้ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่เป็นหลัก ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ซึ่งเป็นรายได้สำคัญของประเทศหายไปอย่างฉับพลัน ผู้ประกอบการรายย่อยขาดกำลังทุนและประชาชนขาดกำลังซื้อ ซึ่งเมื่อปัจจัยภายนอกเหล่านี้ไม่อาจเป็นที่พึ่งได้ดังที่เคยเป็นมา การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยจึงต้องหันกลับมาสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศอันเป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือก็คือ การสร้างฐานรากให้มั่นคง ด้วยการเปลี่ยนวิกฤตไวรัส Covid-19 ให้เป็นโอกาสในการสร้างเศรษฐกิจฐานราก ในระดับท้องถิ่นและชุมชนควบคู่ไปกับการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจใหม่

- สภาพเศรษฐกิจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่น เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและช่วยให้ชุมชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโดยมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการเยี่ยมชมไปยังพื้นที่เพื่อที่จะได้ชื่นชมธรรมชาติและส่งเสริมการอนุรักษ์

- การขยายเศรษฐกิจในท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นโดยทางโรงแรมจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น เช่นหาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ใหม่มาสร้างรายได้เสริมในท้องถิ่น

ผลการวิจัย พบว่า ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการระบาดของโรค Covid-19 ที่มีการจำกัดพื้นที่สีแดงเข้มที่มีมาตรการห้ามนั่งกินในร้าน ให้จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในลักษณะของการนำกลับไปบริโภคที่อื่นได้เท่านั้น และเปิดให้บริการได้จนถึงเวลา 21.00 น. ทำให้ธุรกิจขาดรายได้จากนักท่องเที่ยว การปิดสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ไม่จำเป็น และการขอความร่วมมือสถานประกอบการให้พนักงานทำงานในที่พักอาศัย (Work from Home) เพื่อขยายเศรษฐกิจในท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างที่พักและ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

3.3 ระบบสังคม/ค่านิยมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Social Situation) เป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเกิดจากระบบสังคม/ค่านิยม ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นค่านิยมของคนไทยที่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สรุปได้ดังนี้

- ค่านิยมของคนไทยในปัจจุบันคนในเมืองให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น เพราะตรงข้ามกับวิถีชีวิตในทุก ๆ วัน มีความแปลกใหม่ ได้ลงมือทำเอง ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งไม่สามารถหาได้จากงานประจำ และสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมสื่อ Social media จึงทำให้เกิดค่านิยมอัฟโหลดไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตลงใน Account ของบุคคลนั้นๆ อีกทั้งค่านิยมนี้ยังส่งผลไปถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติเนื่องมาจากความแตกต่างของลักษณะภูมิประเทศ วิธีการดำรงชีวิต เอกลักษณ์และวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น

- จากสถานะของสังคมเมืองภายในประเทศไทยที่มีความหนาแน่นมากขึ้นในเมืองใหญ่ ๆ ซึ่งตามมาด้วยความวุ่นวาย จนเกิดเป็นค่านิยมของเด็กสมัยใหม่ในการย้อนกลับสู่ธรรมชาติคือเริ่มโยกย้ายความเป็นธรรมชาติที่ดีและอากาศบริสุทธิ์ที่หาไม่ได้ภายในเมืองใหญ่ๆ เพราะเจอทั้งปัญหาน้ำเน่าเสียและ PM 2.5 ค่านิยมเหล่านี้เริ่มก่อตัวมากยิ่งขึ้นซึ่งเห็นได้จากจำนวนเด็กจบใหม่ในเมืองที่เริ่มทยอยกลับบ้านต่างจังหวัดเพื่อไปทำการเกษตรมากขึ้น ส่งผลให้สิ่งๆ ที่เกี่ยวกับการเกษตรและธรรมชาติได้รับความนิยมสูง

- ระบบสังคมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร เพราะสังคมไทยเป็นสังคมที่ทำการเกษตรมาอย่างช้านาน และเป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าทางการเกษตรนับเป็นอันดับต้นๆ ของโลก จึงได้เปรียบในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประชาชนส่วนมากในประเทศไทยก็ให้ความสำคัญกับการทำการเกษตรเป็นอย่างมาก รวมไปถึงการทำการเกษตรแบบสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับสังคมสมัยใหม่

- ระบบสังคมและค่านิยมของมนุษย์จะแตกต่างกันออกไปตามภูมิภาคนั้นๆ เนื่องจากค่านิยมเป็นสิ่งที่ปลูกฝังแนวความคิด ความเชื่อ จากบุคคลในสังคมและมีการปฏิบัติสืบทอดกันมาเปรียบเสมือนแก่นแท้ของวัฒนธรรม ดังนั้น ความนิยมในปัจจุบันบุคคลส่วนใหญ่จึงต้องการท่องเที่ยว พักผ่อน ช้อปสินค้า และใช้บริการที่ไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพหรือเป็นภัยสิ่งแวดล้อม จึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการเทคโนโลยีของปราชญ์สมาชิกในชุมชนที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นที่เหมาะสม ทำให้เกิดความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ผลการวิจัย พบว่า การสร้างค่านิยมของคนไทยในปัจจุบันคนในเมืองให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น เช่น วิธีการดำรงชีวิต เอกลักษณ์และวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น ค่านิยมของเด็กสมัยใหม่ เริ่มโยกย้ายความเป็นธรรมชาติที่ดีและอากาศบริสุทธิ์ที่หาไม่ได้ภายในเมืองใหญ่ ๆ ระบบสังคมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร เพราะสังคมไทยเป็นสังคมที่ทำการเกษตรมาอย่างช้านาน และเป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าทางการเกษตรนับเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก จึงได้เปรียบในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประชาชนส่วนมากในประเทศไทยก็ให้ความสำคัญกับการทำการเกษตรเป็นอย่างมาก รวมไปถึงการทำการเกษตรแบบสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับสังคมสมัยใหม่ เช่น การทำการท่องเที่ยว

เชิงเกษตรที่นำเอาเทคโนโลยีมาผสมผสานกัน จึงสามารถดึงดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เป็นอย่างดี

3.4 เทคโนโลยีที่จำเป็นต้องมีในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Technology Situation) เป็นการสร้างสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สรุปได้ดังนี้

- เทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว โดยเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จัก มีความนิยม โดยใช้สื่อคือ Facebook Instagram ในการโพสต์รูปภาพต่าง ๆ ภายในอาหารเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการจ้าง Influencer หรือผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียลมาทำคอนเทนต์ต่าง ๆ ไม่เพียงแต่เป็นการประชาสัมพันธ์ทางร้านอาหารได้จัดหน่วยผลิตภัณฑ์แปรรูปทาง Social media อีกด้วย

- เทคโนโลยีทางการเกษตรส่งผลให้คุณภาพของสินค้าเกษตรที่ผลิตออกมามีคุณภาพสูงขึ้นได้ และสามารถควบคุมกระบวนการเพาะปลูกได้อย่างมีมาตรฐานด้วยระบบการวิเคราะห์ข้อมูลของ AI ที่ทำให้ผลผลิตสูงสุดเกิดขึ้นได้ โดยเทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่จับตามองในปัจจุบันเรื่องของการเกษตรคือ เทคนิคการชลประทานขั้นสูง หุ่นยนต์เพื่อการเกษตร และ Internet of Things (IoT) โดยเทคนิคการชลประทานขั้นสูงจะช่วยให้การทำการเกษตรไม่มีการขาดแคลนทรัพยากรที่สำคัญ คือ น้ำ โดยจะเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพของทรัพยากรน้ำรวมถึงการใช้น้ำหยดและการใช้น้ำแบบฉีดพ่น รวมถึงเซ็นเซอร์ตรวจวัดความชื้นในดิน และสภาพอากาศ ส่วนหุ่นยนต์เพื่อการเกษตรจะช่วยให้สามารถตรวจสอบและจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ตรวจวัดคุณภาพน้ำและอากาศ ที่ส่งผลให้การผลิตพืชผลอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยยิ่งขึ้น

- การนำคอมพิวเตอร์และโปรแกรมประยุกต์เพื่อมาช่วยในการทำงานที่ง่ายมากขึ้น เช่น การพิมพ์เอกสาร การคำนวณ การนำเสนอข้อมูล การทำฐานข้อมูล การสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหลายช่องทางมาใช้ร่วมกับการทำงาน ได้แก่ ช่องทางเว็บไซต์ขององค์กร เพจ Facebook มีการนำการใช้ QR Code มาใช้ในการแสดงความพึงพอใจหรือติชมในการมาท่องเที่ยวหรือเข้าพัก และมีบริการจองห้องพักผ่าน Agoda, Traveloka หรือสามารถจองห้องพักผ่าน Line หรือเพจ Facebook เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว

- การนำเสนอข้อมูล เป็นการใช้งานเพื่อสร้างงานสำหรับการนำเสนอข้อมูลขององค์กรที่น่าสนใจ เช่น โปรแกรม Microsoft PowerPoint ของค่ายไมโครซอฟท์ ข้อดีของโปรแกรมคือการเตรียมแผ่นงานที่เรียกว่า สไลด์ ให้กับผู้ใช้งานเพื่อสร้างหนังสือ รูป หรือภาพเคลื่อนไหวลงในสไลด์พร้อมทั้งสามารถใส่องค์ประกอบอื่น ๆ

- การทำฐานข้อมูล เป็นการใช้งานเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของกิจการที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันในรูปแบบของตารางอิเล็กทรอนิกส์ หรือฐานข้อมูล (Database) เพื่อเรียกใช้งานในภายหลังให้กับกิจการตัวอย่างในการใช้งานของกิจการในการทำฐานข้อมูล เช่น การจัดทำฐานข้อมูลพนักงานในกิจการ เป็นต้น

- การทำงาน Graphic เป็นการใช้งานเพื่อสร้างงานเอกสารที่ต้องการความสวยงามเป็นพิเศษ ที่มีรูปภาพประกอบเพื่อนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว โปรแกรมที่ใช้มักจะใช้โปรแกรม Page Maker, Corel

Draw, Adobe Photoshop เป็นต้น ตัวอย่างการใช้งาน เช่น การทำโบชัวร์โฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกิจการ เป็นต้น

- การสร้างเว็บไซต์ เป็นโปรแกรมที่นำมาใช้งานเฉพาะการสร้างเว็บไซต์เพื่อใช้ในการบอกเล่าประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โปรแกรมต่างๆ จะเตรียมเครื่องมือให้กับผู้ใช้และสามารถใช้งานได้อย่างง่ายในลักษณะกราฟฟิกส์ ที่ผู้ใช้งานเห็นการทำงานเหมือนขณะแสดงผล โดยโปรแกรมจะแปลงการทำงานให้เป็นรหัสโปรแกรมคอมพิวเตอร์ภาษา HTML อัตโนมัติ ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้การเขียนรหัสโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้งานในเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น

- การทำงานมัลติมีเดีย เป็นโปรแกรมสำหรับการสร้างไฟล์คอมพิวเตอร์ที่ทำงานในรูปแบบภาพหรือภาพเคลื่อนไหว สี เสียง เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการ เช่น การตัดต่อวิดีโอ เสียง การทำภาพเคลื่อนไหว เช่น การสร้างวิดีโอโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกิจการ เป็นต้น

- ดิจิตอล (Digital Technologies) เพื่อให้การตลาดบรรลุผลสำเร็จ รวมไปถึงสื่อทุกอย่างในอินเทอร์เน็ตเช่น เว็บไซต์ อีเมล และสื่อดิจิตอลอื่น ๆ ได้แก่ Wireless หรือ Mobile และสื่อที่ใช้ในการส่งดิจิตอล โทรทัศน์เช่น เคเบิล และดาวเทียม แต่สื่อเหล่านี้จะสำเร็จได้ต้องทำงานบูรณาการร่วมกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ หรือ ใต้เรคเคิลทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า e-marketing ยังมีอีกหลายคำที่ใช้เรียก ได้แก่ internet marketing, digital marketing

- การสื่อสารตลาดแบบครบวงจรเพื่อสร้าง Brand awareness เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวเป้าหมายรับรู้ถึงการมีอยู่ของตราสินค้าและเพิ่ม Perceived Value เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวเห็นถึง คุณค่าของการเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อพิมพ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสังคมออนไลน์ ในยุคการตลาดแบบดิจิตอล

ผลการวิจัย พบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และโพสต์รูปภาพต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีทางการเกษตร ที่ส่งผลให้คุณภาพของสินค้าเกษตรมีคุณภาพสูงขึ้นและมีมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีในการตรวจวัดความชื้นในดิน และสภาพอากาศ การนำคอมพิวเตอร์และโปรแกรมประยุกต์เพื่อมาช่วยให้การทำงานที่ง่ายมากขึ้น เช่น การพิมพ์เอกสาร การคำนวณ การนำเสนอข้อมูล การทำฐานข้อมูล การสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การคำนวณและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวเลข ทำบัญชี การสร้างกราฟ แผนภูมิต่างๆ หรือสร้างตารางเพื่อใช้ในการบริหารกิจการ การนำเสนอข้อมูลขององค์กรที่น่าสนใจ การทำฐานข้อมูล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของกิจการที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันในรูปแบบของตารางอิเล็กทรอนิกส์ หรือฐานข้อมูล การทำงาน Graphic เพื่อสร้างงานเอกสารที่ต้องการความสวยงามเป็นพิเศษ การสร้างเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการบอกเล่าประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การทำงานมัลติมีเดีย ที่ทำงานในรูปแบบภาพหรือภาพเคลื่อนไหว สี เสียง เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการ เช่น การตัดต่อวิดีโอ เสียง การทำภาพเคลื่อนไหว เช่น การสร้างวิดีโอโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกิจการ เป็นต้น การสื่อสารตลาดแบบ

ครบวงจรเพื่อสร้าง Brand awareness เพื่อให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายรับรู้ถึงการมีอยู่ของตราสินค้าและเพิ่ม Perceived Value

3.5 สิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Environmental Situation) เป็นการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สรุปได้ดังนี้

- สิ่งแวดล้อมที่จะช่วยเอื้อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบไปด้วยสิ่งแวดล้อมมากมายทั้งภายในตัวธุรกิจการท่องเที่ยวการเกษตรเองและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่จะคอยให้การสนับสนุนหรือกดดัน โดยสิ่งแวดล้อมภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกประกอบไปด้วย

- สถานที่ติดแม่น้ำการทำการเกษตรจึงต้องทำการเกษตรที่เกี่ยวกับแม่น้ำเป็นส่วนมาก และมีความเป็นธรรมชาติ มีวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชนที่ยังคงความดั้งเดิมของการใช้ชีวิตคนสมัยก่อนไว้จึงเหมาะแก่การทำนาบัวซึ่งเป็นธุรกิจที่สืบทอดมายาวนาน และการทำนาบัวไม่ได้มีการทำร้ายธรรมชาติและเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติให้ยังคงมีอยู่ รวมถึงการนั่งเรือชมความสวยงามของคลองมหาสวัสดิ์ ซึ่งการสัญจรโดยเรือเป็นการสัญจรที่คนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำทำกันมาแต่ช้านานอยู่แล้วจึงทำให้สิ่งนี้เป็นจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ สิ่งแวดล้อมบริเวณนี้จึงเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- ระบบการเชื่อมโยงของการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยว เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมักอยู่ในพื้นที่ชนบทที่ห่างไกลจากชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชม หากปราศจากการขนส่งที่ดี แม้แหล่งท่องเที่ยวจะงดงามและน่าสนใจเพียงใด ก็จะมีเพียงนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่จะได้มีโอกาสเที่ยวชม

- ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นต้องมีในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร เป็นต้น

ผลการวิจัย พบว่า สิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวการเกษตรและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่คอยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความเป็นธรรมชาติ ที่มีวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชนที่ยังคงความดั้งเดิมของการใช้ชีวิต รวมถึง ระบบการเชื่อมโยงของการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นต้องมีในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร เป็นต้น

3.6 กฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Legal Situation) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการปฏิบัติตามกฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สรุปได้ดังนี้

- เกษตรกรต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบและข้อกำหนด ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ เช่น มาตรฐานที่พัก การจัดการการท่องเที่ยว มาตรฐานภูมิทัศน์ เป็นต้น

- สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณป่าสงวนในการประกาศใช้พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 และพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้กรมป่าไม้เป็นส่วนราชการในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และให้กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชเป็นส่วนราชการในสังกัด

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดปัญหาการบริหาร ทั้งในด้านนโยบาย วิชาการ บุคลากร และการบังคับใช้กฎหมาย รวมทั้งเป็นเหตุให้ระบบการบริหารงานและการบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ

- การดำเนินธุรกิจของทางธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ โดยต้องดำเนินธุรกิจตามพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2518 ระเบียบข้อบังคับสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจที่พัก เป็นต้น

- ธุรกิจที่มีการทำในรูปแบบฟาร์มสเตย์หรือโฮมสเตย์ยังต้องใช้หลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 ข้อ 1 ทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจำนวนห้องพักในอาคารเดียวกันหรือหลายอาคารรวมกันไม่เกินสี่ห้องและมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกิน 20 คน ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน และมีการนำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม โดย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 และ พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาปรับใช้กับการให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- กฎหมายเกี่ยวกับองค์การที่ดูแลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ได้แก่

1. พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 มีคำจำกัดความของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งทุน และเงินสำรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระเบียบเกี่ยวกับการกำกับ การควบคุมและการบริหารงานของททท.

2. พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2544 กำหนดให้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อมรวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการท่องเที่ยว

3. พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ถึง 2546 (รวม 5 ฉบับ) เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก การกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ คุ้มครองดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น

- กฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว มีกฎหมายสำคัญ ได้แก่ พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ.2522, 2523 และ 2542 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าออกในประเทศไทยในฐานะนักท่องเที่ยว ดูแลเกี่ยวกับการเข้ามาในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวของคนต่างด้าว การควบคุมพาหนะที่เข้า-ออกประเทศตามช่องทางด่านตรวจคนเข้าเมืองหรือท้องที่ที่กำหนด

- กฎหมายควบคุมดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มีกฎหมายสำคัญ ได้แก่

1. พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484, 2522 และ 2525 เกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ควบคุมการตัดไม้ และของป่าหวงห้าม รวมทั้งควบคุมการนำไม้และของป่าเคลื่อนออกจากป่า เพื่อมิให้มีการตัดไม้และทำลายไม้โดยไม่จำเป็น และสงวนไม้มีค่าบางชนิดเอาไว้ มีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของป่าให้ยั่งยืน

2. พระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510, 2522 และ 2534 การสำรวจแร่หรือทำเหมือง ถ้าพบโบราณวัตถุหรือซากดึกดำบรรพ์หรือแร่พิเศษอันมีคุณค่าแก่การศึกษาในทางธรณีวิทยา จะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเกี่ยวกับการเก็บได้ซึ่งวัตถุนั้น และผู้ถืออาชญาบัตรหรือผู้ถือประทานบัตรชั่วคราว หรือผู้ถือประทานบัตรจะต้องแจ้งต่อทรัพยากรธรณีประจำท้องถิ่น

3. ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2520 การสำรวจและทำสำมะโนที่ดินเพื่อให้ทราบถึงความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติ และความเหมาะสมแก่การทำประโยชน์ของรัฐและประชาชน กระทรวงมหาดไทยได้อาศัยมาตรา 9 (2) ออกประกาศลงวันที่ 21 พฤษภาคม 2523 มิให้มีการทำลาย หรือทำให้เสื่อมสภาพในบริเวณที่เขาหรือภูเขา และปริมาตรรอบที่เขาหรือภูเขาสูง 40 เมตร บริเวณแม่น้ำลำคลอง รวมถึงที่ดินของรัฐที่มีได้มีบุคคลผู้ใดมีสิทธิครอบครองเฉพาะบริเวณที่ดินที่เป็นหิน ที่กรวด หรือที่ทราย

4. พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ.2485 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและอนุรักษ์ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของชาติให้คงอยู่สืบไปซึ่งกิจกรรมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมจัดเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ การดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศิลปวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ

ผลการวิจัย พบว่า การทำธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบและข้อกฎหมาย เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำไปสู่ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว มาตรฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ เช่น มาตรฐานที่พัก การจัดการการท่องเที่ยว มาตรฐานภูมิทัศน์ เป็นต้น หน่วยงานที่ดูแลด้านพระราชบัญญัติ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กรมป่าไม้เป็นส่วนราชการในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชเป็นส่วนราชการในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึง การใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาปรับใช้กับการให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4. ปัจจัยภายนอกระดับจุลภาค (External-Micro Factors)

4.1 การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในตลาด (Rivalry Among Firms) เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการรายเดิมที่พัฒนาธุรกิจของตนเองให้เหมาะสมมากขึ้น สรุปลงได้ดังนี้

- ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการแข่งขันสูง เนื่องมาจากผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจในด้านนี้มากขึ้น เพราะมีผลตอบแทนที่ดี มีกระแสสังคมนิยมสูง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย อีกทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความหลากหลายรูปแบบ ดังนี้ 1. แบบ

กิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียน ฟุ้งทานตะวันบาน ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรเท่านั้น 3. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรในชุมชน ร่วมกันจัดตั้งบริหารและจัดการท่องเที่ยว การจัดภูมิทัศน์ การให้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของเกษตรกรในชุมชน

- การแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปริมาณที่สูงตามสถานที่เกษตรและสถานที่ธรรมชาติในประเทศไทย เกษตรกรสามารถที่จะแปลงพื้นที่ของตนเองที่มีอยู่กลายเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวทางการเกษตรได้อย่างง่ายดาย ทำให้การแข่งขันมีสูงมากขึ้นตามไปด้วยและปริมาณที่เยอะของเกษตรกรก็ยิ่งกดดันให้เกิดการแข่งขันที่สูงมากยิ่งขึ้น

- เทรนด์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็นวงกว้างและดูเหมือนจะเพิ่มขึ้นจากในอดีต ย่อมทำให้เกิดการแข่งขันจากธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทนี้ขึ้น สิ่งที่มีผู้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องคำนึงถึงในการแข่งขันในตลาดที่คู่แข่งเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก นั่นก็คือ 1. การส่งเสริมการขาย โดยได้มีบริการพิเศษเรื่องที่พัก อาหาร ของแถม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ จูงใจนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วกันทั้งทางโซเชียลมีเดีย และสื่อวิทยุ 2. การบริการที่ดี ที่การสร้าง ความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวที่เคยเข้ามาเที่ยวกล่าวถึงและชักชวนให้ นักท่องเที่ยวอื่น ๆ มาใช้บริการ หรือตัวเขาเองกลับมาใช้บริการอีก 3. การพิจารณาราคา ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจด้านการบริการ ซึ่งก็ต้องมีการแข่งขันกัน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาได้จากการบริการและคุณภาพที่เหมาะสมการกำหนดราคา เราจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพด้านการบริการและคู่แข่งด้วย

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องมีการมีส่วนร่วมจากชุมชน โดยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือภาคีในระดับท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน การกำหนดราคาขาย ทั้งยังมีส่วนช่วยให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ ในการสนับสนุนและส่งเสริม ให้ความรู้ด้าน การจัดการ การบริหาร การท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เดินทางสะดวก ปลอดภัย และได้รับรางวัล ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมาตรฐาน และความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการแข่งขันสูง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลตอบแทนที่ดี มีกระแสสังคมนิยมสูง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย และทุกกลุ่ม อีกทั้ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียน ฟุ้งทานตะวันบาน เป็นต้น และกิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร โดยเกษตรกรสามารถที่จะแปลงพื้นที่ของตนเองที่มีอยู่กลายเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวทางการเกษตร

ได้อย่างง่าย ความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในวงกว้างและเพิ่มขึ้นจากในอดีต ทำให้เกิดการแข่งขันจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการท่องเที่ยวที่จะประสบความสำเร็จได้อย่างยาวนานต้องมีการยอมรับและมีส่วนร่วมจากชุมชน โดยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือภาคีในระดับท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ที่ช่วยให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น รวมทั้ง หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริม ในด้านการให้ความรู้ด้านการจัดการ การบริหาร การท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวที่เต็มรูปแบบส่วนใหญ่จะมีลักษณะของนายทุนมากกว่ากลุ่มเกษตรกรหรือชุมชน ทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเข้าถึงเกษตรกรเป็นจำนวนน้อย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องพิจารณาทั้งห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อการควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากรุ่นสู่รุ่น

4.2 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Threat of New Entrants) เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการเปลี่ยนวิธีการทำงานจากงานประจำเป็นงานที่เป็นเจ้าของ จึงเกิดการแข่งขันในตลาดมากยิ่งขึ้น สรุปได้ดังนี้

- ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความนิยมอย่างมากเพราะสามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกช่วงอายุ ดังนั้นการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่จึงมีอยู่สูง เนื่องจากมีธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาเรื่อย ๆ ดังนั้นแต่ละธุรกิจต้องหาจุดแข็งของตัวเองให้เจอและพัฒนาตลอดเวลาเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปในสภาวะที่มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นตลอดทุกวัน

- การเข้ามาของคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวย่อมส่งผลดีและผลเสียต่อตัวธุรกิจไม่มากนักน้อย แต่ถ้ามองไปที่ข้อดีนั้นจะเห็นได้ว่าการแข่งขันส่งผลให้ตัวธุรกิจจำเป็นต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงประสบการณ์แปลกใหม่ หรือความรู้สึกดีที่มีให้กับการท่องเที่ยว นั้น ๆ และสิ่งที่ผู้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงในการแข่งขันในตลาด นั้นก็คือ 1. การส่งเสริมการขาย หมายถึง การทำให้เกิดการขายให้มากที่สุด การส่งเสริมการขาย อาจทำโดยมีบริการพิเศษเรื่อง ที่พัก อาหาร ของแถม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ จูงใจนักท่องเที่ยวและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วกัน 2. การบริการ หมายถึง การสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวและให้เขากล่าวถึงและชักชวนให้ นักท่องเที่ยวอื่น ๆ มาใช้บริการ หรือตัวเองเองกลับมาใช้บริการอีก 3. การพิจารณาราคา หมายถึง ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจด้านการบริการ ซึ่งก็ต้องมีการแข่งขันกัน นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาได้จากการบริการและคุณภาพที่เหมาะสมการกำหนดราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพด้านการบริการและคู่แข่งด้วย

- การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยปัจจัยที่จะกำหนดความยากง่ายในการเข้าสู่ตลาด ได้แก่ เงินลงทุนหรือทรัพยากรที่ต้องใช้ในการทำธุรกิจ ถ้าต้องใช้เงินหรือทรัพยากรเยอะ คู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาแข่งขันยาก (ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ก็จะต่ำ) เทคโนโลยีในการผลิต ถ้าต้องใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิต คู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาแข่งขันยาก ความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ หากการทำธุรกิจนั้นต้องอาศัยประสบการณ์สูง คู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาแข่งขันยาก ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแบรนด์ในตลาด หากนักท่องเที่ยวจงรักภักดีกับแบรนด์เดิมมาก คู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาแข่งขันยาก นโยบายในการควบคุมของรัฐ เช่น การกำหนดโควตา การให้สัมปทาน การกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ ถ้ามีการคุมเข้ม

คู่แข่งรายใหม่ก็เข้ามาแข่งขันยาก การประหยัดจากขนาด (Economics of Scale) ถ้าธุรกิจที่อยู่ในตลาดมีการผลิตจำนวนมากจนสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในต้นทุนที่ต่ำมาก คู่แข่งรายใหม่ก็เข้ามาแข่งขันยาก

- การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันค่อนข้างสูง เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นสินค้าที่มีรูปลักษณะภายนอกคล้ายกันมาก อาจจะแตกต่างกันที่ตรารับรองมาตรฐาน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ ทำให้ไม่สามารถแยกแยะคุณภาพหรือกระบวนการผลิตในแต่ละรูปแบบได้ สินค้าที่ต้องใช้ต้นทุนสูงกว่าจึงต้องพยายามสร้างคุณค่า เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ยิ่งถ้าคู่แข่งมีศักยภาพในการผลิตที่สูงกว่าย่อมมีโอกาสในการชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้เร็วกว่าสินค้าที่เสียเปรียบ จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว ด้วยการสร้างจุดขายและการรับรู้สินค้าของตนเอง

- การมีคู่แข่งทางธุรกิจจะทำให้ธุรกิจและพนักงานชายมีความกระตือรือร้น และอดทนที่จะดำเนินธุรกิจต่อให้ยังมีประสิทธิภาพ และพัฒนาธุรกิจให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง คู่แข่งขัน หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ดำเนินธุรกิจเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยแข่งขันด้านการขาย โปรโมชัน การผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ เพื่อจะให้เป็นธุรกิจที่ยืดครองตลาดให้มากที่สุด การแข่งขันนั้นถือเป็นเรื่องธรรมชาติในการทำธุรกิจ หากธุรกิจใดที่นำลงทุนและได้ผลตอบรับจากตลาดดี ธุรกิจนั้นก็เปรียบเสมือนแม่เหล็กดึงดูดให้มีผู้ลงทุนด้วย สิ่งแรกที่คุณประกอบการธุรกิจจะต้องให้ความสนใจก็คือ กลยุทธ์การตั้งราคาผลิตภัณฑ์และบริการ เนื่องจากปัจจัยอันดับหนึ่งที่คุณบริโภคใช้ตัดสินใจซื้อสินค้าคือราคา หากใช้กลยุทธ์สินค้าราคาถูกกว่าคู่แข่งในท้องตลาด ผู้บริโภคก็มักจะหยิบสินค้าของเราขึ้นมาพิจารณาก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งจะช่วยให้คุณเพิ่มโอกาสในการปิดการขายได้รวดเร็วขึ้น แต่ทั้งนี้หากผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์ดังกล่าวควรคำนวณจุดคุ้มทุนให้รอบคอบ อย่าตัดราคาคู่แข่งจนตัวเองไม่มีกำไร หรือต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของสินค้าด้วย เพราะหากตั้งราคาสินค้าถูกกว่าความเป็นจริงมากเกินไป อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่เชื่อมั่น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลิกใช้สินค้าและบริการเพราะคิดว่าคุณภาพคงลดตามราคาไปด้วย

ผลการวิจัย พบว่า เมื่อธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความนิยมอย่างมาก การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่จึงมีอยู่สูง และมีความจำเป็นต้องสร้างจุดเด่นให้แตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การเข้ามาของคู่แข่งด้านการท่องเที่ยว อาจเป็นผลดีในด้านการพัฒนาธุรกิจของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงประสบการณ์แปลกใหม่ หรือความรู้สึกดีที่มีให้กับการท่องเที่ยว การข่าวของธุรกิจรายใหม่ สามารถเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาได้จากการบริการและคุณภาพที่เหมาะสมการกำหนดราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพด้านการบริการและคู่แข่งด้วย การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยปัจจัยที่จะกำหนดความยากง่ายในการเข้าสู่ตลาด ได้แก่ เงินลงทุนหรือทรัพยากรที่ต้องใช้ในการทำธุรกิจ ถ้าต้องใช้เงินหรือทรัพยากรเยอะ คู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาแข่งขันยาก (ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ก็จะต่ำ) เทคโนโลยีในการผลิต การมีคู่แข่งทางธุรกิจจะทำให้ธุรกิจและพนักงานชายมีความกระตือรือร้น และอดทนที่จะดำเนินธุรกิจต่อให้ยังมีประสิทธิภาพ และพัฒนาธุรกิจให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

4.3 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier) เป็นรูปแบบการจัดการของเกษตรกรเองที่เป็นไปตามสภาพของวิถีการดำรงชีวิตของท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่น สรุปได้ดังนี้

- ซัพพลายเออร์ คือ การจัดการของเกษตรกรเอง ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการซื้อจากแหล่งวัตถุดิบมากนัก ยกเว้น พันธุ์พืชหรือพันธุ์สัตว์ ที่ต้องจัดหา เพื่อสร้างความแตกต่าง เช่น ข้าวหลากสี ดอกไม้หลากสี เป็นต้นหรือผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยว

- ซัพพลายเออร์ เป็นผู้จัดการวัตถุดิบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของธุรกิจ เช่น ดอกเก๊กฮวย เป็นวัตถุดิบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมสวนและถ่ายรูปมีส่วนร่วมในการปลูกดอกเก๊กฮวยและมีส่วนร่วมในแหล่งชุมชน ในส่วนของสวนผักผลไม้ เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมการปลูกแบบ Biodynamic Farming หรือเกษตรชีวพลวัต ที่นำมาทำเมนูอาหารที่สดใหม่และปลอดภัยสารพิษ

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชมบรรยากาศของพื้นที่นา แหล่งธรรมชาติ ฟาร์มสัตว์เลี้ยง และยังเป็นที่พักผ่อนที่ดีสำหรับครอบครัว โดยวัตถุดิบหลักของตัวธุรกิจ ก็คือ พื้นที่นาข้าว พื้นที่เพาะปลูกผักออร์แกนิก และฟาร์มเลี้ยงสัตว์อีกจำนวนหนึ่ง โดยผลผลิตที่ได้มาจากพื้นที่ทั้งหมดนี้ได้นำไปใช้ประโยชน์จากการแปรรูปเป็นอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่รีสอร์ต รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาทานอาหารที่ร้านอาหารภายในพื้นที่อีกด้วย

- การประกอบการเน้นใช้วัตถุดิบภายในกิจการ เช่น เป็นธุรกิจฟาร์มที่ปลูกผักเกษตรอินทรีย์และเมล่อนเพื่อจำหน่ายเป็นหลักและภายหลังได้ทำร้านอาหารและได้ใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองจากฟาร์มมาทำอาหารเพื่อเสิร์ฟให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามารับประทานอาหาร ธุรกิจทุเรียนไทย จำเป็นจะต้องมีส่วนทุเรียนซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่จำเป็นต้องในการสร้างบรรยากาศที่ดีกับที่พัก และผลผลิตที่ได้จากสวนก็จำเป็นต้องนำมาทำอาหารให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ในการประกอบการธุรกิจก็ยังจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบอื่นๆจากแหล่ง Supplier อื่นๆ ได้แก่ อุปกรณ์และวัตถุดิบในการประกอบของทางอาหาร ไม่ว่าจะเป็น เครื่องครัว ตู้แช่เย็น

- ซัพพลายเออร์สำหรับธุรกิจที่พักในพื้นที่ชายทะเล ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ปลอดภัย มีกิจกรรมทางน้ำสำหรับผู้ชื่นชอบและหลงใหลกีฬาทางน้ำอย่างพายเรือคายัคและแพดเดิลบอร์ด มีฟิตเนส โยคะ วอลเลย์บอลชายหาด โตะพูล และเพนท์ผ้าบาติก ซึ่งเป็นกิจกรรมของธุรกิจเอง และกิจกรรมของธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ส่งมามากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการส่งออกยางพาราให้กับภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอีกด้วย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกยางเป็นอันดับแรกของโลก ยางพารานั้นสามารถนำไปแปรรูปได้หลายอย่าง เช่น หมอน ที่นอน ตุ๊กตา ยางรถยนต์ ถุงมือยางทางการแพทย์ รองเท้าและอุปกรณ์กีฬา ผลิตภัณฑ์ฟองน้ำ อุปกรณ์การเรียนการสอน เช่น โมเดลร่างกายมนุษย์ ยางลบ แขนเทียมสำหรับฝึกทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานก่อสร้างและวิศวกรรม เช่น ยางรองคอสพาน แผ่นยางกันซึม ยางกันชนหรือกันกระแทก บล็อกยางปูพื้น แผ่นยางปูอ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

ผลการวิจัย พบว่า สำหรับซัพพลายเออร์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีลักษณะเป็นรูปแบบการจัดการของเกษตรกรเอง ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการซื้อจากแหล่งวัตถุดิบมากนัก ยกเว้น พันธุ์พืชหรือพันธุ์สัตว์ ที่ต้องจัดหา แต่ต้องสร้างความแตกต่าง เช่น ข้าวหลากสี ดอกไม้หลากสี เป็นต้น หรือผู้ส่งมอบ

ผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยว อีกส่วนหนึ่งเป็นผู้จัดการวัตถุดิบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของธุรกิจ เช่น ดอกเก๊กฮวย สำหรับวัตถุดิบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมสวนและถ่ายรูป มีส่วนร่วมในการปลูกดอกเก๊กฮวยและมีส่วนร่วมในแหล่งชุมชน ในส่วนของสวนผักผลไม้ พื้นที่นาข้าว พื้นที่เพาะปลูกผักออร์แกนิก และฟาร์มเลี้ยงสัตว์ การทำนาบัว มีวัตถุดิบหลัก คือ ดอกบัว มีการจัดตั้งรีสอร์ท และได้ใช้แผงโซลาร์เซลล์จากพลังงานแสงอาทิตย์ ธุรกิจฟาร์มที่ปลูกผักเกษตรอินทรีย์และเมล่อน เพื่อจำหน่ายเป็นหลักและร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองจากฟาร์มมาทำอาหารเพื่อเสิร์ฟให้นักท่องเที่ยว ซัพพลายเออร์สำหรับธุรกิจที่พักในพื้นที่ชายทะเล มีกิจกรรมทางน้ำสำหรับผู้ชื่นชอบและหลงใหลกีฬาทางน้ำอย่างพายเรือคายัคและแพดเดิลบอร์ด มีฟิตเนส โยคะ วอลเลย์บอลชายหาด โต้ะพูล และเพนท์ผ้าบาติก

4.4 อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยว (Bargaining Power of Buyers) เป็นกรณีที่นักท่องเที่ยวมองหาทางเลือกในการท่องเที่ยวจากการที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่างแข่งขัน สรุปลงได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการท่องเที่ยวมากมาย เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่างแข่งขันกันปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

- อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยวว่าสามารถเลือกท่องเที่ยวในสถานที่อื่นนั้นมีอยู่มาก เนื่องจากในปัจจุบันมีไร่ต่าง ๆ ที่มีจุดเด่นคือสตอเบอรี่เช่นเดียวกันกับไร่สตอเบอรี่แสนสุข หรือเป็นไร่ผลไม้เหมือนกันแต่แตกต่างกันตรงผลผลิต อาทิเช่น ไร่ส้ม ไร่องุ่น ซึ่งแต่ละไร่อาจจะมียุคขายที่คล้ายคลึงกันนั่นคือการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเก็บผลผลิตด้วยตนเอง หรืออาจจะรวมไปถึงกระบวนการแปรรูปของผลผลิตในแบบที่หลากหลาย ดังนั้น อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยวว่าจะเดินทางไปเที่ยวที่ไหนจึงมีอยู่มาก ตามความพอใจ ความชื่นชอบ ความสนใจส่วนบุคคล และกระแสนิยมของสถานที่นั้น ๆ

- นักท่องเที่ยวทุกคนมีอิสระในการเลือกและตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน มีความต้องการซื้อ มีอำนาจซื้อ ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ พฤติกรรมของผู้บริโภคกำหนดลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา สภาพจิตวิทยาถูกกำหนดโดยครอบครัว ครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม

- อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยวว่าสามารถเลือกท่องเที่ยวในสถานที่อื่นมีมาน้อยเพียงใด แบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยวตามกลุ่มต่าง ๆ ได้ 3 ประเภท คือ 1. นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้สูง มักเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการ ในอัตราสูง 2. นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลาง ไม่เรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวมากเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา 3. นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด ส่วนมากมีรายได้น้อย หรืออาจไม่มีรายได้ประจำ ต้องการบริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูกเอาใจง่าย

- อำนาจในการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวมีมากในการเลือกการท่องเที่ยวตามระดับชั้นทางสังคม โดยแบ่งตามปัจจัยที่สำคัญหลายอย่าง เช่น รายได้ การศึกษา อาชีพ การทำงาน ความเป็นอยู่ ซึ่งบุคคลที่อยู่ในแต่ละชั้นทางสังคมจะมีพฤติกรรม ความสนใจ และลักษณะพิเศษที่คล้ายๆกัน โดยสามารถแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ดังนี้ 1. ระดับสูงอย่างสูง (Upper uppers) เป็นชนชั้นสูงที่มีรายได้และทรัพย์สินมาก อาศัยอยู่ในบ้านราคา

แพ่ง ชอบบริโภคสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย ท่องเที่ยวในสถานที่ที่หรูหรา 2. ระดับสูงอย่างต่ำ (Lower uppers) เป็นผู้บริโภคมืออาชีพที่ได้รับเงินเดือนสูงจากการทำงาน มีการศึกษาดี มักอยู่ในวงการธุรกิจ ชอบใช้จ่ายซื้อสินค้า มีพฤติกรรมที่เลียนแบบกลุ่มระดับสูงอย่างมาก 3. ระดับกลาง (Middle class) เป็นผู้มีรายได้ปานกลางเกือบสูงซื้อสินค้าราคาไม่สูงนัก แต่มีการบริโภคสินค้าตามแนวโน้มของสังคม เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า การบริโภคจะมีพฤติกรรมที่ต้องการเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม 4. ระดับต่ำอย่างสูง (Upper lowers) เป็นคนทำงานที่ไม่ต้องใช้ทักษะความสามารถมากนัก มีรายได้ต่ำ มีอำนาจการตัดสินใจต่ำ บางครั้งอาจจะมีการไปกู้ยืมเงินมาเพื่อซื้อสินค้า

ผลการวิจัย พบว่า การที่นักท่องเที่ยวมองหาทางเลือกในการท่องเที่ยวจากการที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่างแข่งขันกันปรับปรุงทัศนียภาพที่สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกคนมีอิสระในการเลือกและตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ มีอำนาจซื้อ ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ พฤติกรรมของผู้บริโภคกำหนดลักษณะทางกายภาพในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองหาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่แออัด หลีกหนีพื้นที่ชุมชนหนาแน่น ได้ประสบการณ์ที่พึงพอใจ ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมีความผ่อนคลาย อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งตามได้ 3 ประเภท คือ 1) นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้สูง มักเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการในอัตราสูง 2) นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลาง ไม่เรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวมากเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลางนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มุ่งหาความสนุกสนานเป็นสำคัญ 3) นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด ส่วนมากมีรายได้น้อย หรืออาจไม่มีรายได้ประจำ ต้องการบริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูกเอาใจ โดยอำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง ที่มีการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง สิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณสุขการ มีระบบรักษาความปลอดภัย ภาพแวดล้อม เป็นสิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยว สภาพอากาศ สภาพน้ำตามแหล่งชุมชน หรือใสสะอาด และความสะอาดอื่น ๆ ความมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปและในปัจจุบันอำนาจในการต่อรองของนักท่องเที่ยว โดยมีการประเมินคุณภาพการให้บริการที่คาดหวังเปรียบเทียบกับบริการที่รับรู้จริง ได้แก่ คุณภาพการให้บริการที่คาดหวังและคุณภาพการบริการที่รับรู้แตกต่างกันไปตามสิ่งที่สามารถจับต้องได้ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสะอาดและทันสมัยทำให้เกิดความหลากหลายของสินค้าและบริการแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นการสร้างที่น่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ขึ้นอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยวเกษตรกับความร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงแรม การรับประกันคุณภาพ ขึ้นอยู่แต่ละด้าน เช่น พนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมทักษะการให้บริการ จะมีใจรักบริการ และบริการด้วยความสุภาพ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในคุณภาพการบริการ และพนักงานจะให้ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาจนให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการบริการ

4.5 สินค้าทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Substitute Products) เป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นทางเลือกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรูปแบบอยู่มากมายตั้งแต่การทำนาจนกระทั่งไปถึงการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร แต่ทั้งหมดล้วนถูกรวมเป็นการท่องเที่ยวทางการเกษตร โดยจัดอยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยวเดียวกัน แต่การท่องเที่ยวอย่างอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องจะตั้งอยู่ในการท่องเที่ยวแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถที่จะทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แม้ว่าจะไม่สมบูรณ์ การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายและมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวผ่อนคลาย แต่การท่องเที่ยวด้านอื่นๆก็สามารถเป็นการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายได้เช่นกัน ดังนั้นการท่องเที่ยวอื่นๆจึงสามารถที่จะทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้

- สิ่งที่ทดแทนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั้น มีมากมายที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อนอยู่บ้าน ดูโทรทัศน์ ดูอินเทอร์เน็ต กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นการทดแทนการท่องเที่ยวทั้งสิ้น แต่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นไม่เพียงแต่ไปสัมผัสกับธรรมชาติอย่างเดียว ยังได้ความรู้และประสบการณ์เห็นสถานที่จริง

- สินค้าทดแทนคือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ จากความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อและราคาขาย สำหรับสินค้าทดแทน เมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันทั้งสองนี้จะเกิดการทดแทนในสินค้าที่ทดแทนกันได้ การมีสินค้าหรือบริการ ทดแทนทำให้ธุรกิจต่าง ๆ จะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ราคา และบริการที่ นำเสนอให้กับ นักท่องเที่ยว เนื่องจากการละเลยความสำคัญ ดังกล่าวจะทำให้องค์การเสียเปรียบต่อคู่แข่ง ได้การวิเคราะห์คู่แข่ง (Rival) คู่แข่งมีความสำคัญอย่างยิ่ง ที่นักบริหารจะต้องคำนึงถึง เนื่องจากนักบริหารจะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง การละเลยหรือไม่ให้ความสำคัญกับคู่แข่งจะหมายถึงความพ่ายแพ้

- สินค้าทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ก็คือการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบเดียวกันหรือมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการรายอื่น การท่องเที่ยวในชนบท และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวในชนบท และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ที่พัฒนามาจากแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยา เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด

- สินค้าทดแทนของผลผลิตทางการเกษตรที่ควบคุมความปลอดภัยจากสารพิษ ได้แก่ สินค้าเกษตรแบบทั่วไปที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เพื่อเร่งการเจริญเติบโตของผลไม้ให้ได้ปริมาณมาก มีขนาดใหญ่ และดูสวยงามน่ารับประทานกว่า ทั้งยังมีข้อได้เปรียบเรื่องความประหยัดเนื่องจากขนาด เพราะมีพื้นที่เพาะปลูกเป็นจำนวนมาก ไม่ต้องพิถีพิถันในการดูแล เน้นปริมาณและความหลากหลายของผลผลิตเป็นหลัก เพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายเพียงพอตลอดทั้งปีราคาจึงต่ำกว่าสินค้าที่ควบคุมการใช้สารเคมีภัย สินค้าทดแทนจึงมีสูง เนื่องจากผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ได้ง่าย เพราะมีจำหน่ายอยู่ทั่วไปและราคาไม่แพง

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยวกึ่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นทางเลือกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านกาแฟที่มีสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือการแสดงสวนผัก สวนผลไม้ การเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น สิ่งที่ทดแทนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีมากมายที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นที่พักผ่อนอยู่บ้าน ดูโทรทัศน์ ดูอินเทอร์เน็ต กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นการทดแทนการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีเอกลักษณ์แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบอื่นอย่างชัดเจน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต และก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบเดียวกันหรือมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการรายอื่น การท่องเที่ยวในชนบท และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. การตัดสินใจในการลงทุน (Decision Making to Invest)

5.1 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) เป็นการรับรู้ของเกษตรกรในการตัดสินใจต่อความเสี่ยง ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ของเกษตรกรในการตัดสินใจต่อความเสี่ยง เนื่องจากมีประสบการณ์น้อยในการความรู้ในการจัดการและการตัดสินใจในการจัดการด้านความเสี่ยง บางส่วนกล้าตัดสินใจลงทุนโดยไม่มีประเมินความเสี่ยงและไม่มีการวางแผนสำรอง ทำให้เกิดความผิดพลาดในการประกอบธุรกิจ

5.2 การรับรู้ผลประโยชน์ (Perceived Benefit) เป็นการรับรู้ที่เกษตรกรไม่ได้เน้นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ที่เกษตรกรไม่ได้เน้นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตและความเป็นอยู่ของพวกเขา ซึ่งเกษตรกรได้มีรายได้จากการเกษตรอยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นต้องบริการนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากมีลูกหลานช่วยบริหารจัดการ

5.3 การปรับตัว (Adaptation) เป็นการรับรู้และการปฏิบัติของเกษตรกรที่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลอดเวลา (เช่น สถานการณ์ของ Covid-19) ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้และการปฏิบัติของเกษตรกรที่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลอดเวลา (เช่น สถานการณ์ของ Covid-19) ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวตลอดเวลาทำให้เกษตรกรสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

5.4 การกลับบ้านเกิด (Homecoming) เป็นการทำธุรกิจเกษตรของเกษตรกรไทยส่งผลให้มีอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาลูกหลานเพื่อกลับมาช่วยในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการวิจัย พบว่า การทำธุรกิจเกษตรของเกษตรกรไทยส่งผลให้มีอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาลูกหลานเพื่อกลับมาช่วยในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพราะเกษตรกรหวังว่าการส่งลูกหลานไปเรียนในเมืองจะช่วยพวกเขาได้ และกลับมาจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ระยะที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม

การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม เพื่อทบทวนรูปแบบที่สำคัญสำหรับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) เกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้มีส่วนได้เสีย (เก็จกนก เอื้องวงศ์, 2562) ทำการรวบรวมข้อมูล เป็นจำนวนรวมกลุ่มตัวอย่าง 35 คน เพื่อเป็นการทบทวนข้อมูล จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการ และจัดทำร่างข้อเสนอแนะนโยบาย ซึ่งมีข้อเสนอแนะให้มีการจัดรูปแบบหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อเชิงนโยบาย ที่สามารถเป็นข้อมูลส่งให้กับหน่วยงานภาครัฐที่นำข้อมูลไปใช้เชิงนโยบาย ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับผลการวิจัยที่รายงาน เนื่องจากมีผลการวิจัยที่ละเอียดเพียงพอ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มให้คำแนะนำว่าเขียนผลการวิจัยให้สอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น

ระยะที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยคณะนักวิจัยได้เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน 35 คน มาเข้าประชุมเพื่อเป็นการหาฉันทมติและแก้ไขร่างข้อเสนอแนะนโยบายนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำการระดมความคิดเห็นในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป ผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการส่วนใหญ่ให้คำแนะนำว่า ผู้ให้ทุนควรนำไปส่งต่อให้ภาครัฐเพื่อเป็นนโยบายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบที่แตกต่างกันของทรัพยากรในพื้นที่ รวมถึง เป็นทางเลือกในการลงทุนของเกษตรกรในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอนาคต

บทที่ 5

นวัตกรรมและตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวยั่งยืน

การวิจัย เรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19” เป็นการวิจัยแบบหลายขั้นตอน (Multiphase mixed methods) โดยการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed-Methods) วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research approach) ผสมผสานกับวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research approach) ซึ่งสามารถสรุปนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19 ดังนี้

5.1 นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการทบทวนข้อมูลด้านเอกสาร ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีการทบทวนข้อมูลนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกิดจากการปรับตัวของนักท่องเที่ยวที่มีวิถีการใช้ชีวิตประจำวันในรูปแบบที่ต้องปรับตัวกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ในบริบทของความปกติใหม่ที่นักท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวกับการท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสะดวกสบาย สถานที่ท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวไม่มากนัก เลือกสถานที่ใกล้ที่พัก และสามารถเดินทางได้สะดวก รวมทั้ง การใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมในช่วงที่ทำงานที่บ้านทำ (Work from Home) หรือช่วงที่กักตัว ได้มีกิจกรรมคลายเครียดโดยการนำความรู้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาปรับใช้ในการใช้ชีวิตประจำวัน นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของ Covid-19 สามารถแบ่งได้ ดังนี้

5.1.1 นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตร

นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตร เป็นการบริหารจัดการพื้นที่การเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามความต้องการของเกษตรกรที่จะพัฒนาพื้นที่การเกษตรให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรแก่นักท่องเที่ยว มีทั้งรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตรให้แก่นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเป็นประจำของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น การจัดกิจกรรมตามช่วงเวลาหรือฤดูกาลของผลผลิตทางการเกษตร และการจัดกิจกรรมจากการรวมกลุ่มของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมส่วนใหญ่การศึกษาเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์หลัก เพื่อเพิ่มความรู้ทางการเกษตรและการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรมท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตร เช่น ไร่คุณชาย จังหวัดกาญจนบุรี และชุมชนหัตถกรรมผ้าทอไถลื้อบ้านเก็ด จังหวัดน่าน เป็นต้น



ไร่คุณชาย จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2564



ชุมชนบ้านเกิด จังหวัดน่าน เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2564



ชุมชนหัตถกรรมผ้าทอไถ่บ้านเกิด จังหวัดน่าน เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2564

นวัตกรรมกรท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรจะต้องมีความพร้อม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วม สิ่งสำคัญที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนี้ประสบความสำเร็จและประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว จะต้องมึสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร กิจกรรมการเรียนรู้ การเดินทาง ซึ่งแต่ละแหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างมาตรฐานศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สิ่งที่ต้องดูความสนใจของนักท่องเที่ยว ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเกษตรร่วมกับเกษตรกร และการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวควสสภาพวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ถือเป็นเอกลักษณ์และจุดดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ บุคลากรวิทยากร เป็นปัจจัยที่แสดงถึงศักยภาพในการบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสร้างความประทับใจใน

การบริการ ความสุภาพ ความเป็นกันเอง ความมีน้ำใจ ในการให้บริการ บนฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีคุณค่า นั้น ต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การทำการเกษตร การรักษาวัฒนธรรมภูมิปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ในที่สุดและด้านการมีส่วนร่วม ของนักท่องเที่ยวในการประเมินผล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และข้อเสนอแนะ ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน โดยการที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตื้นนั้นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายด้วยกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยสำคัญในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนา ควรมีความร่วมมือของเจ้าของพื้นที่ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนในเรื่องของเวลาและกิจกรรมในการท่องเที่ยว รวมถึงมีความหลากหลายของกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

5.1.2 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นการใช้ความรู้แบบผสมผสานระหว่างความรู้ดั้งเดิมของเกษตรกรไทยกับความรู้เพิ่มเติมจากต่างประเทศ เพื่อทำการจัดการเกษตรแบบผสมผสานที่เพิ่มทางเลือกการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลาย ทั้งความต้องการทางอาหารปลอดภัย การดูแลสุขภาพสิ่งแวดล้อม การทานอาหารให้ร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง การจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น การปลูกพืชกระบองเพชร การปลูกพืชใบต่าง การปลูกพืชสวนครัว การเลือกสัตว์น้ำ เป็นต้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เช่น ไร่ All About Organics Farm สวนกระบองเพชร โพนพิสัยการ์เด็น เป็นต้น



ไร่ All About Organics Farm จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2563



สวนกระบองเพชร โพนพิสัยการ์เด็น จังหวัดหนองคาย เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2563

เกษตรผสมผสาน เป็นระบบการเกษตรที่มีการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ มีสัตว์หลายชนิดในพื้นที่เดียวกัน โดยแต่ละกิจกรรมการผลิตจะเอื้อประโยชน์ต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในพื้นที่อย่างเหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีความสมดุลของสภาพแวดล้อม และเพิ่มพูนความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ การทำการเกษตรที่หลากหลายกิจกรรมนั้นต้องทำในพื้นที่และระยะเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่การเกษตร เช่น ดิน น้ำ แสงแดด และอากาศอย่างเหมาะสม เกิดความสมดุลของสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

รูปแบบการเกษตรผสมผสานช่วยสร้างภูมิคุ้มกันโดยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของรายได้ เนื่องจากมีความหลากหลายในกิจกรรมการผลิต ทั้งปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ ทำให้รายได้ครัวเรือนมาจากหลายกิจกรรมและสามารถสร้างรายได้อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ค่าใช้จ่ายครัวเรือนลดลง รวมทั้งลดการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตภายนอก เกษตรกรต้องมีกระบวนการเรียนรู้จากกิจกรรมการผลิตที่หลากหลายที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ จัดสรรพื้นที่ตรงความต้องการในครัวเรือน มีการปลูกข้าว ไม้ผล พืชผักสวนครัว ขุดบ่อเลี้ยงปลา เลี้ยงไก่ไข่ บริโภคในครัวเรือนและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของเหลือใช้ภายในพื้นที่ เช่น วัชพืชใช้ทำปุ๋ยชีวภาพ รากไม้ และกิ่งไม้ไว้ทำถ่าน ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

5.1.3 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เป็นการเน้นดูสัตว์เลี้ยงที่มีทั้งสัตว์เลี้ยงทั่วไป สัตว์เลี้ยงนำเข้า และสัตว์เลี้ยงตามความนิยมที่เพาะขยายพันธุ์ การจัดสถานที่ท่องเที่ยวแบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์จะมีสัดส่วนของพื้นที่ที่เป็นพื้นที่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์มากกว่าสัดส่วนของร้านค้าและผลพลอยได้อื่น ๆ ซึ่งอาจมีลักษณะเป็นสวนสัตว์ขนาดย่อม ที่เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัวที่มีเด็กเล็ก เพื่อให้เด็กได้ดูสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ ที่ต้องการให้เด็ก ๆ ดูจากสถานที่จริงมากกว่าการเรียนรู้จากเอกสาร ตำรา หรือโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้เด็ก ๆ ห่างจากโลกออนไลน์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์ อาทิ ฟาร์มพสุธารา จังหวัดราชบุรี และ Moo Maa farm & cafe จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น



ฟาร์มพสุธารา จังหวัดราชบุรี เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2564



Moo Maa farm & cafe จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2564

สังคมไทยมีวิถีการดำเนินชีวิตคู่กับการเกษตรและสัตว์เศรษฐกิจมาอย่างยาวนาน ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้เลี้ยงสัตว์ รวมถึงการสร้างระบบเศรษฐกิจให้มีความแข็งแกร่งด้วย สัตว์ในเชิงเศรษฐกิจของคนไทยไม่ว่าจะเป็นการบริโภคภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศก็ตาม ถ้าได้มีโอกาสในการพัฒนาที่ดีก็จะทำให้เป็นเกษตรกรและสัตว์เศรษฐกิจที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

สัตว์เศรษฐกิจ เป็นสัตว์ที่เกิดขึ้นทั้งตามธรรมชาติและถูกมนุษย์เลี้ยงดู ซึ่งปริมาณของสัตว์เหล่านี้มีจำนวนเยอะจนมีการนำเอามาสร้างรายได้ให้กับตนเองและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศให้ดียิ่งขึ้น ปกติแล้วในทุก ๆ ประเทศเองก็จะมีสัตว์เศรษฐกิจที่ใช้บริโภคทั้งในประเทศและส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ความสำคัญของสัตว์เศรษฐกิจหลัก ๆ แล้วคือการสร้างรายได้ให้กับผู้เลี้ยงรวมถึงเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ระบบเศรษฐกิจภายในประเทศเติบโตขึ้นได้ ด้วยพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศไทยจัดว่ามีความอุดมสมบูรณ์จึงสามารถเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจเหล่านี้ได้อย่างสบาย สามารถแบ่งความสำคัญของสัตว์เศรษฐกิจเอาไว้ ดังนี้

1. เกษตรกรจำนวนมากใช้แรงงานจากสัตว์ในการสร้างผลผลิตเพื่อให้เกิดรายได้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น การใช้ควายหรือกระบือในการทำนา แม้ในปัจจุบันจะมีเครื่องมือที่ทันสมัยเอาไว้ช่วยประหยัดต้นทุนและแรงงานมากขึ้น แต่แรงงานจากสัตว์ก็ยังคงเป็นตัวช่วยให้เกิดการสร้างรายได้ที่ดีไม่เปลี่ยนแปลงและยังลดต้นทุนการผลิตได้อีกด้วย

2. เกษตรกรหรือผู้เลี้ยงสามารถสร้างรายได้จากสัตว์เศรษฐกิจได้โดยการขาย เนื้อสัตว์ ขนสัตว์ กระดูกสัตว์ รวมถึงอวัยวะต่างๆในร่างกายของสัตว์ ทั้งนี้ เกษตรกรเองอาจไม่นำเนื้อสัตว์ ขนสัตว์ หรืออวัยวะต่างๆของสัตว์มาแปรรูป เพียงแค่ส่งต่อให้กับโรงงานหรือบริษัทที่จะรับช่วงต่อ เป็นการสร้างรายได้และเพิ่มการเติบโตของเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี

3. สัตว์เศรษฐกิจช่วยให้ธรรมชาติยังคงอยู่ได้อย่างเป็นปกติ และเกิดความสมดุลของธรรมชาติ เช่น มูลสัตว์ที่ใช้เป็นปุ๋ยในการปลูกพืชผัก เป็นต้น สิ่งที่ได้จากสัตว์เหล่านี้ไม่ใช่แค่ตัวของสัตว์เพียงอย่างเดียว แต่ของเสียต่าง ๆ ยังสร้างประโยชน์เพื่อให้ธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ ช่วยให้โลกใบนี้ยังคงอยู่อาศัยได้อย่างปลอดภัย

5.1.4 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมง

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมง เป็นสถานที่ที่มีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่สัมผัสบรรยากาศการประมง ได้ท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวประมงและผสมผสานวัฒนธรรมการรับประทานอาหารสดจากฟาร์มประมงหรืออาหารทะเลสด ๆ จากทะเล ที่มีการปรับปรุงที่พักไว้รองรับสำหรับนักท่องเที่ยวให้สัมผัสบรรยากาศใกล้ทะเล ได้แก่ ที่พักกึ่งวิถีชาวเลกึ่งวิถีเมือง กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชาวเล กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมง อาทิ โฮมกระเตง เป็นต้น



โฮมกระเตง จังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2564

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมง เป็นการดึงศักยภาพของชุมชนประมงพื้นบ้านและชุมชนประมงในแหล่งน้ำจืด ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอยู่ใกล้ตัว ทั้งอาหารทะเลที่สดใหม่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วิธีการทำประมง รวมไปถึงวัฒนธรรมประเพณีพื้นถิ่น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นเสน่ห์ที่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวอยากสัมผัสทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้ซื้อหา และรับประทานอาหารทะเลสด ๆ ราคาถูก ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้ง ยังช่วยให้ชาวประมงพื้นบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นนอกจากรายได้จากการทำประมงเพียงอย่างเดียว โดยมีเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของพี่น้องชาวประมงในชุมชน บนฐานทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ ซึ่งถือเป็นการสร้างเศรษฐกิจระดับฐานราก สร้างธุรกิจชุมชน จากการจำหน่ายอาหารทะเลให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะช่วยทำให้เกิดการจ้างงานสร้างอาชีพในชุมชนเกิดการกระจายรายได้ อีกทั้ง ยังสามารถสร้างให้เป็นศูนย์เรียนรู้โมเดลเกษตรท่องเที่ยว (Agricultural Tour) แก่ชุมชนประมงต่อไป และช่วยให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนมีงานทำในถิ่นฐานของตน ไม่ต้องละทิ้งบ้านเกิด

แหล่งท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมงจะมีลักษณะโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ และมีกิจกรรมมากมายให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวประมง ที่มีโฮมสเตย์มากมาย สามารถเดินทางมาพักผ่อนในวันหยุดสบายๆ กับครอบครัว โดยมีกิจกรรมหลากหลาย กินปู ดูเหยี่ยว เทียวป่าชายเลน เล่นน้ำคลอง โด่ดน้ำทะเล ดูทะเลแหวกจัน พร้อมล่องแพเปือก ล้อมรอบไปด้วยธรรมชาติเหมาะแก่การพักผ่อนกับครอบครัว มีที่เที่ยวแบบพักโฮมสเตย์กลางน้ำ นอนรับลมชมคลื่นหรือจะกระโดดเล่นน้ำจากกระเบียงก็ทำได้ เพราะระดับน้ำบริเวณที่พักไม่ลึกมาก มีที่พักโฮมสเตย์ที่อยู่กันง่ายๆ สนุกสนาน เป็นกันเอง มีกิจกรรมมากมาย เช่น เดินชมปลานานาชนิด

ในกระชังพร้อมให้อาหารปลาในกระชัง พายเรือ ตกปลา ตกหมึก และที่สำคัญก็คือการนั่งชมพระอาทิตย์ใน เวลาเช้าเย็น พร้อมกับทานอาหารทะเลสดใหม่จากทะเล

5.1.5 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนดอกไม้

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนดอกไม้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเทคโนโลยีการเพาะปลูกและ ศิลปะการจัดวางสวนดอกไม้ มาผสมผสานสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการ ถ่ายภาพกับสวนดอกไม้ สีสดของดอกไม้ทำให้มีความรู้สึกสดชื่น โดยเน้นดอกไม้ที่มีความสดใสทั้งดอกไม้ใน ประเทศและดอกไม้ต่างประเทศ มีการปรับปรุงพื้นที่และจัดวางรูปแบบของสวนดอกไม้ให้ได้ภาพที่สวยงาม สำหรับนักท่องเที่ยวได้เก็บภาพและเผยแพร่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนวนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนดอกไม้ อาทิ จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม เป็นต้น



จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2563

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปชมความสวยงามของดอกไม้และวิถีชีวิต วัฒนธรรมของสถาปัตยกรรม สวนดอกไม้ที่ไม่เคยอยู่ในสายตากลับกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ มี บรรยากาศให้สวนดอกไม้มีดอกไม้ที่สวยงามสดใสรายล้อม ก็ทำให้เป็นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจที่อยากจะไป สัมผัส และถ่ายรูป เช็กอิน มีกระแสการรีวิวของ Travel Blogger จึงทำให้ฟาร์มดอกไม้ กลายเป็นที่สนใจและ ติดเทรนด์ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวสวนดอกไม้อื่น ๆ ทำตามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจนเป็นเทรนด์ธุรกิจในตอน นี้ แต่ในการท่องเที่ยวสวนดอกไม้จะต้องมีการจำกัดนักท่องเที่ยวต่อวัน เพื่อไม่ต้องแออัดกันจนเกินไปในส่วน ดอกไม้ ยังมีพื้นที่ว่างให้ได้ถ่ายรูปสวย ๆ โดยไม่ติดคนอื่น แล้วยังไม่เป็นการรบกวนดอกไม้และธรรมชาติ จนเกินไปด้วย หากในสวนดอกไม้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนดอกไม้ ถ่ายรูป และมีบริการอื่น ๆ

5.1.6 นวัตกรรมสวนดอกไม้กับศิลปะ

นวัตกรรมสวนดอกไม้กับศิลปะ เป็นการนำเทคนิคด้านศิลปะและภูมิสถาปัตย์ รวมถึง การใช้ องค์ประกอบของวิถีท้องถิ่นมาตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่มีรูปแบบของสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีความแตกต่าง น่าตื่นตาตื่นใจสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งศิลปะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจินตนาการทาง ความคิด การมองมุมมองที่แตกต่างทำให้มีพลังในการทำงานได้ต่อไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนวนวัตกรรมสวนดอกไม้ กับศิลปะ อาทิ จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม



จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2563

การนำเอาเรื่องราวของผ้ามาสร้างประสบการณ์ให้ได้รับรู้ สัมผัสกับวิถี และความงดงามของผ้า ทั้ง ผ้าผะเหวด บุญผะเหวด และทุ่ง (ธง) โดยมีจุดท่องเที่ยวทั้งหมด 5 จุดด้วยกัน ได้แก่ ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย ทุ่งดอกคอสมอสสีชมพู และสวนผักผลไม้หลากหลาย พร้อมงานศิลปะกลางแจ้ง (Art Installation) รวมถึงยังมีผ้า ผะเหวด ผ้าผืนยาวที่เขียนภาพเรื่องราวของพระเวสสันดรทั้ง 13 กัณฑ์ ซึ่งนิยมใช้ในงานบุญเดือนสี่ทางภาค อีสาน แต่ละโซนจะมีการบอกเล่าเรื่องผ้า ผ่านการแสดง ตลาดผ้า การสาธิต และกิจกรรมที่สามารถร่วมลงมือ ย้อม หรือ ทอผ้าด้วยตัวเอง ไฮไลท์ของผ้า คือ ผ้าผะเหวด นักท่องเที่ยวจะได้พบกับ ผ้าผะเหวดอายุเก่าแก่ งาน บุญผะเหวดที่ยกมาไว้ในบริเวณหอแจกกกลางหมู่บ้านอีสาน พร้อมชิมอาหารอีสานรสเลิศ ชมความวิจิตรงดงาม ของ “สถาปัตยกรรมอีสาน” ทั้งบ้านเรือนและศาสนาคารอีสานดั้งเดิมหลากหลายรูปแบบ ซึ่งนักท่องเที่ยว สามารถร่วมกิจกรรมได้ในทุกระบวนการ

5.1.7 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบเทคโนโลยีการเกษตร

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบเทคโนโลยีการเกษตร เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยนำเทคโนโลยี สมัยใหม่ทางการเกษตรมาสร้างจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่ทางการเกษตร เป็นการ ใช้เทคนิคการปลูกพืชจากต่างประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นการนำเสนอนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความต้องการบริโภคพืช จากต่างประเทศ และมีความต้องการปลูกเอง เทคโนโลยีสมัยใหม่มีการทดลองและการวิจัยมาแล้ว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการนำไปใช้ บางส่วนเป็นการนำเสนอแบบจำลองของผู้ผลิตที่ต้องการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของเทคโนโลยีสมัยใหม่ทางการเกษตร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบ เทคโนโลยีการเกษตร อาทิ CORO HOUSE โรงเรือนเมล่อน Rim Farm Little Space เป็นต้น





Rim Farm Little Space เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564

นวัตกรรมเกษตรแบบเทคโนโลยีการเกษตร เป็นการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัยเข้ากับเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การเพาะปลูก เพิ่มผลผลิต และเพิ่มคุณภาพของผลิตผล โดยใช้ข้อมูลของต้นพืช สภาพแวดล้อมของฟาร์ม และฐานข้อมูลด้านการเกษตร ที่เชื่อมโยงถึงกันเป็นเครือข่าย มาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อช่วย การตัดสินใจปรับปรุงปัจจัยการผลิตและการดูแลรักษาต้นพืชอย่างพอเหมาะ รวมถึงการจัดการผลิตผลเกษตรหลัง การเก็บเกี่ยวเพื่อคงคุณภาพเอาไว้ให้นานที่สุด รวมทั้งความต้องการผลิตผลเกษตรเพื่อแปลงเป็นพลังงานที่ สูงขึ้น ทำให้เกษตรกรรมแบบดั้งเดิมยังไม่สามารถให้ผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการได้ และความพยายามใน การเพิ่มผลผลิตด้วยวิธีเดิม ๆ กลับทำให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ จากการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น นอกจากนี้ ผลิตผลเกษตรจำนวนมากยังคงสูญหายไป ตั้งแต่เก็บเกี่ยวตลอดเส้นทางไปสู่ผู้บริโภคหรือสู่กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากการจัดการหลัง การเก็บเกี่ยวที่ไม่ดีพอ นวัตกรรมเกษตรจึงเป็นศาสตร์ที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ด้วยเทคโนโลยีการเกษตรที่ ทันสมัย เกษตรกรรมแบบแม่นยำสูงหรือฟาร์มอัจฉริยะ เกษตรกรรมในเมือง และเกษตรกรรมแบบยั่งยืน รวมไปถึงการจัดการผลิตผลเกษตรแบบครบวงจร นวัตกรรมเกษตรจึงเป็นเกษตรกรรมยุคใหม่ที่จะมีบทบาทมาก ขึ้นและถือว่าเป็นเกษตรกรรมของอนาคตอย่างแท้จริง นวัตกรรมเกษตรจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยแก้ปัญหา ของเกษตรกรไทยให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และจะส่งเสริมให้ประเทศไทยยังคงเป็นฐานการผลิตสำคัญของ ผลิตผลเกษตรของโลกต่อไป

การทำเกษตรรูปแบบใหม่จะทำให้ได้ประสิทธิผลดียิ่งขึ้นถ้านำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำ การเกษตร ที่ส่งผลให้เกิดความต้องการผลผลิตทางการเกษตรที่สดใหม่ตลอดปีเพิ่มขึ้น โดยไม่มีเงื่อนไขของ ฤดูกาล และวิธีการปลูกในแบบวิถีเกษตรเดิม ๆ มาจำกัด ปัจจัยนี้เองที่ทำให้เราเห็นนวัตกรรมหลากหลายที่ถูก นำมาปรับใช้ในการทำเกษตรในร่ม (Indoor Farming) มากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง หรือ IoT-เซ็นเซอร์ การทำเกษตรด้วยเทคโนโลยี IoT จะทำให้เกิดปริมาณข้อมูลมหาศาลจากกระบวนการทำ การเกษตร ซึ่งจะจัดเก็บผ่านอุปกรณ์เซ็นเซอร์จำนวนมากที่ติดตั้งใช้งานในพื้นที่การเกษตรทั่วโลก รวมถึง ภาพถ่ายต่าง ๆ ที่ส่งตรงจากพื้นที่การเกษตรผ่านเซ็นเซอร์ ช่วยให้เกษตรกรสามารถเกาะติดและตามมอนิเตอร์

พืชผลของตนเองได้ทุกที่ ทุกเวลา เพราะข้อมูลต่าง ๆ จากเซ็นเซอร์จะส่งถึงมือเกษตรกรได้แบบเรียลไทม์ ดังนั้น เมื่อเกิดปัญหา ก็สามารถรับมือได้อย่างทันการณ์

นวัตกรรมที่ Agri-Tech Startup ก้าวสู่ความสำเร็จในการเป็นเกษตรอัจฉริยะในยุคนี้ ดังนี้

1. การใช้โดรนเพื่อการเกษตร เป็นตัวช่วยในการทำเกษตรแบบแม่นยำ ไม่ว่าจะเป็นการรดน้ำ การพ่นยา การให้ปุ๋ย การถ่ายภาพวิเคราะห์เพื่อตรวจโรคพืช ซึ่งทำให้เกษตรกรประหยัดเวลาการทำงาน ประหยัดแรงงานและมีความปลอดภัยต่อผู้ฉีดมากกว่าการฉีดพ่นสารแบบดั้งเดิม หรือการใช้คนเดินฉีด

2. เครื่องพยากรณ์โรคข้าว ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของไทย นวัตกรรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกร เป็นการให้เซ็นเซอร์เก็บข้อมูลสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ ทั้งเรื่องของอุณหภูมิ ความชื้น ปริมาณน้ำฝน ที่ทำงานโดยอาศัยแบตเตอรี่พลังงานโซลาร์เซลล์ และเมื่อเซ็นเซอร์ทำงาน ก็จะส่งสัญญาณไร้สายเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมส่งข้อมูลประมวลผลเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีฐานข้อมูลสถิติ ทำให้เกษตรกรสามารถดูข้อมูลแบบ Real Time ผ่านสมาร์ตโฟนได้ตลอดเวลา

3. ระบบควบคุมน้ำ อุณหภูมิ และความชื้น ผ่านแอปพลิเคชัน การจัดการน้ำในช่วงหน้าแล้งนับเป็นปัญหาหนักของเกษตรกรไทยมาโดยตลอด สมาร์ทฟาร์มคิท (Smart Farm Kit) เป็นระบบควบคุมการรดน้ำอัจฉริยะต้นทุนต่ำ ช่วยบริหารจัดการระบบการใช้น้ำที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดการใช้น้ำในการเกษตรได้ไม่ต่ำกว่า 3 เท่า จากที่เคยใช้อยู่ ด้วยการทำงานร่วมกันของระบบตั้งเวลาเปิด-ปิดน้ำ ที่สามารถสั่งตั้งเวลาเปิด-ปิดปั้มน้ำได้ตามความต้องการของชนิดพืช ระบบเซ็นเซอร์ติดตามสภาพอากาศ ที่ตรวจวัดอุณหภูมิและความชื้นว่าหากต่ำกว่าที่กำหนด ระบบก็จะสั่งรดน้ำโดยอัตโนมัติ และระบบสั่งการและแจ้งเตือนผ่านสมาร์ตโฟน ที่ช่วยส่งข้อความแจ้งเตือน พร้อมแสดงผลสภาพอากาศบริเวณพื้นที่แปลงเกษตรผ่านระบบสมาร์ตโฟนของเกษตรกร

5.1.8 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบทุ่งนาข้าว

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบทุ่งนาข้าว เป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นวิถีชีวิตของการทำนาข้าวของเกษตรกรในอดีตของประเทศไทย มีการคงเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตด้วยวิธีดั้งเดิม การใช้ประโยชน์จากทุ่งนาข้าวเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว อีกทั้ง เป็นการสร้างบรรยากาศของการท่องเที่ยวโดยใช้ทุ่งนาเป็นส่วนประกอบของการท่องเที่ยว มีการจัดการท่องเที่ยวทั้งช่วงก่อนเก็บเกี่ยวและช่วงหลังเก็บเกี่ยว เป็นบรรยากาศที่คนเมืองไม่ค่อยได้พบเห็นหรือสัมผัส ซึ่งแหล่งท่องเที่ยววนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบทุ่งนาข้าว อาทิ Rainbow Rice บ้านซาง จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม สวนอาหารชานนท์ สุขใจแลนด์ ชายนามูย่างเกาหลี เป็นต้น



Rainbow Rice บ้านซาง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564



จิม ทอมป์สัน ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2563



สวนอาหารชานนท์ จังหวัดหนองคาย เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2563



สุขใจแลนด์ จังหวัดอุดรธานี เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2564



ชายนามูอย่างเกาหลี จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2563

สถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิตที่ของชาวนา ในบรรยากาศอบอุ่น และบริการแบบเรียบง่ายเป็นกันเองเหมือนคนในครอบครัว ด้วยการนำเสนอวิถีชีวิตเกษตรกร มีการปรับปรุงพื้นที่ให้กลายเป็นสวนและนาข้าวที่มีวิวทิวทัศน์สวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถได้เดินเที่ยวชมนาข้าวได้อย่างใกล้ชิด ช่วงเวลาท่องเที่ยวทุ่งนาเดือน กรกฎาคม – กันยายนของทุกปีจะได้สัมผัสทุ่งนาสีเขียวข่มู่ม การนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนในแบบเรียบง่าย และยังโดดเด่นในเรื่องของท้องทุ่งนาและวิถีชีวิตของชาวนาด้วย นักท่องเที่ยวจะได้พักผ่อนกับธรรมชาติงาม ๆ ของหมู่บ้าน ได้ปั่นจักรยานชมท้องนากว้างใหญ่ สูดอากาศบริสุทธิ์สดชื่นแบบเต็มปอดพร้อมกับกินอาหารพื้นบ้านอร่อย ๆ แบบปลอดสารพิษ นอกจากนี้ ยังได้เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ อีกมากมาย รวมทั้ง การจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้โบราณที่เกี่ยวข้องกับการทำนา บ้านเรือนไทย หอคอยชมนา คอกน้องควาย ร้านค้า ร้านอาหาร ไร่รอต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย

5.1.9 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบนาเกลือ

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบนาเกลือ เป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นหนึ่งเดียวของประเทศไทย ซึ่งเป็นเครื่องปรุงที่ราคาต่ำ แต่เป็นเครื่องปรุงที่ขาดไม่ได้ในครัว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเล็งเห็นความสำคัญของเกลือและต้องการแปรรูปเกลือให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้เที่ยวชมวิถีการทำนาเกลือ รวมทั้งการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเกลือเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เชิงเกษตร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบนาเกลือ อาทิ Salt Lake de Maeklong เป็นต้น



Salt Lake de Maeklong จังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2564

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น คือ Salt Lake De Maeklong (ซอลท์เลค เดอแม็กลอง) คาเฟ่เกลือที่มีไอเดียเก๋ มีความโดดเด่นอยู่ท่ามกลางนาเกลือ ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนพระราม 2 ช่วงสมุทรสงครามฝั่งขาเข้ากรุงเทพ เป็นร้านคาเฟ่เล็กๆ ตกแต่งด้วยโทนสีขาว ให้สัมผัสถึงกองเกลือขาวดูราวภูเขา ลูกเล็ก ๆ เรียงกันเป็นระเบียบ จุดเด่น คือ วิวสวยแปลกเป็นเอกลักษณ์ เพราะอยู่ติดกับนาเกลือที่พื้นนาเป็นน้ำ สะท้อน จากตัวร้านสามารถชมวิวนาเกลือได้ หรือสามารถออกไปถ่ายรูปบนนาเกลือก็ได้

กองเกลือสีขาวดูราวภูเขาลูกเล็ก ๆ เรียงกันกองแล้วกองเล่าอย่างเป็นระเบียบ เป็นภาพที่ดึงดูดความสนใจในสายตาทุกคนที่ได้มีโอกาสขับรถหรือเดินทางผ่านเส้นทางนาเกลือแห่งสมุทรสาคร ซึ่งนาเกลือเป็นสิ่งที่คู่กับจังหวัดสมุทรสาคร เพราะสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีการทำนาเกลือมากที่สุดของประเทศไทย และทาง "ศูนย์เรียนรู้การทำนาเกลือ" ได้จัดทำโครงการเส้นทางสายเกลือขึ้นเพื่อสืบทอดองค์ความรู้การทำนาเกลือ วิถีเกษตรกรรมนาเกลือ และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเกลือให้ก้าวไปสู่ความเป็นสากล เส้นทางสายนาเกลือที่กินอาณาบริเวณตั้งแต่ ตำบลกาหลง ตำบลนาโคก ตำบลบ้านบ่อ ตำบลบางโทรัด ตำบลโคกขาม ตำบลพันท้ายนรสิงห์ และบริเวณ สองข้างทางของถนนสายพระรามที่ 2 จนถึงเขตจังหวัดสมุทรสงคราม จึงเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทาง

ผลิตภัณฑ์เกลือ (Salt Pan Products) ในคาเฟ่เกลือ จะมีทั้งหมด 9 ชนิด ดังนี้

1. ชี้แดดนาเกลือ (หนังหมา) เป็นแดดเกลือ เกิดจากสาหร่ายตะไคร่น้ำ ที่แห้งเกาะเป็นแผ่น หลังระบายน้ำออกจากนาเกลือ ใช้สำหรับเป็นปุ๋ยปรับปรุงดิน มีส่วนเพิ่มรสหวานให้กับผลไม้
2. ดอกเกลือ เป็นเกล็ดลอยในน้ำ ไม่สัมผัสดิน นำไปปรุงอาหารคลีน ทำขนม ต้มซุ๊ป ดีต่อสุขภาพ ให้รสชาติดี เค็มน้อยเจือหวาน โซเดียมต่ำ ใช้ทำเกลือสปา เครื่องสำอางบำรุงผิว
3. เกลือตัวเมีย หรือ เกลือขาว เป็นเกลือเม็ดใหญ่ ไม่มีตะกอนดินเจือปน ราคาดี นำไปปรุงอาหารหมัก ดอง ผัก ปลา ส่วนผสมทำน้ำปลา และ อุสาหกรรม
4. เกลือกลาง เป็นเกลือเม็ดมีตะกอนดินอยู่บ้าง คุณภาพต่ำกว่าเกลือขาว ใช้ล้างผัก หรือ หมัก ดอง ผักปลา
5. เกลือดำ เป็นเกลือที่อยู่ล่างสุด มีดินตะกอนอยู่มาก นำไปปรับสภาพน้ำในบ่อกุ้ง และใส่สำหรับบำรุงพืชให้มีผลผลิตดีขึ้น เช่น ต้นมะพร้าว
6. เกลือตัวผู้ เป็นเกลือมีลักษณะยาวแหลม มีสรรพคุณทางยาแผนโบราณ ใช้ผสมกวาดคอเด็ก ผสมมะนาวแก้อาการไอ เจ็บคอ หรือใช้อุดฟันแก้ปวดฟันได้
7. น้ำเกลือ มีความเค็ม 50-120 ดีกรี ใช้สำหรับเติมน้ำบ่อกุ้ง เพิ่มความเค็ม หรือ อุสาหกรรมอาหาร เช่น กระบวนการทำน้ำเต้าหู้ น้ำปลา
8. ดีเกลือ มีความเค็มมากจนขม ลักษณะคล้ายเข็ม ใช้ทำยาแผนโบราณ ประเภทยาาระบาย เป็นต้น
9. เกลือจืด หรือ ยิปซัม เป็นผลผลิตสุดท้ายของการทำเกลือ เป็นตะกอนคล้ายทรายหยาบ ไม่ละลายน้ำ ใช้ทำปูนปลาสเตอร์ ยาสีฟันชนิดผง และแป้งผัดหรือพอกหน้า

5.1.10 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนมะพร้าว

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนมะพร้าว เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิตของสวนมะพร้าวที่น่าหอม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเสน่ห์ของบรรยากาศต้นมะพร้าวที่มีร่มรื่นในสวนมะพร้าว รวมทั้ง การจัดเตรียมอาหารคาวและหวานที่มีส่วนผสมของมะพร้าว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสทั้งบรรยากาศและอาหาร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนมะพร้าว อาทิ พริ้วหอมคาเฟ่ เป็นต้น



พริ้วหอมคาเฟ่ จังหวัดสมุทรสาคร เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2564

การพัฒนาพื้นที่ทำเกษตรกรรมดั้งเดิมของสวนมะพร้าวให้เป็นการเกษตรเชิงพาณิชย์ และต่อยอดสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ถือเป็น การขยายฐานนักท่องเที่ยวจากกลุ่มผู้บริโภคนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยววิถีเกษตร เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ที่สามารถนำแนวคิดการทำเกษตรผสมผสานมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์เรียนรู้การพัฒนาที่ดินตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงที่พร้อมเปิดโอกาสให้แก่กลุ่มเกษตรกร และผู้สนใจโดยทั่วไปสามารถเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือแบ่งปันประสบการณ์การบำรุงรักษาพันธุ์มะพร้าวที่น่าหอมอย่างไรให้มีคุณภาพ รวมถึงวิธีการต่อยอดทางธุรกิจเพื่อพัฒนาสินค้าทางการเกษตรให้มีมูลค่าที่สูงขึ้นจากการเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจบนรากฐานแห่งเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

ผู้ประกอบการสวนมะพร้าวรุ่นใหม่เล็งเห็นโอกาสที่จะเติบโตในธุรกิจมะพร้าวที่น่าหอม เป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มผู้บริโภครักสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีความมุ่งมั่นที่ต้องการเพิ่มผลผลิตเพื่อส่งมอบมะพร้าวที่น่าหอมคุณภาพดีให้แก่นักท่องเที่ยว จึงใช้กลยุทธ์บริหารสวนด้วยวิถีทำการเกษตรแบบผสมผสาน เน้นเพิ่มพูนความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่โดยสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงเกื้อกูลระหว่างการทำเกษตรอินทรีย์และปศุสัตว์อินทรีย์ควบคู่กันไป ได้แก่ การปลูกพืชแซมมะพร้าว เช่น มะละกอ มะนาว หรือผักสวนครัว การเลี้ยงปลาในร่องสวน ทำฟาร์มกิ้ง การเพาะเลี้ยงแตนเบียนเพื่อใช้กำจัดหนอนหัวดำมะพร้าวแทนการใช้สารเคมี รวมถึงการขุดสระน้ำเพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้ในการเกษตรได้ตลอดทั้งปี นอกเหนือจากความสำเร็จในเติบโตของธุรกิจมะพร้าวแล้ว ยังสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับครอบครัว และชุมชนรอบข้างได้อีกด้วย และเปิดพื้นที่สวนบางส่วนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้เชิงเกษตร โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยม

ชมสวนได้ มีร้านกาแฟน่ารักสไตล์บ้านสวน มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วัตถุดิบสดใหม่จากภายในสวนทั้งสิ้น รวมถึงกิจกรรมต่างๆในสวน

5.1.11 นวัตกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่สูง

นวัตกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่สูง เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคยและเคยสัมผัส ซึ่งเป็นวิธีการปลูกพืชที่มีความเฉพาะของการเพาะปลูกพืชที่สูง สร้างบรรยากาศของสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสอากาศที่สดชื่น โดยการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยที่พักที่มีลักษณะที่แตกต่างและมีความสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว เน้นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังจ่ายสูง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่สูง อาทิ สวนอีเดน นาขั้นบันได เป็นต้น



สวนอีเดน จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564



นาขั้นบันได ในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 16 เมษายน 2564

สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรกร ทดแทนการปลูกฝิ่น สถานีวิจัยแห่งแรกของโครงการหลวงอยู่บนเทือกเขาแดนลาว ตำบลแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สถานีเกษตรหลวงอ่างขางสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดู แต่ฤดูที่สวยงามและน่าเที่ยวที่สุดคงไม่พ้นฤดูหนาว อ่างขาง มีอะไรน่าเที่ยว อันดับแรกคือ การได้มาสัมผัสกับอากาศหนาวชมแปลงดอกไม้และพืชผักเมืองหนาวอันสวยงามภายในสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และดื่มด่ำกับสถานที่ท่องเที่ยวรอบนอกโครงการหลวง ได้แก่ ชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นและทะเล

หมอกยามเช้าที่จุดชมวิวฐานปฏิบัติการดอยอ่างขาง ดอยม่อนสน ชมความงดงามของไร่สตอเบอรี่บ้านนอแลที่จะให้ผลผลิตในช่วงปลายเดือนธันวาคม - กุมภาพันธ์

สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ เป็นการศึกษาไม้ดอกไม้ประดับชนิดต่าง ๆ การพัฒนาและส่งเสริมปลูกพืชเขตหนาวแก่เกษตรกรชาวเขาในหมู่บ้านบริเวณดอยอินทนนท์ เพื่อพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สร้างรายได้ที่มั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นชุมชนชาวเขาบริเวณดอยอินทนนท์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การอนุรักษ์และฟื้นฟูหัตถกรรมชนเผ่า รวมไปถึงการรวมกลุ่มจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ ตลอดจนการเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรที่สูงแก่นักเรียน นักศึกษา เกษตรกร และผู้สนใจทั่วไป มีพรรณไม้ที่ปลูกมากที่สุดคือเบญจมาศ นอกจากนี้ยังมีโครงการวิจัยสตอเบอรี่ โครงการศึกษาและรวบรวมพันธุ์เฟินชนิดต่างๆ โครงการวิจัยกาแฟ โครงการวิจัยไม้ผล และยังเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงพันธุ์ปลาเทร้าต์สายรุ้ง

โครงการหลวงวัดจันทร์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพท่ามกลางธรรมชาติสวยงามของป่าสนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ยังสามารถท่องเที่ยวเชิงเกษตรชมแปลงผักภายในศูนย์รวมทั้งเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่นท่องเที่ยวชมนาข้าวขั้นบันไดได้ที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงที่หมู่บ้านห้วยฮ่อม และด้วยธรรมชาติอันอุดมงามและไมตรีจิตของชาวพื้นถิ่นทั้งหมดนี้จะยังคงตราตรึงอยู่ในความประทับใจของผู้ที่ได้ไปเยือนตราบนานเท่านาน

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอีกหนึ่งแห่งที่เกิดจากน้ำพระทัยและพระวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงพระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นแหล่งพัฒนาสาธิตส่งเสริมการเพาะเห็ดหอมและกาแฟให้เป็นอาชีพเสริมให้แก่ราษฎรอีกหนึ่งสิ่งที่โดดเด่นของโครงการหลวงตีนตก คือ การได้มานอนพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติสุดอากาศบริสุทธิ์ที่บ้านพักของโครงการฯ ซึ่งสะดวกสบายตั้งอยู่แวดล้อมด้วยภูเขาและต้นไม้เขียวขจี มีลำธารไหลผ่านด้านหน้า อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี มีร้านอาหารให้บริการวัตถุดิบจากโครงการหลวง โดยเฉพาะผักปลอดสารพิษที่สดกรอบอร่อย นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางไปท่องเที่ยว หมู่บ้านแม่กำปอง ถ้ำเมืองออน น้ำพุร้อนสันกำแพง ซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลกัน

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางอุ๋ง จังหวัดเชียงใหม่ มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น ชมทะเลหมอกและพระอาทิตย์ขึ้นในยามเช้าสามารถชมได้จากด้านหน้าทางเข้าโครงการฯ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรชมแปลงปลูกอะโวคาโด ไร่สตอเบอรี่ มะเขือเทศ กะหล่ำปลี ฯลฯ ชมแปลงสาธิตองุ่นไร้เมล็ด มาเที่ยวที่โครงการหลวงปางอุ๋งต้องเรียกได้ว่า ครบ สนุก เพลิดเพลินไปกับความบริสุทธิ์และสวยงามของธรรมชาติ

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนแปะ จังหวัดเชียงใหม่ มีธรรมชาติที่แสนบริสุทธิ์ บรรยากาศเงียบสงบเหมาะสำหรับมาเที่ยวพักผ่อน มีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายจุด แต่จุดท่องเที่ยวหลัก ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นไฮไลต์ของการมาเที่ยวโครงการหลวงขุนแปะ คือ การไปชมนาขั้นบันได ระหว่างทางและรอบโครงการหลวง ฯ ชมแปลงปลูกพืชสมุนไพรภายในศูนย์ฯ นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งจะเน้นกิจกรรมการเที่ยวชมแปลงส่งเสริมผลผลิต เช่น ดอกไฮเดรนเยีย ซึ่งโครงการหลวงขุนแปะมีพื้นที่ปลูกดอกไฮเดรนเยียมากที่สุดของ

โครงการหลวงทั้งหมดในหน้าหนาวสามารถชมแปลงลูกพลับ อะโวคาโด สมุนไพร และพีชไร้ รวมไปถึงการได้ชมวิถีชีวิตชาวเขาเผ่าม้งและปะกาเกอญอในหมู่บ้าน

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงม่อนเงาะ จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนภูเขามองเห็นวิวทิวทัศน์ของภูเขา สลับและหมู่บ้านของสมาชิกในชุมชนซึ่งซ่อนตัวอยู่ในความเขียวชอุ่มของหุบเขา ในตอนเช้าบริเวณหน้าบ้านพัก จะมีหมอกบางลอยคลอเคลียกับภูเขาเป็นภาพแห่งธรรมชาติที่แสนงดงาม กิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก คือ ชมหมอกสุดอลังการที่จุดชมวิวดอยม่อนเงาะ เทียวไร่ชาลุงเดชไร่ชาที่ปลูกชาชั้นบันไดลดหลั่นไปตามเชิงเขา ชมแปลงส่งเสริมผลผลิตตามฤดูกาลของโครงการหลวง ชมแปลงกล้วยไม้ซิมบิเดียมขนาดใหญ่หลากหลายสีสัน

5.1.12 นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พัก

นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พัก เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ผสมผสานนวัตกรรมการเกษตรและที่พักที่มีที่พักที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเน้นที่พักให้นักท่องเที่ยวเก็บบรรยากาศการเข้าพักในระหว่างการท่องเที่ยว โดยที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเป็นที่พักที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากรูปแบบเดิม ๆ จากอดีต รวมถึง การทำสถาปัตยกรรมด้านที่พักมาสร้างสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พัก อาทิ ฟาร์มพสุธารา สกาดดีโฮมสเตย์ เดอะลอฟเบอร์รี่สวนผึ้ง ตูบนาโฮมสเตย์ สวนอีเดนรีสอร์ท เป็นต้น



ฟาร์มพสุธารา จังหวัดราชบุรี เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2564



สกาดดีโฮมสเตย์ จังหวัดน่าน เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2564



เดอะ ลอฟ เบอร์รี่ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2564



ตูปนา โฮมสเตย์ จังหวัดน่าน เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2564



สวนอีเดน รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พัก เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวคนเมืองเริ่มโหยหาธรรมชาติ มองหาชีวิตแบบเรียบง่าย อยาหนีมลภาวะและความวุ่นวายจากเมืองหลวง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นตัวเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะนอกจากจะได้เปลี่ยนบรรยากาศในการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังได้เรียนรู้วิถีด้านเกษตรกรรม และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งที่พักแบบฟาร์มสเตย์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเปิดประสบการณ์การใช้ชีวิตแบบ Back to Basic

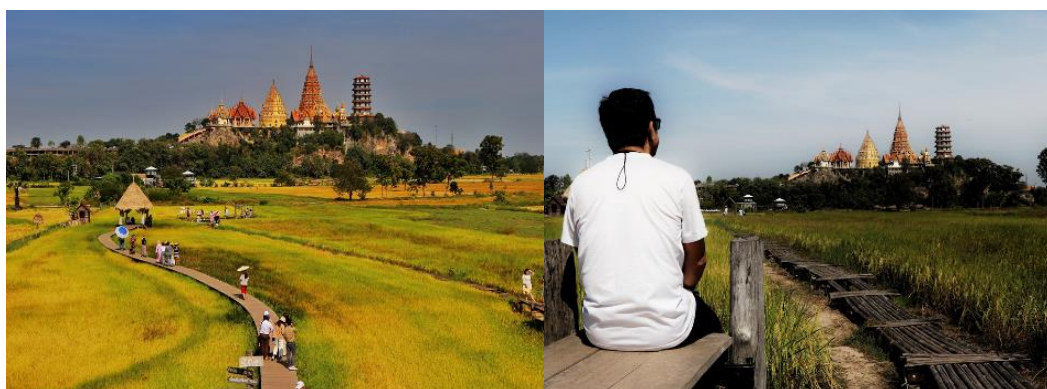
ฟาร์มสเตย์ คือ ที่พักที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ธรรมชาติ ได้กินอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารที่ทำจากวัตถุดิบในฟาร์มสเตย์ และนักท่องเที่ยวจะได้ปลูกและกินผักสลัดออแกนิกสด ๆ มีกิจกรรม

ต่างๆ เช่น การทำสบู่ แชมพูที่มาจากส่วนผสมธรรมชาติ และที่สำคัญคือการเรียนรู้วิถีเกษตรอินทรีย์ยั่งยืน ชม โรงเพาะขนาดยักษ์ ชมสวนสมุนไพร และอีกมากมาย เช่น บ้านไร่โออรรณ จังหวัดระนอง เป็นที่พักฟาร์มสเตย์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่พักท่ามกลางธรรมชาติแวดล้อมไปด้วยต้นไม้ใบหญ้า และพืชพรรณนานาชนิดที่ เจ้าของบ้านเพาะปลูกไว้ บ้านไร่โออรรณแบ่งออกเป็น 2 โซน สำหรับโซนแรก คือร้านขายสินค้าทางการเกษตร และร้านอาหาร โซนที่สอง คือบ้านพัก ซึ่งเป็นมิมิบรรยากาศที่ดึงดูดความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ที่พักฟาร์มสเตย์แบบวิวทุ่งนา ได้ใช้ชีวิตแบบโลคอล เรียนรู้วิถีการปลูกข้าวโดยใช้หลักเกษตรอินทรีย์ อิ่มเอมกับอาหารพื้นเมือง เดินเล่นชมไร่ เก็บไข่ เก็บเห็ด ทำสปาสมุนไพร อยู่กับธรรมชาติในบรรยากาศที่สงบ ประสบการณ์ที่หาไม่ได้ในเมืองหลวง

5.1.13 นวัตกรรมการท่องเที่ยวผสมผสานเชิงจิตวิญญาณ

นวัตกรรมการท่องเที่ยวผสมผสานเชิงจิตวิญญาณ เป็นการจัดการสถานที่ที่เน้นจิตสัมผัส ซึ่งเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มต้องการสัมผัสสิ่งที่ทำให้รู้สึกจิตใจมีความผ่อนคลาย เพื่อให้เกิดพลังทางใจในการทำงานวันใหม่ เป็นการท่องเที่ยวทางจิตใจที่เกิดจากความศรัทธาทั้งที่ศรัทธาทางศาสนาและไม่ใช่ศาสนา โดย นักท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณเป็นสำคัญ แต่ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมการท่องเที่ยวผสมผสานเชิงจิตวิญญาณ อาทิ มีนาคาเฟ่ เป็นต้น



มีนาคาเฟ่ จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2563

การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ มีลักษณะในการท่องเที่ยวตามความเชื่อ โดยมีการเชื่อมโยงความเชื่อ กับศาสนา ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญ ร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ และเพื่อยกระดับทางจิต วิญญาณ หรือเป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางศาสนา และสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ที่มาจากความเชื่อ ความชื่นชอบ และความศรัทธา ซึ่งไม่ใช่เฉพาะทางด้านศาสนาเพียงอย่างเดียว แต่จะรวมไปถึงทางด้านศิลปะ สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์ และสถานที่ของบรรพบุรุษหรือถิ่นกำเนิดดั้งเดิม ซึ่งกรณีนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมชมอาจไม่ได้นับถือศาสนานั้น ๆ เป็นแต่เพียงความสนใจ เช่น การทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ทัวร์เดินทาง สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการทำบุญในสถานที่ต่าง ๆ เช่น งานบุญบั้งไฟ พญานาค และงานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น

มีนาคาเฟ่ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเดินทางมาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดถ้ำเสือ และได้มานั่งจิบกาแฟในศาลากลางทุ่งนา พร้อมสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติที่มองไปสองข้างก็มีแต่

ความเขียวชอุ่มของทุ่งนา ทุ่งนาสีเขียวขจีโอบล้อม มองไปไกลสุดลูกหูลูกตา ความเขียวชอุ่มสดชื่น มีกระท่อมศาลาเล็กๆกลางนาให้ได้มานั่งชิล นอนบนเปลริมหุ้งนา นั่งห้อยขาหรือบนตาข่ายริมหุ้งนา ได้ใกล้ชิดความเขียวชอุ่ม มีมุมให้ถ่ายรูปมากมาย เพราะนอกจากศาลากลางนา ยังมีสะพานไม้ไผ่ที่สามารถเดินทอดยาวไปถึงกลางทุ่งนาด้านหลังเป็นวัดถ้ำเสือที่ตั้งอยู่บนเขา ซึ่งถือว่าเป็นจุดไฮไลท์ของการถ่ายรูป แต่ที่นี่ไม่ได้มีดีแค่เครื่องตีม และวิวทุ่งนาเท่านั้น ยังมีก๋วยเตี๋ยวลดต้มยำ และข้าวกะเพราะสุดอรรอย ซึ่งก็สามารถนั่งห้อยขาริมทุ่งได้

5.1.14 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนสตอเบอร์รี่

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนสตอเบอร์รี่ เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้วิถีการเพาะปลูกสตอเบอร์รี่เป็นสำคัญ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสผลสตอเบอร์รี่จากต้น ได้เลือกเก็บตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยววนนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบสวนสตอเบอร์รี่ อาทิ ไร่สตอเบอร์รี่ โอเค เป็นต้น



ไร่สตอเบอร์รี่ โอเค จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2563

“สตอเบอร์รี่” ถือเป็นผลไม้ชนิดแรกๆ ที่มีการนำเข้ามาขยายพันธุ์เพื่อปลูกทดลอง และส่งเสริมเกษตรกรในที่สูง ทดแทนฝืนและการทำไร่เลื่อนลอยของชาวเขาเผ่าต่างๆ ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และเนื่องจากเป็นผลไม้ที่ได้รับพระราชทานพันธุ์มาเพื่อการวิจัยปรับปรุงพันธุ์ และเสาะหาพันธุ์ที่เหมาะสมต่อสภาพพื้นที่และภูมิอากาศของประเทศไทย การตั้งชื่อนำหน้าพันธุ์ที่ได้จากทุกงานวิจัยจึงใช้ชื่อว่า “พันธุ์พระราชทาน” แล้วจึงตามด้วยหมายเลขพันธุ์หรือหมายเลขแปลงสำหรับการพัฒนาสายพันธุ์สตอเบอร์รี่นั้นต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 5 ปี จึงจะพัฒนาได้ 1 สายพันธุ์ และปัจจุบัน สายพันธุ์ที่กำลังมีการส่งเสริม คือ สายพันธุ์พระราชทาน 60 และ 80 ซึ่งมีข้อแตกต่างคือ พันธุ์พระราชทาน 60 จะให้ผลผลิตต่อไร่ดีกว่า ส่วนพันธุ์พระราชทาน 80 จะให้สีและรสชาติดีกว่า “สตอเบอร์รี่ พันธุ์พระราชทาน 80” เป็นสตอเบอร์รี่พันธุ์ที่กำลังเป็นที่นิยม

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นไร่สตอเบอร์รี่จะอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถลงมากับกันสด ๆ ในแปลง รวมถึงมีบริการร้านอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้ให้นักท่องเที่ยวได้มาใช้บริการกันอีกด้วย ทั้งนี้ มีการขยายพื้นที่แปลงสตอเบอร์รี่ให้มากขึ้น พร้อมขยายทั้งบ้านพัก เพื่อให้รองรับกับนักท่องเที่ยวที่ ทำให้นักท่องเที่ยวได้

สัมผัสบรรยากาศที่สวยงามและเป็นธรรมชาติ ภายในไร่สตรอเบอร์รี่ มีการวางแผนสตรอเบอร์รี่เน้นเรื่องความสวยงามเป็นหลัก

5.1.15 นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว

นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการนำเทคนิคการเพาะปลูกและการตกแต่งสถานที่ มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่มีการจำกัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น กาดมะพร้าวที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่จำลองสวนมะพร้าวจากอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อจัดการท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ กาดมะพร้าว เป็นต้น



กาดมะพร้าว อัมพวา จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 13 เมษายน 2564

แหล่งท่องเที่ยวเมืองจำลอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รวบรวมสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มารวมอยู่ในสถานที่เดียวกัน โดยจำลองสถานที่แบบย่อส่วน เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เรียนรู้วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศไทย เมืองจำลอง มีความสนใจ งานศิลปกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว อีกทั้งยังได้มีโอกาสเดินทาง ไปทำธุรกิจ และทำท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ในหลายประเทศ

5.2 ตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การวิจัย เรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19” คณะผู้วิจัยได้จำลองเสมือนเป็นนักท่องเที่ยว โดยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสื่อโซเชียลมีเดีย และการวิจัยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยใช้ 6 จังหวัดตามภูมิภาคในประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง และเชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระจายรายได้อย่างแท้จริง ดังนี้

5.2.1 ภาคเหนือ

หากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคู่รักหรือเพื่อนสนิท จำนวน 2-4 คน ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ในช่วงวันหยุดยาวนักชัตฤกษ์ เป็นเวลา 3 วัน 2 คืน โดยเริ่มเดินทางจากกรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้

Day:1

- 07.00 น. เดินทางโดยเครื่องบิน สายการบินชั้นประหยัด
- 08.30 น. ถึงสนามบินจังหวัดน่าน พร้อมทั้งเช่ารถยนต์ใช้ในการท่องเที่ยว
- 09.00 น. รับประทานอาหารเช้า ณ ข้าวซอยที่ต้นน้ำ
- 10.00 น. แวะไหว้ พระ ขอพร เทียวชมความงดงามของภาพจิตรกรรมฝาผนัง และถ่ายรูป มุมยอดฮิตคู่กับภาพไฮไลท์ “ปูม่านย่าม่าน” หรือ ภาพกระซิบรักบันลือโลก ณ วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน
- 12.00 น. แวะจิบช็อกโกแลตอุ่น ๆ ชมวิวยอดดอยภูคา ร่วมทำกิจกรรมการทำช็อกโกแลต จากต้นโกโก้ที่ปลูกแบบอินทรีย์ มาตรฐาน Earthsafe อินทรีย์วิถีไทย พร้อมทั้ง รับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านช็อกโกแลต Cocoa Valley จังหวัดน่าน
- 13.30 น. แวะเที่ยวชม เรียนรู้การทำนาร่วมกับชาวบ้านได้ และชุดชาวไทลื้อให้เข้าใจ ถ่ายรูปสวย ๆ กลมกลืนเป็นชาวบ้านไทลื้อ ณ ฟาร์มสเตย์โรงเรียนชานา อำเภอบัว จังหวัดน่าน
- 14.30 น. แวะจิบกาแฟ และจิบบรรยากาศสไตล์ไทลื้อพื้นบ้าน นั่งเล่น นอนเล่น รับลมเย็น มองดูวิวนาข้าวและขุนเขาที่อยู่เบื้องหน้า พร้อมถ่ายภาพเช็คอินเก๋ เก๋ ยิ่งกระท่อมปลายนา ณ ร้านกาแฟบ้านไทลื้อ อำเภอบัว จังหวัดน่าน
- 16.00 น. เข้าที่พักในบรรยากาศที่เย็นสบายตลอดปี และได้ชมวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน สัมผัสเสน่ห์ของวิถีชาวบ้าน ณ สกาดี โฮมสเตย์ อำเภอบัว จังหวัดน่าน
- 18.00 น. รับประทานอาหารเย็น เป็นอาหารพื้นเมือง อยู่ในรูปแบบของขันโตก

Day:2

- 08.00 น. เดินทางออกที่พัก
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 14.00 น. แวะเที่ยวชมสวนองุ่น เป็นสวนองุ่นไร่เมล็ดที่เปิดให้ นักท่องเที่ยวได้เข้าชม ถ่ายรูป และสามารถเก็บผลองุ่นสดๆ กลับบ้านได้ ณ สวนองุ่นอีเดน อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่

- 16.00 น. เข้าที่พัก บรรยากาศน่ารัก ดีไซน์สุดเท่ ที่ให้กลิ่นอายถึงวิถีชีวิตของชาวม้งเต็มไป
ด้วยธรรมชาติที่สวยงามและความอบอุ่น
ณ ม่อนม้ง โฮมสเตย์ อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่
- 18.00 น. รับประทานอาหารเย็น พักผ่อนตามอัธยาศัย

Day:3

- 09.00 น. ออกจากที่พัก
- 10.00 น. แวะเที่ยวชมสวนสตอเบอร์รี่อินทรีย์ 100% เก็บสตอเบอร์รี่เองได้ มีผลิตภัณฑ์
แปรรูปจากสตอเบอร์รี่มากมาย เช่น ไวน์สตอเบอร์รี่ แยมเนื้อสตอเบอร์รี่ สตอเบอร์
รี่อบแห้ง เป็นต้น
ณ สวนดอยแก้ว อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. แวะเที่ยวชมฟาร์มแมล่อน ฟาร์มผักอแกนิก และจิบกาแฟ
ณ Rim Farm Little Space อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่
- 14.00 น. เดินทางถึงท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่
- 17.30 น. เดินทางถึงสนามบินดอนเมือง

5.2.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเพื่อนบริษัทและครอบครัว จำนวน 5-6 คน ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว
เพื่อพักผ่อน ในช่วงวันหยุดยาวนักชดถุกซ์ เป็นเวลา 3 วัน 2 คืน โดยเริ่มเดินทางจากกรุงเทพมหานคร
สามารถท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้

Day:1

- 07.00 น. เดินทางออกจากกรุงเทพฯ โดยเครื่องบิน สายการบินชั้นประหยัด
ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 08.30 น. เดินทางถึง สนามบินอุดรธานี หลังจากรับกระเป๋าเดินทางเรียบร้อยแล้ว ออก
เดินทางท่องเที่ยวโดยรถเช่า มุ่งหน้ายัง จังหวัดหนองคาย
- 10.00 น. ถึงสถานที่ท่องเที่ยววังบัวแดง หนองน้ำธรรมชาติขนาด 2,000 ไร่ ปกคลุมด้วยบัว
สายสีแสดอมชมพูบานสะพรั่ง
ณ ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ วังบัวแดง จังหวัดหนองคาย
- 12.00 น. ทานอาหารกลางวันที่ร้านอาหารกลางทุ่งนาข้าวและสวนดอกไม้สดชื่น สบายตา
กับความเขียวขจีของธรรมชาติ
ณ ร้าน ชานนท์ @Cha-nont จังหวัดหนองคาย
- 13.00 น. เดินทางท่องเที่ยวต่อยังไร่วิทยานินทผลัม เป็นสวนอินทผลัมแห่งแรกและเป็นสวน
อินทผลัมที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดหนองคาย พื้นที่ 200 ไร่ มีอินทผลัมกว่า 350 ต้น
ณ ไร่วิทยานินทผลัม จังหวัดหนองคาย

- 14.30 น. พักจิบกาแฟที่ร้านอาหารในสวนสไตส์ธรรมชาติ
ณ ญารินดา ฟาร์มสเตย์ บาร์ แอนด์ เรสเตอรอง จังหวัดอุดรธานี
- 15.00 น. ถึงสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำเพื่อการเกษตร การประมง เป็นสถานที่ท่องเที่ยว
เหมาะสำหรับล่องแพ ตกปลา ชมวิวทิวทัศน์
ณ อ่างเก็บน้ำห้วยหลวง จังหวัดอุดรธานี
- 17.30 น. ทานอาหารเย็นร้านอาหารเวียดนามต้นตำรับแหนมเมืองแห่งอุดรธานี
ณ ร้านอาหารวีที แหนมเมือง จังหวัดอุดรธานี
- 19.00 น. เข้าพักที่ฟ้าหลวงรีสอร์ท จังหวัดอุดรธานี

Day 2:

- 08.30 น. เดินทางออกจากที่พัก
- 09.00 น. ท่องเที่ยวที่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีเกษตรกรปลูกไม้ดอกไม้ประดับ
หลากหลายพันธุ์ เช่น เบญจมาศ ดาวเรือง ดอกพุด คัตเตอร์ กุหลาบ เป็นต้น
ณ สวนสิทธิกร บ้านห้วยสำราญ จังหวัดอุดรธานี
- 11.30 น. ถึงสถานที่ท่องเที่ยวเดินชมสวนที่มีการจัดผสมผสานกับร้านอาหาร บรรยากาศ
ร่มรื่น ร้านค้าตกแต่งด้วยวัสดุธรรมชาติ
ณ ตลาดกอไม้ สวนไผ่ธารสุข จังหวัดอุดรธานี
- 12.00 น. ทานอาหารกลางวันร้านอาหารเก่าแก่ของจังหวัดอุดรธานี
ณ ร้านอาหารแม่หย้า จังหวัดอุดรธานี
- 13.00 น. เดินทางไปยังท่าอากาศยานอุดรธานีเพื่อเดินทางกลับ โดยเครื่องบิน สายการบิน
ชั้นประหยัด สู่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 16.30 น. ถึงท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

5.2.3 ภาคกลาง

หากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและเป็นเพื่อนกันสมัยเรียนมัธยม จำนวน 4 คน
ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เป็นเวลา 2 วัน 1 คืน โดยเริ่มเดินทางจาก
กรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้

Day:1

- 09.00 น. เดินทางออกจากกรุงเทพมหานคร
- 10.00 น. แวะเที่ยวชมสวนมะพร้าวน้ำหอม และรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่มี
ส่วนผสมมะพร้าวน้ำหอม เพื่อผ่อนคลายความเมื่อยล้าและความตึงเครียด
ณ ร้านพร้าวหอมคาเฟ่ จังหวัดสมุทรสาคร

- 12.30 น. แวะเที่ยวถ่ายภาพเก็บบรรยากาศสวนเมล่อน ฟาร์มสไตล์ญี่ปุ่น พร้อมแวะ
รับประทานอาหารและทานผลไม้ให้ความสดชื่นให้กับร่างกาย
ณ โรงเรือนเมล่อน ฟาร์มสไตล์ญี่ปุ่น จังหวัดราชบุรี
- 15.30 น. แวะเที่ยวชมฟาร์มและให้อาหารสัตว์นานาชนิด กลางวัน หลากหลายสไตล์ทั้ง
สูตรเฉพาะ ร้านขายของที่ระลึก สินค้าตกแต่งบ้าน สินค้าท้องถิ่นที่มีคุณภาพ
ณ The Scenery vintage Farm จังหวัดราชบุรี
- 18.00 น. เข้าที่พักในบรรยากาศผสมผสานวิถีชีวิตท้องถิ่นและที่พักมีสไตล์
ณ เดอะ ลอฟ เบอรี่ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

Day:1

- 09.00 น. เดินทางออกที่พัก
- 09.30 น. แวะเที่ยวเก็บภาพสวนผักอินทรีย์และซื้อของฝากจากฟาร์มที่สดใหม่
ณ ฟาร์มพสุธารา จังหวัดราชบุรี
- 12.00 น. แวะเที่ยวนาเกลือหนึ่งเดียวในประเทศไทยที่มีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม
ชมบรรยากาศการทำนาเกลือแบบใกล้ชิด รับสารไอโอดีนที่เป็นประโยชน์ต่อ
ผิวหนัง พร้อมรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสูตรเฉพาะ
ณ Salt Lake de Maeklong จังหวัดสมุทรสงคราม
- 14.00 น. แวะเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตรการทำน้ำตาลมะพร้าว
ณ เตาตาลมิตรปรีชา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 15.30 น. เดินทางกลับกรุงเทพมหานคร

5.2.4 ภาคตะวันออก

หากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มพนักงานบริษัท ประมาณ 20 คน ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในวัน
เสาร์และวันอาทิตย์ เป็นเวลา 2 วัน 1 คืน โดยเริ่มเดินทางจากกรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวตาม
โปรแกรมการท่องเที่ยวนี้

Day:1

- 08.00 น. เดินทางออกจากกรุงเทพมหานคร
- 11.00 น. แวะเที่ยวชมโบสถ์สวยสีน้ำเงินขาว ณ วัดปากน้ำแจ่มหนุ จังหวัดจันทบุรี
- 12.00 น. เดินทางเข้าพักเป็นบ้านพักสไตล์โฮมสเตย์แท้ๆ พร้อมรับประทานอาหารกลาง
วันที่โฮมสเตย์ได้จัดเตรียมไว้ให้
ณ ชาหย่าง โฮมสเตย์ อำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี
- 14.00 น. ทำกิจกรรมล่องแพเปียก ชมเหยี่ยวแดง ให้อาหารเหยี่ยว พร้อมกระโดดน้ำ
- 16.00 น. กลับที่พัก อาบน้ำ พักผ่อนตามอัธยาศัย
- 18.00 น. รับประทานอาหารเย็น บุฟเฟ่ต์ซีฟู้ด

Day:2

- 09.00 น. เดินทางออกจากที่พัก
- 09.30 น. แวะเที่ยวชมวิถีของชาวประมงที่ออกไปหาปลา และการทำอาหารทะเลแปรรูป
- 11.00 น. แวะเที่ยวสวนผลไม้ที่ประสบผลสำเร็จจากการที่เรียนรู้ต่อยอดจากเกษตรเชิงเดี่ยว มีสวนผลไม้เนื้อที่กว่า 30 ไร่ ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม
ณ สวนผลไม้ธรรมเจริญ อำเภอมืองระยอง จังหวัดระยอง
- 12.00 น. เดินทางกลับกรุงเทพมหานคร

5.2.5 ภาคตะวันตก

หากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มครอบครัวและเพื่อน จำนวน 4-5 คน ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เป็นเวลา 2 วัน 1 คืน โดยเริ่มเดินทางจากกรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้

Day:1

- 09.00 น. เดินทางออกจากกรุงเทพมหานคร
- 11.30 น. แวะเที่ยวชมฟาร์มและให้อาหารสัตว์นานาชนิด พร้อมแวะรับประทานอาหารกลางวัน หลากหลายสไตล์ทั้งสูตรเฉพาะและอาหารนานาชาติ
ณ Moo Maa farm & cafe จังหวัดกาญจนบุรี
- 13.00 น. แวะชมสวนหรือไร่มาเป็นห้องเรียน มีกิจกรรมห้องเรียนกลางสวนเป็นกิจกรรมเกิดขึ้นในสวนของพี่น้องเกษตรกร เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มตามนโยบาย 4.0
ณ ไร่คุณชาย อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
- 16.00 น. เข้าที่พักที่ล้อมรอบไปด้วยต้นไม้ ป่าเขา สายน้ำ เป็นที่พักที่เหมาะสมกับการมาปล่อยกาย ปล่อยใจพักผ่อนในธรรมชาติอันสวยงาม มีกิจกรรมเล่นน้ำ ล่องแพเปียก
ณ ไทรโยควิว รีสอร์ท อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
- 18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

Day:2

- 09.00 น. ออกจากที่พัก
- 10.00 น. แวะเที่ยวชมไร่ที่เป็นแหล่งผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตการเกษตรปลอดภัย และเรียนรู้กิจกรรมการเกษตร
ณ ไร่คุณมน อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. แวะเที่ยวชมสวนกล้วยไม้หลากหลายสายพันธุ์ พร้อมโรงเรือนเพาะต้นกล้วยไม้
ณ สวนกล้วยไม้ลุงหงวน อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี
- 15.00 น. เดินทางกลับกรุงเทพมหานคร

5.2.6 ภาคใต้

หากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มเพื่อน จำนวน 4-5 คน ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เป็นเวลา 2 วัน 1 คืน โดยเริ่มเดินทางจากกรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้

Day:1

- 08.00 น. เดินทางออกจากกรุงเทพมหานคร โดยเครื่องบิน สายการบินชั้นประหยัด
- 09.30 น. ถึงท่าอากาศยานนานาชาติกระบี่ พร้อมทั้งเช่ารถยนต์
- 11.00 น. เดินทางเข้าพักสไตล์วินเทจ ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน
ณ ลานเล โฮมสเตย์ (Lanlay Homestay) อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. ออกเดินทางไปกระชังกลางทะเล ไปสัมผัสบรรยากาศชาวเล กลางทะเลอ่าวลึก
มีกิจกรรมตกปลา ตกหมึก เล่นน้ำ
ณ ชายทะเลอ่าวลึก จังหวัดกระบี่
- 17.00 น. รับประทานอาหารเย็น บนกระชังกลางทะเล อาหารทะเลสด ๆ จากกระชังปลา
มีกุ้งล็อบสเตอร์ ปูทะเล
- 18.00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย นอนค้างคืนที่กระชังกลางทะเล เปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้าให้ใช้ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

Day:2

- 09.00 น. กลับขึ้นฝั่ง รับประทานอาหารเช้า
- 10.00 น. ออกจากที่พัก
- 10.30 น. แวะเยี่ยมชมชุมชนแหลมสัก พร้อมทั้งร่วมกิจกรรม ได้แก่ ชมป่าโกงกาง เรียนรู้
ความอุดมสมบูรณ์ของป่า ชมวิถีชีวิตชาวเล ชมการเลี้ยงสาหร่ายพวงองุ่น
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. เดินทางไปท่าอากาศยานนานาชาติ กระบี่
- 14.30 น. เดินทางถึงสนามบินดอนเมือง

บทที่ 6

สรุปผล ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และแนวทางการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ

การวิจัย เรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19” เป็นการวิจัย โดยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามสำหรับการวิจัย เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 600 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ใช้สถิติ t-test (Independent Samples Test) สถิติ F-Test (One-way ANOVA) โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนหลัก คือ การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล และการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1 เพศ พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ โดยภาพรวม พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 อายุ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ในภาพรวม พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันใน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Sig.=0.027) และ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.000) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ ดังนี้

1.2.1 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 41-50 ปี

1.2.2 ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า อายุมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี

1.2.3 ภาพรวม พบว่า อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 20-30 ปี มีระดับความคิดเห็นต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี

1.3 อาชีพ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล อาชีพ ในภาพรวม พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.042) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ่ พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

1.4 รายได้ต่อเดือน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้ต่อเดือน ในภาพรวม พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=0.042) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ่ พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1 การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเคยมาเยือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในภาพรวม พบว่าระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.002) ส่วนด้านอื่นมีความคิด

เห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ่ พบว่า ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ระยะเวลา 1-2 วัน มีความคิดเห็นมากกว่า ระยะเวลา 3-4 วัน

2.4 จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง ในภาพรวม พบว่าจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig.=0.001) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ (Sig.=0.001) โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน (Sig.=0.004) ส่วนด้านอื่นมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ่ ดังนี้

2.4.1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 1,000-2,000 บาท และ 4,001 บาทขึ้นไป

2.4.2 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 1,000-2,000 บาท

2.4.3 ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้โดยรวม พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ 2,001-3,000 บาท มีความคิดเห็นน้อยกว่า 3,001-4,000 บาท

2.4.4 ภาพรวม พบว่า จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า 4,001 บาทขึ้นไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.52$ S.D.=0.45) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ($\bar{X}=4.56$ S.D.=0.56) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการเข้าถึงได้โดยง่าย ($\bar{X}=4.37$ S.D.=0.72) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูลและความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน) ($\bar{X}=4.55$ S.D.=0.57) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่

ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร ($\bar{X}=4.60$ S.D.=0.57) ด้านความตั้งใจ ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ($\bar{X}=4.47$ S.D.=0.61) ความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับ พอใจมาก การจัดระดับสิ่งที่คาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่นเป็นลำดับที่หนึ่ง

6.1.2 องค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการทบทวนข้อมูลด้านเอกสาร ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีการทบทวนข้อมูลนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ได้ข้อมูลองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลเพื่อการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาและนักวิชาการ และเพื่อการเป็นยกระดับและมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 มีองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

1. ความรู้ทางการเกษตรทั้งพืชและสัตว์ เป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ทั้งในท้องถิ่นที่เป็นลักษณะเฉพาะของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นความรู้เกี่ยวกับการปลูกพืช การขยายพันธุ์พืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง และการทำเกษตรด้านอื่น ๆ

2. ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีทางการเกษตร เป็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งเทคโนโลยีการขยายพันธุ์พืช การปลูกพืชเศรษฐกิจที่เป็นที่นิยมของกลุ่มการเกษตร การเลี้ยงด้วยวิธีการทางเทคโนโลยีที่มีความแตกต่างจากวิธีการดั้งเดิม รวมถึง เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เป็นวิธีการเก็บรักษาพันธุ์พืช การเก็บพืชและสัตว์ให้สดใหม่ และวิธีการเก็บรักษาอื่น ๆ ตามความนิยมของผู้บริโภค และระยะเวลาการเก็บรักษาความสดใหม่ รวมถึง ความรู้ทางการจัดการกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว ที่ต้องปรับปรุงและเปลี่ยนวิธีด้านการประชาสัมพันธ์และการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

3. ความรู้ทางด้านศิลปะและภูมิสถาปัตยกรรม เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ทางด้านเทคโนโลยีที่มีการผสมผสานระหว่างศิลปะกับภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อสร้างและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวในพื้นที่และนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ บางสถานที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำ เพราะความชื่นชอบในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสถาปัตยกรรมของสถานที่ท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีมุมมองภาพที่แตกต่างจากการเดินทางมาในครั้งก่อน อีกทั้ง ศิลปะช่วยเสริมสร้างจินตนาการให้กับนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผ่อนคลายในการท่องเที่ยว อีกด้วย

4. ความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมบริการทั้งการท่องเที่ยวและที่พัก เป็นการจัดการความรู้ที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมบริการทั้งธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและธุรกิจด้านที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละสถานที่มีความแตกต่างทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การเตรียมความพร้อมด้านอุตสาหกรรมบริการอย่างเหมาะสมจะสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น

5. ความรู้ทางด้านมาตรฐานที่พักและความปลอดภัย เป็นมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวยอมรับและมาตรฐานสากล และความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

ด้านการท่องเที่ยว เช่น มาตรฐานคุณภาพที่พักเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานคุณภาพบริการเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานคุณภาพกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

6. ความรู้ทางการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญสำหรับสถานที่ที่ท่องเที่ยวโดยมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้ได้ทั่วโลก การพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้สำหรับการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งการใช้ภาษาอังกฤษในการพูดสื่อสาร การทำป้ายรายการสินค้า และป้ายรายการอาหาร รวมถึง ป้ายบอกทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การฝึกการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการท่องเที่ยวสามารถฝึกได้ตลอดเวลา

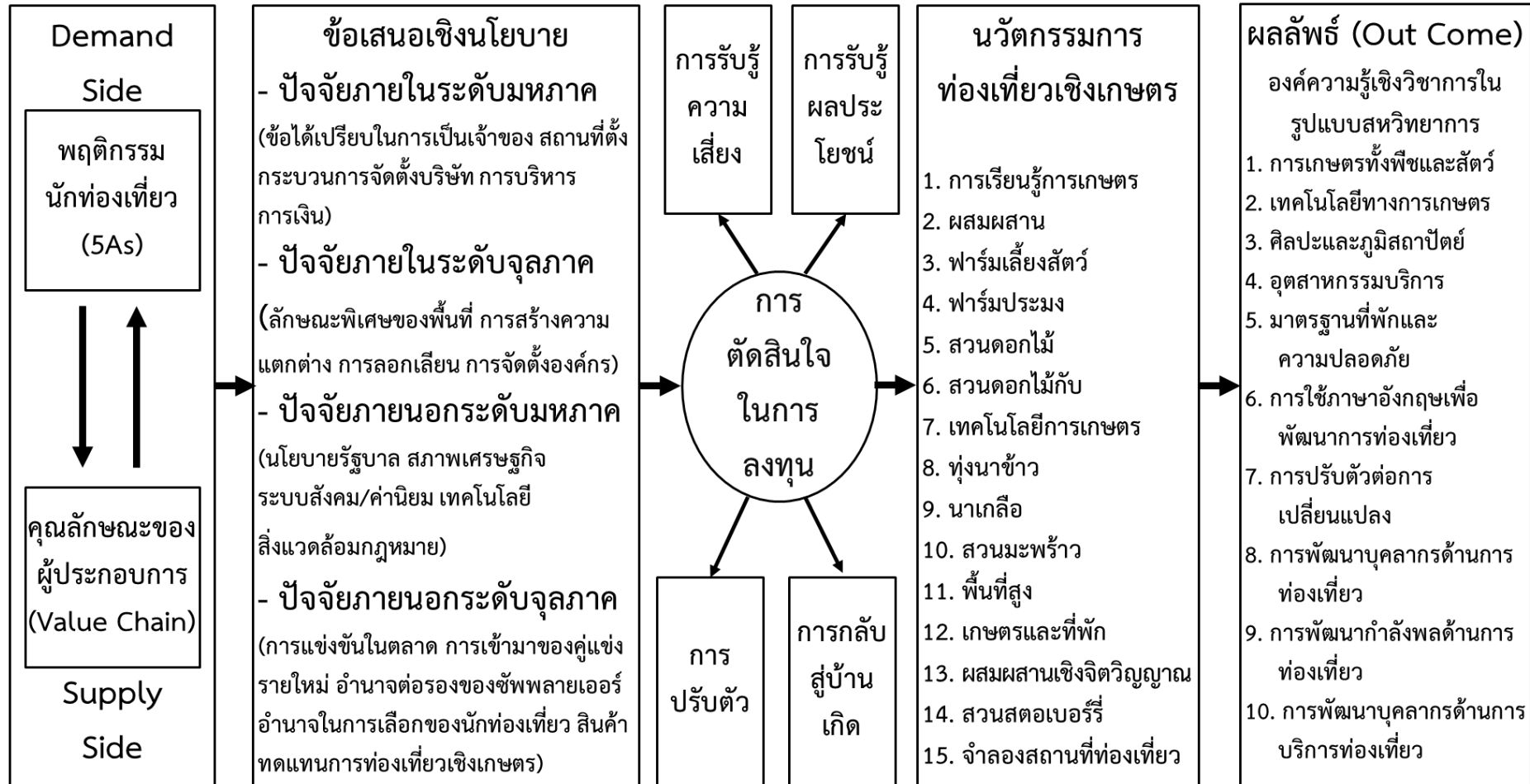
7. ความรู้ทางการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นการเรียนรู้และการรับรู้ของผู้ประกอบการและผู้ร่วมกิจการ ในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้และพัฒนาต่อยอดจากประสบการณ์การบริหารธุรกิจ

8. ความรู้ทางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นการเรียนรู้ที่ได้รับการศึกษาจากหลักสูตรการเรียนการสอนของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ทั้งหลักสูตรระยะสั้นและหลักสูตรระดับปริญญาตรี เพื่อผลิตบุคลากรที่พร้อมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเน้นการจัดการเรียนการสอนกับสถานที่ที่สอนเกี่ยวกับการโรงแรมและการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียน รวมทั้ง หลักสูตรการเกี่ยวกับความรู้ด้าน Up skill และ Re Skill

9. ความรู้ทางการพัฒนากำลังพลด้านการท่องเที่ยวภายในองค์กร เพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้ให้กับพนักงานด้านการท่องเที่ยว เช่น พนักงานด้านที่พัก พนักงานด้านร้านอาหาร พนักงานด้านขนส่ง ผู้ประกอบการทัวร์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีในการใช้คอมพิวเตอร์และการใช้โซเชียลมีเดียในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งต้องเน้นการพัฒนากำลังพลด้านการท่องเที่ยว ต้องมีความรู้หลากหลายมิติ เช่น การทำเพจให้โรงแรมได้ เพื่อให้โรงแรมรู้สึกว่ามีจางคุณหนึ่งคนมีความคุ้มค่า

10. ความรู้ทางการพัฒนาบุคลากรด้านการบริการท่องเที่ยว ทั้งที่พัก ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านนวด ธุรกิจนำเที่ยว และมีคฤหาสน์ ซึ่งการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวแบบเฉพาะสายอาชีพ และพัฒนาบุคลากรกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่งเป็นการพัฒนาวิธีการและขั้นตอนในการให้บริการของบุคคลที่เกี่ยวข้องให้สามารถสร้างความประทับใจและพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

6.1.3 รูปแบบของนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19



6.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการทบทวนข้อมูลด้านเอกสาร ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีการทบทวนข้อมูลนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ไปใช้ในการประกอบจัดทำนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรอิสระ มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

1. ปัจจัยภายในระดับมหภาค (Internal-Macro Factors)

1.1 ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) เป็นทรัพยากรของประเทศไทยที่มีอุดมสมบูรณ์ ทั้งธรรมชาติ ที่ดิน สภาพน้ำ และสภาพอากาศที่เหมาะสม โดยการทำเกษตรเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้องค์ประกอบด้านการเกษตรเกี่ยวกับการเพาะปลูกพืชและการทำปศุสัตว์ ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย สอดคล้องกับ Zinda, Yang, Xue, and Cheng (2014) พบว่า ทรัพยากรทางเกษตรกรรม และทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในทางตรงกันข้าม ของ Chancellor, Norman, Farmer, and Coe (2011) ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม และควรอนุรักษ์ธรรมชาติให้สวยงาม การเป็นเจ้าของที่ดินและการเป็นเจ้าของธุรกิจจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับ Stensland, and Baardsen (2012) พบว่า รูปแบบของการเป็นเจ้าของที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสร้างกำไรในระยะยาวของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในทางตรงกันข้าม Scheyvens, and Russell (2012) ให้ความเห็นว่าชุมชนจะไม่ได้รับผลประโยชน์เมื่อนายทุนต้องการแสวงหาผลประโยชน์จากที่ดินและชุมชนจะไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ เลย หากนายทุนครอบครองที่ดินทั้งชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การใช้ความรู้และความชำนาญในการประกอบธุรกิจและการเผชิญต่อความเสี่ยง รวมถึง ทักษะการตัดสินใจ สอดคล้องกับ Ruhanen, and Cooper (2004) พบว่า ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร Hardy, Vorobjovas-Pinta, and Eccleston (2018) พบว่า การเพิ่มพูนความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะสามารถส่งเสริมให้เพิ่มการตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น หากการวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านการประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก และมีกิจกรรมทางด้านการเกษตรอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับ Richards, and Hall (2002) พบว่า ความร่วมมือกันของชุมชนจะสามารถสร้างให้ผู้ประกอบการเกษตรตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร Gascón, and Mamani (2021) พบว่า เมื่อโลกได้รับผลกระทบจาก Covid-19 การให้ความรู้แก่ชุมชนประชากรชาวนาเองรับรู้ แม้ว่าบทบาทของการเกษตรประเภทนี้ในระบบเศรษฐกิจรอบครัวรายได้จะลดลง แต่ครัวเรือนส่วนใหญ่ยังคงลงทุนเวลาและทุนเพื่อเพิ่มรายได้ของครอบครัวของชุมชนโดยผ่าน เกษตรกรรมของชาวนา ทำให้ประเทศสามารถเผชิญและฝ่าฟันวิกฤตการณ์ครั้งนี้ไปได้ Miller, Van Megen, and Buys (2012) พบว่า ผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ

สามารถรวมชุมชนเป็นปึกแผ่นได้จะสามารถเพิ่มการตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสามารถสร้างความยั่งยืนของชุมชนได้

1.2 สถานที่ตั้ง (Location) เป็นภูมิประเทศของประเทศไทย มีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และมีการทำเกษตรกรรมเป็นหลัก สอดคล้องกับ Barber, Donovan, and Dodd (2008) พบว่า ที่ตั้ง สถานที่ และขนาดของสถานที่ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกอบธุรกิจการเกษตรมีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจการเกษตร และการวางกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ Vanslembrouck, Van Huylenbroeck, and Van Meensel (2005) พบว่า สถานที่ตั้งจะเพิ่มความตระหนักที่ของบทบาทของเกษตรกรในการบำรุงรักษาภูมิทัศน์ในชนบทอาจส่งผลต่อการประเมินสถานที่ทำการท่องเที่ยวเชิง โดยการคัดสรรพื้นที่สำหรับสถานที่ในการจัดตั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยมาตั้งแต่ดั้งเดิม มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับสถานที่ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากทัศนียภาพ สอดคล้องกับ Smith (2015) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะแปรผันไปตามวัฒนธรรมตามสถานที่นั้น ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา อุตุศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาหารและศิลปะ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ คุณลักษณะสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสถานที่และการส่งเสริมการขาย คือการระบุและการบอกเล่าเรื่องราวของสถานที่โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่หลากหลาย Berno, Wisansing, and Dentice (2020) พบว่า ประเพณีอาหาร อาหาร และอาหารล้วนมีรากฐานมาจากการเกษตรในท้องถิ่น และเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของวัฒนธรรม การเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างการเกษตรและการท่องเที่ยวในห่วงโซ่คุณค่าทำให้เกิดโอกาสที่แท้จริงในการกระตุ้นการเกษตรในท้องถิ่น การผลิตอาหารโดยช่างฝีมือ และศิลปินท้องถิ่น การรักษารายได้จากการท่องเที่ยว และปรับปรุงการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจภายในชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะต้องจัดขึ้นที่สถานที่ หรือพื้นที่ข้างเคียง เป็นแหล่งเพาะปลูกหรือปศุสัตว์หรือประมง ที่สำคัญและปริมาณผลผลิตมาก รวมทั้งความมีชื่อเสียงด้านเกษตรกรรม เช่น ผลไม้ อาหารทะเล เป็นต้น Spurlock (2009) พบว่า การเพาะปลูกกับกิจกรรมของมนุษย์ มีหลายหน้าที่ ได้แก่ การผลิต ทางเศรษฐกิจ นิเวศวิทยา ประกันสังคม และวัฒนธรรม Vanslembrouck, Van Huylenbroeck, and Van Meensel (2005) พบว่า แหล่งเพาะปลูกหรือปศุสัตว์ หรือประมง ที่สำคัญและปริมาณผลผลิตมาก มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1.3 กระบวนการจัดตั้งบริษัท (Internalization) เป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่เกิดการจากการเรียนรู้และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งการเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเรียนรู้การดึงดูดนักท่องเที่ยวจากการส่งขายผลิตภัณฑ์ การต่อยอดผลิตภัณฑ์เป็นพื้นที่ขาย ณ ที่ตั้ง และพัฒนาต่อยอดการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในสถานที่ ผู้ประกอบการบางส่วนมีความสามารถในการลงทุนปรับปรุงพื้นที่ทางการเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการผสมผสานการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวด้านการเกษตร ผลิตภัณฑ์การเกษตร กับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม การวิเคราะห์จุดเด่นของการแข่งขัน และการคำนวณต้นทุนการก่อตั้ง ในการเริ่มต้นทางธุรกิจ และพัฒนาการทำธุรกิจจากธุรกิจครอบครัว สู่อุตสาหกรรมในจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล หรือในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด สอดคล้องกับ Iglesias-Sánchez,

Correia, and Jambrino-Maldonado (2019) พบว่า กระบวนการจัดตั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นตัวที่บ่งบอกการทำกำไรที่สูงขึ้นและการตัดสินใจลงทุน Filipova (2015) พบว่า รูปแบบและลักษณะของการจัดตั้งบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1.4 การบริหารการเงิน (Financial) เป็นการจัดการด้านการใช้เงินทุน เพื่อตกแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงามและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม การจัดทำบัญชีบันทึกรายรับรายจ่ายให้เหมาะสมสำหรับประเภทของธุรกิจ โดยการจัดทำบัญชีอย่างง่าย การบันทึกบัญชีตามหลักการบันทึกบัญชี ประโยชน์ของการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของธุรกิจ สามารถรับรู้ถึงยอดเงินสดคงเหลือในแต่ละวันได้ ทำให้รับทราบว่ามีรายรับที่เกิดขึ้นเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจ การจัดการเงินสดเพื่อควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามงบประมาณ ตรวจสอบสถานการณ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ การจัดการภาษีในส่วนที่จำเป็นกับธุรกิจ เพื่อการจ่ายภาษีเป็นหน้าที่ตามกฎหมาย รวมถึง การจัดการเงินลงทุน ที่มาจากเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของและเงินลงทุนจากการกู้ยืมจากธนาคาร การวิเคราะห์กลยุทธ์การบริหารการเงินของกิจการ เช่น กลยุทธ์การขยายงาน กลยุทธ์การปรับโครงสร้างเงินทุนเพื่อลดต้นทุนทางการเงิน กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพของสินทรัพย์ที่ถือครอง กลยุทธ์เพิ่มรายได้จากการดำเนินงาน กลยุทธ์การลดค่าใช้จ่าย เป็นต้น สอดคล้องกับ Usman, Kousar, and Makhdum (2020) พบว่า สถานะทางการเงินมีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยภายในระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors)

2.1 ลักษณะพิเศษของพื้นที่ที่ควรประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Value) เป็นลักษณะพิเศษของพื้นที่ที่ควรประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น พื้นที่ชุมชน หมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ พื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยงที่มีวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และองค์ความรู้ ที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ การเลือกที่ทำฟาร์มเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวช่วยแยกแยะต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และประเภทของฟาร์ม การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์และก่อให้เกิดรายได้ต่อเกษตรกรและชุมชน การจัดโซนนิ่งทางการเกษตร สอดคล้องกับ Anderson (2018) พบว่า รูปแบบการเป็นเจ้าของธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีเครือข่ายทางสังคมเฉพาะระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวและซัพพลายเออร์ในท้องถิ่นเป็นตัวกำหนดรูปแบบการซื้อของห่วงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความโดดเด่นในพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถโต้ตอบกับชุมชนเกษตรกรรมในชนบท

2.2 การสร้างความแตกต่างในลักษณะที่หาได้ยากเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Rarity) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวตามกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยการจัดรูปแบบของร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึง คาเฟ่แมว คาเฟ่สุนัข การสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสบรรยากาศไร่สตอเบอร์รี่ และเก็บสตอเบอร์รี่ด้วยตนเอง การบริการรับแปรรูปสตอเบอร์รี่ เช่น การทำคราฟท์เบียร์สตอเบอร์รี่ ไวน์สตอเบอร์รี่ สตอเบอร์รี่อบแห้ง ไศฟูสตอเบอร์รี่ ยำกุ้งสดสตอเบอร์รี่ แขนวิชสตอเบอร์รี่ครีมสด นมสตอเบอร์รี่ เป็น

ต้น การจัดการสินค้าที่มีคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำในการผลิตไปยังการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย การจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทางธุรกิจสามารถจัดได้จะมีทั้งในส่วนของการเรียนรู้แบบปฏิบัติและเรียนรู้แบบทฤษฎี การจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดการท่องเที่ยว เช่น การจัดศิลปะและสถาปัตยกรรม การจัดสวนดอกไม้ การแปรรูปอาหารจากดอกบัว รากของบัว และสายบัว การนำใบบัวมาทำเป็นภาชนะในการใส่อาหารเพื่อเสิร์ฟแก่นักท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีนวัตกรรมภูมิปัญญาที่ใช้พลังงานจากธรรมชาติ พลังงานแสงอาทิตย์จากการใช้โซลาร์เซลล์กับ กิจกรรมทางการเกษตร การทำพืชผักที่ปลูกเองจากฟาร์มโดยมีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันตามวิธีการเกษตรแบบอินทรีย์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปราศจากการตัดแต่งพันธุกรรม ไม่ใช่สารเคมีหรือสารปรุงแต่งเพื่อเร่งหรือควบคุมการเจริญเติบโตของพืช การจัดกิจกรรมเป็นฐานเรียนรู้ เช่น ฐานกิจกรรมปักดำนา ฐานกิจกรรมเลี้ยงวัว แพะ ไก่และเป็ด เป็นต้น สิ่งดึงดูดใจจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและสังคม เทศกาลงานประเพณี ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ เทศกาลงานประเพณี และทรัพยากรการท่องเที่ยวสอดคล้องกับ Panyik, Costa, and Rátz (2011) พบว่า การท่องเที่ยวภูมิทัศน์ที่มีคุณค่า แสดงถึงลักษณะที่หายาก ลักษณะเฉพาะ การจัดระบบ และมรดกทางธรรมชาติที่ไม่สามารถหมุนเวียนได้ และถือว่าเป็นหนึ่งในมรดกทางธรรมชาติของโลก

2.3 การลอกเลียนของรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Imitability) เป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยคนท้องถิ่นเป็นสิ่งสร้างการเรียนรู้ให้กับคนในชุมชนที่เป็นการเรียนรู้มาอย่างยาวนาน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามสภาพแวดล้อมของพื้นที่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการการท่องเที่ยว เช่น พายเรือคายัค แพดเดิลบอร์ด ฟิตเนส โยคะ ทำสปา วอลเลย์บอลชายหาด เพนท์ผ้าบาติก การทำสปา การกรีดยางจำลองในพิพิธภัณฑ์ยางของทางโรงแรม เป็นต้น การทำเกษตรกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การทำไร่ทำนา การทำสวนไม้ตัดดอก การทำสวนผลไม้ การทำผักสวนครัว การทำสวนสมุนไพร การทำฟาร์มปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร้ชา การได้ชิมชาที่ทางเกษตรกรปลูก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Alonso and Kok (2018) ได้สร้างรากฐานที่มั่นคงให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างไม่ต้องสงสัย ซึ่งทำให้สถานะของตนแข็งแกร่งขึ้นตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา กลยุทธ์การส่งเสริมการขายและการกระจายความเสี่ยงในปัจจุบันเพื่อดึงดูดตลาดอื่น ๆ หรือลดผลกระทบของฤดูกาลให้เหลือน้อยที่สุด เสริมความแข็งแกร่งให้กับความคิดริเริ่มเหล่านี้ แรงมูมของทรัพยากรที่ซับซ้อนทางสังคม นักท่องเที่ยวทั้งจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (โครงสร้างพื้นฐาน ประสบการณ์โดยรวม) และประเทศสำหรับการรับรู้ถึงความปลอดภัยและความมั่นคง ในขณะที่คู่แข่งในระดับภูมิภาคเข้าใจห้ามลอกเลียนแบบหรือนำไปใช้สำเร็จในระยะสั้นระยะกลาง

2.4 การจัดตั้งองค์กร (Organization) เป็นรูปแบบของโครงสร้างที่มีการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ บริหาร วางแผนการดำเนินงาน และลงทุน และการแบ่งหน้าที่การทำงาน เช่น ผู้จัดการร้าน มีหน้าที่

ควบคุมดูแลร้าน ทำบัญชี และส่งรายงานประจำวันให้กับเจ้าของกิจการ พนักงานฝ่ายดูแลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่ ดูแลนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการ และสอนวิธีการทางเกษตรที่ถูกต้อง มีการให้ความรู้ด้านการเกษตร เป็นอย่างดี และมีใจรักในการบริการ ฝ่ายร้านอาหาร มีหน้าที่ บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในร้าน มีความชำนาญด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีในเมนูเป็นอย่างดี และมีใจรักในการบริการ ฝ่ายแปรรูปและส่งออก มีหน้าที่แปรรูปผลสดของเบอร์รี่ตามแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการ เมื่อผลิตเสร็จก็นำส่งตามที่อยู่ที่นักท่องเที่ยวให้ไว้ เป็นต้น การบริหารในแต่ละภาคส่วนจะแบ่งให้เป็นหน้าที่ของหัวหน้าหลักของทางภาคส่วน โดยให้อำนาจในการจัดการภายในภาคส่วนอย่างเต็มที่ เพื่อให้การให้บริการอย่างทั่วถึงและทันเวลา ส่วนการทำเกษตรในรูปแบบเกษตรพื้นบ้านระดับครอบครัวที่ใช้ในแต่ละกระบวนการจึงเป็นสมาชิกในครัวเรือนและเครือญาติ อาจไม่สามารถแยกความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานเกษตรกับแรงงานครอบครัวออกจากกันได้ สอดคล้องกับ Yang, Cai, and Sliuzas (2010) พบว่า รูปแบบโครงสร้างองค์กรการผลิตทางการเกษตรและบริการการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานระหว่างเขตเมืองและชนบท เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเกษตร ในขณะเดียวกันก็พัฒนาหน้าที่ที่หลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมในวงกว้าง สร้างโอกาสสำหรับการพัฒนาเมืองและชนบทแบบบูรณาการและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม Pillay, and Rogerson (2013) ให้ความเห็นว่ายังขาดแคลนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นระบบเพื่อเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผลกระทบต่อท้องถิ่น

3. ปัจจัยภายนอกระดับมหภาค (External-Macro Factors)

3.1 นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Political Situation) เป็นนโยบายสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรในภาพรวมของประเทศ เพื่อเป็นการวางรากฐานทางเศรษฐกิจจากนโยบายหลักของประเทศสู่นโยบายการบริหารระดับท้องถิ่น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ การพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดแนวทางการขับเคลื่อน และยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวและมีความปลอดภัย เพื่อส่งเสริมให้สามารถแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวได้ กรมส่งเสริมการเกษตร มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพโดดเด่น และภูมิทัศน์ที่สวยงาม กรมประมง มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของกรมประมง กรมหม่อนไหม มีศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาด้านหม่อนไหม กรมปศุสัตว์ มีศูนย์เรียนรู้ด้านปศุสัตว์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สนับสนุนและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วน ร่วมกันวางแผนในการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ เป็นต้น นโยบายรัฐบาลโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้องมีบทบาทสำคัญในด้านพื้นฐานการท่องเที่ยว เช่น การจัดสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น สอดคล้องกับ Shahrabani, Teitler-Regev, Syna, Tsoukatos, Ambrosio, Loureiro, and Voulgaris (2019) พบว่าสถานการณ์ทางการเมืองและนโยบายของรัฐมีผล ตั้งใจของนักท่องเที่ยวลดลงในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางและมีผลต่อการจัดตั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ Verbole (2000) พบว่า นโยบายเกี่ยวกับ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพัฒนาที่กำลังดำเนินอยู่จะมองเห็นจากมุมมองที่ต่างกันอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ว่าการประเมินความยั่งยืนใดๆ นั้นสัมพันธ์กันและสร้างขึ้นในสังคม

3.2 สภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Economic Situation) ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการระบาดของโรค Covid-19 ที่มีการจำกัดพื้นที่สีแดงเข้มที่มีมาตรการห้ามนั่งกินในร้าน ให้จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในลักษณะของการนำกลับไปบริโภคที่อื่นได้เท่านั้น และเปิดให้บริการได้จนถึงเวลา 21.00 น. ทำให้ธุรกิจขาดรายได้จากนักท่องเที่ยว ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ไปสู่การท่องเที่ยวต่างจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวต่างถิ่น ที่มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น สอดคล้องกับ Wu (2018) พบว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบททำให้เกิดการถกเถียงกันอย่างมากระหว่างเรื่อง ศักยภาพของเศรษฐกิจในชนบท ให้มีความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของประเพณีเกษตรกรรม แกนเศรษฐกิจเดิม สู่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความเป็นไปได้ใหม่ เศรษฐกิจท้องถิ่น และผลที่ตามมาในแง่มุมต่างๆ ของชุมชนในชนบท ก่อนหน้าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอาจเพิ่มพูนครัวเรือนรายได้ รายได้ภาษี และโอกาสในการจ้างงาน แต่ Gascón, and Mamani (2021) ให้ความเห็นว่า การระบาดใหญ่ของ Covid-19 ซึ่งทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของโลกเป็นอัมพาต เน้นว่ากลยุทธ์หลากหลายที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุดคือกลยุทธ์ที่รวมถึงการเกษตรเพื่อยังชีพ แม้ว่าบทบาทของการเกษตรประเภทนี้ในระบบเศรษฐกิจครอบครัวจะลดลง แต่ครัวเรือนส่วนใหญ่ยังคงลงทุนเวลาและทุนเพื่อเพิ่มทรัพยากรทางการเกษตรของครอบครัว โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร Nayak, Mishra, Naik, Swapnarekha, Cengiz, and Shanmuganathan (2021) พบว่า Covid-19 มีผลกระทบให้เศรษฐกิจโลกและมนุษยชาติไปสู่หายนะ ในความพยายามที่จะควบคุมโรคระบาดนี้ รัฐบาลของทุกประเทศได้กำหนดให้มีการล็อกดาวน์ทั่วประเทศ แม้ว่าการล็อกดาวน์อาจช่วยจำกัดการแพร่กระจายของโรคได้ แต่ก็ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อประเทศ ซึ่งทำให้ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ของอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดไม่มั่นคง

3.3 ระบบสังคม/ค่านิยม ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Social Situation) เป็นการสร้างค่านิยมของคนไทยในปัจจุบันคนในเมืองให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น เช่น วิธีการดำรงชีวิตเอกลักษณ์และวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดความสนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น ค่านิยมของเด็กสมัยใหม่เริ่มโหยหาความเป็นธรรมชาติที่ดีและอากาศบริสุทธิ์ที่หาไม่ได้ภายในเมืองใหญ่ ๆ ระบบสังคมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะสังคมไทยเป็นสังคมที่ทำการเกษตรมาอย่างช้านาน และเป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าทางการเกษตรนับเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก สอดคล้องกับ Zheng, Goh, and Wen (2020) พบว่าผลกระทบในทางลบต่อสุขภาพจิตของนักท่องเที่ยว และมีความระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และ Mishra, and Mishra (2021) พบว่า ระบบสังคมตระหนักว่าให้พึ่งตนเองโดยเน้นที่ทรัพยากรในท้องถิ่น และส่งเสริมไปพร้อม ๆ กัน ภาคบริการ การท่องเที่ยว และการเกษตร นอกเหนือจากความพยายามเหล่านี้ การพัฒนาชนบท

3.4 เทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Technology Situation) เป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่

รู้จัก และโพสต์รูปภาพต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีทางการเกษตร ที่ส่งผลให้คุณภาพของสินค้าเกษตรมีคุณภาพสูงขึ้นและมีมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีในการตรวจวัดความชื้นในดิน และสภาพอากาศ การนำคอมพิวเตอร์และโปรแกรมประยุกต์เพื่อมาช่วยให้งานที่ง่ายมากขึ้น เช่น การพิมพ์เอกสาร การคำนวณ การนำเสนอข้อมูล การทำฐานข้อมูล การสร้างเว็บไซต์ เป็นต้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การคำนวณและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวเลข ทำบัญชี การสร้างกราฟ แผนภูมิต่างๆ หรือสร้างตารางเพื่อใช้ในการบริหารกิจการ การนำเสนอข้อมูลขององค์กรที่น่าสนใจ การทำฐานข้อมูล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของกิจการที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันในรูปแบบของตารางอิเล็กทรอนิกส์ หรือฐานข้อมูล การทำงาน Graphic เพื่อสร้างงานเอกสารที่ต้องการความสวยงามเป็นพิเศษ การสร้างเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการบอกเล่าประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การทำงานมัลติมีเดีย ที่ทำงานในรูปแบบภาพหรือภาพเคลื่อนไหว สี เสียง เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการ เช่น การตัดต่อวิดีโอ เสียง การทำภาพเคลื่อนไหว เช่น การสร้างวิดีโอโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกิจการ เป็นต้น การสื่อสารตลาดแบบครบวงจรเพื่อสร้าง Brand awareness เพื่อให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายรับรู้ถึงการมีอยู่ของตราสินค้าและเพิ่ม Perceived Value สอดคล้องกับ Zeng, Chen, and Lew (2020) ชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลกได้รับการทำทลายอย่างรุนแรงตั้งแต่องค์การอนามัยโลก (WHO) ประกาศว่าโรค Covid-19 เป็นโรคระบาด โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว และการต้อนรับ ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการล็อกดาวน์เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมเพื่อจัดการกับโรค Һุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับหุ่นยนต์ได้รับสถานะเพิ่มขึ้นเพื่อช่วยในการจัดการการแพร่กระจายของ Covid-19 ในโรงพยาบาล สนามบิน ระบบขนส่ง พื้นที่นันทนาการและทิวทัศน์ โรงแรม ร้านอาหาร และชุมชนโดยทั่วไป Һุ่นยนต์ ยานยนต์ไร้คนขับ โดรน และหุ่นยนต์อัจฉริยะอื่น ๆ ถูกนำมาใช้ในหลายวิธีเพื่อลดการสัมผัสของมนุษย์และการแพร่กระจายของไวรัส SARS-CoV-2 ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการส่งวัสดุ การฆ่าเชื้อและฆ่าเชื้อในที่สาธารณะ การตรวจจับหรือวัดอุณหภูมิร่างกาย ให้ความปลอดภัยหรือการรักษาความปลอดภัยและการปล่อยเอนและให้ความบันเทิงแก่ผู้ป่วย ในขณะที่ความขัดแย้งในอดีตเนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับการสูญเสียงานและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

3.5 สิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Environmental Situation) เป็นสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวการเกษตรและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่จะคอยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความเป็นธรรมชาติ ที่มีวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชนที่ยังคงความดั้งเดิมของการใช้ชีวิต รวมถึง ระบบการเชื่อมโยงของการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นต้องมีในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร เป็นต้น สอดคล้องกับ Zeng, Chen, and Lew (2020) พบว่า ผลกระทบของ Covid-19 สิ่งแวดล้อมของอินเดีย แม้ว่าเศรษฐกิจจะชะลอตัว แต่การล็อกดาวน์ก็เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมในการฟื้นตัว เนื่องจากมลพิษน้อยลงและการปล่อยของเสียออกจากน้ำจากโรงงาน และ ควรส่งเสริมกิจกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาสุขภาพของมนุษย์ และ Debata, Patnaik, and Mishra (2020) พบว่าผลกระทบของ

Covid-19 ควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทางชีวภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ และเครื่องดื่มชีวภาพ และพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.6 กฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Legal Situation) เป็นการทำธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบและข้อกำหนด เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำไปสู่ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว มาตรฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ เช่น มาตรฐานที่พัก การจัดการการท่องเที่ยว มาตรฐานภูมิทัศน์ เป็นต้น หน่วยงานที่ดูแลด้านพระราชบัญญัติ ระเบียบ และข้อบังคับด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กรมป่าไม้เป็นส่วนราชการในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชเป็นส่วนราชการในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึง การใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาปรับใช้กับการให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร สอดคล้องกับ Magar, Pun, Pandit, and Rola-Rubzen (2021) พบว่าเครื่องมือทางกฎหมายและการจัดการสถาบันทางกฎหมาย รวมถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของรัฐบาลท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นเมื่อเร็ว ๆ นี้ตามโครงสร้างของรัฐบาลกลางของประเทศ จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ Van der Bank, and Van der Bank (2016) พบว่า ระบบของกฎหมายมีผลต่อการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และความยั่งยืนในระยะยาว

4. ปัจจัยภายนอกระดับจุลภาค (External-Micro Factors)

4.1 การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในตลาด (Rivalry among Firms) ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการแข่งขันสูง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีผลตอบแทนที่ดี มีกระแสสังคมนิยมสูง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย และทุกกลุ่ม อีกทั้ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียนทุ่งทานตะวันบาน เป็นต้น และกิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร การจัดการท่องเที่ยวที่เต็มรูปแบบส่วนใหญ่จะมีลักษณะของนายทุนมากกว่ากลุ่มเกษตรกรหรือชุมชน ทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเข้าถึงเกษตรกรเป็นจำนวนน้อย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องพิจารณาทั้งห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อการควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากรุ่นสู่รุ่น สอดคล้องกับ Hassan (2000) พบว่า การแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อสนองต่อความต้องการของตลาดและความท้าทายในการแข่งขัน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับแผนพัฒนาปลายทางในอนาคตที่จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาศักยภาพทางเศรษฐกิจ Singal (2015) พบว่า การแข่งขันที่รุนแรงระหว่างจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมด้วย

4.2 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Threat of New Entrants) เมื่อธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความนิยมอย่างมาก การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่จึงมีอยู่สูง และมีความจำเป็นต้องสร้างจุดเด่นให้แตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การเข้ามาของคู่แข่งด้านการท่องเที่ยว อาจเป็นผลดีในด้านการ

พัฒนาธุรกิจของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงประสบการณ์แปลกใหม่ หรือความรู้สึกดีที่มีให้กับ การท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่จะกำหนดความยากง่ายในการเข้าสู่ตลาด ได้แก่ เงินลงทุนหรือทรัพยากรที่ต้องใช้ในการ ทำธุรกิจ ถ้าต้องใช้เงินหรือทรัพยากรเยอะ คู่แข่งรายใหม่ก็จะเข้ามาแข่งขันยาก (ภัยคุกคามจากคู่แข่งราย ใหม่ก็จะต่ำ) เทคโนโลยีในการผลิต การมีคู่แข่งทางธุรกิจจะทำให้ธุรกิจและพนักงานขายมีความกระตือรือร้น และอดทนที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาธุรกิจให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้อง กับ Pramanik, and Rakib (2020) พบว่า ระดับของผู้เข้าใหม่ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อ การตัดสินใจประกอบธุรกิจการเกษตร และ Adeneye, Chu, and Hashim (2020) พบว่า ความแตกต่างของ ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดต้นทุนการผลิตที่สูงสำหรับผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ และต้นทุนในการสร้างความแตกต่างที่สูง สำหรับผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ที่มีศักยภาพ

4.3 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier) สำหรับซัพพลายเออร์ของ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีลักษณะเป็นรูปแบบการจัดการของเกษตรกรเอง ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการ ซื้อจากแหล่งวัตถุดิบมากนัก ยกเว้น พันธุ์พืชหรือพันธุ์สัตว์ ที่ต้องจัดหา แต่ต้องสร้างความแตกต่าง เช่น ข้าว หลากสี ดอกไม้หลากสี เป็นต้น หรือผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยว อีกส่วนหนึ่งของซัพพลายเออร์ เป็นผู้จัดการวัตถุดิบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของธุรกิจ เช่น ดอกเก๊กฮวย สำหรับวัตถุดิบในการ จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมสวนและถ่ายรูป มีส่วนร่วมในการปลูกดอกเก๊กฮวย และมีส่วนร่วมในแหล่งชุมชน ในส่วนของสวนผักผลไม้ พื้นที่นาข้าว พื้นที่เพาะปลูกผักออร์แกนิก และฟาร์ม เลี้ยงสัตว์ การทำนาบัว มีวัตถุดิบหลัก คือ ดอกบัว มีการจัดตั้งรีสอร์ตและได้ใช้แผงโซลาร์เซลล์จากพลังงาน แสงอาทิตย์ ธุรกิจฟาร์มที่ปลูกผักเกษตรอินทรีย์และเมล่อน เพื่อจำหน่ายเป็นหลักและร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ ปลูกเองจากฟาร์มมาทำอาหารเพื่อเสิร์ฟให้นักท่องเที่ยว ซัพพลายเออร์สำหรับธุรกิจที่พักในพื้นที่ชายทะเล มี กิจกรรมทางน้ำสำหรับผู้ชื่นชอบและหลงใหลกีฬาทางน้ำอย่างพายเรือคายัคและแพดเดิลบอร์ด มีฟิตเนส โยคะ วอลเลย์บอลชายหาด โต้ะพูล และเพนท์ที่ผ้าบาติก สอดคล้องกับ Hojaghan and Esfangareh (2011) พบว่า การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร Guo and He (2012) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องเป็นผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Supplier) ซึ่งกันและกันในลักษณะความร่วมมือ

4.4 อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยว (Bargaining Power of Buyers) เป็นการที่นักท่องเที่ยว มองหาทางเลือกในการท่องเที่ยวจากการที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่างแข่งขันกันปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามเพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกคนมีอิสระในการเลือกและตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน ผู้บริโภคหรือ นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ มีอำนาจซื้อ ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ พฤติกรรมของผู้บริโภคกำหนดลักษณะทางกายภาพ ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองหาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่แออัด หลีกเลี่ยงพื้นที่ชุมชนหนาแน่น ได้ประสบการณ์ กึ่งผจญภัย ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมีความผ่อนคลาย สอดคล้องกับ Hojaghan, and Esfangareh (2011) พบว่าโดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าผู้ขาย นอกจากนี้ ส่วนเกินสุทธิ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งวัดจากอำนาจต่อรองเชิงสัมพันธ์ มีผลกับลักษณะการเดินทางเชิงภูมิศาสตร์และสังคม ประชากร โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับเพื่อนร่วมทางและรับข้อมูลการเดินทางจากเพื่อนและ

สื่อมวลชนมักมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าปกติ และ Akehurst (2009) พบว่า ผู้บริโภคมีอำนาจ และผู้ประกอบการความจำเป็นอย่างยิ่งในการปรับปรุงข้อมูลทางการตลาดและการวิจัยตลาดสำหรับองค์กรการท่องเที่ยวกาชากรรัฐและเอกชน และอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจของผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสม

4.5 สินค้าทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Substitute Products) เป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิ่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นทางเลือกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารที่มีสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือการแสดงสวนผัก สวนผลไม้ การเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น สิ่งที่ทดแทนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีมากมายที่สามารถทดแทนการท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อนอยู่บ้าน ดูโทรทัศน์ ดูอินเทอร์เน็ต กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นการทดแทนการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีเอกลักษณ์แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบอื่นอย่างชัดเจน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต และก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบเดียวกันหรือมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการรายอื่น การท่องเที่ยวในชนบท และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สอดคล้องกับ da Silva Añaña, Rodrigues, and da Silva Flores (2018) พบว่า ประสิทธิภาพการแข่งขันของสินค้าทดแทน มีผลกับความสามารถในการแข่งขันในสถานที่ท่องเที่ยว และ Yang, Huang, Song, and Liang (2009) พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในมักขึ้นอยู่กับความร่วมมือซึ่งกันและกัน เนื่องจากพวกเขามีแนวโน้มที่จะจัดทำให้ผลิตภัณฑ์เสริมหรือทดแทน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

5. การตัดสินใจในการลงทุน (Decision Making to Invest)

5.1 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) เป็นการรับรู้ของเกษตรกรในการตัดสินใจต่อความเสี่ยง เนื่องจากมีประสบการณ์น้อยในการความรู้ในการจัดการและการตัดสินใจในการจัดการด้านความเสี่ยง บางส่วนกล้าตัดสินใจลงทุนโดยไม่มี การประเมินความเสี่ยงและไม่มี การวางแผนสำรอง ทำให้เกิดความผิดพลาดในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับ Ural (2016) พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกประสบความสูญเสียอย่างรุนแรงจากเหตุการณ์สำคัญระดับนานาชาติหลายครั้ง และขนาดของภัยพิบัติและความเสี่ยงจากภัยพิบัติได้กลายเป็นหัวข้อหลักของการอภิปรายเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมประกันภัย การจัดการความเสี่ยงในบริบทการท่องเที่ยวหมายถึงการวางแผนและการดำเนินการตามกระบวนการที่มุ่งไปสู่การจัดการผลกระทบจากวิกฤตการณ์และภัยพิบัติต่อการท่องเที่ยว ความยั่งยืนของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลอย่างมากจากความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และนำเสนอการวางแผนเชิงนวัตกรรมและกลยุทธ์การพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง จุดมุ่งหมายของบทความนี้คือการพิจารณาองค์ประกอบสำคัญของวิกฤตการณ์และภัยพิบัติและผลกระทบต่อจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว และเพื่อให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความเสี่ยงสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5.2 การรับรู้ผลประโยชน์ (Perceived Benefit) เป็นการรับรู้ที่เกษตรกรไม่ได้เน้นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตและความเป็นอยู่ของพวกเขา ซึ่ง

เกษตรกรได้มีรายได้จากการเกษตรอยู่ไม่ โดยไม่จำเป็นต้องบริการนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากมีลูกหลานช่วยบริหารจัดการ สอดคล้องกับ Tew, and Barbieri (2012) พบว่า ธุรกิจฟาร์มและคุณลักษณะในครัวเรือนหลายอย่างเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4 มิติเป้าหมาย ซึ่งชี้ให้เห็นโอกาสสำหรับข้อความส่งเสริมการขายที่ปรับให้เหมาะสมและการพิจารณานโยบายสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ Barbieri, Sotomayor, and Aguilar (2019) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวรับรู้ถึงประโยชน์ของการทำธุรกิจ

5.3 การปรับตัว (Adaptation) เป็นการรับรู้และการปฏิบัติของเกษตรกรที่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลอดเวลา (เช่น สถานการณ์ของ Covid-19) ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวตลอดเวลาทำให้เกษตรกรสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Romagosa (2020) และสามารถปรับให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่คาดการณ์ไว้ในความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้น และ Spalding, Burke, and Fyall (2021) พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากจะมองหาแหล่งท่องเที่ยว ที่มีพื้นที่มาก เช่น พื้นที่ชายฝั่งทะเลและชนบทที่มีการพัฒนาน้อย อุทยานแห่งชาติ และเขตอนุรักษ์ธรรมชาติ จุดหมายปลายทางควรพิจารณาถึงโอกาสที่อาจนำเสนอในการปรับโฉมการท่องเที่ยวเพื่อปรับตัวและได้รับประโยชน์จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยลง โดยธรรมชาติมีบทบาทสำคัญในการฟื้นตัวของอุตสาหกรรม

5.4 การกลับบ้านเกิด (Homecoming) เป็นการทำธุรกิจการเกษตรของเกษตรกรไทยส่งผลให้มีอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาลูกหลานเพื่อกลับมาช่วยในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะเกษตรกรหวังว่าการส่งลูกหลานไปเรียนในเมืองจะช่วยพวกเขาได้ และกลับมาจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สอดคล้องกับ Roberts and Hall (2001) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์ต่อการย้ายถิ่นฐานของบุคลากรกลับบ้านเกิด และ Xuyan and Na (2021) พบว่า การท่องเที่ยวในชนบทได้เพิ่มรายได้ของสมาชิกในชุมชนอย่างมาก คุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนดีขึ้น และเพิ่มดัชนีความสุขของสมาชิกในชุมชน

6.3 แนวทางการพัฒนาความรู้และทักษะผู้ประกอบการ เพื่อหาระดับมาตรฐานการจัด

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัย พบว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรเหมาะสมสำหรับการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในทุกภาคของประเทศไทย ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของทรัพยากรนั้น ๆ ได้ แต่ในทางกลับกันพบว่า ชุมชนมุ่งทำการเกษตรเพียงเท่านั้น แต่ไม่เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้เสริมและอาจเป็นรายได้หลักในอนาคต รวมถึง การขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากข้อมูลการวิจัย จึงได้ผลลัพธ์จากการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการ ได้นำแนวทางการเรียนรู้ไปใช้ทางเลือกสำหรับการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ เพิ่มพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้ การจัดการความรู้ได้มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการประเภทใดนั้น ขึ้นอยู่กับ

ผู้ประกอบการที่ต้องประเมินศักยภาพการบริหารของหน่วยงานตนเองด้วย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างเหมาะสมและประหยัดงบประมาณของตนเอง ซึ่งมีความจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะ ดังนี้

1. ความรู้ทางการเกษตรทั้งพืชและสัตว์ เป็นความรู้เกี่ยวกับการปลูกพืช การขยายพันธุ์พืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง และการทำเกษตรด้านอื่น ๆ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ทั้งในท้องถิ่นที่เป็นลักษณะเฉพาะของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พร้อมทั้ง การนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรายได้หลักให้กับผู้ประกอบการ รวมถึง การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว

2. เทคโนโลยีทางการเกษตร เป็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งเทคโนโลยีการขยายพันธุ์พืช การปลูกพืชเศรษฐกิจที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเกษตรกร การเลี้ยงด้วยวิธีการทางเทคโนโลยีที่มีความแตกต่างจากวิธีการดั้งเดิม รวมถึง เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เป็นวิธีการเก็บรักษาพันธุ์พืช การเก็บพืชและสัตว์ให้สดใหม่ และวิธีการเก็บรักษาอื่น ๆ ตามความนิยมของผู้บริโภคและระยะเวลาการเก็บรักษาความสดใหม่ รวมถึง ความรู้ทางการจัดการกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว ที่ต้องปรับปรุงและเปลี่ยนวิธีด้านการประชาสัมพันธ์และการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

3. ศิลปะและภูมิสถาปัตยกรรม เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ทางด้านเทคโนโลยีที่มีการผสมผสานระหว่างศิลปะกับภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อสร้างและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวในพื้นที่และนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ บางสถานที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำเพราะความชื่นชอบในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสถาปัตยกรรมของสถานที่ท่องเที่ยว ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีมุมมองภาพที่แตกต่างจากการเดินทางมาในครั้งก่อน อีกทั้ง ศิลปะช่วยเสริมสร้างจินตนาการให้กับนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผ่อนคลายในการท่องเที่ยว อีกด้วย

4. ความรู้ด้านอุตสาหกรรมบริการทั้งการท่องเที่ยวและที่พัก เป็นการจัดการความรู้ที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมบริการทั้งธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและธุรกิจด้านที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละสถานที่มีความแตกต่างทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การเตรียมความพร้อมด้านอุตสาหกรรมบริการอย่างเหมาะสมจะสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างและกระจายรายได้ไปยังธุรกิจอื่น ๆ เกี่ยวข้อง

5. มาตรฐานที่พักและความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งสำหรับมุมมองนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนย่อมมีความคาดหวังต่อสถานที่นั้น ๆ ที่ต้องมีมาตรฐานที่ยอมรับได้ และต้องมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน บางสถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและเป็นธรรมชาติมาก แต่อยู่สักพักก็มีความรู้สึกไม่ปลอดภัย เพราะเป็นสถานที่ที่มีความแตกต่างจากวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยว

6. การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้ได้ทั่วโลก ดังนั้น การพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ใช้สำหรับการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งการใช้

ภาษาอังกฤษในการพูดสื่อสาร การทำป้ายรายการสินค้า และป้ายรายการอาหาร รวมถึง ป้ายบอกทางสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การฝึกการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการท่องเที่ยวสามารถฝึกได้ตลอดเวลา

7. ความรู้ในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นกระบวนการทางความคิดของผู้ประกอบการและผู้ร่วมกิจการ ในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่มีระยะเวลามากกว่า 2 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน สำหรับการปรับตัวกับการท่องเที่ยวให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ซึ่งบางธุรกิจได้ใช้ระยะเวลาช่วงดังกล่าวพัฒนาทักษะของพนักงานของตนเอง เพื่อให้พร้อมสำหรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

8. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ทั้งหลักสูตรระยะสั้นและหลักสูตรระดับปริญญาตรี เพื่อผลิตบุคลากรที่พร้อมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเน้นการจัดการเรียนการสอนกับสถานที่ที่สอนเกี่ยวกับการโรงแรมและการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติงานจริงระหว่างเรียน รวมถึงการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาม ที่ทำหน้าที่ Up skill และ Re Skill

9. การพัฒนากำลังพลด้านการท่องเที่ยว เพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้ให้กับพนักงานด้านการท่องเที่ยว เช่น พนักงานด้านที่พัก พนักงานด้านร้านอาหาร พนักงานด้านขนส่ง ผู้ประกอบการทัวร์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีในการใช้คอมพิวเตอร์และการใช้โซเชียลมีเดียในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งต้องเน้นการพัฒนากำลังพลด้านการท่องเที่ยว ต้องมีความรู้หลากหลายมิติ เช่น การทำเพจให้โรงแรมได้ เพื่อให้โรงแรมรู้สึกว่ามีเจ้าคุณหนึ่งคนมีความคุ้มค่า

10. การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการท่องเที่ยว ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านนวด ธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ซึ่งการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวโดยรวม เป็นสิ่งสำคัญต่อผู้ประกอบการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชน ชุมชน และประเทศชาติ ซึ่งเป็นการพัฒนาวิธีการและขั้นตอนในการให้บริการของบุคคลที่เกี่ยวข้องให้สามารถสร้างความประทับใจและพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

6.4 ข้อจำกัดของการวิจัย และข้อเสนอแนะเพื่อศึกษาวิจัยต่อ

6.4.1 ข้อจำกัดของการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นกิจกรรมระหว่างเดือนตุลาคม 2563 ถึง กันยายน 2564 ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ค่อนข้างมีความรุนแรงเป็นระยะ ทำให้ต้องมีปรับกิจกรรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และปฏิบัติตามมาตรการการป้องกัน Covid-19 อย่างเคร่งครัด ได้แก่

1. กิจกรรมการเดินทางลงพื้นที่ ปรับรูปแบบการเดินทางจากการเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารเป็นการเช่าเหมาบริการรถยนต์ในการเดินทางแทน เพื่อป้องกันการสัมผัสกับคนจำนวนมาก

2. กิจกรรมสนทนากลุ่มและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นการจัดกิจกรรมผ่านระบบออนไลน์

6.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อศึกษาวิจัย

1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้และสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสถานที่ท่องเที่ยว ให้สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น รวมถึง การนำเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์และการจัดทำบรรจุภัณฑ์มาใช้ประโยชน์ในร่วมด้วย
3. การพัฒนาคุณภาพและรายการอาหาร ขนมหวาน เครื่องดื่ม ภายในร้านอาหารของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา มีรายการอาหารที่หลากหลายจากวัตถุดิบในพื้นที่
4. การจัดการมาตรฐานการท่องเที่ยวและความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้ง การจัดการมาตรฐานการท่องเที่ยวและความปลอดภัยของที่พัก ให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจสำหรับการพักในพื้นที่ต่างถิ่น
5. การจัดการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ในลักษณะความร่วมมือทางการท่องเที่ยว เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ และเพื่อเพิ่มรูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ได้มีตัวเลือกสำหรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). การสู่มตัวอย่างและการผสมข้อมูลตามแบบแผนการวิจัยแบบผสมวิธี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(29), 147-158.
- กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2563). *โครงการตลาดชุมชน เพื่อธุรกิจท้องถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://gis.dit.go.th/gis56/market/ThongChom.aspx>
- กรมการท่องเที่ยว. (2559). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กรมการท่องเที่ยว. (2562). *ระบบจัดการฐานข้อมูลออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2563, จาก <http://tourismdb.info/>.
- กรมควบคุมโรค. (2563). *รายงานสถานการณ์ โควิด 19*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://Covid19.ddc.moph.go.th/>
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2544). *คู่มือการบริหารและจัดการ “การท่องเที่ยวเกษตร”*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2545). *คู่มือการดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางการเกษตร ปีงบประมาณ 2545*. กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2547). *เกษตรอินทรีย์*. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2564. จาก <http://www.doae.go.th>.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). *คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเกษตร*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2552) *เอกสารวิชาการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.moph.go.th/index.php/news/read/1700>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2545). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองของคนใน*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *โครงการทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะ 10 ปี (รายงานวิจัย)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *TAT introduces “Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA” certification*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.tatnews.org/2020/04/tat-introduces-amazing-thailand-safety-and-health-administration-sha-certification/>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). รายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยปี 2542. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2564, จาก <http://www.siamarchives.com>
- กุลธน ธนาพงศธร. (2520). หลักการกำหนดนโยบายของรัฐ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- เก็จกนก เอื้อวงศ์. (2562). การสนทนากลุ่ม: เทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 12(1), 17-30.
- ขวัญกมล ดอนขวา และจิตตานันท์ ตีกุล. (2557). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 8(1), 55-72.
- ขวัญชนก พุทธิจันทร์. (2563). *Agritourism การท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.lib.ku.ac.th/2019/index.php/Covid-19/1090-agritourism>
- ครรชิต มาระโกชน และทักษิณาภ สมบูรณ์. (2559). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ กรณีศึกษาตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 11(2), 23- 36.
- โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. (2540). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- จอมภัก คลังระหัด, วิสวัส ทองธีรภาพ, ธนภัทร์ จงไกรจักร, ภิญญดา อินทนิล. (2560). ปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี: กรณีศึกษา เดอะลิตเติ้ลการ์เด้น อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0”* (P.632-641). ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จอมภัก คลังระหัดและคณะ. (2560). ปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี : กรณีศึกษา เดอะลิตเติ้ลการ์เด้น อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4*.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2561). ปัญหาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 1(2), 1-21.
- จิตเกษม พรประพันธ์, มณฑลลี กปิลกาญจน์, นันทินิตย์ ทองศรี, และพรชนก เทพขาม (2563). *กิจการเสี่ยงและมาตรการดูแลภายใต้ผลกระทบของ โควิด 19*. ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_30Apr2020.aspx
- จิรนนท์ เข็มชันธ์. (2561). มุมมองของการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*. 36 (2), 162-167.

- เจษฎา นกน้อย. (2559). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตร: แนวคิดและประสบการณ์*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564, จาก http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/362/157_169.pdf
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยพร อุดมชนะโชค. (2564). *แรงกดดันทั้ง 5 ที่มีผลต่อสภาวะแวดล้อมในการแข่งขันของธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.maxideastudio.com/blog/5-forces-model/>
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2561). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวน เลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 12(2), สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2564, จาก <https://dtc.ac.th/wp-content/uploads/2019/04/8>
- ชัยศิลป์ อุตสารห์. (2553). *มาตรการในการให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/20181>
- ซิลไปไหน. (2562). *ตูบนาโฮมสเตย์อบอุ่นกลางทุ่งนาที่จะทำให้คุณตกหลุมรักน่านกว่าที่เคย*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.chillpainai.com/scoop/10448/>
- ณัฐรพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2557). *รูปแบบและกระบวนการดำเนินงานธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 7(3), 310-321.
- ดุษฎี ชุมสาย, ม.ล. และ ญิบพัน พรหมโยธี. (2527). *ปฐมแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. ไทยวัฒนาพานิช จำกัด. กรุงเทพฯ.
- ทินพันธ์ นาคะตะ. (2543). *ประชาธิปไตยไทย*. พิมพ์ ครั้งที่ 2. ห้างหุ้นส่วน จำกัด. สหાયบล็อกและการพิมพ์. กรุงเทพฯ.
- เทพกร ณ สงขลา (2556). *รูปแบบการจัดการทรัพยากรการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ในอำเภอ ช้างกลาง จังหวัด นครศรีธรรมราช*. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2564. จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9604/1/381846.pdf>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2552* (รายงานวิจัย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2553). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี : การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตร สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). *“เทพไท” สอน “ธนกร” คิดถึงหัวอกคนจน จี้ย้อมรับ เราไม่ทิ้งกัน มีข้อบกพร่อง* (ออนไลน์ 15 เมษายน 2563). สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/1821076>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.). (2563). *ैयाวยาเกษตรกร ธ.ก.ส.: โครงการช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://agri.baac.or.th/>

- ธารทิพย์ขาว ผ่องอำไพ,ธีรศักดิ์ อุ่นอารมณฺ์เลิศ. (2563). *ผลที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีต่อสุขภาวะทางสังคมของคนในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2564. จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/7276>
- นัทรุทธัย ขำดี. (2559). *มาตรการทางกฎหมายในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาพื้นที่บางกะเจ้า*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564, จาก <http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU>
- นืออน ศรีสมยง. (2552). *การสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในจังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เบญจมาภรณ์ คงชนะ,เรณูกา ขุนชำนาญ. (2561). *พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา สวนสละอาทิพย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.google.com>.
- เบญจรงค์ พันธะอาด. (2563). *การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี* (Online) 243584-Article Text-869437-1-10-20201224.pdf, 24 พฤษภาคม 2564
- ประกอบศิริ ภักดีพิณิจ และปานณนถ บัวเงิน. (2561). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนรอบกว้านพะเยา. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 7(1), 93-102.
- ประภาศรี ศรีประดิษฐ์. (2557). *การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตร ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ในจังหวัดอุดรดิษฐ์ แพร่ น่านในเขตภาคเหนือ*. มหาวิทยาลัยนเรศวร:พิษณุโลก.
- ปานจิต จุลกาญจน์. (2556). *การจัดการความรู้และการจัดการความรู้ลูกค้าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (รายงานวิจัย).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- เปรมปรีดา ทองลา ทองลา และ เพ็ญศิริ สมารักษ์. (2563). ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี, *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(1), 190-213.
- พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์. (2561). นวัตกรรมสื่อสารกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(2), 200-210.
- พัชรา เอี่ยมกิจการ และ ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. (2561). การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์งานวิจัยฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.ระยอง. *วารสารศาสตร์*, 11(2), 267-267.
- พัชรา เอี่ยมกิจการ, ขจิตขวัญ กิจวิสาละ, และอรรณวิดา ปัฐมานันท์. (2559). *การสื่อสารเพื่อการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษา รับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปการ* 4(3), 783-795.

- พัชรุศม์ ว่องไชยกุล. (2563). ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เทรนด์ที่กำลังมาแรง เมื่อคนเมืองอยากสัมผัสชีวิตชนบท
หนี COVID-19 (Online). <https://positioningmag.com/1289665>, 23 พฤษภาคม 2564.
- พัชรนันท์ พรรณนา. (2561). *การจัดตั้งธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2564, จาก
<https://smegrowforward.com>.
- พัทธ์ยมล สื่อสวัสดิ์วิชย์. (2558). ต้นแบบการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมี
ประสิทธิภาพในภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 35(1), 103-124.
- พัลลภา ปิติสันต์ (2561). *ท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดใหม่ในแบบ Coro Field*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม
2564, จาก www.bangkokbiznews.com/blog/detail/645981 . ค้นหาเมื่อ
- เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต. (2554). *คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น*. วิทยานิพนธ์การ
จัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ฟอร์บส ไทยแลนด์. (2020). *Forbes Thailand: COVID-19 กับผลกระทบของเศรษฐกิจไทย*. สืบค้นเมื่อ
14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://forbesthailand.com>.
- มณีรัตน์ อธิพันธุ์เสถียร. (2562). *ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาวิสาหกิจ
ชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านป่าแก้ว อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- มติชนออนไลน์. (2563). *'ททท.' จัดไม่ได้คัดค้านท่องเที่ยวหลังหมดโควิด 19 ใช้ธรรมชาติฟื้นตัวเป็นจุดแข็ง ดึง
ท่องเที่ยวดีดตาม* (ออนไลน์ 7 พฤษภาคม 2563). สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก
<https://news.trueid.net>.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2563). *โครงการตลาด
ชุมชน เพื่อธุรกิจท้องถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.talad-tongchom.rmutt.ac.th/abouts/>
- ยุวเรศ หลุดพา. (2560). *ความสำเร็จของนโยบายสาธารณะสู่ความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นไทย*.
วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์. 4(1). 136-153.
- รัชฎาพร บุญเรือง. (2564). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบช้าง ตำบลบ้านนา
อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก*. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(3), 404-419.
- ราณี อธิชัยกุล, วรรณมา ศิลปอาษา, ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, รชพร จันทร์สว่าง, และจินดา ขลิบทอง. (2556).
นโยบายการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน. กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- จำไพพรรณี แก้วสุริยะ. (2544). *เอกสารบทความ เรื่อง ทรัพยากรการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เรวัต แสงสุริยงค์. (2559). *การวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์ในโลกใหม่: บทสำรวจเบื้องต้น*. *Veridian E-
Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*,
9(3), 798-814.

- วรการ สุตาแก้ว. (2555). *ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนส้มอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรพล วัฒนเหลืออรุณ. (2544) *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระบบเหมืองฝายของภูมิปัญญาชาวบ้าน : กรณีศึกษา หมู่บ้านห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่/เชียงใหม่. DOI: https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CMU.the.2001.3
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ และคณะ. (2559). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเขตสายไหม* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะและคณะ. (2550). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยได้รับเงินทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกริก, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร. สถาบันยานยนต์. (2551). นิยามศัพท์, สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2564. จาก www.thaiauto.or.th
- ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอขนอม. (2563). *เกษตรทฤษฎีใหม่*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก http://1.179.172.11/khanom/?page_id=15&lang=TH
- ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค. (2563). *รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ฉบับที่ 7 วันที่ 10 มกราคม 2563*. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2563, จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/situation_more.php.
- ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร. (2544). *คู่มือการบริหารและจัดการ "การท่องเที่ยวเกษตร"*. ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กรุงเทพฯ.
- สถานบริการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาด้านการท่องเที่ยว. (2558). *โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรแม่ใจ*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก <http://www.erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=MTUzMjc5>, 15 พฤษภาคม 2564.
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. (2554). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตร [ออนไลน์]*. เข้าถึงจาก: http://www.kmitl.ac.th/agritech/nutthakorn/04090035_2202/multiweb/agrotour/prapeat.htm
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542) *รายงานเบื้องต้น การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism)*, กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2553). *รูปแบบการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กรุงเทพฯ. DOI : https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2010.478

- สมบัติ อารังอัญวงศ์. (2530). *การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ*. คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สมพงษ์ สุเมธกษกร. (2557). นวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 3(1), 60-69.
- สมพร อิศวิลานนท์ และปิยะทัศน์ พาพอนุรักษ์. (2561). *การจัดการงานวิจัยสู่ผลลัพธ์และผลกระทบ: แนวคิดและกรณีศึกษา* (เอกสารวิชาการ). สถาบันคลังสมองของชาติ. กรุงเทพฯ.
- สยามรัฐออนไลน์. (2563). *เกษตรฯ ขานรับนโยบายรบ. ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจฐานรากเปิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถี New Normal*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก <https://siamrath.co.th/n/171301>
- สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทร์แดง. (2562). ตัวแบบทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 3(1), 95-116.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2564). *4 ยุทธศาสตร์ผลักดัน 'ไทย' ให้เป็นประเทศแห่งนวัตกรรม*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.nia.or.th/NIA4>
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง. (2562). *การศึกษาเรื่อง การพัฒนาและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.scribd.com/document/>
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2563). *เราไม่ทิ้งกัน: มาตรการเยียวยา 5,000 บาท (3 เดือน)*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.xn--12cl1ck0bl6hdu9iyb9bp.com/>
- สุกัญญา คงเขียว, กนก เลิศพานิช, วรัญญา อรัญวาลัย, และอภิศักดิ์ โพธิ์ปิ่น. (2561). ความต้องการสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 36(1), 12-20.
- สุขุมารณ์ ชันศรี และ พีรชัย กุลชัย. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว. ใน *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44 : สาขาศึกษาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร สาขามนุษยศาสตร์ สาขาคหกรรมศาสตร์* (น. 455-462). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุพริศร์ สุวรรณิก. (2563). *โลกจะเปลี่ยนไปอย่างไร หลังวิกฤตโควิด 19 จบลง?*. ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.bot.or.th>.
- สุภาพร เพียรดี. (2554). *เครื่องมือคุณภาพ 7 ชนิด (7 QC Tools)*. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/446393>.
- สุภาภรณ์ พรหมบุตร. (2563). *การบริหารจัดการศึกษารับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2564, จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/download/243660/165879/>
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไฮลิติก พับลิชชิง.

- อนัญญา ปาอนันต์. (2560) *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต/กรุงเทพฯ.
- อิสระพงษ์ เขียนปัญญา. (2562). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานวิทยาเขตสุรินทร์. วารสารบริหารธุรกิจและบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 3(2), 1-20.

REFERENCE

- Adeneye, Y. B., Chu, E. Y., & Hashim, F. (2020). The competitive power of capital structure in a tourism destination. *In Tourism Marketing in Bangladesh* (pp. 238-256). Routledge.
- Akehurst, G. (2009). User generated content: the use of blogs for tourism organisations and tourism consumers. *Service business*, 3(1), 51.
- Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism management*, 32(5), 1204-1213.
- Alonso, A. D., & Kok, S. (2018). A resource-based view and dynamic capabilities approach in the context of a region's international attractiveness: The recent case of Western Australia. *Local Economy*, 33(3), 307-328.
- Anderson, W. (2018). Linkages between tourism and agriculture for inclusive development in Tanzania: A value chain perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- Anderson, W., & Juma, S. (2011). *Linkages at tourism destinations: Challenges in Zanzibar*.
- Ashley, C., & Mitchell, J. (2008). *Doing the right thing approximately not the wrong thing precisely: Challenges of monitoring impacts of pro-poor interventions in tourism value chains*. London: Overseas Development Institute.
- Ashley, C., & Mitchell, J. (2009). *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*. Routledge.
- Bah, A., & Goodwin, H. (2003). *Improving access for the informal sector to tourism in The Gambia*.
- Barber, N. A., Donovan, J. R., & Dodd, T. H. (2008). Differences in tourism marketing strategies between wineries based on size or location. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(1), 43-57.
- Barbieri, C., Sotomayor, S., & Aguilar, F. X. (2019). Perceived benefits of agricultural lands offering agritourism. *Tourism planning & development*, 16(1), 43-60.

- Berno, T., Wisansing, J. J., & Dentice, G. (2020). Creative agritourism for development: Putting the 'culture' into agriculture in Thailand. In *Tourism and Development in Southeast Asia* (pp. 197-213). Routledge.
- Boys, K. A., DuBreuil White, K., & Groover, G. (2017). Fostering rural and agricultural tourism: exploring the potential of geocaching. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1474-1493.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E., & Tiffin, S. (2013). Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism management*, 35, 59-69.
- Carpio, C. E., Wohlgenant, M. K., & Boonsaeng, T. (2008). The demand for agritourism in the United States. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 254-269.
- CDFA (California Department of Food and Agriculture). (2014). *California Agricultural Production Statistics* (2013). CDFA, Sacramento, California, USA. Accessed 9 July 2021. Available from <http://www.cdfa.ca.gov/statistics/>
- Center for Infectious Disease Research and Policy (CIDRAP). (2020). COVID-19: *The CIDRAP Viewpoint*. University of Minnesota, United states.
- Chancellor, C., Norman, W., Farmer, J., & Coe, E. (2011). Tourism organizations and land trusts: a sustainable approach to natural resource conservation?. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 863-875.
- Chittangwattana, B. (2005). Sustainable tourism development. Bangkok: Press and design.
- Christensen, R. (2020). One-way ANOVA. In *Plane Answers to Complex Questions* (pp. 107-121). Springer, Cham.
- Crouch, C. (2006). Modelling the firm in its market and organizational environment: Methodologies for studying corporate social responsibility. *Organization studies*, 27(10), 1533-1551.
- da Silva Añaña, E., Rodrigues, R. C., & da Silva Flores, L. C. (2018). Competitive performance as a substitute for competitiveness measurement in tourism destinations: an integrative study. *International Journal of Tourism Cities*.
- Debata, B., Patnaik, P., & Mishra, A. (2020). COVID-19 pandemic! It's impact on people, economy, and environment. *Journal of Public Affairs*, 20(4), e2372.

- Figueiredo, E., & Raschi, A. (2013). *Fertile Links?: Connections Between Tourism Activities, Socioeconomic Contexts and Local Development in European Rural Areas*. Fertile links?, 1-248.
- Filipova, M. K. (2015). Relationship between corporate culture and competitive power of the companies in the tourism industry. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 98-103.
- Gascón, J., & Mamani, K. S. (2021). Community-based tourism, peasant agriculture and resilience in the face of COVID-19 in Peru. *Journal of Agrarian Change*.
- Gee, C. Y., Choy, D. J., & Makens, J. C. (1984). *The travel industry*. AVI Publishing Company, Inc..
- Guo, X., & He, L. (2012). Tourism supply-chain coordination: The cooperation between tourism hotel and tour operator. *Tourism Economics*, 18(6), 1361-1376.
- Hardy, A., Vorobjovas-Pinta, O., & Eccleston, R. (2018). Enhancing knowledge transfer in tourism: An Elaboration Likelihood Model approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 33-41.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of travel research*, 38(3), 239-245.
- He, S., Lin, L., Xu, Q., Hu, C., Zhou, M., Liu, J., ... & Wang, K. (2021). *Farmland Zoning Integrating Agricultural Multi-Functional Supply, Demand and Relationships: A Case Study of the Hangzhou Metropolitan Area, China*. *Land*, 10(10), 1014.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism management*, 31(1), 1-12.
- Hojeghan, S. B., & Esfangareh, A. N. (2011). Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 19, 308-316.
- Holland, R. W., Verplanken, B., & van Knippenberg, A. (2003). From repetition to conviction: Attitude accessibility as a determinant of attitude certainty. *Journal of experimental social psychology*, 39(6), 594-601.
- Iglesias-Sánchez, P. P., Correia, M. B., & Jambrino-Maldonado, C. (2019). Challenges of open innovation in the tourism sector. *Tourism Planning & Development*, 16(1), 22-42.
- Jittangwattana Boonlert, & Sriksampha Phensiri. (2014). *Sustainable tourism development*. Nonthaburi: Thammasorn.
- Keawsuriya, R. (2016). *Sustainable Tourism Management*. Retrieved July 8, 2018, from <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/acheive>.

- Lacher, R. G., & Nepal, S. K. (2010). From leakages to linkages: Local-level strategies for capturing tourism revenue in Northern Thailand. *Tourism Geographies*, 12(1), 77-99.
- Lundgren, L. (1975). *Natural Plant Chemicals Acting as Oviposition Deterrents on Cabbage Butterflies* (*Pieris brassicae* (L.), *P. rapae* (L.) and *P. napi* (L.)). *Zoologica Scripta*, 4(1), 253-258.
- Macerinskiene, A., & Mikaliuniene, G. (2014). Peculiarities of tourism business innovations in Lithuania. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(5), 231-255.
- Madhok, A., and Liu, C. (2006). A coevolutionary theory of the multinational firm. *Journal of International Management*, 12(1), 1-21.
- Magar, D. B. T., Pun, S., Pandit, R., & Rola-Rubzen, M. F. (2021). Pathways for building resilience to COVID-19 pandemic and revitalizing the Nepalese agriculture sector. *Agricultural Systems*, 187, 103022.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- McBain, R. (2007). *The practice of engagement: Research into current employee engagement practice*. Strategic HR review.
- McMahon, S. B. (1996). NGF as a mediator of inflammatory pain. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 351(1338), 431-440.
- Meyer, C. (2006). *The quest for a European strategic culture: changing norms on security and defence in the European Union*. Springer.
- Miller, E., Van Megen, K., & Buys, L. (2012). Diversification for sustainable development in rural and regional Australia: How local community leaders conceptualise the impacts and opportunities from agriculture, tourism and mining. *Rural Society*, 22(1), 2-16.
- Mishra, N., & Mishra, A. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic on Social Sustainability in Tourism: A Study of Uttarakhand State of India. In *Tourism Destination Management in a Post-Pandemic Context*. Emerald Publishing Limited.
- Mitchell, R. J., Irwin, R. E., Flanagan, R. J., & Karron, J. D. (2009). Ecology and evolution of plant-pollinator interactions. *Annals of botany*, 103(9), 1355-1363.
- Monthly Economic Impact. (2017). *World Travel & Tourism Council*. Accessed May 4, 2021. Available from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/monthly-updates/wttcmonthly-report---march-2017.pdf>

- Moseley, G. L. (2003). A pain neuromatrix approach to patients with chronic pain. *Manual therapy*, 8(3), 130-140.
- Nayak, J., Mishra, M., Naik, B., Swapnarekha, H., Cengiz, K., & Shanmuganathan, V. (2021). *An impact study of COVID-19 on six different industries: Automobile, energy and power, agriculture, education, travel and tourism and consumer electronics*. Expert systems.
- Netherlands Development Organization. (2010). *Value Chain Development for Tourism Destinations*. Accessed March 25, 2021, Available from <http://www.hitt-initiative.org/wp/wpcontent/uploads/2011/11/GHTDP-VCD-Guidelines.pdf>.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism management*, 27(6), 1141-1152.
- Officer, P. (2016). *Food and agriculture organization of the United Nations*. FAO, Italy.
- Oh, J. Y., & Schuett, M. A. (2010). Exploring expenditure-based segmentation for rural tourism: Overnight stay visitors versus excursionists to fee-fishing sites. *Journal of travel & tourism marketing*, 27(1), 31-50.
- Pandurang Taware. (2000). *Agri-tourism: Innovative Supplementary Income Generating Activity for Enterprising Farmers*. Confederation of Indian Industry. Accessed 9 July 2021. Available from www.agritourism.in/.../Agri-Tourism Concept Note.pdf.
- Panyik, E., Costa, C., & Rátz, T. (2011). Implementing integrated rural tourism: An event-based approach. *Tourism Management*, 32(6), 1352-1363.
- Pike, Steven D. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Burlington, MA.: Butterworth-Heinmann.
- Pillay, M., & Rogerson, C. M. (2013). Agriculture-tourism linkages and pro-poor impacts: The accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Natal, South Africa. *Applied Geography*, 36, 49-58.
- Polukhina, A., & Rukomoinikova, V. (2018). *Development of agritourism as an innovative approach to agricultural complex management in Russia*. Worldwide Hospitality and Tourism Themes.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB international.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *Journal of business strategy*.
- Porter, M. E. (2004). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Simon & Schuster.

- Pramanik, S. A. K., & Rakib, M. R. H. K. (2020). Strategic analysis of competitiveness of travel and tourism in Bangladesh. In *Tourism Marketing in Bangladesh* (pp. 87-108). Routledge.
- Richards, G., & Hall, D. (2002). The community: a sustainable concept in tourism development?. In *Tourism and sustainable community development* (pp. 19-32). Routledge.
- Roberts, L., & Hall, D. (2004). Consuming the countryside: Marketing for 'rural tourism'. *Journal of Vacation Marketing*, 10(3), 253-263.
- Rogerson, J. M., & Sims, S. R. (2012). The greening of urban hotels in South Africa: Evidence from Gauteng. In *Urban forum*, 23(3), 391-407. Springer Netherlands.
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.
- Ruhanen, L., & Cooper, C. (2004). Applying a knowledge management framework to tourism research. *Tourism Recreation Research*, 29(1), 83-87.
- Sangnak, D., Lertputtarak, S., & Tresirichod, T. (2016). Decision Making for the Entry Mode Strategies of Hotel Industry in Myanmar. *Processding the 1st Technology Innovation Management and Engineering Science international conference (TIME-iCON2016)*. pp.146-150.
- Sangnak, D., Poo-Udom, A., Tintabura, C. & Intarajak, K. (2021). The Mode of Entry Strategies for Multinational Enterprise to Investment the Hotel Industry in Myanmar. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 4(1): 1-46.
- Scheyvens, R., & Russell, M. (2012). Tourism, land tenure and poverty alleviation in Fiji. *Tourism Geographies*, 14(1), 1-25.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Shahrabani, S., Teitler-Regev, S., Syna, H. D., Tsoukatos, E., Ambrosio, V., Loureiro, S. M. C., & Voulgaris, F. (2019). The effects of socio-political context on Tourism. *EuroMed Journal of Business*.
- Singal, M. (2015). How is the hospitality and tourism industry different? An empirical test of some structural characteristics. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 116-119.
- Slee, B., Farr, H., & Snowdon, P. (1997). The economic impact of alternative types of rural tourism. *Journal of agricultural economics*, 48(1-3), 179-192.

- Slocum, S. L., & Curtis, K. R. (2017). *Food and agricultural tourism: Theory and best practice*. Routledge.
- Smith, S. (2015). A sense of place: Place, culture and tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 220-233.
- Spalding, M., Burke, L., & Fyall, A. (2021). Covid-19: Implications for nature and tourism. *Anatolia*, 32(1), 126-127.
- Spurlock, C. M. (2009). Performing and sustaining (agri) culture and place: The cultivation of environmental subjectivity on the Piedmont Farm Tour. *Text and Performance Quarterly*, 29(1), 5-21.
- Stensland, S., & Baardsen, S. (2012). The effects of property and landowner characteristics on profit efficiency in salmon angling tourism in Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 627-644.
- Taylor, E., & Kneafsey, M. (2016). The place of urban cultural heritage festivals: The case of London's Notting Hill Carnival. In *Cultural heritage in a changing world* (pp. 181-196). Springer, Cham.
- Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(1), 215-224.
- Theodoropoulou, H., & Kaldis, P. (2008). Changes in rural areas and regional development. *Journal of Social Sciences*, 4(4), 275-279.
- Ural, M. (2016). Risk management for sustainable tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(1), 63-71.
- Usman, M., Kousar, R., & Makhdum, M. S. A. (2020). The role of financial development, tourism, and energy utilization in environmental deficit: evidence from 20 highest emitting economies. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(34), 42980-42995.
- Van der Bank, C. M., & Van der Bank, M. (2016). A legal framework for sustainable tourism development in areas affected by natural and manmade disasters in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(2), 2.
- Van der Duim, V. R. (2011). New institutional arrangements for tourism, conservation and development in Sub-Saharan Africa. *New alliances for tourism, conservation and development in Eastern and Southern Africa*, 83-106.

- Vanslebrouck, I., Van Huylenbroeck, G., & Van Meensel, J. (2005). Impact of agriculture on rural tourism: a hedonic pricing approach. *Journal of agricultural economics*, 56(1), 17-30.
- Verbole, A. (2000). Actors, discourses and interfaces of rural tourism development at the local community level in Slovenia: Social and political dimensions of the rural tourism development process. *Journal of sustainable tourism*, 8(6), 479-490.
- Vukovic, J., Colditz, M. J., Blackmore, D. G., Ruitenber, M. J., & Bartlett, P. F. (2012). Microglia modulate hippocampal neural precursor activity in response to exercise and aging. *Journal of Neuroscience*, 32(19), 6435-6443.
- World Intellectual Property Organization. (2021). *Global innovation index 2020*. <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>
- World Tourism Organization. (2014). *UNWTO Annual Report 2014*. Spain: Impacto Creativo de Comunicación SL.
- Worldometers. (2020). *COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC*. Retrieved May 17, 2020, from <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- Wu, T. C. (2018). Agriculture tourism and the transformation of rural countryside. *Tourism Geographies*, 20(2), 354-357.
- Xuyan, Y., & Na, G. (2021). Study on the Sustainability of Rural Tourism under the Background of Rural Revitalization. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 251). EDP Sciences.
- Yang, S., Huang, G. Q., Song, H., & Liang, L. (2009). Game-theoretic approach to competition dynamics in tourism supply chains. *Journal of Travel Research*, 47(4), 425-439.
- Yang, Z., Cai, J., & Sliuzas, R. (2010). Agro-tourism enterprises as a form of multi-functional urban agriculture for peri-urban development in China. *Habitat International*, 34(4), 374-385.
- Zeng, Z., Chen, P. J., & Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geographies*, 22(3), 724-734.
- Zheng, Y., Goh, E., & Wen, J. (2020). The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article. *Anatolia*, 31(2), 337-340.
- Zinda, J. A., Yang, J., Xue, X., & Cheng, H. (2014). Varying impacts of tourism participation on natural resource use in communities in Southwest China. *Human Ecology*, 42(5), 739-751.

ภาคผนวก

ผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
แบบสอบถาม

ลับ

หมายเลขอ้างอิง: _____



แบบสอบถาม

โครงการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นในหัวข้อ “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่ หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19”
2. ข้อมูลทั้งหมดในแบบสอบถามนี้จะไม่ถูกนำเสนอหรือเปิดเผยเป็นรายบุคคล ดังนั้น โปรดตอบแบบสอบถามตามข้อเท็จจริง การนำเสนอจะเป็นการนำเสนอในภาพรวมของแบบสอบถาม และจะไม่ส่งผลให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม
3. แบบสอบถามนี้มี 3 ส่วน โปรดตอบคำถามทั้งหมด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำอธิบาย: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบที่แท้จริงของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 20 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ทำธุรกิจส่วนตัว
 เกษตรกร นักศึกษา อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้ต่อเดือน

- ไม่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000 – 10,000 บาท
 10,001 – 20,000 บาท มากกว่า 20,000 บาท

5. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มาก่อนหรือไม่

- เคย จำนวน ครั้งที่มา ครั้ง (รวมครั้งนี้) ไม่เคย

6. ในการเดินทางมาครั้งนี้ท่านพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่

- พัก จำนวน คืน ไม่พัก

7. วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางท่องเที่ยวคือ

- เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน
 เพื่อชมกีฬาและความบันเทิง เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่
 เพื่อประชุม สัมมนา อบรม อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- 1-2 วัน 3-4 วัน 5-6 วัน มากกว่า 6 วันขึ้นไป

9. ช่วงเวลาที่ท่านมักเดินทางท่องเที่ยว

- วันธรรมดา วันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์
 วันหยุดติดต่อกันหลายวัน อื่นๆ (โปรดระบุ)

10. จำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง

- ต่ำกว่า 1,000 บาท 1,000 – 2,000 บาท 2,001 – 3,000 บาท
 3,001 – 4,000 บาท 4,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยว

คำอธิบาย: โปรดอ่านคำถามอย่างละเอียดแล้วตอบคำถามด้วยการใส่ เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุด

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก (5)	พอใจ (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่ค่อย พอใจ (2)	ไม่พอใจ (1)
1. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม					
1.2 สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ					
1.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์					
1.4 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์					
1.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมเรียนรู้					
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
2.1 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการเข้าถึงได้โดยง่าย					
2.2 สถานที่ท่องเที่ยวแถบปริมณฑลสามารถเดินทางได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว					
2.3 การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีให้เลือกหลายช่องทาง					

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก (5)	พอใจ (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่ค่อย พอใจ (2)	ไม่พอใจ (1)
2.4 การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิง เกษตรมีความเหมาะสม					
2.5 การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิง เกษตรมีมีบริการรถสาธารณะบริการ					
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
3.1 ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมี ความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน					
3.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย					
3.3 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน					
3.4 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร					
3.5 การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ					
3.6 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์ สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี					
3.7 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว (ความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิ สถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ การดูแล ความปลอดภัย การให้ข้อมูลและความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐาน)					
3.8 สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้ และ ความสะอาดของบ้านพัก (กรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรม)					
4. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ					
4.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร					
4.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว					
4.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ					
4.4 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี					
4.5 เจ้าหน้าที่มีข้อมูลในการแนะนำ ส่งเสริม ให้กลับมาซ้ำ					

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก (5)	พอใจ (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่ค่อย พอใจ (2)	ไม่พอใจ (1)
5. ด้านความพึงพอใจ					
5.1 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ					
5.2 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย					
5.3 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีสินค้าและบริการที่ตรงความต้องการของท่าน					
5.4 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมที่ดึงดูดใจ					
5.5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการประชาสัมพันธ์					
6. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน					
7. สิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรครั้งนี้ <i>(เรียงลำดับจากมากไปน้อย 1 = มากที่สุด)</i>					
<input type="checkbox"/> ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร/ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว					
<input type="checkbox"/> ความสมบูรณ์และสวยงามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
<input type="checkbox"/> ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น					
<input type="checkbox"/> ความสะอาด / สะอาด / ปลอดภัย ของสถานที่					
<input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง					
<input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ๆ ได้					
<input type="checkbox"/> อื่น (ระบุ)					
8. ในฐานะนักท่องเที่ยว ท่านคิดว่าจะมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร					
.....					
.....					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้การวิจัย
แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวงuesthouse เชียงเคษตร

ลับ

หมายเลขอ้างอิง: _____



แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวยุโรปท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โครงการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่ หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

ชื่อ: (ระบุหรือไม่ก็ได้) ตำแหน่ง

วันที่

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นในหัวข้อ “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19”
2. โปรดตอบคำถามตามความเห็นของคุณตามความเป็นจริง
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้จะไม่ถูกเปิดเผย
4. หัวข้อการสัมภาษณ์แต่ละหัวข้อเป็นเพียงการทบทวนวรรณกรรมเท่านั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้แต่อย่างใด

คำถาม

1. เหตุใดท่านถึงมาท่องเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. นักท่องเที่ยวจะรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) ได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. อะไรคือสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านมีการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างไรก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว และท่านต้องการที่พักหรือไม่ (Accommodation)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านมีกระบวนการในการตัดสินใจอย่างไรในการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ทำให้ท่านต้องการมาเที่ยว (Awareness)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. ทำไมท่านถึงจะไปสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรซ้ำ (Advocate)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้การวิจัย
แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ลับ

หมายเลขอ้างอิง: _____



แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โครงการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19

ชื่อ: (ระบุหรือไม่ก็ได้) ตำแหน่ง

วันที่

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นในหัวข้อ “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19”
2. โปรดตอบคำถามตามความเห็นของคุณตามความเป็นจริง
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้จะไม่ถูกเปิดเผย
4. หัวข้อการสัมภาษณ์แต่ละหัวข้อเป็นเพียงการทบทวนวรรณกรรมเท่านั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้แต่อย่างใด

คำถาม

1. ท่านมีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือกับผู้ผลิตวัตถุดิบ ให้มีผลต่อประสิทธิภาพ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยว ร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวของท่านอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านทำอย่างไรที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับการบริการนักท่องเที่ยว (Customer Service) และมีวิธีการอย่างไรให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ

.....

.....

.....

3. ท่านมีวิธีการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อบริการนักท่องเที่ยวในร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน อย่างไร (Order processing)

.....

.....

.....

4. ท่านทราบได้อย่างไรว่านักท่องเที่ยวคาดหวังอะไรกับร้านของท่านหรือสถานที่ท่องเที่ยวของท่าน (Demand forecasting)

.....

.....

.....

5. ท่านมีกระบวนการจัดซื้ออย่างไรในการตอบสนอง นักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวของท่าน (Procurement)

.....

.....

.....

6. ท่านมีการจัดการกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในร้านของท่านอย่างไรเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวของท่าน (Inventory Management)

.....
.....
.....

7. ท่านคิดว่าการคมนาคมขนส่ง มีความสำคัญอย่างไรต่อธุรกิจ หรือร้านค้า หรือสถานที่ท่องเที่ยวของท่าน (Transportation Management)

.....
.....
.....

8. ท่านคิดว่าท่านมีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่านอย่างไรให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวทั้งปี (Warehousing และ Storage)

.....
.....
.....

9. ท่านคิดว่าท่านจะทำอย่างไรเมื่อนักท่องเที่ยว มาแล้วไม่รู้สึกระหัดใจกับร้าน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน และท่านจะมีแนวทางแก้ไขปรับปรุงอย่างไร (Reverse Logistics)

.....
.....
.....

10. ท่านมีแนวคิดอย่างไรกับการรักษาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน (Parts และ Services Support)

.....
.....
.....

11. ท่านมีแนวคิดและวิธีการอย่างไรในการเลือกทำเลในการจัดตั้งธุรกิจ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Plant และ Warehouse Site Selection)

.....

.....

.....

12. ท่านมีแนวคิดอย่างไรกับ แนวคิดในการจัดส่งสินค้า ทางการท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเหมาะสมกับ ต้นทุนของ ท่าน (Material Handling)

.....

.....

.....

13. ท่านมีแนวคิดอย่างไรกับ ความสวยงาม ภูมิทัศน์ของสถานที่ของท่าน ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และพึงพอใจ ที่จะมาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน (Packaging และ Packing)

.....

.....

.....

ผนวก ง
เครื่องมือที่ใช้การวิจัย
แบบสัมภาษณ์สำหรับการสนทนากลุ่มและการจัดสัมมนา

ลับ

หมายเลขอ้างอิง: _____



แบบสัมภาษณ์

สำหรับการสนทนากลุ่มและการจัดสัมมนา

โครงการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการ
แพร่ระบาดของ Covid-19

ชื่อ: (ระบุหรือไม่ก็ได้) ตำแหน่ง

วันที่

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นในหัวข้อ “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19”
2. โปรดตอบคำถามตามความเห็นของคุณตามความเป็นจริง
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้จะไม่ถูกเปิดเผย
4. หัวข้อการสัมภาษณ์แต่ละหัวข้อเป็นเพียงการทบทวนวรรณกรรมเท่านั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้แต่อย่างใด

คำถาม

1. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือกับผู้ผลิตวัตถุดิบให้มีผลต่อประสิทธิภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับการบริการนักท่องเที่ยว (Customer Service) และมีวิธีการอย่างไรให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ

.....

.....

.....

3. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อบริการนักท่องเที่ยวในร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างไร(Order processing)

.....

.....

.....

4. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวคาดหวังอะไรกับร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยว (Demand forecasting)

.....

.....

.....

5. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้ออย่างไรในการตอบสนอง นักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยว (Procurement)

.....

.....

.....

6. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในร้านอย่างไร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มา
สถานที่ท่องเที่ยว (Inventory Management)

.....
.....
.....

7. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่งว่ามีความสำคัญอย่างไรต่อธุรกิจ หรือร้านค้า หรือสถานที่
ท่องเที่ยว (Transportation Management)

.....
.....
.....

8. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างไร ให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว
ทั้งปี (Warehousing และ Storage)

.....
.....
.....

9. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร เมื่อนักท่องเที่ยวมาแล้วไม่รู้สึกประทับใจกับร้าน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
และมีแนวทางแก้ไขปรับปรุงอย่างไร (Reverse Logistics)

.....
.....
.....

10. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับการรักษาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิง
เกษตร (Parts และ Services Support)

.....
.....
.....

11. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับแนวคิดและวิธีการอย่างไรในการเลือกทำเลในการจัดตั้งธุรกิจ สถานที่
ห้องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Plant และ Warehouse Site
Selection)

.....

.....

.....

12. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับแนวคิดในการจัดส่งสินค้าทางการท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวโดย
เหมาะสมกับต้นทุน (Material Handling)

.....

.....

.....

13. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับความสวยงามและภูมิทัศน์ของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และพึง
พอใจที่จะมาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Packaging และ Packing)

.....

.....

.....

ผนวก จ
ประวัตินักวิจัย

ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร

ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) : Asst.Prof.Dr.Anamai Damnet

สังกัด : โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ): ผู้ช่วยศาสตราจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่ทำงาน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

โทรศัพท์ 034-300481 ถึง 4

โทรสาร 0-3435-1402

โทรศัพท์มือถือ 084-473-5722

E-mail : andydamnet@gmail.com

ผู้ร่วมโครงการ

1. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : ดร.ดนุพล แสงนาค

ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) : Danupon Sangnak D.B.A.

สังกัด : โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ): อาจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่ทำงาน) โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

โทรศัพท์ 034-300481 ถึง 4

โทรสาร 0-3435-1402

โทรศัพท์มือถือ 083-312-4719

E-mail : danupun.s@ku.th

2. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม

ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) : Dr.Aunchistha Poo-Udom

สังกัด : โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ): อาจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่ทำงาน) : โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

โทรศัพท์ 034-300481 ถึง 4

โทรสาร 0-3435-1402

โทรศัพท์มือถือ 089-982-2686

E-mail : aunchistha.p@ku.th

ผนวก ฉ

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ A4 (สำหรับประชาสัมพันธ์)

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ A4 (สำหรับประชาสัมพันธ์)

1. ชื่อผลงาน/โครงการ (ภาษาไทย) นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19
(ภาษาอังกฤษ) Innovative Agricultural Tourism in the Context of
New Normality after the Outbreak of the Covid-19
2. ชื่อ - นามสกุล นักวิจัย ผศ.ดร.อนามัย ดำเนตร, อ.ดร.ดนุพล แสงนาค, อ.ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม
Asst.Prof.Dr.Anamai Damnet, Dr.Danupon Sangnak, Dr.Aunchistha Poo-Udom
3. ที่อยู่ติดต่อได้ โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140
โทรศัพท์มือถือ 084-473-5722 E-mail : andydamnet@gmail.com
4. ชื่อหน่วยงาน โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ ปี พ.ศ. 2564
6. คำค้น keyword นวัตกรรม, การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, การแพร่ระบาด, Covid-19
7. อ้างอิง (ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้นว่างไว้)
8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว (สามารถแยกไฟล์ หรือใส่รวมไว้ในเนื้อหาได้)
9. คำอธิบาย 1 หน้ากระดาษ A4 (font Tahoma ขนาด 10 แบบ Regular)
(สรุปรายละเอียดผลงานวิจัย/โครงการวิจัย มีความยาว 1 หน้ากระดาษ A4 เนื้อหาครอบคลุมถึง ความสำคัญ
ของงานวิจัยชิ้นนี้ วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน และประโยชน์ของผลงานวิจัย)

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19” มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2. เพื่อวิเคราะห์และค้นหาองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4. เพื่อค้นหานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 มีวิธีการดำเนินงานด้วยการวิจัยแบบผสมผสานวิธีแบบหลายขั้นตอน (Multiphase Mixed Methods Research) โดยมีผลการวิจัย ดังนี้ 1. ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 6 ภาคของประเทศไทย มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2. ด้านองค์ความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ปัจจัยภายในระดับมหภาค (Internal-Macro Factors) (ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) สถานที่ตั้ง (Location) กระบวนการจัดตั้งบริษัท (Internalization) การบริหารการเงิน (Financial)) ปัจจัยภายในระดับจุลภาค (Internal-Micro Factors) (ลักษณะพิเศษของพื้นที่ที่ควรประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Value) การสร้างความแตกต่างในลักษณะที่หาได้ยาก (Rarity) การลอกเลียนของรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Imitability) การจัดตั้งองค์กร (Organization)) ปัจจัยภายนอกระดับมหภาค (External-Macro Factors) (นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Political Situation) สภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Economic Situation) ระบบสังคม/ค่านิยม ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Social Situation) เทคโนโลยีที่จำเป็นต้องมีในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Technology Situation) สิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Environmental Situation) กฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Legal Situation)) ปัจจัยภายนอกระดับจุลภาค (External-Micro Factors) (การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในตลาด (Rivalry among Firms) การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Threat of New Entrants) อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier) อำนาจในการเลือกของนักท่องเที่ยว (Bargaining Power of Buyers) สินค้าทดแทนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Substitute Products)) การตัดสินใจในการลงทุน (Decision Making to Invest) (การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) การรับรู้ผลประโยชน์ (Perceived Benefit) การปรับตัว (Adaptation) การกลับบ้านเกิด (Homecoming)) 4. นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ได้แก่ นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบการเรียนรู้การเกษตร นวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบฟาร์มเลี้ยงสัตว์ นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบฟาร์มประมง นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนดอกไม้ นวัตกรรมสวนดอกไม้กับศิลปะ นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบเทคโนโลยีการเกษตร นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบทุ่งนาข้าว นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบนาเกลือ นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนมะพร้าว นวัตกรรมท่องเที่ยวพื้นที่สูง นวัตกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พัก นวัตกรรมท่องเที่ยวผสมผสานเชิงจิตวิญญาณ นวัตกรรมท่องเที่ยวแบบสวนสตอเบอรี่ และนวัตกรรมการท่องเที่ยวแบบจำลองสถานที่ท่องเที่ยว

ผนวก ช
แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด

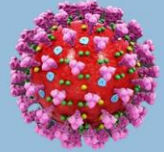
แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด
(สำหรับเผยแพร่ในระบบ EXPLORE ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-explore.net)

1. ชื่อผลงาน/โครงการ (ภาษาไทย) นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่
 หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19
 (ภาษาอังกฤษ) Innovative Agricultural Tourism in the Context of
 New Normality after the Outbreak of the Covid-19
2. ชื่อ - นามสกุล นักวิจัย ผศ.ดร.อนามัย ดำเนตร, อ.ดร.ดนุพล แสงนาค, อ.ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม
 Asst.Prof.Dr.Anamai Damnet, Dr.Danupon Sangnak, Dr.Aunchistha Poo-Udom
3. ที่อยู่ติดต่อได้ โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
 เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140
 โทรศัพท์มือถือ 084-473-5722 E-mail : andydamnet@gmail.com
4. ชื่อหน่วยงาน โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
 คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ ปี พ.ศ. 2564
6. คำค้น keyword นวัตกรรม, การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, การแพร่ระบาด, ไวรัสโคโรนา 2019
7. อ้างอิง...(ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้น
 ว่างไว้)
8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว
9. คำอธิบาย 5 บรรทัด (font Tahoma ขนาด 10 แบบ Regular)
 การวิจัยนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ
 Covid-19 เพื่อค้นหาองค์ความรู้และเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย
 เพื่อให้ภาครัฐและผู้ใช้ประโยชน์ได้นำไปใช้ประโยชน์ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ
 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีผลต่อกระบวนการการเสนอนโยบายเพื่อให้ภาครัฐพิจารณา รวมถึง การตัดสินใจ
 ประกอบธุรกิจของเกษตรกรและสิ่งที่สำคัญ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
10. สรุปงานวิจัยในรูปแบบ info graphic โดยให้มีตราสัญลักษณ์ของ วช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
11. นำเข้าข้อมูลสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด ในระบบ EXPLORE ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-explore.net

ผนวก ซ
สรุปงานวิจัยในรูปแบบ INFO GRAPHIC



นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่ หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19



ผศ.ดร.อนามัย ดำเนตร และคณะ



สรุปงานวิจัยในรูปแบบ Info Graphic

