



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรม
กับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย

A Policy Research on Linking Agriculture and Tourism
in Thailand

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ธรรมโชติ และคณะ

ได้รับการอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

พ.ศ.2566

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสถาบันคลังสมอง ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อที่จะทำการศึกษา (1) สถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในต่างประเทศ (2) ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย และ (3) จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการเก็บข้อมูล การระดมความคิดเห็นและประชุมเชิงปฏิบัติการ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณที่ปรึกษาและคุณอติรัตน์ ด้านภัทรวรวิวัฒน์ ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่มีคุณค่าแก่งานวิจัยนี้มาโดยตลอด

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานผลการวิจัยแผนงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในเรื่องนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ธรรมโชติ

ได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

2566

บทสรุปผู้บริหาร

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

ชื่อเรื่อง (ไทย) การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(อังกฤษ) A Policy Research on Linking Agriculture and Tourism in Thailand

ชื่อคณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ธรรมโชติ

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

Email: fecopot@ku.ac.th โทร. 08 6981 2140

ผู้ร่วมวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

31 หมู่ 6 ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี หมายเลขโทรศัพท์ 081-5989037

Email: weerasak.k@psu.ac.th

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ ชูประดิษฐ์

สาขาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

99 หมู่ 18 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

โทรศัพท์ 08-9723-0723 โทรศัพท์มือถือ 08-9723-0723

Email: boonyarit@mathstat.sci.tu.ac.th

3. นางพาฝัน นิลสวัสดิ์ ดุฮาเมลน์

สำนักรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

222 ตำบลไทรบุรี อำเภอน้ำตาคลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

โทรศัพท์ 086-9546161 Email: pafunn@yahoo.com

งบประมาณระยะเวลาการทำวิจัย ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2565 จำนวน 936,000 บาท (เก้าแสนสามหมื่นหกพันบาทถ้วน) ระยะเวลาทำการวิจัย 12 เดือน เริ่มทำการวิจัยเมื่อ 15 มกราคม 2565 ถึง 15 กรกฎาคม 2566

สรุปโครงการวิจัย

1. หลักการและเหตุผล

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การส่งออกด้านบริการการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวกลับกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่

ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Tourist Led growth ของประเทศ (อัครพงศ์ อ้นทอง และ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, 2554) สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของไทยไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มากนัก การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจน้อยส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อหัวของไทยมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นและมีมูลค่าไม่สูงมากนักสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวไม่ได้สร้างผลตอบแทนให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ในส่วนของภาคเกษตรกรรมของไทยความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรยังคงเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อรายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกร ประกอบกับในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาการระบาดของโควิด-19 มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งภาคเกษตรกรรมของไทยซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย การระบาดของโควิด-19 ทำให้ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวโลกเปลี่ยนไปซึ่งเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยที่จะหันมากำหนดนโยบายที่ทำให้การเจริญเติบโตของภาคเศรษฐกิจที่เป็นฟันเฟืองที่สำคัญของประเทศเป็นการเติบโตที่ยั่งยืนและเกิดกระจายรายได้จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

การเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการเศรษฐกิจที่จะทำให้การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวเกิดประโยชน์สูงสุดกับพื้นที่และเกิดการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยวไปยังภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมทำให้เกิดการกระจายรายได้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบไปด้วย เกษตรกร: (1) ทำให้มีที่มาของแหล่งรายได้ที่หลากหลาย (2) เพิ่มยอดขาย (3) ทำให้เกิดแรงจูงใจในการรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยการสร้างกิจกรรมท้องถิ่นและประสบการณ์ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว ในส่วนของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว (1) สามารถจัดซื้อวัตถุดิบด้านอาหารได้ในราคาที่ถูกลง (2) มีการสร้างเมนูอาหารถิ่น (3) ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ในส่วนของภาครัฐ (1) นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (2) การสร้างตลาดเฉพาะ และในส่วนของนักท่องเที่ยว (1) มีประสบการณ์ท้องถิ่น (2) ได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น โดย Torres and Momsen (2011) ระบุว่า การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและภาคเกษตรมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและหลากหลายมิติ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเชื่อมโยงระหว่าง 2 ภาคเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปทาน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และสินค้าชั้นกลาง ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยอุปสงค์ เช่น ภาคการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีแนวโน้มที่จะนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากนอกพื้นที่ ทำให้มีการเชื่อมโยงกับภาคเกษตรในพื้นที่ค่อนข้างน้อย โรงแรมระดับห้าดาวโดยส่วนใหญ่จะมีการนำเข้าวัตถุดิบเกรด A มากกว่าการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น ในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น คุณภาพของผลิตผลทางการเกษตร ระบบเพาะปลูก ฤดูกาล ราคาสินค้าเกษตรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรในพื้นที่กับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Telfer and Wall, 2000) ระบุว่า ในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและปัจจัยชั้นกลาง ปัจจัยสำคัญคือ ระบบการขนส่ง การกระจายผลผลิต ที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกับภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้เราสามารถเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวและดำเนินการพัฒนาภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยว ไปพร้อมกันได้ (Asiedu and Gbedema, 2011) โดยการเชื่อมโยงภาคเกษตรในพื้นที่กับการท่องเที่ยวในพื้นที่จะทำให้พึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์เกษตรจากนอกพื้นที่ การส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์

เกษตรในพื้นที่เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่พื้นที่ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในส่วนของประเทศไทยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ได้ระบุแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการมุ่งเน้นการพัฒนาแบบบูรณาการด้วยการส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่เชื่อมโยงกับกิจกรรม การท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาดซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยในปี พ.ศ.2558 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ลงนามความร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรโดยความร่วมมือดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ยกกระดับสินค้าคุณภาพและมุ่งเน้นการกระจายรายได้ให้กับเกษตรกร โดยมีแนวทางการดำเนินงานร่วมกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 แนวทางในการบูรณาการร่วมกันได้แก่ โครงการการเชื่อมโยงธุรกิจกับภาคเกษตรกรรม โดยเปิดโอกาสให้โรงแรม ภัตตาคารซื้อสินค้าตรงกับเกษตรกร การพัฒนาเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงสินค้าเกษตร เช่น การท่องเที่ยววิถีข้าว การพัฒนาตลาดชุมชน และตลาดสินค้าเกษตรให้เชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตรยังได้จัดตั้งคณะทำงานความร่วมมือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ. 2562 เพื่อกำหนดแนวทางในการขับเคลื่อน ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย รวมทั้งส่งเสริมให้สามารถแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามการดำเนินการที่ผ่านมายังขาดการกำหนดนโยบายการเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวกับภาคเกษตรอย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวต้องพิจารณาการเชื่อมโยงในหลาย ๆ มิติ เช่น เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และการจัดการ เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยว จึงควรให้มีการศึกษาโครงการการศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อศึกษาสถานการณ์ นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกับการท่องเที่ยวของต่างประเทศและในประเทศไทยเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในต่างประเทศ
2. ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย
3. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยวิธีเชิงคุณภาพ และวิธีเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการประชุมระดมสมอง

4. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย” สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

การศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในต่างประเทศ พบว่า

- ความสัมพันธ์ระหว่างภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน และมีปัจจัยหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อภาคเกษตรกรรม
- รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวเป็นไปในลักษณะขัดแย้ง อยู่รวมกัน และอยู่ร่วมกันแบบเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน
- ระดับความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น การเชื่อมโยงแบบแข็งแกร่ง การเชื่อมโยงแบบคลุมเครือ และการเชื่อมโยงแบบอ่อนแอ
- การรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมแบ่งได้เป็น การรั่วไหลภายใน การรั่วไหลภายนอก และการรั่วไหลที่มองไม่เห็น
- การเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือ การเชื่อมโยงไปข้างหน้า และการเชื่อมโยงย้อนกลับ
- ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดในการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านอุปทาน ปัจจัยด้านอุปสงค์ และปัจจัยทางด้านการตลาด
- ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จในการกำหนดกฎหมาย กฎระเบียบที่สนับสนุนการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่น
- เจือไนซ์ในการประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบริบทชุมชนแต่ละประเทศ
- กรอบดำเนินงานด้านกฎหมาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- การให้คำจำกัดความที่ชัดเจนของ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ที่ชัดเจนและครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แท้จริง มีส่วนสำคัญในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- มาตรการทางภาษี ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

▪ งบประมาณอุดหนุนจากภาครัฐทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่นมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งรูปแบบการส่งเสริมที่ผูกเงื่อนไขการให้ความช่วยเหลือทางการเงินกับการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผู้ประกอบการที่ขอรับความช่วยเหลือ

บทเรียนที่ได้จากการศึกษางานท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากต่างประเทศที่สำคัญคือ

1. การเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ จำเป็นต้องมีการเข้าไปแทรกแซงหรือส่งเสริมจากภาครัฐเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงดังกล่าวขึ้น ทั้งในด้านกฎหมาย นโยบาย และการสนับสนุนทางตรง เช่น การให้เงินอุดหนุน การพัฒนาศักยภาพและความรู้แก่เกษตรกร และการสนับสนุนทางอ้อม เช่น การส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ลักษณะของการเชื่อมโยงภาคเกษตรกับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จคือ การใช้ภาคการเกษตรนำการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรของท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการโน้มน้าวใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมหรือใช้จ่ายในกิจกรรมที่น่าเสนอในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรได้

3. การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเพื่อกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวของชุมชนที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการเกษตรของชุมชน ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งต่อความสำเร็จของการเชื่อมโยงภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยว

4. การเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นหรือภูมิภาคสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาหรือนโยบายการสร้าง ความเชื่อมโยงด้านการเกษตรกับการท่องเที่ยวได้ตามความหลากหลายและลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น โดยท้องถิ่นจะเข้าใจถึงจุดอ่อนจุดแข็ง ตลอดจนความต้องการของพื้นที่ได้ดีกว่านโยบายที่กำหนดมาจากส่วนกลาง

การศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

สถานการณ์ด้านอุปสงค์จากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

▪ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เดินทางมา 2-3 ครั้งต่อปี โดยรถยนต์ส่วนตัว มาที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีงบประมาณในการท่องเที่ยว 1,000-5,000 บาทต่อครั้ง โดยเดินทางมาพร้อมกับครอบครัว และญาติ มีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน โดยหาข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ เดินทางมาในวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นระยะเวลา 2 วัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาเปรียบเทียบค่าความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (หากคาดหวังสูงแสดงว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารที่ดีมาก่อนจะมาเที่ยว แต่ถ้าความคาดหวังต่ำแสดงว่าการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจเป็นแค่ทางผ่าน ไม่ใช่เป้าหมายหลัก) ส่วนการศึกษาระดับความพึงพอใจก็เพื่อทราบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมาแล้วมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการมากน้อยแค่ไหน และเมื่อ

เทียบกับค่าความคาดหวังแล้วมากกว่าหรือน้อยกว่าความคาดหวัง ซึ่งหากน้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน

ผลการสำรวจค่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสูงกว่าระดับความคาดหวัง แต่ส่วนใหญ่จะไม่มี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ คะแนนความคาดหวังและคะแนนความพึงพอใจไม่ต่างกันมากพอ และยังมีหลายประเด็นที่ระดับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าความคาดหวัง ได้แก่คำถามที่ 19 21 27 29 และ 30 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในด้าน **สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว** นอกจากนี้คำถามด้านนี้ข้อที่ 22 25 28 และ 31 มีระดับคะแนนความคาดหวัง เท่ากับความพึงพอใจ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ประทับใจในประเด็นดังกล่าว ซึ่งเป็นประเด็นที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเร่งพัฒนา

ผลการวิเคราะห์ยังมีประเด็นที่น่าสนใจมากกว่าผลการเปรียบเทียบค่าความคาดหวังกับค่าระดับความพึงพอใจ คือ ประเด็นเกี่ยวกับระดับคะแนนที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวมีการคาดหวังที่ค่อนข้างต่ำ คือ มีคะแนนความคาดหวังอยู่ในช่วง 2.20 – 2.52 (น้อย - ปานกลาง) และส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับน้อย และคะแนนในระดับปานกลางก็อยู่ในระดับต่ำ จากคะแนนค่าความคาดหวังที่ต่ำนำไปสู่ประเด็นคำถามคือ ที่ผ่านมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ไม่ได้สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวใช้หรือไม่ ทำให้ข่าวสารที่เป็นถึงนักท่องเที่ยวไม่ได้กระตุ้นให้เกิดความคาดหวัง และเมื่อคาดหวังน้อย คำถามต่อคือแล้วนักท่องเที่ยวมาทำอะไร คำตอบที่อธิบายได้คือ การมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอาจเป็นแค่ทางผ่านไม่ใช่เป้าหมายหลัก จึงไม่คาดหวังมาก แต่การเข้ามาของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นโอกาสที่ดีของสถานที่ท่องเที่ยวในการสร้างความประทับใจ ยิ่งเขาคาดหวังต่ำแต่หากเราจัดการให้บริการที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมาก ชื่อเสียง การเที่ยวซ้ำและการบอกต่อจะเกิดขึ้น ส่งผลต่อการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว แต่ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แม้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสูงกว่าค่าความคาดหวัง แต่ก็อยู่ในระดับต่ำ คือ 2.28-2.49 คะแนน แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่สามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้ โอกาสในการบอกต่อ หรือกลับมาเที่ยวซ้ำมีน้อย

สถานการณ์ด้านอุปทานจากแบบสอบถามผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอื่นที่ไม่ใช่เกษตรกร การใช้ที่ดินส่วนใหญ่เพื่อทำการเกษตร โดยไม่มีกรรมสิทธิ์แบบโฉนดในพื้นที่
- รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่โยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร มีการจำหน่ายผลผลิต การเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิน 5 ปีขึ้นไป และอยู่ในช่วงการขยายธุรกิจ โดยมีมุมมองว่าการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเองประสบผลสำเร็จ ในส่วนที่ผลประกอบการพอไปได้
- สัดส่วนของรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ใช่รายได้หลัก โดยประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อแสวงหารายได้ที่หลากหลายในรูปแบบวิถีชีวิตผสมกับธุรกิจ
- ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ในการทำธุรกิจทั่วไป การขาดแคลนแรงงาน และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐ

- จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพ รongลงมา อาหาร จุดถ่ายรูป เป็นต้น
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ชนิด โดยเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค โดยผลผลิตทางการเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ โดยดำเนินการจัดสรรส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ ไม่มีกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกร
- ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่มีการกำหนดแผนรองรับเวลานักท่องเที่ยวขาดแผนผังหรือการวางแผนในการใช้พื้นที่
- มีการจัดการความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวโดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อิสระ
- ในส่วนของการจัดการของเสีย มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย มีแผนในการบำรุงรักษา
- มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีที่พักในการให้บริการอย่างไรก็ตามมีบริการเครื่องดื่มและร้านขายของฝากให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานในพื้นที่
- การให้ความรู้ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามไม่มีภาคีในการรณรงค์ และไม่มีจัดการบริการให้กับผู้สูงอายุหรือคนพิการ
- กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการบรรยายให้ความรู้ และเป็นเยี่ยมชมวิถีชุมชน โดยส่วนใหญ่มีการกำหนดเวลาให้ท่องเที่ยวตลอดทั้งปี มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง
- เครือข่ายความร่วมมือกับคนในชุมชนในระดับท้องถิ่นและองค์กร
- มีการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน แต่การจ้างแรงงานส่วนใหญ่ยังไม่มีคนในชุมชนทำงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4.1 ปัจจัยที่ทำให้สำเร็จ (เดิบโต)

การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นเช่นเดียวกับการทำธุรกิจอื่น ๆ คือ ทุกคนมีโอกาสที่จำทำสำเร็จและล้มเหลวเหมือนกัน แต่ที่สำคัญคือ เมื่อโอกาสเข้ามาหากต้องการความสำเร็จก็จำเป็นต้องฉกฉวยโอกาสเข้าร่วมขบวนให้ได้ก่อน เพราะหากไม่ร่วมขบวนก็จะมีโอกาสเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วงเวลาที่การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตกระจายไปเกือบทุกจังหวัด มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่เล็งเห็นโอกาส และเริ่มฉกฉวยโอกาสโดยการเริ่มต้นทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจากการสำรวจพบว่า มีทั้งธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจที่ไม่เติบโตและต้องเลิกกิจการ เมื่อนำข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มมาถอดบทเรียนพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยทั้งภายในและภายนอก โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กร ทั้งลักษณะเฉพาะตัวบุคคล ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติ ระบบการบริหารจัดการองค์กร ผลสรุปจากการถอดบทเรียนความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นปัจจัยภายในสรุปได้ดังนี้

1. ทักษะของผู้ประกอบการ ประเด็นนี้จะแตกต่างจากผู้ประกอบการกลุ่มอื่น เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรที่ผันตัวมาทำธุรกิจเสริมจากการเกษตร ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวนมากไม่ได้มองตัวเองเป็นผู้ประกอบการ เป็นการทำธุรกิจ ยังติดภาพความเป็นเกษตรกร นักท่องเที่ยวคือแขกที่มาเยี่ยม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายที่รับแขกตลอดปี แต่ไม่มีรายได้จากนักท่องเที่ยว เช่น กรณีของสวนรัชชเวชย์ 200 ปี หรือกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้ธุรกิจไม่เติบโต แต่หากเปลี่ยนทัศนคติ เป็นการทำธุรกิจ การบริหารจัดการจะแตกต่างออกไป มีการคิดต้นทุน กำไร การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย การเน้นการบริการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซ้ำ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้

2. ความสามารถด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ ที่สำคัญ คือ มีจิตบริการ ไม่เบียดเบียนกับการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยว มีความรู้เกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว และเป็นผู้รู้หาแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการใหม่ ๆ นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ

3. รู้จักใช้ประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ และจะสรุปว่าความสำเร็จจะดีกว่าถ้าไม่พึ่งภาครัฐ แต่มีผู้ประกอบการบางรายมองว่าภาครัฐเป็นหน่วยเสริม เช่น กรณีของไร่กาแฟจ่านรินทร์ ที่ใช้บริการจากหน่วยงานภาครัฐทุกครั้งที่มีโอกาส แต่ไม่ได้คาดหวังจะพึ่งพิง ใช้ภาครัฐแค่กำลังเสริมและดำเนินการสานต่อเอง ปรับปรุงตามความเหมาะสม จนสามารถนำพากิจการให้เติบโตได้ถึงปัจจุบัน

4. มีคู่คิด เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ ผันตัวมาจากเกษตรกร เมื่อมาทำธุรกิจก็จะเจอปัญหาอุปสรรคที่ไม่คุ้นเคย บนเส้นทางที่ไม่คุ้นเคยจำเป็นต้องมีคู่คิด ที่คอยร่วมแก้ปัญหาไม่ว่าจะเป็นครอบครัว พี่น้อง หรือจะเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยกัน

5. รักในสิ่งที่ทำ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผันตัวมาจากเกษตรกรหรือลูกหลานของเกษตรกรดังที่กล่าวมา ดังนั้นนอกจากจะมีคู่คิดแล้ว ความรักในอาชีพเกษตรและต้องการนำเสนอวิถีของอาชีพความสุขของอาชีพในวิถีเกษตรแก่คนภายนอกจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะในช่วงเริ่มต้นการทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการรายใหม่อาจยังไม่ให้ผลตอบแทนเป็นที่พอใจ เป็นเพียงรายได้เสริมให้คร่ำเรื้อน แต่ต้องเสียความเป็นส่วนตัว เพราะต้องคอยต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกวัน ดังนั้นความรักในสิ่งที่ทำจึงเป็นปัจจัยสำคัญให้สามารถประกอบธุรกิจให้ค่อย ๆ หยั่งรากและมีโอกาสเติบโตต่อไปได้

6. มีความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่ลงทุนน้อย แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและหลากหลาย แต่สิ่งสำคัญคือ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ มีทักษะในการนำเสนอที่น่าสนใจ ซึ่งอาจจำเป็นต้องอบรมเพิ่มเติม

7. ผลผลิตเกษตรมีเอกลักษณ์ อาจไม่ทุกผู้ประกอบการที่มีผลผลิตที่มีเอกลักษณ์ แต่หากผู้ประกอบการรายไหน สามารถสร้างเอกลักษณ์ สร้างเรื่องราวที่มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากผู้ประกอบการรายอื่น ก็จะเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีกว่า โอกาสประสบความสำเร็จก็เพิ่มมากขึ้น

8. มุ่งเน้นการให้บริการ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว

ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก ในที่นี้จะหมายถึงปัจจัยภายนอกองค์กรที่เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนให้การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งอาจเป็นการช่วยเหลือทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ ผลการถอดบทเรียน พบว่ามีปัจจัยภายนอกที่เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. การอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก

ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก จะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าธุรกิจที่อยู่แหล่งอื่น สาเหตุสำคัญคือ จำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งรายได้ของผู้ประกอบการมีมาก ทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนแบ่งมากขึ้น นอกจากนี้การอยู่ในเมืองท่องเที่ยวมานานทำให้ผู้ประกอบการซึมซับความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึมซับกับการทำธุรกิจท่องเที่ยวทำให้สามารถปรับตัวได้ดีกว่า และการอยู่ในเมืองท่องเที่ยวก็จะมีเครือข่ายที่มีคุณภาพมาสนับสนุนธุรกิจมากกว่า มีแหล่งเรียนรู้ และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเยอะกว่าเมืองที่การท่องเที่ยวมีน้อย ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชียงใหม่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้ง่ายกว่าผู้ประกอบการในจังหวัดชุมพร

2. มีเครือข่ายที่เข้มแข็ง

เครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะรายได้ของการท่องเที่ยวมาจากนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่หลายวันรายได้ของผู้ประกอบการจะเพิ่มขึ้น แต่การจะทำให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่นาน ๆ นั้น จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำ และต้องเป็นกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว ในเมืองท่องเที่ยวใหญ่อย่างเช่น เชียงใหม่กิจกรรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายเพียงพออยู่แล้ว ผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องทำอะไรอีก แต่ในแหล่งท่องเที่ยวรอง และการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวน้อย กิจกรรมการท่องเที่ยวมีไม่มาก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างเครือข่าย และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมร่วมสนุกมากขึ้น เช่นกรณีของเครือข่ายท่องเที่ยว เขา ป่า นา เล ของจังหวัดชุมพร หรือเป็นกรณีการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนบ้านบางหมากจังหวัดชุมพร

3. แบ่งปันผลประโยชน์

เมื่อมีเครือข่ายผู้ประกอบการแล้ว การแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างสมาชิกเป็นสิ่งสำคัญที่จะรักษาเครือข่าย และพัฒนาต่อไปด้วยกัน หลักการแบ่งงานกันทำ แบ่งผลประโยชน์กันจึงมีความสำคัญ เพราะการท่องเที่ยวอยู่คนเดียวไม่ได้ หากผลประโยชน์ไม่ลงตัว เครือข่ายพัง การท่องเที่ยวทั้งระบบก็พัง

4. มีผู้นำที่สามารถประสานทุกฝ่ายได้ดี

ผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึงหัวหน้า หรือนายกสมาคมเท่านั้น แต่รวมถึงสภาวะของผู้ประกอบการทุกคนที่สามารถร่วมกันคิดร่วมกันทำ ละสามารถประสานความร่วมมือทั้งภายในเครือข่าย และเครือข่ายภายนอกทุกกลุ่ม เพื่อดึงเข้ามาช่วยในกิจกรรมสนับสนุนกิจการการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละ

ละส่วนงาน เช่น การใช้เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริม การพัฒนาระบบ สารสนเทศพื้นฐาน การใช้เครือข่ายสื่อสารมวลชนหลัก ให้มาทำข่าวนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มท่องเที่ยวให้ เป็นที่รู้จัก

5. เข้าถึงสื่อสารมวลชนในพื้นที่

นักข่าว และสื่อสารมวลชนหลัก เช่น นักข่าวหนังสือพิมพ์ นักข่าวสถานีโทรทัศน์ ยังเป็นสื่อสารหลักแม่ ในยุคออนไลน์ในปัจจุบัน เพื่อสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม และยังได้รับการยอมรับว่าข่าวสารมีความ น่าเชื่อถือมากกว่าข่าวในกระแสอนไลน์ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำเป็นอย่างยิ่งที่ ต้องพึ่งพาสื่อเหล่านี้

6. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน

บทบาทของภาครัฐคือการสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกราบรื่นอยู่แล้ว แต่ เนื่องจากทรัพยากรทั้งงบประมาณและจำนวนบุคลากรมีจำกัด ดังนั้นอาจทำได้ไม่ทั่วถึง และส่วนใหญ่การ สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวก็มักจะกระจุกตัวในเมืองท่องเที่ยว ซึ่งการสนับสนุนของภาครัฐ เกี่ยวกับธุรกิจการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ เช่น การมอบหมายงานให้กรมส่งเสริมการเกษตรดูแลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำงานควบคู่กับกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถ รองรับและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ห้องน้ำ ลายจอดรถ ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ ล้วน เป็นสิ่งจำเป็น

5. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมระดมสมอง และ การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว เชิงเกษตร สามารถรวบรวมวิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลการศึกษาในบทที่ 4 และบทที่ 5 ออกมาเป็น ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการศึกษาเชิงนโยบายทางการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของ ไทย ได้ดังนี้

แนวทางเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- (1) การสำรวจพื้นที่การเกษตร กิจกรรมการเกษตร และผลิตภัณฑ์การเกษตร
- (2) จัดทำฐานข้อมูลการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่
- (3) วิเคราะห์ศักยภาพของด้านการเกษตร ความพร้อมของเกษตรกรที่จะต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิง เกษตร
- (4) กำหนดยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงด้านการเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของพื้นที่
- (5) การสร้างและพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- (6) สร้างการสนับสนุน (เงินทุน/ความร่วมมือ/หุ้นส่วน) ให้สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ทำ เกษตรกรรม

5.1 ภาครัฐ

1) การพัฒนาเพิ่มทักษะความเป็นผู้ประกอบการให้แก่เกษตรกรที่ต้องการเชื่อมโยงเกษตรกรรมที่ทำอยู่เข้ากับการท่องเที่ยว เพราะโดยส่วนใหญ่เกษตรกรที่ทำผืนตัวเองเข้ามาทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะคิดริเริ่มต้นด้วยตนเอง เนื่องจากมีความพร้อมด้านทรัพยากร (พื้นที่เกษตร) และงบประมาณ บางแห่งก็ลองผิดลองถูกกันไป ต้องรับความเสี่ยงด้วยตนเอง แม้กระทั่งในกรณีของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตัวอย่างที่กรมส่งเสริมการเกษตรให้ความสนับสนุน โดยส่วนใหญ่เป็นการริเริ่มจากตัวเกษตรกรเองเป็นหลัก เมื่อเกษตรกรพัฒนาพื้นที่ของตนได้ในระดับหนึ่ง จึงส่งเรื่องเข้ามาขอรับความสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตร หรือขอรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว หากรัฐมีนโยบายในเชิงรุก สார்วจเกษตรกรที่มีศักยภาพในพื้นที่ และช่วยพัฒนาทักษะที่จำเป็นก็จะทำให้เกษตรกรจัดการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างง่ายและเป็นไปตามมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว

2) การทำนโยบายพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบองค์รวมของพื้นที่แต่ละแห่ง เนื่องจากปัจจุบันการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่ชนบทโดยส่วนใหญ่ ไม่ได้มีการวางแผนการด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวจากการลงสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า เกษตรกรมักจะทำอะไรคล้ายๆ กัน หากพื้นที่ใกล้เคียงทำแล้วประสบความสำเร็จ ก็จะเกิดการเลียนแบบทำตามอย่างในบริเวณเดียวกัน เช่น สวนดอกไม้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ไร่สตอร์เบอร์รี่ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทำให้เกิดการแข่งขันกันเอง อีกทั้งผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวไม่มีความหลากหลาย การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการเชื่อมโยงกิจกรรมทางการเกษตรกับการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่ชัดเจน จะช่วยให้แต่ละพื้นที่มีสิ่งดึงดูดใจด้านการเกษตรและกิจกรรมหลากหลาย ช่วยส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน

3) ในเชิงของกฎหมาย ปัญหาเรื่องเอกสิทธิ์ในพื้นที่การเกษตร ถือเป็นประเด็นสำคัญสำหรับเกษตรกรทั้งในแง่การพัฒนาด้านเกษตรและการต่อยอดไปสู่การทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัญหานี้พบว่าเป็นปัญหาใหญ่ของเกษตรกรที่ทำสวนเกษตรในบริเวณ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่แหล่งเกษตรประเภทผลไม้ที่สำคัญและไม่ไกลจากกรุงเทพฯ พื้นที่เกษตรกรรมบางส่วนได้รับการจัดสรรเป็นพื้นที่สปก. บางส่วนทับซ้อนในพื้นที่อุทยานแห่งชาติในโซนตำบลไทยสามัคคี บางส่วนทับซ้อนอยู่ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติโซน C ในพื้นที่ตำบลวังเขียว โดยที่ชาวบ้านมีการเสียภาษีบำรุงที่ (ภบท.5) ให้ตำบล ที่เรียกภาษาท้องถิ่นว่า “ภาษีดอกหญ้า” ในพื้นที่การเกษตรจะไม่ระบบชลประทานจะใช้น้ำจากบ่อ คลอง ห้วย ซึ่งจะมีการกั้นฝายกักเก็บน้ำ กระจายตามร่องหุบห้วยต่าง ๆ ปัญหาในเชิงกฎหมายดังกล่าวจึงทำให้เกษตรกรโดยเฉพาะรายย่อยไม่ได้รับความสนับสนุนหรือช่วยเหลือจากรัฐอย่างเต็มที่ทั้งในเชิงเกษตรกรรมและเชิงการท่องเที่ยว สำหรับเกษตรกรในพื้นที่ดังกล่าวการพัฒนาและการลงทุนทั้งในเชิงเกษตรและเชิงการท่องเที่ยวจึงมีความเสี่ยงภาครัฐจึงต้องเข้ามาจัดการกับปัญหานี้โดยเร่งด่วน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องเร่งหาข้อสรุปโดยตรงกับ กรมป่าไม้ กระทรวงการเกษตร เพื่อให้มีนโยบายและแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนขึ้น เพราะที่พื้นที่ อำเภอวังน้ำเขียวเป็นพื้นที่มีศักยภาพในแง่ของผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรและการพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสูง ในกรณีของเขาค้อก็เช่นกัน ปัญหาเอกสิทธิ์ของที่ดินก็เป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาการเชื่อมโยงการเกษตรกับการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน พื้นที่บางส่วนที่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

และการเกษตรแล้วถูกอ้างว่าเป็นพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ กลุ่มน้ำ 1A เกิดเป็นคดีความฟ้องร้องให้มีการรื้อถอนสิ่งก่อสร้างที่เป็นโรงแรงหรือรีสอร์ท ความไม่ชัดเจนของกฎหมายในเรื่องเอกสิทธิ์ของพื้นที่ทำให้เกษตรกรในพื้นที่เสียโอกาสในการพัฒนาหลายอย่าง เช่น ขอบเขตที่ดินก็ไม่ได้

4) การออกมาตรการทางกฎหมาย เช่น ในกรณีของประเทศฟิลิปปินส์ ได้ออก พ.ร.บ. The Agri-Tourism Promotion Act 2010 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกำหนดกระทรวงเกษตร (Department of Agriculture) และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry) ให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด ความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค การสนับสนุนการส่งเสริมการขาย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อช่วยเหลือกระทรวงการท่องเที่ยว สำนักงานการประชุมและการท่องเที่ยว คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์การพัฒนาเศรษฐกิจและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการริเริ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พ.ร.บ.ดังกล่าว ได้มอบหมายให้กระทรวงการคลังกำหนดหลักเกณฑ์ ระเบียบว่าค่าใช้จ่ายใดเข้าข่ายการประกันภัยความรับผิดชอบทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวนเงินที่เครดิตภาษีจะเท่ากับ 20% ของการประกันภัยความรับผิดชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและไม่เกิน 50,000 เปโซในปีภาษีใด ๆ เพื่อให้ทุกหน่วยงานได้ร่วมกันบูรณาการการขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันและพร้อม ๆ กัน

นอกจากนี้ ยังรวมถึงมาตรการด้านการสนับสนุนอื่น ๆ เช่น มาตรการด้านภาษีแบบพิเศษที่จะช่วยลดรายจ่ายให้แก่เกษตรกรและสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งภาษีด้านการเกษตรและภาษีด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

5.2 ผู้ประกอบการ

1) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการหรือเครือข่ายด้านเกษตรและท่องเที่ยวที่จะร่วมกันคิดร่วมกันช่วยสร้างความโดดเด่นทั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การกำหนดกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยวและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การทำการตลาด เป็นต้น เพื่อสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ หรือสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการแต่ละคนจะมีรายได้ทั่วถึงกัน

2) การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาตรฐานทั้งด้านความปลอดภัยของการท่องเที่ยว การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างผลิตภัณฑ์/กิจกรรมการท่องเที่ยว การทำการตลาด เมื่อพิจารณากรณีศึกษาตัวอย่างที่ลงไปสำรวจพื้นที่ พบว่า การจัดการท่องเที่ยวของสวนเกษตรโดยมากเป็นการจัดการกันเองตามความสะดวกของผู้ประกอบการ อาจมีบางอย่างที่ขาดหายไปตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยที่กำหนดไว้ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่แล้วพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เสนอให้แก่ผู้มาเยือนยังไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แท้จริงตามความหมายที่ศึกษาจากงานต่างประเทศ เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่เกี่ยวข้องหรือสร้างประสบการณ์ด้านการเกษตรโดยตรง เป็นเพียงการเยี่ยมชมและถ่ายรูปบริเวณแหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตรที่ผู้ประกอบการดำเนินการยังอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสถาบันคลังสมอง ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อที่จะทำการศึกษา (1) สถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในต่างประเทศ (2) ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย และ (3) จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวในระยะสั้น ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก ขั้นตอนในการทำธุรกิจ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐ ถือเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคสำคัญ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ การมีเครือข่าย ความเป็นผู้นำ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ข้อเสนอเชิงนโยบาย ได้แก่ (1) การสำรวจพื้นที่ (2) การจัดทำฐานข้อมูล (3) การวิเคราะห์ศักยภาพ (4) การกำหนดยุทธศาสตร์ (5) การพัฒนาศักยภาพเกษตรกร และ (6) การให้การสนับสนุนภาครัฐด้านเงินทุน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร; เกษตรกรรม; การท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to study (1) Policies linking agriculture and tourism in foreign countries in all aspects. (2) Policies linking agriculture and tourism in Thailand in all aspects. (3) Policy recommendations linking agriculture and tourism in Thailand. The results show that tourists in agritourism mostly make a short visit at agritourism destination. Expenditure per head is not high. Agritourism entrepreneurs mostly view that business procedure is one of the major obstacle for agritourism including shortage of labor and lack of government policies related to agritourism. Example of key success factors for building agritourism business are (1) uniqueness of agricultural products (2) networking (3) leadership (4) government supports. Policy recommendations are (1) A survey of agricultural tourism (2) Set up database for agricultural tourism (3) Potential analysis of agricultural tourism (4) Strategic planning and agritourism policy formation at national, regional, local level (5) capacity building and (6) Providing government supports.

Keyword: Agritourism; Agriculture; Tourism

สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	๗
Abstract	ฅ
สารบัญเรื่อง	ณ
สารบัญตาราง	ต
สารบัญภาพ	ธ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ความสำคัญและความหมายของการท่องเที่ยว	5
2.2 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย	17
2.4 งานศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย	18
2.5 งานศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในต่างประเทศ	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย	32
3.1 ขอบเขตการศึกษา	32
3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย	32
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษากรณีศึกษาต่างประเทศ	37
4.1 ความเชื่อมโยงระหว่างภาคการเกษตรและภาคการท่องเที่ยว	37
4.2 ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างภาคการเกษตรและภาคการท่องเที่ยว	40
4.3 บทเรียนที่ได้จากการศึกษางานท่องเที่ยวจากต่างประเทศ	52
บทที่ 5 ผลการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิและกรณีศึกษาพื้นที่ตัวอย่าง	54
5.1 ผลการศึกษานักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว	54
5.2 ผลการสำรวจผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	63
5.3 ผลการศึกษากรณีศึกษาพื้นที่ตัวอย่าง	85
บทที่ 6 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	101
6.1 สรุปผลการวิจัย	101
6.2 อภิปรายผล	103
6.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	111
บรรณานุกรม	115
ภาษาไทย	115
Reference	117
ภาคผนวก	120
ผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: แบบสอบถามการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	121
ผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตร	131
ผนวก ค การประชุมระดมสมอง	138
ผนวก ง การสัมภาษณ์เชิงลึก	139
ผนวก จ ประชุมเก็บรวบรวมข้อมูล	141
ผนวก ฉ ประวัตินักวิจัย	142
ผนวก ช แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ A4 (สำหรับประชาสัมพันธ์)	148
ผนวก ซ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด	150
ผนวก ฌ สรุปงานวิจัยในรูปแบบ Info Graphic	152

สารบัญตาราง

	หน้า
บทที่ 3	
ตารางที่ 3.1 การกำหนดโควตาตัวอย่างนักท่องเที่ยว	34
ตารางที่ 3.2 การกำหนดโควตาตัวอย่างผู้ประกอบการ	35
บทที่ 4	
ตารางที่ 4.1 ผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวต่อภาคเกษตรกรรม	38
ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบระดับของการเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ภาคการเกษตรกรรมและ การท่องเที่ยว	42
ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยว	47
บทที่ 5	
ตารางที่ 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
ตารางที่ 5.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	56
ตารางที่ 5.3 ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรประทับใจ	59
ตารางที่ 5.4 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	60
ตารางที่ 5.5 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดต้นแบบ	63
ตารางที่ 5.6 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	66
ตารางที่ 5.7 การจัดจำหน่ายผลผลิตทางเกษตร	66
ตารางที่ 5.8 ระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร	67
ตารางที่ 5.9 สถานะของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร	67
ตารางที่ 5.10 จำนวนลูกจ้าง คนงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	68
ตารางที่ 5.11 มุมมองของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง	68
ตารางที่ 5.12 สถานะของผลกำไรจากการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	68
ตารางที่ 5.13 สัดส่วนของรายได้ที่ได้จากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อรายได้ทั้งหมด	69
ตารางที่ 5.14 วัตถุประสงค์หลักในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	69
ตารางที่ 5.15 ลักษณะของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	70
ตารางที่ 5.16 ข้อจำกัด อุปสรรคในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	71
ตารางที่ 5.17 จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	71

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.18 การได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้แก่บุคลากรภายนอก	72
ตารางที่ 5.19 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	73
ตารางที่ 5.20 ผลผลิตการเกษตรเป็นที่ยอมรับหรือโดดเด่น	73
ตารางที่ 5.21 คุณค่าของผลผลิตการเกษตร	74
ตารางที่ 5.22 การส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การเกษตร	74
ตารางที่ 5.23 การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร	75
ตารางที่ 5.24 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	75
ตารางที่ 5.25 การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ	76
ตารางที่ 5.26 การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	76
ตารางที่ 5.27 การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่อ ผลผลิตทางการเกษตร	77
ตารางที่ 5.28 การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว	77
ตารางที่ 5.29 การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว	77
ตารางที่ 5.30 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	78
ตารางที่ 5.31 การสร้างเครือข่ายสนับสนุนแหล่งเที่ยว	78
ตารางที่ 5.32 การให้ข้อมูล/ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว	79
ตารางที่ 5.33 การจัดการด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว	79
ตารางที่ 5.34 ร้านขายของฝากและของที่ระลึก	80
ตารางที่ 5.35 การติดต่อสื่อสาร	80
ตารางที่ 5.36 บริการความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 5.37 การให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 5.38 บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ	82
ตารางที่ 5.39 ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ อย่างน้อย 1 ประเภท	82
ตารางที่ 5.40 การจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	82
ตารางที่ 5.41 ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 5.42 การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 5.43 การมีเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนเพื่อช่วยเหลือและเรียนรู้ร่วมกันหรือไม่	84

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.44 ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท	84
ตารางที่ 5.45 การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน	85

สารบัญภาพ

	หน้า
บทที่ 2	
ภาพที่ 2.1 แสดงวงจรนโยบายสาธารณะ	18
บทที่ 4	
ภาพที่ 4.1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างการเกษตรกับการท่องเที่ยว	39
ภาพที่ 4.2 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างการเกษตรกับนักท่องเที่ยว	40
ภาพที่ 4.3 แสดงการเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ	45
บทที่ 6	
ภาพที่ 6.1 แนวทางเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยว	112

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การส่งออกด้านบริการการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวกลับกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Tourist Led growth ของประเทศ (อัครพงศ์ อ้นทอง และ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, 2554) สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของไทยไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มากนัก การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจน้อยส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อหัวของไทยมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นและมีมูลค่าไม่สูงมากนัก สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวไม่ได้สร้างผลตอบแทนให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ในส่วนของภาคเกษตรกรรมของไทยความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรยังคงเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อรายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกร ประกอบกับในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาการระบาดของโควิด-19 มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งภาคเกษตรกรรมของไทย ซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย การระบาดของโควิด-19 ทำให้ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวของไทยและโลกเปลี่ยนไปซึ่งเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยที่จะหันมากำหนดนโยบายที่ทำให้การเจริญเติบโตของภาคเศรษฐกิจที่เป็นฟันเฟืองที่สำคัญของประเทศเป็นการเติบโตที่ยั่งยืนและเกิดกระจายรายได้จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

การเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการเศรษฐกิจที่จะทำให้การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวเกิดประโยชน์สูงสุดกับพื้นที่และเกิดการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยวไปยังภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมทำให้เกิดการกระจายรายได้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับประโยชน์ในส่วนของเกษตรกร: (1) ทำให้มีที่มาของแหล่งรายได้ที่หลากหลาย (2) ช่วยเพิ่มยอดขาย (3) ทำให้เกิดแรงจูงใจในการรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยการสร้างกิจกรรมท้องถิ่นและประสบการณ์ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว ในส่วนของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทำให้ (1) สามารถจัดซื้อวัตถุดิบด้านอาหารได้ในราคาที่ถูกลง (2) มีการสร้างเมนูอาหารถิ่น (3) ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ในส่วนของภาครัฐการเชื่อมโยงภาคการเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยว (1) นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (2) การสร้างตลาดเฉพาะ และในส่วนของนักท่องเที่ยว (1) มีประสบการณ์ท้องถิ่น (2) ได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น โดย Torres and Momsen (2011) ระบุว่าการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและภาคเกษตรมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและหลากหลายมิติ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเชื่อมโยงระหว่าง 2 ภาคเศรษฐกิจประกอบไปด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอุปสงค์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอุปทาน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ในพื้นที่กับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

Telfer and Wall (2000) และ Torress (2003) ระบุว่า การเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวและดำเนินการพัฒนาภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กันได้ โดยการเชื่อมโยงภาคเกษตรในพื้นที่กับการท่องเที่ยวในพื้นที่จะทำให้พึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์เกษตรจากนอกพื้นที่ การส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรในพื้นที่เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่พื้นที่ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนขึ้น (Asiedu and Gbedema, 2011)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ของไทย ยุทธศาสตร์ที่ 3 ในหัวข้อการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ได้ระบุแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการมุ่งเน้นการพัฒนาแบบบูรณาการด้วยการส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่เชื่อมโยงกับกิจกรรม การท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาดซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ลงนามความร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรโดยความร่วมมือดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจยกระดับสินค้าคุณภาพและมุ่งเน้นการกระจายรายได้ให้กับเกษตรกร โดยมีแนวทางการดำเนินงานร่วมกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตร เช่น โครงการการเชื่อมโยงธุรกิจกับภาคเกษตรกรรม โดยเปิดโอกาสให้โรงแรม ภัตตาคารซื้อสินค้าตรงกับเกษตรกร การพัฒนาเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงสินค้าเกษตร เช่น การท่องเที่ยววิถีข้าว การพัฒนาตลาดชุมชน และตลาดสินค้าเกษตรให้เชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2558) นอกจากนี้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดตั้งคณะทำงานความร่วมมือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อกำหนดแนวทางในการขับเคลื่อน ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย รวมทั้งส่งเสริมให้สามารถแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามการดำเนินการที่ผ่านมายังเป็นเพียงความร่วมมือภายใต้คณะทำงานแต่ยังขาดการกำหนดนโยบายการเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวกับภาคเกษตรอย่างเป็นรูปธรรมในภาพรวม ทั้งนี้การสร้างเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องพิจารณาการเชื่อมโยงในหลาย ๆ มิติ เช่น เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และการจัดการ ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวรวมทั้งนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวงานวิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อศึกษาสถานการณ์ นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกับการท่องเที่ยวของต่างประเทศและในประเทศไทยเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

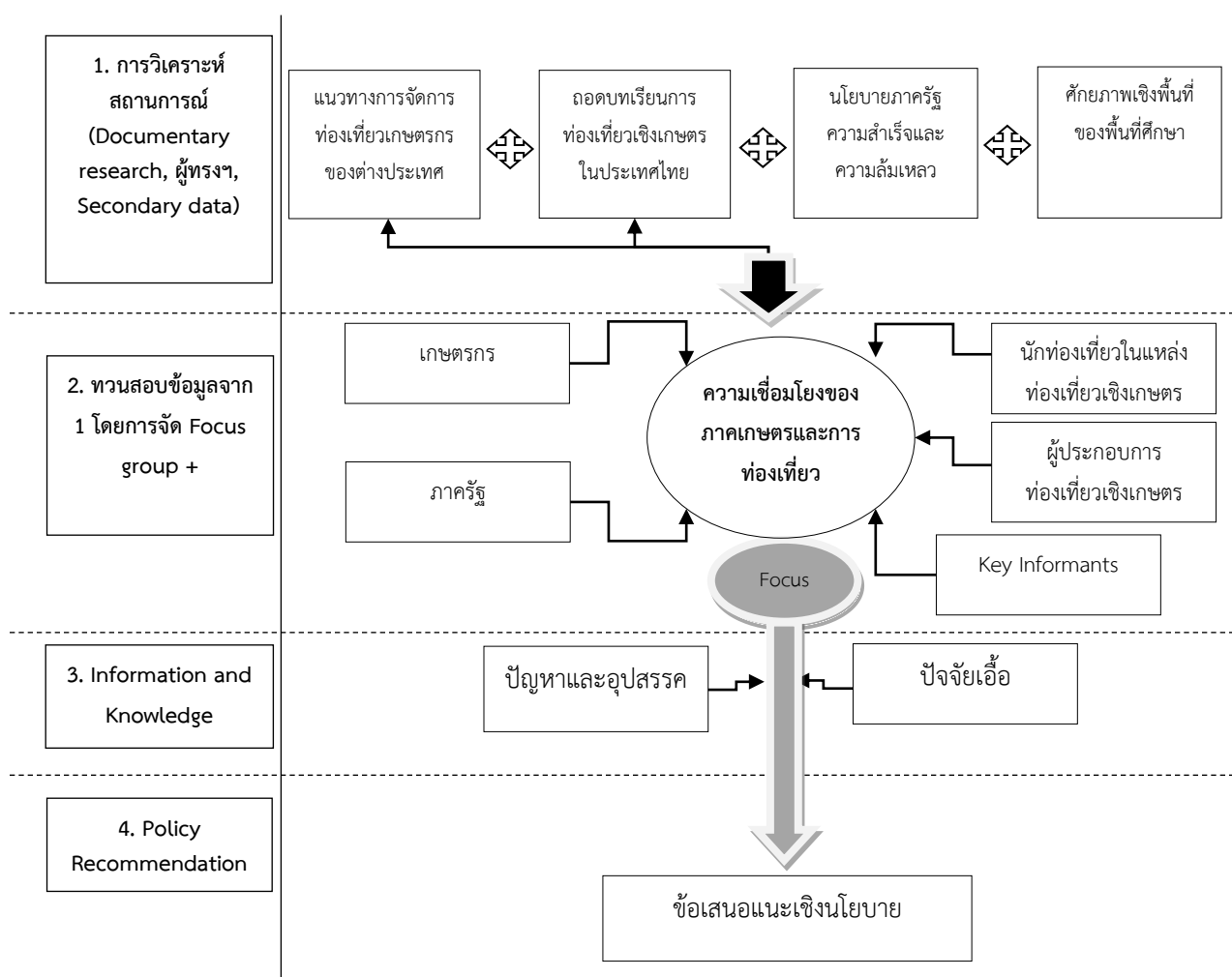
1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในต่างประเทศ
2. ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย
3. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์ความรู้เกี่ยวกับนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของต่างประเทศ
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของไทย
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของไทย

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



กรอบแนวคิดการวิจัย แสดงให้เห็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล (1) การศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (2) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (3) การศึกษาโดยการสังเกต และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการภาคสนามใน 4 พื้นที่การศึกษา (4) การสนทนากลุ่ม โดยการศึกษาในครั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การสร้างโครงสร้าง กรอบการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary analysis) ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และบทความ

2) เมื่อได้โครงสร้างจาก Documentary analysis แล้ว นำมาวิเคราะห์และนำไปสู่การร่างแบบสัมภาษณ์เพื่อทวนสอบข้อมูล และหาข้อมูลเพิ่มเติม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาควิชาการ ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และชุมชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์หาความสอดคล้อง ความขัดแย้ง ตลอดจนข้อเสนอนี้ต่าง ๆ มาจัดทำข้อสรุป

3) นำข้อมูลจาก (1) และ (2) มาจัดเวทีสนทนากลุ่ม เพื่อทวนสอบข้อมูลและหาข้อสรุปให้กับข้อมูลที่มีความขัดแย้งกัน และรับฟังข้อเสนอนี้เพื่อการพัฒนา และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และสรุปข้อค้นพบในการวิจัย

4) นำผลที่ได้จากข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3 มาสรุปเป็นข้อเสนอนี้เชิงนโยบาย

5) นำผลที่ได้จากขั้นที่ 1-4 มาเสนอผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมโดยใช้หลักการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความสำคัญและความหมายของการท่องเที่ยว

2.1.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2544) สรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ ไว้ดังนี้

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรูปของเงินตราต่างประเทศ มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพการชำระเงิน
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ท้องถิ่นเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมอาชีพจากอาชีพ เช่นการผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างงาน สร้างอาชีพ
5. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเข้าเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด

6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปสู่ภูมิภาคหนึ่งจะมีการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.2 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้หลากหลายความหมายทั้งในบริบทของการท่องเที่ยวตามความหมายสากล และการท่องเที่ยวที่ถูกนิยามโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบในประเทศรวมทั้งนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว โดยความหมายของการท่องเที่ยวในมุมมองของนักวิชาการ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ระบุว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง เช่น ที่เป็นการเดินทางที่ถูกส่งไปแต่เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เยี่ยมญาติมิตร การประชุมสัมมนา เป็นต้น ที่เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทางเช่น การนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือการย้ายนักโทษที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่คุมขังหนึ่ง เป็นต้น

ในส่วนของความหมายของการท่องเที่ยวจากหน่วยงานระหว่างประเทศ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงการเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้ ประการที่ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่ 2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม ประการที่ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อ

ความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

นอกจากนี้มุมมองของหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และต้องมีจุดหมายของการเดินทาง สำหรับจุดหมายของการเดินทางต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำแต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่างต่อไปนี้ คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อการศึกษา เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้นโดยนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่เน้นการชั่วคราวภายใต้เงื่อนไข (1) มีจุดหมายในการเดินทาง (2) เป็นไปโดยความสมัครใจและพึงพอใจ และ (3) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่นอกเหนือจากการประกอบอาชีพหรือหารายได้ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่อาศัยถาวรไปยังแหล่งที่อยู่อาศัยชั่วคราวที่มีการพักผ่อน เพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ หรือศึกษาหาความรู้ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจซึ่งไม่มีการแสวงหารายได้ รวมไปถึงมีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าบ้าน ทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน ความมีเมตตา มิตรไมตรีต่อกัน มีใจการถูกบังคับให้เกิดการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ การทำงานโดยตั้งใจไปตั้งถิ่นฐานถาวร

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ระบุว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 4As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เกิดจากสถานที่ หรือเหตุการณ์ สถานที่ที่อาจจะเกิดจากธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้นมาก็ได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก แก่ง บึง ฯลฯ

1.2) แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม เช่น ประเพณี วิถีชีวิต ฯลฯ

1.3) แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เช่น ฟาร์มสวน ไร่นา ฯลฯ

1.4) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปราสาทขอม ศูนย์วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ

2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ ต้องมีเส้นทางโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง อาทิ ระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางยานพาหนะ สถานีและผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยจะต้องเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนให้ได้รับความสุขสบายและประทับใจโดยภาครัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนอยู่แล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวแล้วถือว่าเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการเหล่านี้

4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่เอื้อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยการบริหารจัดการและการปฏิบัติการ ซึ่งหมายรวมถึงเรื่องการตลาด ระบบข้อมูลข่าวสาร การประสานงาน การส่งเสริม การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว การวางแผนอำนวยความสะดวกเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

นอกจากองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4As ดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น บุชบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา (2552) ยังได้กล่าวถึงการพิจารณาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาที่สำคัญ 2As ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่มีความพร้อมในด้านที่พัก ย่อมส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางการท่องเที่ยวโดยตรงหากที่พักในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีความหลากหลายและสะดวกสบาย ก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเพื่อมาพักผ่อนและท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมประเพณีและเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ทั้งกิจกรรมขนาดใหญ่และกิจกรรมขนาดเล็กมีกำหนดการและควบคุมการจัดกิจกรรมให้มีความเหมาะสมและปลอดภัย เช่น กิจกรรมการดำน้ำ ล่องเรือแคนู เทศกาลดอกไม้บาน เทศกาลอาหาร และการประกวดแข่งขันต่าง ๆ เป็นต้น

2.2 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่งได้รับความนิยมเมื่อไม่นานมานี้ อันเป็นผลจากแรงผลักดันทั้งจากอุปสงค์และอุปทาน ทางด้านอุปทานแรงกดดันทางเศรษฐกิจทำให้เกษตรกรต้องหาวิธีการใหม่ ๆ ในการเพิ่มรายได้ ทั้งจากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ทางด้านอุปสงค์นั้นเกิดขึ้นจากการที่ประชาชนสนใจกิจกรรมทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น (Carpio,Wohlgenant,and Boonsaeng,2008) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบทโดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จ เพื่อให้ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง,2554)

ประเทศไทยเริ่มเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ.2540 โดยกรมส่งเสริมการเกษตรได้มีโครงการท่องเที่ยวเกษตรต้อนรับปีท่องเที่ยว พ.ศ.2541-2542 ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวประเภทดังกล่าวเกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดการแก้ปัญหา

การวางแผนของชนบท อันเนื่องมาจากสถานะเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นการกระจายรายได้อีกทางหนึ่ง (วรพล วัฒนเหลืออรุณ,2544:1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือได้ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรยากาศวิถีชีวิตแบบชนบทที่ใช้ภูมิปัญญาทางการเกษตรที่มีมาอย่างช้านาน ประกอบกับความเหมาะสมทางด้านสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางศักยภาพของการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นอย่างสูง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกษตรกรได้รับประโยชน์เพิ่มมากขึ้นจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งในเรื่องของรายได้ที่เพิ่มขึ้น การส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ และยังสามารถสร้างอาชีพใหม่ให้กับเกษตรกรได้อีกด้วย (วรการ สุตาแก้ว,2555)

ในการพัฒนาแหล่งเกษตรกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนนั้น นอกจากสภาพพื้นที่จะต้องมีความเหมาะสมแล้ว ยังต้องส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย โดยเริ่มจากการร่วมคิด ร่วมวางแผน ตลอดจนสร้างแนวทางและเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สร้างพลังชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจ รักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยว นำไปสู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นของตน ไม่ว่าจะเป็นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะวัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมให้คงไว้เพื่อประโยชน์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีโอกาสได้เรียนรู้วิถีการเกษตร กระบวนการผลิต และลิ้มลองผลผลิตที่สดใหม่จากแหล่งผลิต (นาตยา ธนพลเกียรติ,2547) ซึ่งนอกจากจะได้รับความเพลิดเพลินแล้วยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ เหนือสิ่งอื่นใดประโยชน์ที่ได้รับมากกว่านั้น ก็คือ การได้หวนกลับไปค้นหา เรียนรู้ เข้าใจ และภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรมซึ่งเป็นรากฐานของแผ่นดินไทยและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ

2.2.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นการนำทรัพยากรทางการเกษตร เช่น สวนเกษตร การปลูกพืชสวน และฟาร์มปศุสัตว์มาจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาชม โดยนักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมความงามและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการสร้างโอกาสและรายได้ให้เกษตรกรเจ้าของพื้นที่เกษตรนั้น ๆ โดยการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชนบท โดยการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกร นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม ทั้งนี้การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งได้รับความเพลิดเพลินและการพักผ่อน และในแง่เกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการนำทรัพยากรและวัฒนธรรมเกษตรมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นความเป็นอยู่ของชุมชนชนบทมีรายได้เพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตร

จากที่กล่าวความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับการเกษตร และกิจกรรมอื่น ๆ ที่สนุกสนาน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถให้ความรู้แก่ผู้มาเยี่ยมชม และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตร

2.2.3 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรถูกจัดไว้หลากหลายรูปแบบตามลักษณะกิจกรรมที่แตกต่างกัน ดังนี้
รูปแบบการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว (2557) แบ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 3 รูปแบบ
ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวรายบุคคล เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีการจัดการ การตลาดกับผู้เยี่ยมชม จากประสบการณ์เกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จของเกษตรกรรายบุคคล เช่น เกษตรกรทำสวนผลไม้ ดอกไม้ รวมถึงฟาร์มสัตว์ เป็นต้น
2. รูปแบบการท่องเที่ยวตามฤดูกาล เป็นการจัดการกิจกรรมตามฤดูกาล เช่น จัดงานตามฤดูผลไม้ ทูเรียนเงาะ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีเฉพาะในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรเท่านั้น
3. รูปแบบการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร เป็นการจัดการกิจกรรมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนเกษตรกรร่วมกันจัดตั้งบริหาร และจัดการท่องเที่ยว โดยกรมส่งเสริมการเกษตรให้ความร่วมมือ สนับสนุนในการจัดทำโครงสร้างกายภาพ การจัดภูมิทัศน์ การให้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ และความสามารถของเกษตรกรในชุมชน

นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบ่งรูปแบบตามกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการสาธิตแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการสาธิตได้แก่ ฟาร์มเพาะเห็ด ฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และแปรรูปอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะเตรียมขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิต ทั้งวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ เพื่อสาธิตต่อนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ กลุ่มทัศนศึกษาดูงาน หรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเกษตร และต้องการประสบการณ์ไปพัฒนาอาชีพเกษตรของตนเอง
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมดมีกิจกรรมการให้ความรู้ แต่ไม่ใช่กิจกรรมหลักของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด มีแหล่งท่องเที่ยวบางประเภทเท่านั้นที่เน้นกิจกรรมการใช้ความรู้ทางการเกษตร ได้แก่ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ มีการเตรียมสถานที่ การบรรยายและวิทยากร ให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทแบบนี้เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชนแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการจำหน่ายผลผลิต และผลิตภัณฑ์การเกษตร แต่โดยภาพรวมแล้วการจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยวไม่ใช่กิจกรรมหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่รวบรวมสินค้าชุมชนเพื่อการจำหน่ายโดยมีการสาธิตการแปรรูปขนมชนิดต่าง ๆ ร่วมด้วย
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และฟาร์มเพาะเห็ดเกษตรกรจากพื้นที่ต่าง ๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบการศึกษาดูงาน แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้นอกจากจะให้ข้อมูลด้านการผลิตและการลงทุนแล้วยังผลิตวัสดุอุปกรณ์ การเลี้ยงผึ้งและการเพาะเห็ดเพื่อจำหน่ายให้ผู้สนใจลงทุนธุรกิจ

2.2.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (2544) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึง สภาพทางกายภาพของทรัพยากร ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

2. ตลาดนักท่องเที่ยว เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

3. บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับทั้ง 3 องค์ประกอบดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.2.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการประเมินจากสภาพแหล่งท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยวสามารถกำหนดรูปแบบโดยพิจารณาที่ตั้งแหล่งเกษตร และโอกาสการตลาดเป็นรูปแบบพัฒนา แบ่งออกได้ 4 ประเภทดังนี้ (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2544)

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริมในแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถใช้สำหรับการท่องเที่ยวช่วงเวลาสั้น โดยมีเป้าหมายเพียงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก กรณีนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่จำเป็นต้องมีศักยภาพสูง เนื่องจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักมักจะตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมด้านการตลาด คือสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้สะดวก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับแนวทางการพัฒนารูปแบบนี้ คือ ตลาดเกษตรกร

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เกษตรและแหล่งเกษตร

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องการสร้างชื่อเสียงและจุดหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากย่านการเกษตรที่มีขนาดใหญ่และมีความดึงดูดใจสูง จะถูกจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดลำดับความสำคัญสูงต่อการท่องเที่ยวในการพัฒนาตามรูปแบบนี้สามารถพัฒนาตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทต้องการทัศนศึกษา หรือศึกษาวัฒนธรรมของแหล่งการเกษตร เพื่อการขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การผลิตและวิถีชีวิตซึ่งจะสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความสมบูรณ์

3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ มีศักยภาพ และมีความเป็นไปได้ที่จะจัดเป็นโครงข่ายการท่องเที่ยว โดยจัดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นจนเป็นสินค้าท่องเที่ยวเดียวกัน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตั้งอยู่กระจายทั่วไปอาจไม่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งเป้าหมายในการเดินทาง จึงควรกำหนดเป็นจุดการท่องเที่ยวในโครงข่ายการท่องเที่ยว อาจเป็นตลาดเกษตรกรหรือแหล่งผลิต

ทางการเกษตรที่มีความน่าสนใจในการพัฒนาจัดเป็นจุดท่องเที่ยวเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับเกษตรกร การขายผลผลิตหรือจัดเป็นที่พักขึ้นอยู่กับความเหมาะสม โดยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านหรือต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวให้อยู่ในโปรแกรมการเดินทาง

4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉพาะ

แหล่งเกษตรที่จัดเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะของการเกษตรและมีความดึงดูดใจสูง การเกษตรที่เป็นปรากฏการณ์ทางการเกษตรหรือแหล่งผลิตเกษตรที่หายาก ตัวอย่างเช่น แหล่งผลิตไวน์ในประเทศไทย ถือว่าเป็นพืชผลการเกษตรที่ใหม่ และสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉพาะให้เป็นเป้าหมายในการเดินทางหรือแหล่งท่องเที่ยวประกอบที่สำคัญในโครงข่ายการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีข้อควรคำนึงดังต่อไปนี้

1. ผลกระทบจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม เช่น สุขภาพ ลานจอดรถ สิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น จำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมความกลมกลืนกับพื้นที่
2. ผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางการเกษตร กระบวนการในการผลิต และคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรได้ ถ้าหากขาดการจัดการที่ดี
3. การให้บริการการท่องเที่ยวบางรูปแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและความพร้อมของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในหมู่บ้านเกษตรกรในลักษณะพักแรมกับเกษตรกร
4. การส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยหน่วยงานภาครัฐ ถึงแม้ว่าในด้านหนึ่งจะเป็นการช่วยเหลือชาวบ้านที่ขาดโอกาสและความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีโอกาสในการจะได้รับประโยชน์มากขึ้น แต่อีกด้านหนึ่งในการดำเนินการดังกล่าวเป็นนโยบายจากส่วนกลาง จึงอาจจะทำให้การพัฒนาดังกล่าวล้มเหลว เนื่องจากผู้สนับสนุนเองขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการท่องเที่ยว ตลอดจนขาดความรู้ความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้านและคนในชุมชน
5. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกลุ่มเกษตรกรที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนจำเป็นต้องดำเนินการอย่างรอบคอบและค่อยเป็นค่อยไป เพื่อพัฒนาทรัพยากรที่มีคุณค่าอยู่แล้วในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จะเห็นได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถดำเนินการได้หลายแนวทาง และขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อย่างไรก็ตาม ก็มีอาจละเลยผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น เพราะการพัฒนาย่อมนำมาทั้งสิ่งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ จะทำอย่างไรให้ได้มากกว่าเสียที่ควรตระหนัก

2.2.6 ลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เดชา ไต้สูงเนิน (2543) ระบุว่า ลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งนั้นมีหลากหลายกิจกรรม แล้วแต่สภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งได้แก่

1. การแสดงสินค้าหรือสาธิต แปรงสาธิตพันธุ์พืชสวยงามและหลากหลาย เช่น กล้วยไม้ดอกไม้ พืชผักในท้องถิ่น และจากต่างประเทศที่น่าตื่นตาตื่นใจ แปรงรวบรวมพันธุ์ชนิดต่าง ๆ เช่น พันธุ์กล้วยไม้ พันธุ์พริก พันธุ์มะเขือ เป็นการรวมพันธุ์จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก การแสดงขั้นตอนการปฏิบัติการต่าง ๆ ทางการเกษตร เช่น การปลูก ดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลผลิต

การเลี้ยงไหม การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงครั่ง การแสดงประเพณี วัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีตที่ผ่านมา เช่น การตกกล้า การไถนา การดำนา การเก็บเกี่ยว การซ่อมข้าวหรือดำข้าว การเก็บเกี่ยวพืชผลและแปรรูป การแสดงงานฝีมือหรือหัตถกรรมต่าง ๆ การแสดงอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องไม้ และวิถีการเกษตรของไทยในอดีต

2. ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมระยะสั้น การเข้าชมสวนเกษตร เช่น ดอกไม้ พืชผัก สมุนไพร ผลไม้โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลิตกินเองจากต้น หรือการซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บเองได้ มีทั้งความสวยงาม ความแปลกตา และบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ทำกิจกรรมที่บ้านระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ชีควาย นั่งเกวียน ไถนา กรีดยาง ยกยอ พายเรือ ทอดแห เป็นต้น

3. ให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสการใช้ชีวิตของชาวชนบทเกษตร โดยให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวก สะอาด

4. การอบรมให้ความรู้การเกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน ฝึกหัดปฏิบัติเกี่ยวกับการทำการเกษตรสมัยใหม่ เช่น การปลูก และดูแลรักษาพืช การแปรรูปและเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งอาจจะมีการมอบประกาศนียบัตรหรือการให้ฝึกหัดปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาของชาวบ้านในชนบท เช่น ศึกษาแมลงที่เป็นประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การเก็บเห็ดในป่า การทำข้าวเม่า การทำขนมจีน การทำน้ำตาลจากมะพร้าว และตาลโตนด การเก็บเกี่ยวข้าวด้วยแกะ การนวดแผนโบราณ และการอบสมุนไพร การเผาข้าวหลาม

5. จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปที่หลากหลายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของเกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผักสด ผลไม้สด ดอกไม้สด ต้นพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูกเอง อาหารที่ผลิตและเตรียมในพื้นที่แบบง่าย ๆ แต่สะอาด เช่น ข้าวโพดต้ม ถั่วต้ม เผือกต้ม มันต้ม อ้อยควั่น ผลไม้สด อาหารสำเร็จรูปบรรจุถุงหรือกล่อง น้ำผัก น้ำผลไม้ต่าง ๆ

6. ให้อูทางด้านธุรกิจเกษตร ในช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาเนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางเพื่อมาหาช่องทางในการทำธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนรวดเร็ว และเป็นธุรกิจที่ยังก้าวหน้าไปได้ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส พบเห็นกิจกรรมของเกษตรกร แล้วอาจจะเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจ โดยร่วมลงทุนกับเกษตรกร เช่น ร่วมกับเกษตรกรทำการผลิตเพื่อแปรรูป เพื่อส่งออกและจำหน่ายภายในประเทศ หรือร่วมกันผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ นอกจากจะเอื้อผลประโยชน์อย่างสูงให้แก่เกษตรกรแล้ว ยังเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือภาคธุรกิจอื่นที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ทั้งนี้การที่จะนำเสนอลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมใดให้แก่นักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม มีโอกาสเลยวัตถุประสงค์สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าดำเนินการเพื่ออะไร และเมื่อดำเนินการแล้วบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่

เทพกร ณ สงขลา (2554) ได้สรุปรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 4 รูปแบบ คือ

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการสาธิตแหล่งท่องเที่ยว เน้นกิจกรรมการสาธิต เช่น ฟาร์มเพาะเห็ด ฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และการแปรรูปอาหาร แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะให้นักท่องเที่ยวได้ฝึก

ประสบการณ์จริงในช่วงเวลาสั้น ๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวจะจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ เพื่อสาธิตต่อนักท่องเที่ยวและให้นักท่องเที่ยวได้ทดลอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่นักศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวที่เป็นเกษตรกรมาศึกษาเพื่อไปปรับใช้และพัฒนากิจการเกษตรของตัวเอง

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมด กิจกรรมการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะเน้นการให้ความรู้ในเชิงลึกมากกว่ากลุ่มแรก มีวิทยากรที่เชี่ยวชาญบรรยายให้ความรู้ โดยอาจใช้เวลามากกว่ากลุ่มแรก อาจมีการจัดที่พักเพื่อการฝึกอบรม กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักจะเป็นเกษตรกร หรือคนที่ต้องการจะทำอาชีพเกษตรกำลังอยู่ในช่วงของการหาความรู้จากของจริง

3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการจำหน่ายสินค้าชุมชน โดยปกติแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทุกรูปแบบจะมีการจำหน่ายสินค้าอยู่แล้ว แต่จะมีกิจกรรมอื่นเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าตัวสินค้า สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการมักจะมีสินค้าของตัวเองเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น ผลไม้ กาแฟ โกโก้ สตรอเบอร์รี่ เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่จะเน้นการรวมตัวเป็นตลาดชุมชน โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นผู้ดูแล กิจกรรมประเภทนี้ที่เห็นได้ชัด เช่น ตลาดใต้โหนด ตลาดสวนไผ่ จังหวัดพัทลุง ตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้ความชำนาญและความสำเร็จในอาชีพเกษตรของผู้ประกอบการเป็นจุดขาย โดยนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพนั้นโดยเฉพาะ ซึ่งนอกจากให้ความรู้ด้านอาชีพเชิงลึกแล้วผู้ประกอบการมักมีการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับการประกอบอาชีพ และการให้คำปรึกษาระยะยาวร่วมด้วย เช่น การทำฟาร์มผักไร้ดิน การทำฟาร์มผักสลัดอินทรีย์ การเลี้ยงผึ้ง เป็นต้น

รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แบบที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อเกษตรกรหรือผู้ประกอบการตัดสินใจได้แล้วว่าจะเลือกดำเนินกิจการแบบไหน ก็ถึงขั้นตอนของการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดย Pandurang (2000) ได้กล่าวถึงสิ่งที่เป็นหลักการพื้นฐานที่มีจุดร่วมเหมือนกันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง คือ

1. มีบางสิ่งให้นักท่องเที่ยวชม เช่น การเลี้ยงสัตว์ แปลงปลูกพืช พิพิธภัณฑสถานเกษตร โรงเรือนเกษตร แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรม นอกจากนี้อาจมีการนำเสนอ วัฒนธรรมประเพณี การละเล่นพื้นเมือง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยว

2. มีบางอย่างให้นักท่องเที่ยวทำ กำหนดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงเกษตร เช่น การเก็บผลไม้ พืชผลทางการเกษตร การปลูกพืช ตอนกิ่งพันธุ์ การขี่ม้า ขี่ควาย การประกอบอาหาร การเล่นเกมต่าง ๆ มีกิจกรรมสำหรับเด็ก เพื่อเพิ่มความสนุกสนานในการท่องเที่ยว

3. มีบางสิ่งให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อ โดยผู้ประกอบการต้องเลือกสินค้าที่ผลิตโดยฟาร์ม หรือในชุมชน ทั้งในรูปของสินค้าเกษตรขั้นต้น สินค้าเกษตรแปรรูป สินค้าที่ระลึก ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ

มาตรฐานการท่องเที่ยว แนวทางการประเมิน และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกๆ คือ (นิออน ศรีสมยง, 2552)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชน

2. ตลาดนักท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ดังนั้นการกำหนดว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือใคร ชอบการท่องเที่ยวแบบไหน มีความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบไหน จะให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เข้ามาได้อย่างไร ต้องมีกระบวนการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างไรจึงจะดึงดูดมาได้

3. บริการการท่องเที่ยว เป็นการสร้างระบบ และสิ่งของเพื่อให้บริการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจ ความยินดีจ่ายและการบอกต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบริการเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้ผู้ประกอบการได้มากที่สุดและลงทุนน้อยที่สุด

2.2.7 นโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6 ทศวรรษที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเต็มตัว เริ่มตั้งแต่การประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504-พ.ศ.2509) จนถึงฉบับที่ 13 ในปัจจุบัน รัฐมีนโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การตลาดและการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรก้าวหน้าไปอย่างมาก อย่างไรก็ตามแม้เทคโนโลยีการเกษตรจะก้าวหน้าไป แต่เมื่อหันกลับไปมองเกษตรกร เรากลับพบว่า เกษตรกรไทย ยังคงประสบปัญหาความยากจน ปัญหาหนี้สิน ปัญหาการสูญเสียที่ดินทำกิน ไม่ต่างจากจุดเริ่มต้นก่อนการพัฒนา โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย ซึ่งสาเหตุสำคัญคือกลุ่มเกษตรกรรายย่อยเหล่านี้มีที่ดินทำกินค่อนข้างน้อย ดังนั้นแม้ว่าเทคโนโลยีการผลิตจะช่วยเพิ่มผลผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ที่ดิน ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ผลผลิตรวมของเกษตรกรแต่ละครัวเรือนน้อยเพราะที่ดินจำกัด ดังนั้นแม้ราคาสินค้าจะสูงแต่ผลผลิตมีน้อย รายได้จึงไม่เพียงพอค่าใช้จ่ายตลอดทั้งปี ปัญหาความยากจนและหนี้สินจึงยังคงปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไปในสังคมเกษตร

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ที่ดินที่มีอยู่จำกัดจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร ที่ผ่านมารัฐจึงส่งเสริมการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ การทำเกษตรผสมผสาน ซึ่งทำให้เกษตรกรมีผลผลิตทยอยออกจำหน่ายสร้างรายได้หยอดกระปุกได้ตลอดปี และลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ทำให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเริ่มหลุดพ้นจากภาวะหนี้สิน อย่างไรก็ตามที่กล่าวไปแล้ว ด้วยข้อจำกัดของที่ดินการเพิ่มรายได้จากการใช้ที่ดินเพื่อการผลิตจึงยังมีข้อจำกัด จากข้อจำกัดด้านการถือครองทรัพยากรที่ดินทำให้นักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกรมส่งเสริมการเกษตร จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือนเกษตรกรบนพื้นฐานการเกษตรภายใต้กรอบแนวคิดที่แตกต่างจากเดิม (การผลิต) แนวคิด “แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร” จึงได้เกิดขึ้น โดยในปี พ.ศ.2540 กรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในขณะนั้น ได้ริเริ่มโครงการท่องเที่ยวเกษตรต้อนรับปีการท่องเที่ยวไทย (พ.ศ.2541-พ.ศ.2542) ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเริ่มเข้ามามีบทบาทในการเพิ่มรายได้และแก้ปัญหาการว่างงานของแรงงานส่วนเกินในภาคชนบทมากขึ้น (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, 2544)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เกษตรมุ่งเน้นการเรียนรู้ วิถีเกษตรกรรม โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้กระบวนการทำการเกษตรและ วิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้าง

รายได้ นอกเหนือจากการผลิต แก่ครอบครัวและชุมชน ซึ่งเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์อาชีพเกษตรควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ได้บรรจุนโยบายส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยระบุแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการมุ่งเน้นการพัฒนาแบบบูรณาการด้วยการส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่เชื่อมโยงกับกิจกรรม การท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาดซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยในปี พ.ศ.2558 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ลงนามความร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรโดยความร่วมมือดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ยกกระดับสินค้าคุณภาพและมุ่งเน้นการกระจายรายได้ให้กับเกษตรกร โดยมีแนวทางการดำเนินงานร่วมกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 แนวทางในการบูรณาการร่วมกันได้แก่ โครงการการเชื่อมโยงธุรกิจกับภาคเกษตรกรรม โดยเปิดโอกาสให้โรงแรม ภัตตาคารซื้อสินค้าตรงกับเกษตรกร การพัฒนาเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงสินค้าเกษตร เช่น การท่องเที่ยววิถีข้าว การพัฒนาตลาดชุมชน และตลาดสินค้าเกษตรให้เชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตรยังได้จัดตั้งคณะทำงานความร่วมมือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ. 2562 เพื่อกำหนดแนวทางในการขับเคลื่อน ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย รวมทั้งส่งเสริมให้สามารถแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวได้

แนวคิดการกำหนดมาตรฐานได้เริ่มมีการนำมาใช้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ.2544 มนัส สุวรรณ และคณะ ได้ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว โดยระบุความหมายของระบบมาตรฐานคุณภาพหมายถึง ระบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด การกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยดัชนีชี้วัด (Indicators) ที่ครอบคลุมมิติต่าง ๆ ครบถ้วน (ราณี อิศระชัยกุล และคณะ, 2558)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตสินค้าเกษตร แต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นการขับเคลื่อนให้เกษตรกรประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมควบคู่กับการทำการเกษตรเกษตรจึงเป็นสิ่งท้าทายอย่างมาก ดังนั้นในขั้นแรกคณะทำงานร่วมจึงได้กำหนดให้มีการสร้างมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และกำหนดตัวชี้วัดในแต่ละมาตรฐาน เพื่อเป็นตัวกำหนดเป้าหมายการส่งเสริม และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปอย่างมีขั้นตอน และเพื่อใช้เป็นคู่มือที่สำคัญสำหรับเกษตรกรที่ต้องการพัฒนาสวนเกษตรของตัวเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้มาตรฐาน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมได้อย่างต่อเนื่อง กรมการท่องเที่ยว (2557) ได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรปี 2557 ไว้ 2 ด้าน แยกเป็น 5 องค์กรประกอบ 39 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย

1. ด้านศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย 2 องค์กรประกอบ ได้แก่
 - 1.1 คุณค่าทางกายภาพและชีวภาพ
 - 1.2 คุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา

2. ด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.3 ศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

มาตรฐานทั้ง 5 องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาไปถึงรายละเอียดตัวชี้วัด และเกณฑ์การให้คะแนน จะสามารถเป็นคู่มือให้เกษตรกรได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการเริ่มธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตั้งแต่การพิจารณาความเหมาะสมของพื้นที่ ความพร้อมของเจ้าของ และคนในพื้นที่ ตลอดจนแนวทางการวางแผนการบริหารจัดการ การให้บริการ ในปี พ.ศ.2564 กรมการท่องเที่ยวได้พิจารณาปรับปรุงมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ชัดเจนมากขึ้น จึงได้ยกร่างมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ฉบับที่ 1) ได้กำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 4 องค์ประกอบ 29 ตัวชี้วัด

1. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. ศักยภาพของระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เพื่อขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทย พัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการอย่างยั่งยืน รัฐบาลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดทำนโยบายและจัดสรรงบประมาณไว้หลายนโยบาย ในหลายหน่วยราชการ ซึ่งต้องบูรณาการร่วมกัน โดย ราชันี อิศระชัยกุล และคณะ (2558) ได้รวบรวมไว้ 11 นโยบาย ดังนี้

1. นโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2. นโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3. นโยบายด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4. นโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

5. นโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6. นโยบายด้านการจัดการศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน

7. นโยบายการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

8. นโยบายส่งเสริม 5 Smart

9. นโยบายส่งเสริมมาตรฐานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

10. นโยบายการนาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้

11. นโยบายส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรสู่อาเซียน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย

2.3.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ

สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2546) ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2546) และ รุ่งเรือง สุขากิริมย์ (2543) ได้ให้ความหมายนโยบายสาธารณะไว้ ดังนี้ สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2546) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะจะต้องเป็นกิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาล การตัดสินใจเลือกที่จะกระทำของรัฐบาลต้องคำนึงถึงคุณค่าของสังคมเป็นเกณฑ์ โดยมุ่งที่จะตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นหลัก กระมล ทองธรรมชาติ (2538) ได้กล่าวถึง นโยบายว่า คือ แนวทางที่แต่ละประเทศได้เลือกปฏิบัติไปเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่กำหนดไว้ อันเป็นวัตถุประสงค์ที่เชื่อกันว่า ถ้าทำได้สำเร็จก็จะเป็นผลดีต่อประเทศของตน โดยทั่วไปนั้นรัฐบาลของประเทศจะตัดสินใจเลือกปฏิบัตินโยบายที่มีการเสี่ยงภัยน้อยที่สุดปฏิบัติได้ง่ายที่สุด และเป็นประโยชน์ต่อชาติมากที่สุด

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2546) ระบุว่า นโยบายสาธารณะ คือ นโยบายที่ถูกกำหนดขึ้นโดยรัฐบาล ซึ่งอาจจะเป็นองค์กรหรือตัวบุคคลที่มีอำนาจหน้าที่โดยตรงตามกฎหมายภายใต้ระบบการเมืองนั้น ๆ ทั้งนี้ นโยบายสาธารณะจะครอบคลุมตั้งแต่สิ่งที่รัฐบาลตั้งใจว่าจะกระทำหรือไม่กระทำ การตัดสินใจของรัฐบาลในการแบ่งสรรทรัพยากรหรือคุณค่าต่าง ๆ ในสังคม กิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ของรัฐบาล รวมถึงถึงผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง อันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นติดตามมาจากการดำเนินงานของรัฐบาล

รุ่งเรือง สุขากิริมย์ (2543) ได้สรุปความหมายของนโยบายสาธารณะว่าเป็นนโยบายที่กำหนดขึ้นโดยองค์กรหรือตัวบุคคลที่มีอำนาจหน้าที่ของรัฐ ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ (1) แสดงถึงแนวทางการดำเนินงานที่รัฐตั้งใจ (2) เป็นการกำหนดขึ้นล่วงหน้า (3) เป็นการนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์

จากคำนิยามของ “นโยบายสาธารณะของนักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ สรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางปฏิบัติอย่างกว้าง ๆ ที่รัฐบาลประกาศหรือตัดสินใจเลือกกว่าจะกระทำหรือไม่กระทำอันจะเป็นเครื่องชี้แนวทางปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุผลงานตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทั้งนี้โดยคำนึงถึงการสนองตอบความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวมเป็นหลัก

2.3.2 ความสำคัญของนโยบายสาธารณะ

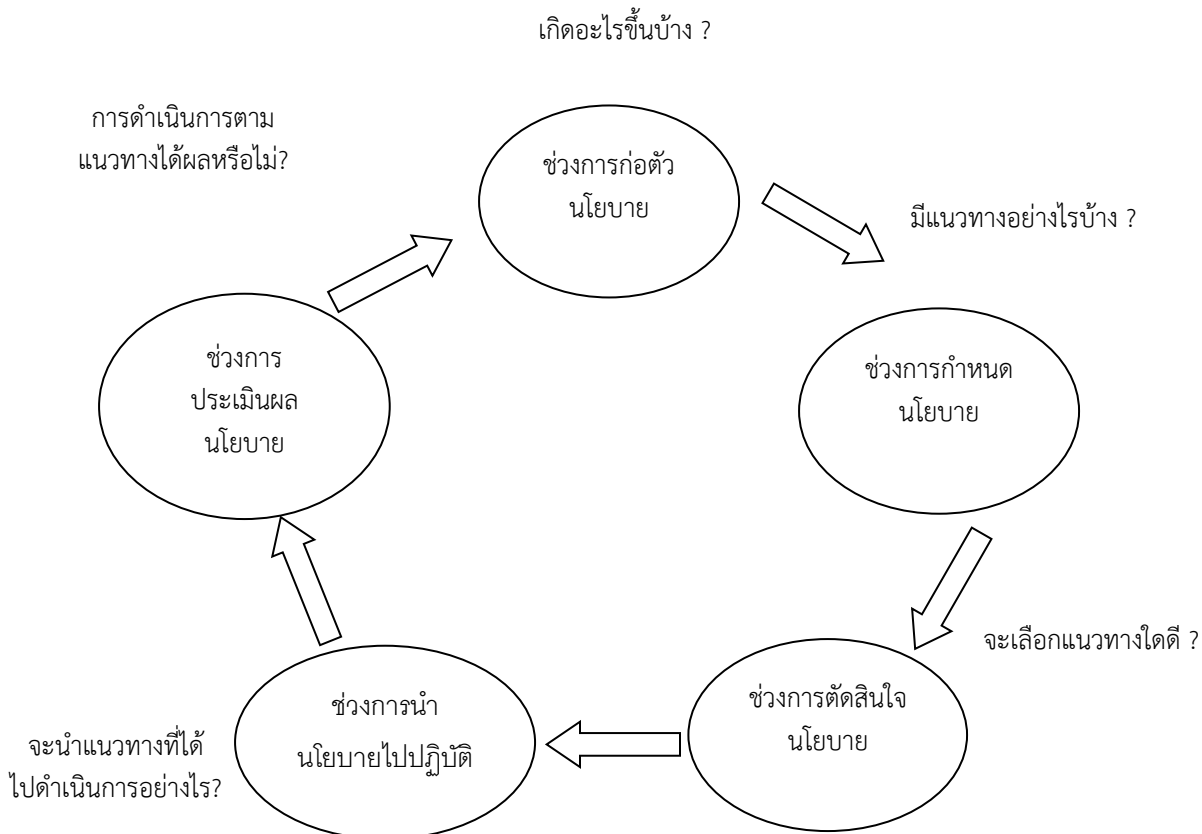
1) ฝ่ายรัฐบาล ถ้านโยบายที่รัฐบาลกำหนดขึ้นสอดคล้องตามความต้องการของประชาชนจะทำให้รัฐบาลได้รับความศรัทธาเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับชอบ

2) ฝ่ายข้าราชการ ถ้านโยบายเป็นรูปธรรม/เฉพาะเจาะจงปฏิบัติได้และวัดได้ก็จะช่วยให้ข้าราชการ/ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงาน และเป้าหมาย วัตถุประสงค์ได้ง่าย และสอดคล้องตรงกัน อันจะส่งผลให้นโยบายนั้นบรรลุสัมฤทธิ์ผลที่ต้องการได้

3) ฝ่ายประชาชน นโยบายของพรรคการเมืองทำให้ประชาชนสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัคร/พรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น

2.3.3 วงจรนโยบายสาธารณะ (Public Policy Process/Public Policy Cycle)

ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงวงจรนโยบายสาธารณะ

2.4 งานศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา พบว่า งานส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินงาน การถอดบทเรียนความสำเร็จจากแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศ และแนวทางการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเกษตร โดยการศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว นักวิจัยใช้มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และดัชนีชี้วัดที่กรมการท่องเที่ยวจัดทำขึ้นมาเป็นกรอบในการประเมิน โดยมีงานศึกษาที่น่าสนใจดังนี้

2.4.1 การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

วารุณี เกตุสะอาด และปรกรณ์ สุวานิช (2554) ศึกษาการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า แหล่งเกษตรกรรมที่มีผลการประเมินศักยภาพรวมในระดับสูงถึงร้อยละ 63 โดยมีศักยภาพสูงในด้านความเชื่อมโยง ความใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก ด้านความปลอดภัยของ

แหล่งเกษตรกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานตามลำดับ สิ่งที่จะต้องปรับปรุง คือ ป้ายบอกทางเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าควรได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งด้านความรู้ และงบประมาณจากภาครัฐ การจัดตั้งศูนย์ประสานงาน และการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว การจัดหาพื้นที่ลานจอดรถ ห้องน้ำ การจัดทำป้ายบอกทาง และสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นางสุภา เชนนะสิริ (2556) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน: กรณีจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดชลบุรี พบว่า เกษตรกรและแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการความรู้และทักษะในการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ การเป็นวิทยากร เพื่อรองรับกิจกรรมการให้ความรู้ด้านการเกษตรแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้นำท้องถิ่น สมาชิกชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม และสิ่งสำคัญคือชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรมและทั่วถึง จึงจะก่อให้เกิดความยั่งยืนได้

นางเยาว์ พรหมประสิทธิ์ (2556) ศึกษาเรื่องปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัญหาการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ ซึ่งพบว่าปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ คือ 1) ระบบโครงสร้างพื้นฐานยังไม่พัฒนาให้รองรับสำหรับการท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย 3) มัคคุเทศก์นำเที่ยวมีจำนวนน้อย 4) ขาดการประชาสัมพันธ์

ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2558) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน โดยได้ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทย พบว่า ประเทศไทยมีความโดดเด่นของผลผลิตทางการเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่นและ องค์ความรู้ด้านการเกษตร เทคโนโลยีการเกษตร รวมทั้งความงดงามของทรัพยากรธรรมชาติและภูมิอากาศ ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว แม้สถานที่ทางการเกษตรจะตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาและการผลิตทางการเกษตร เพื่อจำหน่ายและเป็นการสร้างรายได้หลักของเกษตรกร แต่การจัดนำเที่ยวในไร่ นา สวนเกษตร สวนดอกไม้ หรือสวนผลไม้ ล้วนนำมาซึ่งรายได้เสริมแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ อีกทั้งผลผลิตทางการเกษตรมีฤดูกาลที่แตกต่างกันไปในแต่ละภาคของประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมผลผลิตทางการเกษตรได้ตลอดปีแตกต่างกันไป เช่น เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์มีผลผลิตของผัก ผลไม้ และดอกไม้เมืองหนาวในภาคเหนือ เดือนมีนาคม - เมษายนมีไม้ดอกและไม้ผลในภาคกลางและภาคตะวันตก เดือนพฤษภาคม - มิถุนายนมีผักผลไม้ในภาคตะวันออก เดือนกันยายน - ตุลาคมมีผลไม้ในภาคใต้ นอกจากนี้ ยังพบว่า ส่วนมากแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของทั้งภาครัฐและเอกชนรายใหญ่มีศักยภาพในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสูง แต่แหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กของเกษตรกรรายย่อยและชุมชน ส่วนใหญ่ยังขาดการนำเสนอผลผลิตที่น่าสนใจและขาดการส่งเสริมที่ครบวงจร

สำหรับลักษณะและรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในฟาร์มเกษตร/สวนเกษตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบสวนไม้ดอก/ไม้ผลที่สาธิตการปลูก และต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเกษตรระยะสั้น โดยชื่นชอบการเก็บผลไม้ และเรียนรู้กิจกรรมเกี่ยวกับการเกษตรในท้องถิ่น นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเลือกซื้อผัก/ผลไม้ปลอดสารพิษมากที่สุด และสนใจพักค้างที่โฮมสเตย์/ฟาร์มสเตย์มากที่สุด

นโยบายการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน โดยเริ่มจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยในภาพรวมด้วยแบบประเมินศักยภาพโดยตัวชี้วัด การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 7 ด้าน พบว่า ตัวชี้วัดที่มีระดับต่อจำนวน 16 ตัวชี้วัดจาก 51 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความโดดเด่นด้านเกษตรอินทรีย์ การได้รับใบรับรอง ใบประกาศเกียรติคุณ หรือรางวัลจากหน่วยงาน ความชัดเจนของป้ายบอกทาง บริการที่พัก บริการยานพาหนะในการเข้าที่พักและในพื้นที่ บริการเครือข่ายสื่อสารอินเทอร์เน็ต บริการผู้สูงอายุและ คนพิการ และทักษะภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการ การจัดกิจกรรมเพื่อถ่ายทอดความรู้ นโยบายการพัฒนาและลงทุนของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ความเข้มแข็งขององค์กรภาครัฐ ความพอเพียงของงบประมาณ/การลงทุนภาครัฐ ความพอเพียงของงบประมาณ/การลงทุนของภาคเอกชน ความรู้ความสามารถของบุคลากร กระบวนการควบคุมคุณภาพโดยรวม และความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลสารสนเทศ

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางดะ พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน มีดังนี้ 1) ต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและมีที่เลี้ยงในการดำเนินงาน มีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่ยอมรับ 2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย ค้นหาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้าไปผสมผสานกับการเกษตรในวิถีของชาวบ้านอย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ใช้การแสดง เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น 3) แสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ โดยการตลาดเชิงรุก และการคิดค้นผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร หัตถกรรมใหม่ ๆ จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

มนิรัตน์ สุขเกษม (2559) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลงิ้วเหล็ก อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และชื่นชมการดำเนินงานด้านการบริการ การบริหารจัดการ สภาพแวดล้อม และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ยังจำเป็นต้องมีการปรับปรุง ในขณะที่สิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุด คือ การที่บุคลากรมีอัธยาศัยไมตรีจิตและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีคฤหาสน์และวิทยากรมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (2560) ศึกษาแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็น จากการศึกษาสภาพการณ์ ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ การจัดการเวทียอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทำให้เกิดรูปแบบ “DONG-YEN Model” มืองค์ประกอบ คือ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม เน้นการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่โดดเด่นและหลากหลาย ซึ่งมีปัจจัยเอื้อเป็นทุนทางสังคมจากการรวมกลุ่มแกนนำ และปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผ่านการรับรองรูปแบบการนำไปใช้โดยการอบรม การศึกษาดูงานและการถอดบทเรียนมากำหนดเป็นกิจกรรม ได้แก่ การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน การจัดทำป้ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์และจัดทำคู่มือการเกษตรอินทรีย์บ้านดงเย็น โดยการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวมี

ความประทับใจ พอใจต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์บ้านดงเย็น ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับปรุงรูปแบบการจัดการจากผลการประชุมถอดบทเรียนของกลุ่ม

ชัยฤทธิ ทองรอด (2561) ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวนเลียบบลอมมหาสวัสดี อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า การจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการรวมตัวกันโดยจัดตั้งเป็นคณะกรรมการบริหาร ซึ่งกรรมการแต่ละคนจะเป็นสมาชิกในแต่ละกิจกรรม มีการแบ่งหน้าที่กันเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มพาชมสวนกล้วยไม้ กลุ่มพาชมนาบัว กลุ่มแม่บ้านมหาสวัสดี กลุ่มสวนผลไม้ ซึ่งการบริหารงานในแต่ละกลุ่มจะมีผู้นำกลุ่มที่ประสานงานกันภายในกลุ่มเดียวกันและกลุ่มอื่น ๆ โดยจะมีการประชุมกันทุกเดือน เพื่อวางแผน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดสรรผลประโยชน์ และร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และผลจากการศึกษาพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบบลอมมหาสวัสดีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านอัตราค่าบริการ/การเงิน ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

นาขวัญ วงศ์ประทุม และคณะ (2561) ศึกษาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านาวี จังหวัดเชียงราย พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านาวีทั้ง 4 ด้านคือ ด้านศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีข้อเสนอแนะคือ หมู่บ้านาวีควรมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความโดดเด่น จัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้หลากหลาย และกำหนดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้ชัดเจน และเร่งดำเนินการพัฒนาด้านมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ทั้งเรื่องที่พัก ร้านอาหารของที่ระลึก และกิจกรรมการนำเที่ยวในชุมชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือนักสื่อความหมายเพื่อถ่ายทอดข้อมูลการท่องเที่ยวและแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ (2561) พบว่า การบริหารจัดการเพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมเพื่อจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นชุมชนมุสลิมด้วยการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัยให้กับประชาชน ซึ่งชาวบ้านต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง เกิดความสามัคคี พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านการทำงานในรูปแบบคณะกรรมการการท่องเที่ยวด้วยการตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นตลอดจนการจัดกิจกรรมสร้างสัมพันธ์กับประชาชนในชุมชน มีการพัฒนาแผนธุรกิจสำหรับบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีอัตลักษณ์ในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านมุสลิม

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2561) ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเขตสายไหม พบว่า การพัฒนาชุมชนไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพร้อมของพื้นที่ ลักษณะของพื้นที่ อาชีพ เอกภลักษณ์ ความชำนาญของแต่ละแห่ง โดยการบริหารจัดการที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการกำหนดจากเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชนด้านเกษตรกรรมที่หลากหลายทั้งด้านการผลิต การให้ความรู้การเกษตร วิถีชีวิต โดยนักท่องเที่ยวร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกิจกรรมทางการเกษตรที่สนับสนุนให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่ม ปัจจัยและ

ข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือการบริหารจัดการ การประสานงาน การประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงพื้นที่อำนวยความสะดวก ความสะอาดและความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และการที่ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตลอดฤดูกาล

ธรรมจักร เล็กบรรจง (2562) ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนชุมชนนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน กระบวนการมีส่วนร่วมตลอดจนการประเมินรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนนาหมื่นศรี ผลการศึกษาบริบทชุมชนต้นแบบ พบว่า ชุมชนต้นแบบทุกแห่งมีอัตลักษณ์เป็นจุดขายของแต่ละพื้นที่ เน้นการมีส่วนร่วมและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนของชุมชนนาหมื่นศรี ผู้วิจัยเสนอแนะให้ เริ่มจากกลุ่มผู้นำต้องจัดให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชน ให้เกิดการรวมกลุ่มคณะกรรมการการท่องเที่ยว และร่วมจัดทำแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนขึ้น และมีการจัดทดลองการท่องเที่ยวนำร่อง และประเมินผลซึ่งนำไปสู่แนวคิดรูปแบบ NA-MUENSI Model เป็นรูปแบบการจัดการพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.4.2 การศึกษาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ศศิธร เจตนาพันธ์ และ เบญจพร แยมจำเมือง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับครอบครัว กรณีศึกษาชุมชนบางน้ำผึ้ง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนทั้งภายในและภายนอก ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบางน้ำผึ้งมีข้อได้เปรียบทางการท่องเที่ยวหลายด้าน ประกอบด้วย การมีประวัติศาสตร์ชุมชนที่เก่าแก่ เคยเป็นสถานที่พักเรือสินค้าต่างชาติที่มาติดต่อค้าขายกับไทย มีสภาพภูมิประเทศที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นพื้นที่โอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา สภาพดินมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสำหรับการทำการเกษตรที่หลากหลาย ส่วนจุดแข็งที่คนภายนอกมองคือ ชุมชนบางน้ำผึ้งได้ชื่อว่า ในสถานการณ์ที่การท่องเที่ยวชุมชน ในพื้นที่รอบ ๆ กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการแข่งขันสูง ชุมชนบางน้ำผึ้งจำเป็นต้องปรับตัวโดยการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่คาดว่าจะชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน และสามารถสร้างรายได้ในชุมชนบางน้ำผึ้ง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว ที่มีกำลังจ่ายสูง และศักยภาพของชุมชนเองยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย มีกิจกรรมที่รองรับความสนใจของสมาชิกในครัวเรือนทุกคนสามารถ

ขวัญกมล ดอนขวา และ จิตตานันท์ ติกุล (2557) นำเสนอผลการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวัง และระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ด้านการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงที่สุด โดยภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถส่งมอบคุณภาพบริการถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

พจนานา สนวนศรี และคณะ (2557) ศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน โดยใช้กรณีศึกษาผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการทำงานเรื่องการตลาดในประเทศไทย และกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า ตลาดที่มีศักยภาพเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนคือ กลุ่มคนที่มีความสนใจในการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมท้องถิ่น สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่วนความต้องการด้านความรู้และทักษะของชุมชนและผู้ประกอบการในการพัฒนาการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทีมวิจัยได้ถอดบทเรียนออกมาสร้างเป็นหลักสูตรฝึกอบรมได้ 2 หลักสูตรคือ หลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และหลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับบริษัทนำเที่ยว

ชลธิชา พันธสว้าง และคณะ (2563) ศึกษาการจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี โดยมุ่งประเด็น การศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนผสมทางการตลาดด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีใน 3 ด้าน ได้แก่ แหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเห็นว่าควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สร้างเอกลักษณ์และกิจกรรมของแต่ละพื้นที่บนวิถีท้องถิ่น และการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีอย่างยั่งยืนโดยควรบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน

การเริ่มต้นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การเริ่มปรับเปลี่ยนจึงเป็นเรื่องของการตัดสินใจเฉพาะบุคคลและการมองการณ์ไกล การเห็นโอกาสทางธุรกิจของแต่ละคนมากกว่า ตัวอย่างความแตกต่างเรื่องแนวคิดที่ควรดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่มีให้เห็นทั่วไป เช่น การศึกษาของ

ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2557). ศึกษาารูปแบบและกระบวนการดำเนินการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รายงานผลการศึกษา พบว่า รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดำเนินการในปัจจุบัน มีหลายรูปแบบโดยอิงอาศัยลักษณะเจ้าของกิจการ ลักษณะกิจกรรมการเกษตร ขนาดพื้นที่ และลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถขยายการทำเกษตรจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมหรือเกษตรเชิงเดี่ยวมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ตามสภาพพื้นที่ ความชอบและความเหมาะสมของตัวเองเกษตรกรเอง โดยยึดแนวทางการจัดการตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยขั้นตอนการเข้าสู่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายใหม่นั้น เกษตรกรเพียงดำเนินการขยายหรือปรับเปลี่ยนพื้นที่หรือกิจกรรมทางการเกษตรบางส่วน เช่น การปรับการเพาะปลูกเชิงเดี่ยวเป็นการเกษตรแบบผสมผสาน มีการขายผลผลิตทางการเกษตร ทั้งสดและสินค้าแปรรูป เน้นคุณภาพสินค้ามากขึ้น เพื่อสามารถกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพ ใช้การตลาดแบบบูรณาการ การใช้แรงงานท้องถิ่น เน้นความปลอดภัยในสินค้าและการท่องเที่ยว

เจษฎา นกน้อย (2559). ได้ถอดบทเรียนจากประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งในและต่างประเทศ ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า ในภาวะการณ์ปัจจุบันที่เศรษฐกิจมีการหดตัว ประกอบกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนมานิยมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นโอกาสของเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่จะเข้าสู่ช่องว่างการตลาดนี้

อย่างไรก็ตามการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น เกษตรกรและผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องโดยเฉพาะในส่วนของภาครัฐที่เป็นหน่วยสนับสนุนจะต้องมีความเข้าใจแนวความคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ถ่องแท้ ไม่ละเลยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งควรมีการศึกษาประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จโดยเฉพาะในต่างประเทศ

จรัสศักดิ์ โภกาวัน (2561) ศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านบ่อแกบ่อทอง ตำบลเลิงแฝก อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม โดยการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของพื้นที่ และความพร้อมหรือโอกาสในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ชุมชนเองมีแนวคิดออกเป็น 2 ฝั่งอย่างชัดเจน คือฝั่งที่เห็นด้วยให้เหตุผลว่า ชุมชนมีทุนทางสังคม ด้านเกษตร มีภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีเครือข่ายของสถาบันการศึกษาที่จะเข้ามาให้ความช่วยเหลือ จึงมีโอกาสนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ส่วนกลุ่มที่เห็นว่าไม่มีความเป็นไปได้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากความพร้อมของชุมชนนั้นมีค่อนข้างน้อย ยังไม่มี การเตรียมความพร้อมทางด้านที่พักและยานพาหนะที่ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว และยังขาดงบประมาณสนับสนุนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งยังขาดเครือข่ายจากภายนอกในการสนับสนุนดูแลให้ความรู้แก่ชาวบ้านในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วย ดังนั้นจึงทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิดขึ้นในหมู่บ้านค่อนข้างจะเป็นไปได้ยาก

การเข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเกษตรกรรายใหม่นั้น เป็นเรื่องท้าทาย เกษตรกรมักจะมี ความกังวลว่าเมื่อดำเนินการไปแล้วจะไปรอดหรือเปล่า จะมีคนมาเที่ยวสวนของเราหรือเปล่า จะทำไหวหรือเปล่า คำถามต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่จะนำไปสู่การตัดสินใจล้มเลิกมากกว่าจะเดินหน้า Kuehnc et al. (2000) ได้แนะนำให้เกษตรกรที่จะเข้าสู่ธุรกิจได้ประเมินความพร้อมของตัวเองในมิติต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจประกอบด้วย

1. ประเมินตนเอง คำถามที่เกษตรกรต้องตอบ คือ ทำไมถึงต้องการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีจุดเด่นทางด้านกายภาพอะไรบ้าง มีทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ เกษตรกรเองมีทักษะอะไรบ้างที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แรงงานที่จะมาช่วยเอามาจากไหน แรงงานในครัวเรือนมีเพียงพอหรือไม่ เมื่อได้คำตอบทุกข้อแล้วเกษตรกรต้องนำมาจัดลำดับความสำคัญ เพื่อประเมินอีกครั้งว่าจะบริหารจัดการอย่างไร

2. ประเมินตลาด เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน แม้ว่าการระบุนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำได้ยาก เพราะส่วนใหญ่จะไม่มีนักท่องเที่ยวที่สนใจมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉพาะ แต่มักเป็นการมาท่องเที่ยวตามโปรแกรมเสริม หรือเป็นทางผ่าน ดังนั้นในเบื้องต้นจะต้องระบุหากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนส่วนน้อยที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกมาให้ได้ก่อน จากนั้นจึงไปหาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีโอกาสสูง ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องดูบริบทการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบไหน นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มไหน พอมีที่ตรงกับนักท่องเที่ยวที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายของเราหรือไม่ เมื่อได้กลุ่มเป้าหมายแล้วจึงค่อยมาวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งด้านการบริการ การให้ความรู้ สินค้าจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

3. ประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ เกษตรกรจำเป็นต้องประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจว่า การลงทุนนั้นคุ้มค่าการลงทุนหรือไม่ และการดำเนินกิจการของตนเองได้ ก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกทั้งทางบวกและทางลบแก่ชุมชนอย่างไรบ้าง

4. ประเมินด้านการเงิน ในด้านนี้เกษตรกรจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านบัญชีระดับหนึ่ง ซึ่งอาจให้ ลูกหลานเป็นผู้รับผิดชอบ ช่วยเหลือในการลงระบบบัญชี และการจัดการสินค้าคงคลัง การวางแผนการ จำหน่ายสินค้าในแต่ละช่วงฤดูกาลเพื่อให้ได้รายได้มากที่สุด

การปรับเปลี่ยนเป็นเรื่องท้าทายและมักจะมีอุปสรรคขวางทางเสมอ เกษตรกรผู้ปรับเปลี่ยนมาดำเนิน ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องให้กำลังใจตนเองและถามตัวเองอยู่เสมอว่า “เราสามารถทำเงินได้มากกว่า งานเดิมที่ทำอยู่” และ “เราสามารถเป็นนายตัวเอง สามารถทำงานที่บ้านแม้ค่าแรงจะต่ำกว่าการทำงาน บริษัท” สิ่งนี้จะช่วยให้เราฝ่าฟันไปสู่ความสำเร็จในอนาคตได้มากขึ้น

เมื่อเกษตรกรได้ตัดสินใจที่จำดำเนินการปรับเปลี่ยนจากการเกษตรอย่างเดียวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้ว ได้ประเมินตามหลักการที่กล่าวมาแล้ว ขั้นตอนต่อไปเกษตรกรจะต้องเลือกว่าจะดำเนินกิจการแหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรในลักษณะใดเป็นหลัก เทพพร ณ สงขลา (2554) ได้สรุปรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 4 รูปแบบ คือ

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการสาธิตแหล่งท่องเที่ยว เน้นกิจกรรมการสาธิต เช่น ฟาร์มเพาะเห็ด ฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และการแปรรูปอาหาร แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกประสบการณ์จริงในช่วงเวลาสั้น ๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวจะจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ เพื่อสาธิตต่อนักท่องเที่ยวและ ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ นักศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวที่เป็นเกษตรกรมาศึกษาเพื่อไป ปรับใช้และพัฒนากิจการเกษตรของตัวเอง

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมด กิจกรรมการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะเน้นการให้ความรู้ในเชิงลึกมากกว่ากลุ่มแรก มีวิทยากรที่เชี่ยวชาญบรรยาย ให้ความรู้ โดยอาจใช้เวลามากกว่ากลุ่มแรก อาจมีการจัดที่พักเพื่อการฝึกอบรม กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักจะเป็น เกษตรกร หรือคนที่ต้องการจะทำอาชีพเกษตรกำลังอยู่ในช่วงของการหาความรู้จากของจริง

3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการจำหน่ายสินค้าชุมชน โดยปกติแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทุก รูปแบบจะมีการจำหน่ายสินค้าอยู่แล้ว แต่จะมีกิจกรรมอื่นเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าตัวสินค้า สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการมักจะมีสินค้าของตัวเองเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวได้ เช่น ผลไม้ กาแฟ โกโก้ สตรอเบอร์รี่ เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่จะเน้นการรวมตัวเป็นตลาดชุมชน โดย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นผู้ดูแล กิจกรรมประเภทนี้ที่เห็นได้ชัด เช่น ตลาดใต้โหนด ตลาดสวนไม้ จังหวัดพัทลุง ตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้ความชำนาญ และความเชี่ยวชาญในอาชีพเกษตรของผู้ประกอบการเป็นจุดขาย โดยนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ที่ต้องการประกอบ อาชีพนั้นโดยเฉพาะ ซึ่งนอกจากให้ความรู้ด้านอาชีพเชิงลึกแล้วผู้ประกอบการมักมีการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับการ ประกอบอาชีพ และการให้คำปรึกษาระยะยาวร่วมด้วย เช่น การทำฟาร์มผักไร้ดิน การทำฟาร์มผักสลัด อินทรีย์ การเลี้ยงผึ้ง เป็นต้น

จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย เห็นได้ว่าการศึกษายังจำกัดอยู่ในประเด็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยทุกเรื่องให้ผลไปในทิศทางเดียวกัน คือ ประเทศไทย ชุมชนไทย มีจุดเด่นในด้านศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งที่เกี่ยวกับคุณค่าทางกายภาพและชีวภาพและคุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีภูมิประเทศที่เหมาะสมกับการทำเกษตรกรรม และมีแหล่งเกษตรที่หลากหลายกระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ อีกทั้งองค์ความรู้ด้านการเกษตรของไทยมีการสร้างสมมานาน ผสมผสานเข้าเป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรม ของชุมชน มีเอกลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก ถือเป็นมรดกที่ธรรมชาติและสรรพบุรุษให้มา อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเกษตรกรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรเหล่านี้ให้เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งเห็นได้จากรายงานการวิจัยส่วนใหญ่ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยยังมีจุดด้อยด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ศักยภาพด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพในการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สาเหตุสำคัญมาจากการที่เกษตรกรยังขาดองค์ความรู้ทั้งด้านการเป็นผู้ประกอบการ และองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ความไม่ชัดเจนการสนับสนุนจากภาครัฐก็เป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เพราะการส่งเสริมยังขาดการบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐเอง และระหว่างหน่วยงานของรัฐกับเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ทำให้เกิดปัญหาต่างคนต่างทำ และปัญหางบประมาณการส่งเสริมจำกัด งบประมาณการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอเป็นปัญหาพื้นฐานอยู่ และเมื่อรวมกับต่างคนต่างทำ และทำอย่างขาดความรู้ยิ่งทำให้การใช้งบประมาณไม่มีประสิทธิภาพแก้ปัญหาไม่ตรงจุด ไม่เกิดประโยชน์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นโอกาสของเกษตรกร มีช่องว่างการตลาดกว้างพอให้เกษตรกรเข้าไปแสวงหารายได้ โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรหรือการลงทุนมากนัก อย่างไรก็ตามการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น เกษตรกรและผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องโดยเฉพาะในส่วนของภาครัฐที่เป็นหน่วยสนับสนุน จะต้องมีความเข้าใจแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ถ่องแท้ ไม่ละเลยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.5 งานศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในต่างประเทศ

จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย เห็นได้ว่าการศึกษายังจำกัดอยู่ในประเด็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยทุกเรื่องให้ผลไปในทิศทางเดียวกัน คือ ประเทศไทย ชุมชนไทย มีจุดเด่นในด้านศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งที่เกี่ยวกับคุณค่าทางกายภาพและชีวภาพและคุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีภูมิประเทศที่เหมาะสมกับการทำเกษตรกรรม และมีแหล่งเกษตรที่หลากหลายกระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ อีกทั้งองค์ความรู้ด้านการเกษตรของไทยมีการสร้างสมมานาน ผสมผสานเข้าเป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรม ของชุมชน มีเอกลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก

ถือเป็นมรดกที่ธรรมชาติและบรรพบุรุษให้มา อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเกษตรกรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรเหล่านี้ให้เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งเห็นได้จากรายงานการวิจัยส่วนใหญ่ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยยังมีจุดด้อยด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ศักยภาพด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพในการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สาเหตุสำคัญมาจากการที่เกษตรกรยังขาดองค์ความรู้ทั้งด้านการเป็นผู้ประกอบการ และองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ความไม่ชัดเจนการสนับสนุนจากภาครัฐก็เป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เพราะการส่งเสริมยังขาดการบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐเอง และระหว่างหน่วยงานของรัฐกับเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ทำให้เกิดปัญหาต่างคนต่างทำ และปัญหางบประมาณการส่งเสริมจำกัด งบประมาณการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอเป็นปัญหาพื้นฐานอยู่ และเมื่อรวมกับต่างคนต่างทำ และทำอย่างขาดความรู้ยิ่งทำให้การใช้งบประมาณไม่มีประสิทธิภาพ แก้ปัญหาไม่ตรงจุด ไม่เกิดประโยชน์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นโอกาสของเกษตรกร มีช่องว่างการตลาดกว้างพอให้เกษตรกรเข้าไปแสวงหารายได้ โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรหรือการลงทุนมากนัก อย่างไรก็ตามการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น เกษตรกรและผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องโดยเฉพาะในส่วนของภาครัฐที่เป็นหน่วยสนับสนุน จะต้องมีความเข้าใจแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ถ่องแท้ ไม่ละเลยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การกำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีแตกต่างและหลากหลายซึ่งเกี่ยวข้องกับสามประเด็น ดังนี้

- 1) ประเภทของสถานที่ (เช่น ฟาร์ม กิจกรรมทางเกษตรกรรมใด ๆ)
- 2) ตัวตนที่แท้จริงของสถานประกอบการทางการเกษตรหรือประสบการณ์ และ
- 3) ประเภทของกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (เช่น ที่พัก การศึกษา)

Phillip et al. (2010) ได้จำแนกเกณฑ์การดำเนินงานในเชิงทฤษฎีของท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 3 ประการดังนี้ คือ 1) เป็นที่ตั้งฟาร์มที่เปิดดำเนินงานหรือไม่ 2) มีระดับการสัมผัสระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเกษตรหรือไม่ (เช่นเป็นแบบไม่มีส่วนร่วม แบบทางตรงหรือทางอ้อม) และ 3) ประสบการณ์ของผู้เข้าเยี่ยมชมเป็นของแท้หรือถูกจัดฉาก จากเกณฑ์ทั้งสามประการได้ถูกพัฒนาขึ้นเป็นรูปแบบและสัญลักษณ์ห้าประเภท (ที่ไม่เป็นลำดับขั้น) ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไม่ได้ดำเนินงานเกี่ยวกับฟาร์ม เช่น ที่พักและอาหารเข้าในฟาร์มเก่า
- 2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มที่เปิดดำเนินงานอยู่ การสัมผัสการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบไม่มีส่วนร่วม เช่น ที่พักและอาหารเข้าในฟาร์มที่ดำเนินงานอยู่ปัจจุบัน
- 3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มที่เปิดดำเนินงานอยู่ แบบสัมผัสทางอ้อม เช่นการให้บริการผลิตภัณฑ์อาหารในฟาร์ม

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มที่เปิดดำเนินงานอยู่ แบบสัมผัสโดยตรง ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบจัดฉาก เช่น การดูการทำฟาร์มสาธิต

5) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มที่เปิดดำเนินงานอยู่ แบบสัมผัสโดยตรงที่แท้จริง เช่น การช่วยงานบ้านในฟาร์ม

สถานที่จัดตั้งซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นหนึ่งในประเด็นที่ยังมีข้อถกเถียงถึงขอบเขตและความหมาย ประเภทของสถานที่งานโดยส่วนใหญ่กล่าวถึงสถานที่ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องเป็นการดำเนินงานในฟาร์ม มีงานศึกษาส่วนน้อยที่กล่าวถึงประเภทของสถานที่การเกษตรอื่น ๆ เช่น ฟาร์มปศุสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น หรืออาจรวมถึงประเภทของสถานที่ที่ไม่ใช่สิ่งอำนวยความสะดวกทางการเกษตร เช่น ตลาดเกษตรกรและการค้า ทุกชนิดของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ถูกนำออกไปจากสถานที่ผลิตทางการเกษตรเพื่อนำไปขาย อย่างไรก็ตาม มีข้อถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องคำจำกัดความของฟาร์ม ซึ่งมีการให้คำนิยามที่แตกต่างกัน ดังเช่น สหภาพยุโรปได้ให้คำจำกัดความของ “ฟาร์ม” ในฐานะการถือครองทางการเกษตร หมายถึง หน่วยเศรษฐกิจภายใต้การจัดการหนึ่งเดียวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการผลิตทางการเกษตรหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ไม่ใช่การเกษตร รูปแบบของฟาร์มสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (Dionysopoulou , 2020)

1. ฟาร์มสันทนาการ (Leisure farm)

กิจกรรมฟาร์มสันทนาการสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคนที่ไม่ใช่เกษตรกรและเกษตรกร และสามารถสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเกษตรได้ ตัวอย่างรูปแบบของการสร้างฟาร์มสันทนาการซึ่งรวมถึงการพักผ่อนหย่อนใจกลางแจ้ง (เช่น การตกปลา การล่าสัตว์ การถ่ายภาพสัตว์ป่า การขี่ม้า) การสร้างประสบการณ์การศึกษา (เช่น ทัวร์ฟาร์มและการบรรจุอาหาร การสอนทำอาหาร ชิมไวน์ ชีวู ประสบการณ์การทำงานฟาร์มปศุสัตว์) การสร้างความบันเทิง (เช่น เทศกาลเก็บเกี่ยว เขาวงกตข้าวโพด) บริการต้อนรับ (เช่น ที่พักในฟาร์ม/ฟาร์มปศุสัตว์ ทัวร์นำเที่ยว บริการอุปกรณ์เครื่องแต่งกาย) การขายตรงในฟาร์ม (เช่น เก็บพืชผลและยื่นขายริมถนน) และการขายตรงนอกฟาร์ม (เช่น ตลาดเกษตรกร งานแสดงสินค้าจังหวัด/รัฐ และกิจกรรมพิเศษ) ฟาร์มสันทนาการเป็นกลยุทธ์การกระจายตลาดของผลิตภัณฑ์และตลาดที่สำคัญสำหรับเกษตรกรทั่วโลก ฟาร์มสันทนาการเป็นแนวคิดทางธุรกิจที่รวมสิ่งสองด้านเข้าด้วยกันคือ การเกษตรและการท่องเที่ยว เพื่อเปิดตลาดที่ทำกำไรใหม่และมอบประสบการณ์การเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน การศึกษา หรือการมีส่วนร่วมที่กระตือรือร้นในกิจกรรมของฟาร์ม เพื่อให้มีการสร้างผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมและแหล่งรายได้ที่หลากหลายพร้อมกับการสร้างความชื่นชอบที่เพิ่มขึ้นของประชาชน เกษตรกรจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตนเองให้เป็นผู้ประกอบการมากขึ้นรวมถึงการนำแผนธุรกิจไปใช้ในฟาร์มสันทนาการ การขอคำแนะนำจากมืออาชีพ และมีส่วนร่วมในโครงการริเริ่มการตลาดการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคและระดับที่ใหญ่กว่า

2. ฟาร์มที่เปิดดำเนินงาน

ฟาร์มที่เปิดดำเนินงานเป็นสถานที่ที่มีการทำกิจกรรมทางการเกษตร การสัมผัสของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมทางการเกษตรสามารถจำแนกได้สามประเภท คือ การสัมผัสโดยตรง การสัมผัสทางอ้อม และการสัมผัสแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมผัสโดยตรงกับกิจกรรมทางการเกษตรบ่งชี้ว่ากิจกรรมทางการเกษตรเป็น

คุณสมบัติที่จับต้องได้ในประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (เช่น การรีดนมวัว การเก็บเกี่ยวพืชผล) การสัมผัสทางอ้อมบ่งบอกถึงความเชื่อมโยงขั้นทุติยภูมิกับกิจกรรมทางการเกษตรภายใต้ประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งอาจผ่านการสัมผัสกับผลผลิตทางการเกษตร (เช่น เขาวงกตพืช การแปรรูปอาหาร การขายหรือการบริโภคในอาหาร) การสัมผัสกับกิจกรรมทางการเกษตรแบบไม่มีส่วนร่วมบ่งชี้ว่าการดำเนินงานการท่องเที่ยวและการเกษตรเป็นอิสระต่อกันและมีเพียงที่ตั้งฟาร์มเท่านั้นที่จัดขึ้นร่วมกัน (เช่น กิจกรรมกลางแจ้ง)

คำว่า “ฟาร์มที่เปิดดำเนินงาน” หมายถึงฟาร์มที่เกษตรกรกรรมกำลังดำเนินงานอยู่ ส่วนการเกษตรหมายถึง กิจกรรมการเลี้ยงสัตว์และการผลิตพืชผลผ่านการเพาะปลูกบนที่ดินเพื่อการบริโภคและขายเป็นอาหารและเป็นสินค้าโภคภัณฑ์อื่น ๆ

ฟาร์มที่เปิดดำเนินงานไม่ใช่ข้อกำหนดหลักของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากมุมมองของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงลักษณะหลายประการที่ใช้ในการกำหนดฟาร์มที่เปิดดำเนินงานได้แก่ พื้นที่ทางกายภาพของที่ดิน สัดส่วนของรายได้ทางการเกษตร และความเชี่ยวชาญและแรงจูงใจของตัวบุคคล

งานศึกษาของ Mahaliyanaarachchi (2016) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมเท่านั้น แต่รวมถึงสถานที่จัดกิจกรรม คนที่เกี่ยวข้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องดู สิ่งที่ต้องทำ(กิจกรรม) และสิ่งที่จะซื้อ ผู้เข้าชม /นักท่องเที่ยวและขั้นตอน เราไม่สามารถแยกการท่องเที่ยวและบริการเกษตรออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และบริการที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร Classification of Agri tourism products and services)ออกเป็นดังนี้

- 1) ตามเวลาที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการมี ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีในเวลาใดของปี
 - ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีให้บริการในช่วงเวลาหนึ่งของปี
- 2) ตามความต้องการของลูกค้า
 - สินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล
 - สินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการในภาพรวม
- 3) ตามกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร
 - ที่พักเกษตร
 - การตลาดแบบทางตรง
 - ทัวร์
 - ฟาร์ม
 - โครงการศึกษาฟาร์ม
 - เทศกาลฟาร์มและกิจกรรมทางวัฒนธรรม
 - ร้านอาหารฟาร์มและบริการอาหาร

ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีให้บริการตลอดเวลาของปี คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีจำหน่ายตลอดทั้งปีและหาได้ง่ายเนื่องจากมีจำหน่ายฟรี ที่พักท่องเที่ยวเกษตร ร้านอาหารฟาร์ม ทัวร์ฟาร์ม มีให้บริการตลอดทั้งปี ความพร้อมจำหน่ายสินค้าหรือบริการตลอดทั้งปีขึ้นอยู่กับภูมิภาคหรือพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ทัวร์ฟาร์ม

เช่น ทัวร์กล้วย ทัวร์ชา หรือทัวร์อบเชย ซึ่งมีให้บริการในเขตร้อนขึ้นตลอดทั้งปี ทัวร์ฟาร์ม เช่น ทัวร์เถาวัลย์ ทัวร์ฟาร์มเบอร์รี่ ทัวร์แอปเปิล และลูกแพร์ เป็นไปตามฤดูกาลเนื่องจากธรรมชาติของการผลิตทางการเกษตรของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ สินค้าและบริการที่มีจำหน่ายตลอดทั้งปีมีราคาสูงกว่าตามฤดูกาล แม้ในภาคที่พักก็มีช่วงพีคและนอกฤดูกาลตามความพร้อมของนักท่องเที่ยว ในช่วงพีคตลาดเฉพาะอย่างที่พักเกษตรราคาจะสูงกว่าที่พักรวมทั่วไป ร้านอาหารฟาร์มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หาได้ตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตาม ในประเทศที่มีอากาศอบอุ่นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถจำหน่ายได้ในช่วงฤดูร้อนที่มีสภาพอากาศดี ในประเทศเขตร้อนและกึ่งเขตร้อน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่สามารถนำเสนอให้กับลูกค้าได้ตลอดทั้งปี ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีให้บริการในช่วงเวลาหนึ่งของปี เป็นผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาล ผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านี้มีเฉพาะในบางฤดูกาลของปีหรือในช่วงเวลาที่กำหนดเท่านั้น ผลไม้ บางชนิด เช่น มะม่วง ลูกแพร์ แอปเปิล มีจำหน่ายตามฤดูกาลและการเก็บเกี่ยวเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นวัฒนธรรมและเกี่ยวข้องกับศาสนา(พุทธศาสนา ฮินดู) ด้วย ผู้เข้าชมสามารถชมเทศกาลเหล่านี้และมีพิธีกรรมเฉพาะในช่วงฤดูที่มีเท่านั้น เนื่องจากเทศกาลเหล่านี้ไม่สามารถแสดงเป็นเทศกาลจำลองได้

ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ออกแบบตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น เด็กจากเมืองอาจไม่เคยเห็นการทำอาหารในหม้อดินเผาด้วยฟืน เขาก็อาจขอให้เกษตรกรในฟาร์มสเตย์จัดทดลองทำอาหารด้วยฟืนในหม้อดิน ดังนั้นเกษตรกรสามารถจัดประเภทการทำอาหารด้วยฟืนตามต้องการในฟาร์มของลูกค้าหรือของผู้เยี่ยมชมได้ โดยสามารถพูดคุยรายละเอียดความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนวางแผนสร้างกิจกรรม ตัวอย่างเช่น ผู้เข้าชมจากโรงเรียนต้องการให้สาธิตการรีดนมด้วยตนเอง เกษตรกร ชาวนาสามารถจัดการรีดนมหนึ่งวันสำหรับพวกเขาและเปิดโอกาสให้พวกเขาเรียนรู้การรีดนมด้วยมือ สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเฉพาะและจัดตามคำขอของผู้เยี่ยมชมเท่านั้น เกษตรกรสามารถเรียกเก็บเงินสำหรับบริการหรือผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพิ่มเติมจากผู้เข้าชมได้ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จัดทำเฉพาะนี้มีราคาแพงเนื่องจากเกษตรกรต้องใช้ความพยายามเป็นพิเศษและใช้เงินเพื่อปรับแต่งบริการหรือผลิตภัณฑ์ของตนให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้าชม

ผลิตภัณฑ์หรือบริการสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านี้มีอยู่แล้วในฟาร์มหรือธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร และอาจรวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์ ตัวอย่างเช่น ในทัวร์กล้วยในสวนกล้วยเอควาดอร์กิจกรรมทั้งหมดตั้งแต่การปลูกจนถึงการแปรรูปและการบรรจุกล้วยจะรวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์ หมายความว่าแพ็คเกจทัวร์ของทัวร์กล้วยนี้จะรวมบริการขนส่งไปและกลับจากจุดรวมตัวของผู้เยี่ยมชม (โรงแรม สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง สนามบิน ฯลฯ) ไปจนถึงสวนกล้วย ไซต์ดูในไร่บริการมัคคุเทศก์ กิจกรรมถาม-ตอบ เครื่องดื่ม (หรืออาหารกลางวันหรือทั้งสองอย่าง) และการดำเนินการอื่น ๆ ตามกำหนดการ เมื่อผู้เข้าชมซื้อแพ็คเกจทัวร์จะรวมทุกอย่างข้างต้นโดยมีเงื่อนไขหรือไม่มีเงื่อนไข แพ็คเกจทัวร์ ส่วนใหญ่มีเงื่อนไขบังคับฟาร์ม B & B รวมทั้งที่พักอาหารเช้า การต้อนรับและทัวร์ฟาร์มไว้ในแพ็คเกจ เป็นผลิตภัณฑ์และบริการสำเร็จรูปที่รวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์

ประเภทผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเกษตร (Types of Agri- tourism products)

1) ที่พักเชิงเกษตร (Agri accommodation) ที่พักฟาร์มประเภทต่าง ๆ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่พักฟาร์มได้รับการจัดอันดับตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตามนิยามของนักท่องเที่ยว ที่พักฟาร์มคือผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แท้จริง ส่วนนิยามของนักท่องเที่ยวคือ “บุคคลที่

ควรจะออกจากบ้านเกิดของตน (ที่ถาวร) ชั่วคราวเพื่อจุดประสงค์ในการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ สนุกสนานและสนุกสนาน เล่นกีฬา ดูสถานที่ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (สถานที่ท่องเที่ยว) เป็นต้น โดยมีเงื่อนไขว่าควรอยู่ไม่น้อยกว่าหนึ่งวัน (รวมคืน) และไม่เกิน 12 เดือน ให้ใช้สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับที่พักและใช้เงินของตัวเองตลอดวันหยุด”

2) การตลาดทางตรง (Direct marketing) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น ๆ ในฟาร์มอาจรวมถึงการตลาดทางตรงของผลิตภัณฑ์ฟาร์มที่หน้าประตูฟาร์ม หรือตลาดของเกษตรกร นวัตกรรมทางความคิดที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากฟาร์มมาพัฒนาเกิดรายได้มากที่สุด การค้นหาตลาดเฉพาะกลุ่มและการขยายโอกาสพิเศษในการลงทุนทางธุรกิจที่คุ้มค่า กิจกรรมเหล่านี้ เช่น การเก็บน้ำผึ้ง U-pickup และร้านอาหารในฟาร์มที่มีเตาบาร์บีคิวกลางแจ้ง สามารถใช้เป็นการตลาดทางตรงได้ ส่วนกิจกรรม เช่น อุปรณ์ทำสวน น้ำ พืชสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ดอกไม้และพืชแปลกใหม่ และการเพาะพันธุ์สัตว์ต่างถิ่น สามารถเป็นตัวเพิ่มช่องทางการตลาด แต่ก็ต้องระมัดระวังแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้สามารถทำกำไรได้มาก หากพัฒนาร่วมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น ๆ

3) ทัวร์ฟาร์ม (Farm tours) ทัวร์ฟาร์มสามารถจัดได้หลายรูปแบบ อาจมีฟาร์มเพียงแห่งเดียวที่จัดทัวร์ หรืออาจรวมกลุ่มฟาร์มในพื้นที่ที่กำหนด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับการเกษตรในพื้นที่ ทัวร์อาจดำเนินการเป็นรายบุคคล โดยครอบครัวหรือกลุ่มคนเป็นผู้เลือกเข้าร่วมทัวร์ด้วยตนเอง ฟาร์มทัวร์สามารถดำเนินการได้ในปริมาณมากหากผู้ประกอบการทัวร์ได้รวมฟาร์มไว้ในแพ็คเกจทัวร์ล่วงหน้า แพ็คเกจทัวร์ที่จัดขึ้นอาจครอบคลุมถึงทัวร์ฟาร์มและโรงงานแปรรูปเกษตรโดยใช้เวลาครึ่งวันหรือหนึ่งวันก็ได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างครบถ้วนมากขึ้นเกี่ยวกับห่วงโซ่อาหารตั้งแต่ระยะอนุบาล การปลูก ไปจนถึงการเก็บเกี่ยวการแปรรูป และการตลาด เป็นต้น ตัวอย่างทัวร์ฟาร์มเชิงพาณิชย์ที่สามารถนำมาเป็นต้นแบบ เช่น ทัวร์กาแพนในแทนซาเนีย ทัวร์กล้วยในอเมริกากลาง, ทัวร์ไวน์ในฝรั่งเศส, ทัวร์วิสกีในสกอตแลนด์ ทัวร์ส้มในสเปน, ทัวร์อบเชย และทัวร์ชาในศรีลังกา กลุ่มเกษตรกรสามารถร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยวจัดเส้นทางทัวร์ต่าง ๆ หรือเส้นทางคาร์บิชี่ได้ โดยสามารถเห็นสถานที่ประกอบการที่คล้ายกันจำนวนหนึ่งตลอดเส้นทาง เช่น เส้นทางชา เส้นทางอบเชย และเส้นทางมะพร้าว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research approach) และวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research approach) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ตั้งไว้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ทำการศึกษาคือเรื่อง การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย งานวิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมในประเทศไทย โดยพิจารณาร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ โดยคัดเลือกพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จ และเป็นที่ยอมรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวตัวแทนของแต่ละพื้นที่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย โดยการศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ประชุมกลุ่มย่อย และจัดทำแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ศึกษาซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดชุมพร

3.1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดำเนินการศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในต่างประเทศ และในประเทศไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์และสร้างองค์ความรู้ในเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งการสำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มย่อยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ศึกษา และการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร และผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ศึกษา เพื่อนำมาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยว

3.1.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม 2565 ถึงเดือนมกราคม 2566

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง

ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยไว้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary research) โดยการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำราและบทความ เพื่อจัดทำข้อสรุปเกี่ยวกับ แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเกษตรของต่างประเทศ ถอดบทเรียนการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย นโยบายภาครัฐ ความสำเร็จและความล้มเหลว

(2) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อทวนสอบข้อสรุปตามข้อ (1) และปรับปรุงข้อสรุปเกี่ยวกับ แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเกษตรของต่างประเทศ ถอดบทเรียนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย นโยบายภาครัฐ ความสำเร็จและความล้มเหลว และขยายประเด็นไปสู่ศักยภาพเชิงพื้นที่ (สถานที่+คน) ที่มีส่วนสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ แนวทางการเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวหลักของพื้นที่กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

(3) การสนทนากลุ่ม หลังจากได้ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการทำ Documentary Analysis ผู้วิจัยนำผลดังกล่าวมาสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญการสนทนากลุ่ม

(4) การนำผลการศึกษาดังแต่ (1) ถึง (3) มาสนทนากลุ่มครั้งที่ 2 เพื่อตรวจสอบ และยืนยันข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง ก่อนนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึก: ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย 5 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 20 คน ได้แก่ตัวแทนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 4 คน ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 4 คน ตัวแทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 4 คน ตัวแทนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจำนวน 4 คน ตัวแทนผู้นำท้องถิ่นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 4 คน ตัวแทนกลุ่มเกษตรกรจำนวน 4 คน และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักการสนทนากลุ่ม: ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 20 คน โดยคัดเลือกบุคคลที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นผู้มีข้อมูลและประสบการณ์ในประเด็นที่ศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสถานการณ์ ความสำเร็จ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในทุกมิติของไทย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างนำมาใช้ประกอบในการพูดคุยและสอบถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล

หลักการเก็บรวบรวมข้อมูล: การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้ (1) การศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (2) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (3) การศึกษาโดยการสังเกต และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการภาคสนามใน 4 พื้นที่การศึกษา (4) การสนทนากลุ่ม

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล: การศึกษาในครั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การสร้างโครงร่าง กรอบการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary analysis) ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และบทความ

2) เมื่อได้โครงร่างจาก Documentary analysis แล้ว นำมาวิเคราะห์และนำไปสู่การร่างแบบสัมภาษณ์เพื่อทวนสอบข้อมูล และหาข้อมูลเพิ่มเติม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาควิชาการ ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และชุมชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์หาความสอดคล้อง ความขัดแย้ง ตลอดจนข้อเสนอนี้ต่าง ๆ มาจัดทำข้อสรุป

3) นำข้อมูลจาก (1) และ (2) มาจัดเวทีสนทนากลุ่ม เพื่อทวนสอบข้อมูลและหาข้อสรุปให้กับข้อมูลที่มีความขัดแย้งกัน และรับฟังข้อเสนอนี้เพื่อการพัฒนา และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และสรุปข้อค้นพบในการวิจัย

4) นำผลที่ได้จากข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3 มาสรุปเป็นข้อเสนอนี้เชิงนโยบาย

5) นำผลที่ได้จากขั้นที่ 1-4 มาเสนอผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมโดยใช้หลักการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่สัมพันธ์กัน (Paired Samples T-Test) ในการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ กำหนดกำลังการทดสอบ (Power) $1 - \beta = 0.85$ และ กำหนด effect size index $d_z = \frac{|\mu_z|}{\sigma_z} = \frac{0.15}{1} = 0.15$ โดยที่ μ_z แทนค่าเฉลี่ยของประชากรของความแตกต่าง z และ σ_z แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากรของความแตกต่าง z จากนั้นใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.7 คำนวณขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 401 คน

นักท่องเที่ยว: จำนวนหน่วยตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษานี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ศึกษา ประกอบไปด้วยอำเภอแมริ่ง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 401 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

การสุ่มตัวอย่างจะแบ่งพื้นที่ทำการศึกษาตามพื้นที่ จำนวน 4 พื้นที่

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามประเภทนักท่องเที่ยวและตามจังหวัด ดังตารางที่ 3.1 จากนั้นจึงดำเนินการสุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มในแต่ละพื้นที่โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) จนได้ขนาดตัวอย่างครบตามกำหนด

ตารางที่ 3.1 การกำหนดโควตาตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ประเภท/จังหวัด	ชุมพร	เชียงใหม่	นครราชสีมา	เพชรบูรณ์	รวม
นักท่องเที่ยว	100	100	100	101	401

ผู้ประกอบการ: จำนวนหน่วยตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่การศึกษา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่อำเภอแม่ริน จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดชุมพร จำนวน 81 คน ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวนหน่วยตัวอย่างแสดงดังตารางที่ 3.1

การสุ่มตัวอย่างจะแบ่งพื้นที่ทำการศึกษตามพื้นที่ จำนวน 4 พื้นที่

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละพื้นที่ ดังตารางที่ 3.2 จากนั้นจึงดำเนินการสุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มในแต่ละพื้นที่โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จนได้ขนาดตัวอย่างครบตามกำหนด

ตารางที่ 3.2 การกำหนดโควตาตัวอย่างผู้ประกอบการ

ประเภท/จังหวัด	ชุมพร	เชียงใหม่	นครราชสีมา	เพชรบูรณ์	รวม
ผู้ประกอบการ	20	20	20	21	81

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดต้นแบบแบบสอบถามชุดที่ 1 และแบบสอบถามชุดที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

แบบสอบถามการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตอนที่ 3 การจัดการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยประกอบไปด้วยเนื้อหา ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นอกจากนี้มีการสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ โดยเป็นมาตรวัดแบบค่าคะแนนความสำคัญ (Important Scale) 5 ระดับ ดังนี้

1	หมายถึง	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	น้อย
3	หมายถึง	เฉยๆ
4	หมายถึง	มาก
5	หมายถึง	มากที่สุด

ดำเนินการสร้างแบบสอบถามและตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ทำการแก้ไขจนกระทั่งได้ผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา (Index of Item objective congruence:IOC) ของแบบสอบถามทั้ง 2 ชุดอยู่ระหว่าง 06.00-1.00 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวัดความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสัมภาษณ์ทั้ง 2 ชุด โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของทั้งฉบับของแบบสอบถามการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดต้นแบบ และแบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีค่าเท่ากับ 0.656 และ 0.975 ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้และดีมาก ตามลำดับ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) เกี่ยวกับลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างในรูป การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative method) ใช้การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่สัมพันธ์กัน (Paired Samples T-Test) ในการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับของนักท่องเที่ยว

บทที่ 4

ผลการศึกษา

กรณีศึกษาในต่างประเทศ

จากการศึกษาข้อมูลเอกสารโดยการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำราและบทความ “สถานการณ์ ความสำคัญนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในต่างประเทศ ผลการศึกษามีดังนี้

4.1 ความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ในภาพรวมของภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยวในภาพรวมเป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน และมีปัจจัยหลายๆ ปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง ในยุคแรกๆ ในช่วงปี 1960 และ 1970 การท่องเที่ยวถูกมองว่ามีลักษณะเป็นปฏิปักษ์กับภาคเกษตรกรรมและทำลายภาคเกษตร ต่อมามุมมองที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาคการท่องเที่ยวและภาคเกษตรกรรมเริ่มเปลี่ยนไป นอกจากนี้ Torres (2003) ยังมองว่าความล้มเหลวในการเชื่อมโยงภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการเสียโอกาสในทั้งสองภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ เนื่องจากการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยในปัจจุบันในการเชื่อมโยงภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

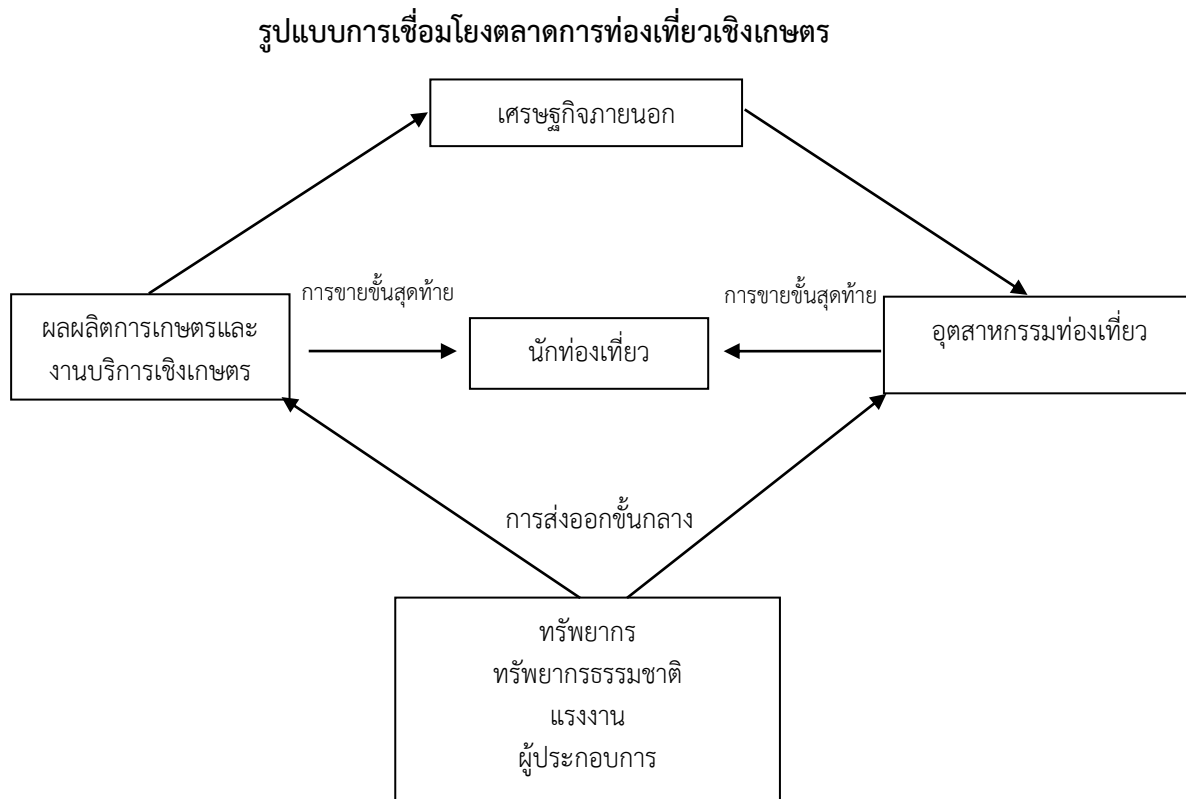
ประเทศหลายๆ ประเทศที่ภาคการท่องเที่ยวกำลังขยายตัวส่วนเป็นประเทศที่มีลักษณะเป็นสังคมเกษตรกรรม การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวสามารถช่วยทำให้เกิดการพัฒนาของภาคเกษตรผ่านกระบวนการที่เรียกว่าทำให้เกิดการเชื่อมโยงในช่วงหลัง backward linkage ที่เกษตรกรสามารถส่งผลผลิตทางเกษตรกรรมให้กับภาคการท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวไม่ใช่เรื่องง่าย ทั้งนี้การเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติจำเป็นต้องมีการเข้าไปแทรกแซงหรือส่งเสริมจากภาครัฐเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงดังกล่าวขึ้น ตารางที่ 4.1 แสดงผลกระทบของภาคการท่องเที่ยวต่อภาคเกษตรกรรม ผลกระทบเชิงบวก เช่น ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการกระจายความเสี่ยงในการทำเกษตรกรรม ผลกระทบเชิงลึกลับ เช่น การแย่งชิงแรงงาน การแย่งชิงพื้นที่ดิน การย้ายถิ่นแรงงาน เป็นต้น

ตารางที่ 4.1 ผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวต่อภาคเกษตรกรรม

ผลกระทบเชิงบวกของภาคการท่องเที่ยวต่อภาคเกษตร	ผลกระทบเชิงลบของภาคการท่องเที่ยวต่อภาคเกษตร
การเชื่อมโยงเกษตรกรผู้ผลิตอาหารเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	การแย่งพื้นที่ที่ดิน และแย่งชิงแรงงานระหว่างภาคการผลิต
รายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้น	การย้ายถิ่นแรงงานจากชนบทไปสู่เมืองท่องเที่ยว
การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรกรรมไปสู่การทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืนมากขึ้น	การนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการแข่งขันกับผลผลิตในท้องถิ่น
การกระจายความเสี่ยงในการทำเกษตรกรรม	ที่ดินราคาสูงขึ้น จากการทำการท่องเที่ยว
ลดการพึ่งพิงและลดความเปราะบางของภาคเกษตรต่อวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	ราคาอาหารปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น
สร้างศักยภาพให้กับผลิตผลทางการเกษตรโดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม	ความเสื่อมโทรมของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ
สร้างโอกาสในการส่งออกผลผลิตทางการเกษตรไปยังประเทศที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่	การลดลงของผลผลิตทางการเกษตร
การพัฒนาภาคเกษตรกรรม	การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเพาะปลูก
สร้างโอกาสทางการตลาด	การกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึง
สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร	

ที่มา: Singh (2012)

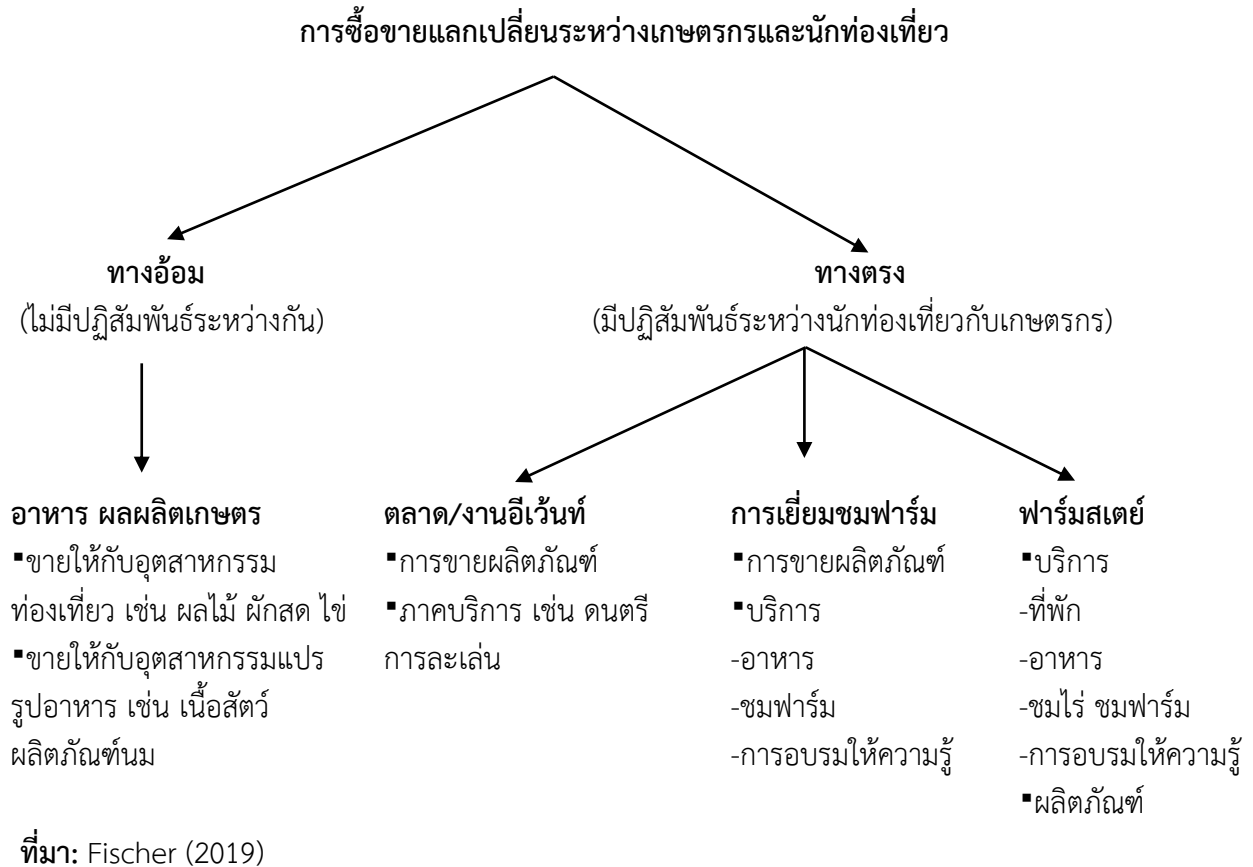
Bowen et al. (1991) การเชื่อมโยงตลาดเกษตรและการท่องเที่ยว ที่แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างภาคการท่องเที่ยวและภาคการเกษตรกรรม



ภาพที่ 4.1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยว ที่มา Bowen et al (1991)

แบบจำลองแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของตลาด ทรัพยากร และการผลิตระหว่างภาคการเกษตรกรรม และภาคการท่องเที่ยว ที่ด้านบนสุดของแผนภาพคือ เศรษฐกิจภายนอกที่นักท่องเที่ยวเข้ามาและกลับมา ลูกศรแสดงถึงการไหลของทรัพยากร สินค้า บริการ และนักท่องเที่ยว โดยจะเห็นว่านักท่องเที่ยวคือ ผู้ที่สร้างความต้องการสินค้าและบริการทางการเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม สินค้าและบริการทางการเกษตรส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวบริโภคนั้นมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยทางอ้อม ซึ่งรวมถึงโรงแรม ร้านอาหาร และบริการอื่น ๆ ที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยว เกษตรกรมักจะจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผ่านผู้ค้าส่งและผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้หากนักท่องเที่ยวได้บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์หรือมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ก็จะสามารถกระตุ้นความสนใจในผลิตภัณฑ์เหล่านี้มากขึ้นและเพิ่มยอดขายได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามหนึ่งในสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ ความพร้อมและคุณภาพของระบบการขนส่งของท้องถิ่นหรือภูมิภาค (Toress, 2003)

Fischer (2019) ได้นำเสนอแบบจำลองการซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างเกษตรกรและนักท่องเที่ยว ดังนี้ (ภาพที่ 4.2)



ภาพที่ 4.2 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างการเกษตรกับนักท่องเที่ยว

4.2 ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยว

Budowski (1976) แบ่งความสัมพันธ์ (1) ลักษณะความขัดแย้ง (2) ลักษณะการอยู่ร่วมกัน (3) ลักษณะการอยู่ร่วมกันแบบที่ให้ประโยชน์ซึ่งกันและกัน ลักษณะระหว่างภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยวสามารถเป็นไปได้ใน 3 ลักษณะ คือการ 1) ความขัดแย้ง (conflict) 2) การอยู่ร่วมกัน (coexistence) และ 3) การอยู่ร่วมกันแบบที่ให้ประโยชน์ซึ่งกันและกัน (symbiosis) “ความขัดแย้ง” เกิดขึ้นได้เมื่อมีการท่องเที่ยวและมีสิ่งที่ยั่วยุอันตรายของธรรมชาติและทรัพยากร “การอยู่ร่วมกัน” เกิดขึ้นได้เมื่อทั้งสองกิจกรรม มีปฏิสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย การอยู่ร่วมกันไม่ค่อยคงอยู่เช่นนี้ เนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมหนึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญซึ่งเปลี่ยนธรรมชาติของความสัมพันธ์ไปสู่ความขัดแย้งหรือความอยู่ร่วมกันแบบเอื้อประโยชน์ต่อกัน ส่วนการอยู่ร่วมกันแบบเอื้อประโยชน์ต่อกันเกิดขึ้นเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและการเกษตรดำเนินการในลักษณะที่ทั้งสองจะได้รับประโยชน์ร่วมกันจากความสัมพันธ์นี้

ระดับของการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ (1) ความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่ง (2) ความเชื่อมโยงที่คลุมเครือ และ (3) ความเชื่อมโยงที่อ่อนแอ ดังนี้

ความเชื่อมโยงแบบแข็งแกร่ง การเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวและการเกษตรอาจเป็นโอกาสสำคัญในการกระจายผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวไปสู่คนยากจนในชนบทในพื้นที่ห่างไกล การเชื่อมโยงนโยบายทั้งสองเข้าด้วยกันจะช่วยให้สถานที่ท่องเที่ยวรักษาส่วนแบ่งของรายได้จากการท่องเที่ยวและลดต้นทุนการรั่วไหลของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น การใช้จ่ายอาหารถือเป็นรายจ่ายประมาณหนึ่งในสามของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทุกวันในสถานที่ท่องเที่ยว (Bélisle, 1984), (Torres, 2003) และ (Telfer & Wall, 1996)

การเชื่อมโยงที่แข็งแกร่ง เช่น ความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตทางการเกษตรและการบริโภคอาหารในโรงแรมขนาดเล็กที่ใช้สัดส่วนของอาหารในท้องถิ่นมากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่กว่า (Bélisle, 1984) โดยการมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในท้องถิ่นทำให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งเจ้าบ้านและแขกผู้มาเยือน ประการแรกคือ การเพิ่มการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวจะสร้างผลดีหลายประการที่จะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น (Torres, 2002) การซื้อของในท้องถิ่น ถือเป็นวิธีการช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขนส่งอาหารไปทั่วโลก ประการที่สามคือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ช่วยดึงดูดผู้มาเยี่ยมชมรายใหม่ๆ เข้ามาได้ และสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจต่อไปในระยะยาว การบรรลุความสัมพันธ์ที่เอื้อประโยชน์กันระหว่างการท่องเที่ยวและการเกษตรที่ประสบความสำเร็จผ่านการกระทำที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอาจช่วยนำเสนอศักยภาพที่สำคัญยิ่งต่อการจ้างงานใหม่และโอกาสในการสร้างรายได้สำหรับประชากรในเขตชนบท Choo &) (Jamal, 2009

การเชื่อมโยงแบบคลุมเครือ เมื่อการท่องเที่ยวก่อตัวขึ้นในพื้นที่เศรษฐกิจแบบเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผลักดันเรื่องของการเกษตรในพื้นที่ (อาจไม่ใช่ทุกกรณี) แม้ว่าในบางครั้งการท่องเที่ยวและการเกษตรอาจเกิดการแข่งขันกันในลักษณะของการแย่งชิงทุนมนุษย์และทรัพยากร สิ่งสำคัญอยู่ที่วิธีการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ แม้การนำเข้ากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเข้ามาอาจนำไปสู่การสูญเสียพื้นที่การเกษตรแต่สามารถชดเชยได้ด้วยการเพิ่มขึ้นของราคาที่ดินและหรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์การเกษตร ตัวอย่างเช่น ในการศึกษาการพัฒนาทางการเกษตรของเขาในบาร์เบโดส ภายอานา จาเมกา และตรินิแดด โทเบโก (Hope ,1981) พบว่า มูลค่าเศรษฐกิจของภาคการเกษตรในพื้นที่ลดลงอันเนื่องมาจากภาคการท่องเที่ยว มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้นสองเท่าสำหรับทั้งสี่ประเทศ ดังนั้น แม้ว่าการท่องเที่ยวอาจเพิ่มต้นทุนการผลิตทางการเกษตร แต่เจ้าของที่ดินและแรงงานอาจได้รับประโยชน์จากมูลค่าทรัพยากรที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ของตนผ่านตลาดที่มั่นคง ค่าแรงที่ดีขึ้น และโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้นตลอดจนการสนับสนุนให้เกษตรกรในท้องถิ่นผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง

การเชื่อมโยงแบบอ่อนแอ ผลกระทบที่เชิงลบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อภาคการเกษตรกรรมเกิดขึ้นจากการแข่งขันในการดึงดูดทรัพยากรที่มีจำกัดของท้องถิ่น เช่น แรงงาน ที่ดิน และทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ (Bowen et al., 1991) การพัฒนาการท่องเที่ยวมักเกี่ยวข้องกับความต้องการนำเข้าอาหารที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้สูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการแข่งขันกับผู้ผลิตอาหารใน

ท้องถิ่น ยิ่งไปกว่านั้นการท่องเที่ยวมักจะประสบความล้มเหลวในการกระตุ้นการเกษตรในท้องถิ่น และในบางกรณีก็เกี่ยวข้องกับการถดถอยของการผลิต สถานการณ์นี้จะเกิดขึ้นเมื่อสินค้าเกษตรและการบริการส่วนใหญ่ที่บริโภคโดยนักท่องเที่ยวได้รับมาจากแหล่งภายนอก จึงส่งผลให้เกษตรกรในท้องถิ่นจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารได้เพียงไม่กี่ชนิด กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ Cancun ในประเทศเม็กซิโก พบว่า (Torres, 2003) มีการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นเพียงไม่กี่รายการในพื้นที่ท่องเที่ยว อาหารส่วนใหญ่นำเข้าจากรัฐอื่น ๆ ของเม็กซิโก ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มที่เสนอให้กับนักท่องเที่ยวอาจมีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวในชนบท ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบระดับของการเชื่อมโยงในรูปแบบต่าง ๆ ระหว่างภาคการเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบระดับของการเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ภาคการเกษตรกรรมและการท่องเที่ยว

ความเชื่อมโยงแบบแข็งแกร่ง	ความเชื่อมโยงแบบคลุมเครือ	ความเชื่อมโยงแบบอ่อนแอ
การเชื่อมโยงสองแห่งช่วยให้จุดหมายปลายทางสามารถรักษาผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวได้มากขึ้นและลดการรั่วไหล	เมื่อการท่องเที่ยวได้เข้ามาในพื้นที่เศรษฐกิจเกษตรกรรม และได้ทำให้อุตสาหกรรมทางการเกษตรลดลงไป	การเชื่อมโยงที่นำไปสู่การแข่งขันกัน ในทางทรัพยากรธรรมชาติ มนุษย์ ทุน และผู้ประกอบการ ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการเกษตรที่เกิดขึ้น คือ เปลี่ยนแปลงของทรัพยากรโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ดิน และแรงงานจากการเกษตรไปสู่การท่องเที่ยว
การเชื่อมโยงอาจเป็นโอกาสที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในการนำประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนในชนบท	ความสัมพันธ์ระหว่างสองภาคส่วน (เกษตรกับการท่องเที่ยว) ในพื้นที่ชนบทอาจมีการแข่งขัน การจัดสรรทรัพยากรจะกำหนดผลลัพธ์ว่าความสัมพันธ์นี้จะเป็นอย่างไร	การพัฒนาการท่องเที่ยวมักเกี่ยวข้องกับความต้องการนำเข้าอาหารที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการสูญเสียจากอัตราแลกเปลี่ยน (การรั่วไหล) และการแข่งขันกับ ผู้ผลิตอาหารในท้องถิ่น

ความเชื่อมโยงแบบแข็งแกร่ง	ความเชื่อมโยงแบบคลุมเครือ	ความเชื่อมโยงแบบอ่อนแอ
การบริโภคอาหารท้องถิ่นที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดผลทวีคูณซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจในท้องถิ่น	การแนะนำการท่องเที่ยวไปสู่การสูญเสียที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ในขณะที่ราคาที่ดินสูงขึ้น (เช่น ราคาที่ดินที่เพิ่มขึ้น การเก็งกำไรที่ดิน ต้นทุนแรงงานที่เพิ่มขึ้น) และ การขาดแคลนแรงงานเป็นระยะ อาจส่งผลต่อการกระทำกำไรทางการเกษตร	
ผลิตภัณฑ์อาหารที่ปลูกในท้องถิ่นที่จำหน่ายผ่านช่องทางอื่น (ตลาดของเกษตรกร) สามารถส่งเสริมการทำฟาร์มแบบดั้งเดิมในชุมชนที่ต้องพึ่งพาการทำฟาร์มเพื่อความอยู่รอด		การท่องเที่ยวมักล้มเหลวในการกระตุ้นการเกษตรในท้องถิ่นและในบางกรณีก็เกี่ยวข้องกับการลดลงของการผลิต
การส่งเสริมอาหารที่โดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้าง "ภาพลักษณ์" ที่ช่วยดึงดูดผู้มาเยือนรายใหม่และเพิ่มความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระยะยาว โรงแรมขนาดเล็กใช้ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น มากกว่า โรงแรมหรูขนาดใหญ่	การท่องเที่ยว อาจเพิ่มต้นทุนการผลิตทางการเกษตรในขณะที่เจ้าของที่ดินและคนงานอาจไม่ได้รับประโยชน์จากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น เว้นแต่จะมีตลาดที่มั่นคง ค่าจ้างที่ตีสั้นโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร	การท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลให้การผลิตอาหารในท้องถิ่น เพิ่มขึ้นเนื่องจากการนำเข้าอาหารส่วนใหญ่จากพื้นที่

ที่มา: Laxmi Gurung, 2012

การพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างภาคการเกษตรและการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งในความพยายามที่จะลด “การรั่วไหล” (Leakage) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การรั่วไหลของการท่องเที่ยว เคยมาถึงจุดหมายปลายทาง (Meyer, 2006)

การรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวโดยทั่วไปจัดกลุ่มได้เป็นสามประเภท คือ

1. การรั่วไหลภายใน กล่าวคือ การนำเข้าซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการรั่วไหลประมาณร้อยละ 40 -50 ในประเทศกำลังพัฒนา และร้อยละ 10-20 ในประเทศที่พัฒนาแล้ว การรั่วไหลในลักษณะนี้มีสัดส่วนที่สูงเมื่อเศรษฐกิจของประเทศปลายทางของท้องถิ่นมีความอ่อนแอ อันเนื่องจากการขาดหรือการด้อยคุณภาพของสินค้าและบริการ

2. การรั่วไหลภายนอก กล่าวคือ มูลค่าที่เพิ่มขึ้นสินค้าและบริการเนื่องจากมีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงทำให้ความแตกต่างระหว่างการจ่ายออกและการได้รับเงินเข้ามา

3. การรั่วไหลที่มองไม่เห็น กล่าวคือ เป็นการสูญเสียที่เกี่ยวข้องกับความเสียหายหรือการเสื่อมสภาพของทรัพยากร แหล่งที่มาของการรั่วไหลที่มองไม่เห็นยังเกิดขึ้นในรูปแบบของการเลี้ยงภาษี ธุรกรรม การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ไม่เป็นทางการ การออมและการลงทุนในต่างประเทศ

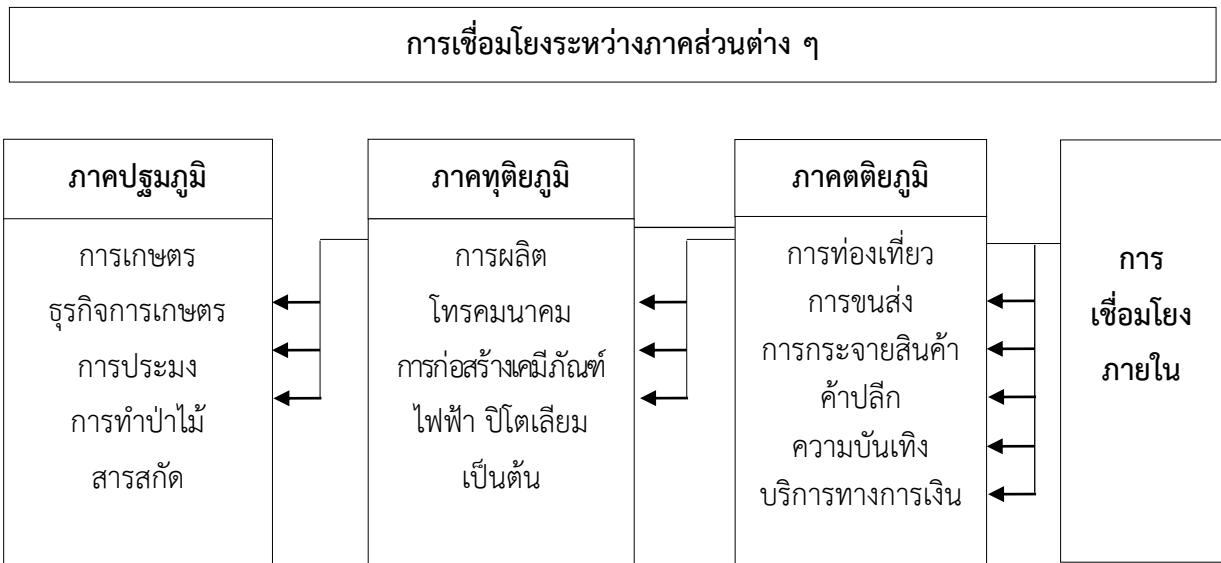
งานศึกษาของ Hepburn (2008) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกลยุทธ์ที่เป็นไปได้สำหรับการกระจายความหลากหลายทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างกรณีศึกษาของประเทศบาฮามาสที่มีการรั่วไหลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจาก บาฮามาสพึ่งพาสินค้าส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากจากต่างประเทศเป็นหลัก นักท่องเที่ยวแทบจะไม่ได้ใช้บริการอาหารท้องถิ่น งานศึกษาพบว่า ประเทศในแถบทะเลแคริบเบียนทั้งที่เป็นเกาะเดี่ยว ๆ หรือหมู่เกาะ ต่างเผชิญกับสภาวะการรั่วไหลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 80-90 เนื่องจากส่วนมากจะที่ไม่มีความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีความจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการรั่วไหล

คำว่า “ความเชื่อมโยง” ในงานศึกษาส่วนใหญ่จะให้ความหมายในลักษณะของการพิจารณา สัดส่วนของอาหารที่นำเข้ากับสัดส่วนอาหารในประเทศที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Pattullo, 1996) จุดมุ่งหมายในการสร้างความเชื่อมโยงคือ การลดปริมาณการนำเข้าที่สูงในภาคการท่องเที่ยวซึ่งทำได้โดยการแทนที่การนำเข้าจากต่างประเทศกับซัพพลายเออร์ของท้องถิ่น (Meyer, 2006) ได้มีการแยกการเชื่อมโยงออกเป็นสองส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่ การเชื่อมโยงไปข้างหน้า (the forward linkage) และการเชื่อมโยงย้อนกลับ (the backward linkage) การเชื่อมโยงทั้งสองแบบล้วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการกระตุ้นการผลิตทางการเกษตรในขณะเดียวกันก็ช่วยเพิ่มผลิตภัณฑการท่องเที่ยว

การเชื่อมโยงไปข้างหน้า หมายถึง กิจกรรมหรือบริการทางการเกษตรที่หลากหลายที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจเกษตร ที่สามารถโน้มน้าวใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมหรือใช้จ่ายในกิจกรรมที่นำเสนอในแหล่งท่องเที่ยวได้

การเชื่อมโยงย้อนกลับ หมายถึง การทำงานร่วมกันกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมและการทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ

แผนภาพที่ 4.3 นำเสนอแบบจำลองการเชื่อมโยงประเภทต่าง ๆ ที่สามารถพัฒนาได้ในประเทศในระดับท้องถิ่น แบบโมเดลนี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนที่มีศักยภาพในการพัฒนาร่วมกันภายในประเทศ



ภาพที่ 4.3 แสดงการเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ

Torres and Momsen (2004) และ Meyer (2006) กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ อุปทาน และการตลาดที่ขัดขวางการเชื่อมโยงทางการเกษตรกับภาคการท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียด ดังนี้

Torres and Momsen (2004) ระบุปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดการเชื่อมโยงของภาคการเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. อุปทาน/การผลิตที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 ขาดความพร้อมพอ ความคงที่และการรับประกัน
- 1.2 ปริมาณอาหารที่ผลิตในท้องถิ่น
- 1.3 คุณภาพการผลิตในท้องถิ่นที่ไม่เพียงพอ
- 1.4 ราคาอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นสูง
- 1.5 ขนาดเศรษฐกิจขนาดเล็กของระบบการเกษตรในท้องถิ่น
- 1.6 สภาพการเจริญเติบโตที่ไม่ดี
- 1.7 ลักษณะของระบบการเกษตรในท้องถิ่นที่มีอยู่ (เช่นการทำสวนแทนพืชอาหาร)
- 1.8 ขาดเงินทุนการลงทุนและเครดิต
- 1.9 การขาดแรงงานในฟาร์มที่เกิดจากการแข่งขันกับภาคการท่องเที่ยว

2. อุปสงค์ที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 โรงแรมขนาดใหญ่และระดับไฮเอนด์ของต่างชาติขึ้นชอบอาหารแปรรูปและนำเข้า
- 2.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยังไม่สมบูรณ์ขึ้นชอบอาหารนำเข้าและจัดหาภายใน
- 2.3 นักท่องเที่ยวบางประเภท (เช่นกลุ่มก้อน) ขึ้นชอบอาหารนำเข้าและ/หรืออาหารบ้านเกิด

- 2.4 นักท่องเที่ยวและพ่อครัวไม่ไว้วางใจอาหารท้องถิ่นเรื่องความปลอดภัยและความกังวลด้านสุขภาพ
- 2.5 พ่อครัวที่ผ่านการฝึกอบรมจากต่างประเทศหรือระดับนานาชาติชื่นชอบอาหารนำเข้า
3. การตลาด/ตัวกลางที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 ความล้มเหลวในการส่งเสริมอาหารท้องถิ่น
 - 3.2 การขนส่งที่จำกัดเก็บ การประมวลผลและโครงสร้างพื้นฐานการตลาดที่ไม่ดี/ไม่เพียงพอ
 - 3.3 ความไม่ไว้วางใจและการขาดการสื่อสาร/การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 3.4 เครือข่ายการตลาดที่ผูกขาดซึ่งจำกัดการเข้าถึงของเกษตรกรในท้องถิ่น
 - 3.5 เครือข่ายการตลาดท้องถิ่นที่ทุจริตซึ่งจำกัดการเข้าถึงของผู้ผลิตในท้องถิ่น
 - 3.6 อุปสรรคของระบบราชการและลักษณะที่ไม่เป็นทางการของการดำเนินงานด้านการเกษตรในท้องถิ่น

ในส่วนของ Meyer (2006) ระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภทของการเชื่อมโยงของภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์
 - 1.1 ประเภทของที่พักรับสำหรับผู้มาเยือนที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรักภูมิใจ ขนาด และระดับชั้น
 - 1.2 การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว
 - 1.4 การส่งเสริมอาหารท้องถิ่น
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปทาน
 - 2.1 ข้อจำกัดทางกายภาพ
 - 2.2 ปริมาณและคุณภาพของการผลิตในท้องถิ่น
 - 2.3 ราคาของอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นสูง
 - 2.4 ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและการประมวลผล
 - 2.5 รูปแบบการผลิตที่ยืดติด (เช่น พืชสวนเพื่อการส่งออก)
3. ปัจจัยทางการตลาดและตัวกลาง
 - 3.1 ข้อจำกัดด้านการตลาดและโครงสร้างพื้นฐาน
 - 3.2 อุปทานที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ

Singh (2012) ระบุปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดในแต่ละด้าน ดังนี้ ตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยว

ปัจจัยข้อจำกัด	ลักษณะของข้อจำกัด
อุปทานและการผลิต	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดการรับรองคุณภาพของผลิตผลทางการเกษตรในพื้นที่ 2. ฤดูกาลผลิต 3. ผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่นมีราคาสูง 4. สภาพของการเพาะปลูกที่ไม่เหมาะสม 5. ระบบการเพาะปลูก 6. ขาดเงินลงทุนและการเข้าถึงสินเชื่อ 7. ขาดทักษะทางด้านเทคโนโลยีและการอบรมให้กับเกษตรกร 8. ข้อจำกัดทางเทคโนโลยี 9. กรรมสิทธิ์ของที่ดิน 10. การขาดแคลนแรงงาน 11. เกษตรกรไม่ต้องการปลูกพืชที่ตอบสนองภาคการท่องเที่ยว
ด้านอุปสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาติมีความต้องการซื้อสินค้าจากต่างประเทศ 2. รสนิยมของนักท่องเที่ยวที่นิยมผลิตที่ไม่ได้มาจากท้องถิ่น 3. มาตรฐานสุขอนามัยของผลิตผลทางการเกษตรที่ไม่ได้รับความเชื่อถือจากโรงแรมที่พัก และร้านอาหาร 4. พ่อครัวเป็นชาวต่างชาติ และมีความต้องการใช้ผลผลิตจากนอกพื้นที่หรือจากต่างประเทศ 5. ความคุ้นเคยของผู้จัดซื้อของโรงแรม ที่พัก กับผู้ประกอบการรายเดิม ๆ ไม่เปิดโอกาสให้รายใหม่ 6. การติดต่อซื้อขายกับเกษตรกรมีความจำเป็นต้องจ่ายเงินสดและชำระทันทีซึ่งแตกต่างจากการซื้อจากผู้ค้ารายใหญ่ที่สามารถวางบิลได้
ด้านการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดการส่งเสริมผลิตผลทางการเกษตรในท้องถิ่น 2. ขาดระบบการขนส่ง การเก็บ การแปรรูป และโครงสร้างพื้นฐาน 3. ขาดการสื่อสารและความไว้วางใจระหว่างผู้รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบกับเกษตรกร 4. ขาดช่องทางทางการตลาดที่เอื้อให้เกษตรกรเข้าสู่ตลาดได้ 5. ความล่าช้าในการดำเนินการของเกษตรกร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จมากจากส่วนประกอบสำคัญ คือ การสนับสนุนจากภาครัฐในแง่ของการกำหนดกรอบกฎหมาย/กฎระเบียบที่สนับสนุนการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมร่วมของชุมชนท้องถิ่นหรือกลุ่มเอกชนของท้องถิ่น

Thuy and Pouchompu (2019) ระบุว่า ในช่วงทศวรรษที่ 2000 รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำไปเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การลดความยากจน ตามเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม (Social Economic Development Strategy: SEDS) ปี ค.ศ. 2001-2010 อย่างไรก็ตามรัฐบาลเวียดนามไม่ได้กำหนดรายละเอียดการดำเนินงานสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่เอาไว้

ในกรณีของชุมชน Tra Que เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในจังหวัด Quangnam มีความโดดเด่นในเรื่องของการรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม รวมถึงการอนุรักษ์ ปกป้องและสืบสานการปลูกผักแบบดั้งเดิม จากนโยบายระดับชาติข้างต้น รัฐบาลระดับจังหวัดจึงตัดสินใจจัดทำแผนการท่องเที่ยวโซนที่ 1 ของหมู่บ้าน Tra Que ซึ่งแผนประกอบด้วย:

1. สละที่ดินเพื่อการเกษตร ที่ดินเพื่อการเกษตรของเกษตรกรได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่ประมาณ 20 เฮกตาร์ โดยมีบ้านของเกษตรกรล้อมรอบพื้นที่แปลงผัก ทั้งนี้เพื่อจุดประสงค์สร้างพื้นที่ส่วนกลางสำหรับปลูกผักและมองเห็นทิวทัศน์ที่สวยงามของพื้นที่ชนบท หลังจากมีการจัดสรรที่ดินดังกล่าวแล้ว รัฐบาลระดับจังหวัดได้ออกกฎหมายสั่งห้ามไม่ให้ชาวบ้านซื้อที่ดินของตนให้คนอื่นตามเพื่อรักษาพื้นที่ดั้งเดิมในบริเวณนั้น

2. สร้างโปรแกรมท่องเที่ยว รัฐบาลท้องถิ่นร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและกลุ่มเกษตรกรออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวตามกิจกรรมการเกษตรในหมู่บ้าน เช่น กิจกรรมท่องเที่ยว “วันหนึ่งเป็นชาวนา” (One day become the farmer) “ขี่ควาย” (Driving buffaloes) “จับปลา” (Fish catching) หรือ “เรียนทำอาหารที่บ้าน” (Cooking class with local food) กิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวจะออกแบบให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวโดยมีมัคคุเทศก์คอยสนับสนุนหรือแปลภาษาให้

3. การสนับสนุนการจัดตั้งร้านอาหารและโฮมสเตย์: รัฐบาลท้องถิ่นสนับสนุนให้บางครัวเรือนปรับปรุงสภาพที่พัก ร้านอาหาร และโฮมสเตย์ โดยเน้นเรื่องของสุขอนามัยและห้องน้ำ แต่ไม่ต้องลงทุนมากเกินความจำเป็นเพราะต้องการรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของหมู่บ้านไว้

4. ถ่ายทอดความรู้: มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นเพื่อถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่กัน เช่น กลุ่มเกษตรกรที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวร้านอาหาร และโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับทักษะการใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชน ทักษะการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม และทักษะภาษาอังกฤษ โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่นและองค์กรพัฒนาเอกชนบางแห่ง

บทเรียนที่ได้จากการศึกษาตัวอย่างการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน Tra Que คือ การมีส่วนร่วมของชาวบ้าน/เกษตรกรในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทนำเที่ยวและรัฐบาลท้องถิ่น ทั้งในด้าน 1) การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและความร่วมมือ 2) การติดตามความคืบหน้าของการพัฒนาการท่องเที่ยว 3) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว 4) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ชาวบ้านทุกคนได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนสร้างรายได้ และสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

Grillini et al. (2022) อิตาลีและสหรัฐอเมริกาเป็นสองประเทศที่มีภาคส่วนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มั่นคงและประสบความสำเร็จ แต่เงื่อนไขในการประสบความสำเร็จและกรอบการทำงานของทั้งสองประเทศมีความแตกต่างกันมาก

ในกรณีประเทศอิตาลี ซึ่งกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านกฎหมายมาช่วยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับการยอมรับอย่างถูกกฎหมายเป็นครั้งแรกภายใต้กรอบกฎหมายแห่งชาติ ฉบับที่ 730 ลงวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2528 (the National Framework Law No. 730 of 5 December, 1985) ปัจจุบันมีการจัดการภายใต้กฎหมายฉบับที่ 96 ของวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 เรื่อง ระเบียบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Discipline of agritourism) ซึ่งควบคุมและให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมการต้อนรับและที่พักดำเนินการโดยเกษตรกรโดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในฟาร์มของตนเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับกิจกรรมการเพาะปลูก ป่าไม้ และการขยายพันธุ์สัตว์ วัตถุประสงค์หลักของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงกับการบำรุงรักษาและการปรับปรุงพื้นที่ในชนบท กิจกรรมที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การต้อนรับในที่พักหรือพื้นที่เปิดโล่งสำหรับผู้พักผ่อน การจัดอาหารและ/หรือเครื่องดื่มที่ประกอบด้วยการผลิตการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผลิตภัณฑ์จากฟาร์มใกล้เคียงที่เน้นผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและ/หรือผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากระบุแหล่งที่มาของสหภาพยุโรป และการจัดกิจกรรมสันทนาการ วัฒนธรรม การศึกษา กีฬา และการท่องเที่ยวที่มุ่งส่งเสริมท้องถิ่นและมรดกในพื้นที่ชนบท ด้วยเหตุนี้ กฎหมายระดับภูมิภาค/จังหวัด 20 ฉบับได้ออกมาเพื่อการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยให้ความสำคัญกับการทำงานในภาคการเกษตรเป็นสำคัญ บรรทัดฐานและกฎระเบียบด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับภูมิภาค/จังหวัด ได้ถูกจัดทำเป็นฐานข้อมูลโดยเครือข่ายชนบทของอิตาลี นอกจากนี้ในปัจจุบันมีการจัดกลุ่มระเบียบบรรทัดฐานไว้จำนวน 112 รายการ เช่น กฎทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม กฎของภาคส่วน การแปรรูปและการขายตรงของสินค้าทางการเกษตร การจัดทำฟาร์มเพื่อสังคม เป็นต้น

มาตรการทางด้านภาษีถูกนำมาใช้เพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินงานด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดเก็บภาษีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมได้รับการคุ้มครองภายใต้มาตรา 5 ของกฎหมายฉบับที่ 413 ลงวันที่ 30 ธันวาคม 1991 (กฎหมายอิตาลี, 1991) ซึ่งได้กำหนดรูปแบบอัตราภาษีซึ่งที่ให้กับผู้ประกอบการทางการเกษตรที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการเกษตรที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งปฏิบัติตามการอนุญาตทางปกครองที่กำหนดโดยกฎหมายระดับภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง ตามระบบนี้รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและรายได้จากกิจกรรมด้านการศึกษาและสังคมจะไม่ถูกนับรวมอยู่ในรายได้ของฟาร์ม และจะอยู่ภายใต้การกำหนดอัตราค่าที่แทนซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 25 ของรายได้สุทธิโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่ภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นอัตราค่าที่ร้อยละ 50 ของภาษีมูลค่าเพิ่มใด ๆ ที่เก็บได้ (กิจกรรมทางสังคมและการศึกษาได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มที่ได้รับการยอมรับในรายการสาธารณะอย่างเป็นทางการ)

กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางตอนเหนือของอิตาลี South Tyrol ได้มีการออกระเบียบ "วันหยุดในฟาร์ม" (Holidays on the Farm) ตามกฎหมายจังหวัดฉบับที่ 7 ลงวันที่ 19 กันยายน 2008 ซึ่งสอดคล้องกับโครงการพัฒนาชนบทของสหภาพยุโรปและรัฐบาลอิตาลี จังหวัดปกครองตนเองอย่าง South

Tyrol ได้ให้การสนับสนุน "วันหยุดในฟาร์ม" เพื่อส่งเสริมความเจริญในพื้นที่ชนบท รวมถึงการกระจายรายได้ทางการเกษตรตามลำดับ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ชนบทธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่น กิจกรรมวันหยุดในฟาร์มที่กำหนดขึ้นของ South Tyrol หมายถึง การจัดเลี้ยงและที่พักให้กับแขกที่มาเยือนโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดังกล่าว ซึ่งถือเป็น "คนงานด้านการเกษตร" เพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดการด้านบ้านญาติ ประกัน และการคุ้มครองทางภาษี กิจกรรมวันหยุดในฟาร์มประกอบด้วย (1) การจัดที่พักให้แขกในอาคารบนพื้นที่ฟาร์ม (2) การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่บริเวณฟาร์ม ("Hofschank") รวมถึงไวน์ที่ทำจากฟาร์ม (ซึ่งในกรณีนี้เรียกว่า "Buschenschank") (3) การจัดกิจกรรมสันทนาการ การศึกษา กีฬา การเดินป่า การขี่ม้า และวัฒนธรรม (4) การจัดกิจกรรมชวนชิมสินค้าเกษตรที่ผลิตในสถานที่จริงและในพื้นที่โดยรอบ ตลอดจนการจัดเลี้ยงตามข้อตกลงกับหน่วยงานท้องถิ่นที่มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างพื้นที่ในชนบทและทรัพย์สินทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น

ตามมาตรา 2(5) ของกฎหมายฉบับที่ 96 ลงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2006 ระบุว่า รายได้จากกิจกรรมวันหยุดในฟาร์มถือเป็นรายได้ทางการเกษตร เพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องคุณสมบัติในฐานะผู้ประกอบการทางการเกษตรที่แตกต่างกัน และการจัดลำดับความสำคัญของเงินช่วยเหลือ รัฐบาลของจังหวัดได้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมวันหยุดในฟาร์มกับกิจกรรมทางการเกษตรอื่นๆ ความโดดเด่นของกิจกรรมทางการเกษตรจะวัดจากจำนวนเวลาที่ต้องใช้ในการดำเนินกิจกรรมนี้เท่านั้น กิจกรรมการเกษตรจะต้องมีความโดดเด่นเหนือกิจกรรมวันหยุดของฟาร์มไม่ว่าในกรณีใดๆ โดยทั่วไปกิจกรรมทางการเกษตรถือเป็นสิ่งที่โดดเด่นกว่าอยู่แล้วหากกิจกรรมที่พักและร้านอาหารให้บริการไม่เกิน 10 เตียงหรือ 10 ที่นั่ง

เงินอุดหนุนระดับจังหวัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมส่วนใหญ่สนับสนุนงานการก่อสร้างใหม่ การปรับเปลี่ยน และการปรับปรุงอาคารฟาร์ม ขอบเขตของเงินอุดหนุนมีให้สูงถึงร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายสำหรับฟาร์มทุ่งหญ้า และร้อยละ 30 สำหรับฟาร์มที่มีการปลูกผลไม้ การปลูกองุ่นหรือพืชพิเศษ การสนับสนุนทางการเงินมีให้เฉพาะในการก่อสร้างใหม่สำหรับห้องพัก 2 ห้องแรก หรือห้องรับแขก 4 ห้องแรก สถานประกอบการจะได้รับการจำแนกประเภทคุณภาพที่พักในท้องถิ่นไม่ประเภท 1 หรือ 2 ดาว (จาก 5 ดาวที่เป็นไปได้) และผู้เริ่มต้นประกอบกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมรายใหม่จะต้องสำเร็จหลักสูตรการฝึกอบรมที่เหมาะสมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมหรือผ่านหลักสูตรจากวิทยาลัยเทคนิคด้านการเกษตรและด้านโภชนาการอย่างน้อย 3 ปีในตอนที่ย้ายเงินช่วยเหลือครั้งสุดท้าย เงินสมทบจะได้รับการจ่ายเป็นจำนวนเงินสูงสุดของค่าใช้จ่ายในช่วงเวลา 10 ปีต่อฟาร์มที่ 80,000 ยูโร บวก 10,000 ยูโรหากได้รับการจำแนกประเภทเพิ่มขึ้นเป็นอย่างน้อย 3 ดาว (หรือเป็น 4 ดาวหากเริ่มต้นด้วยการจัดประเภท 3 ดาว) บวกอีก 5,000 ยูโรหากฟาร์มเข้าร่วมในโครงการแบรนด์ที่มีคุณภาพ (เช่นโครงการ "สิทธิ์ในการเข้าถึงเงินอุดหนุนนั้นเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางการเกษตรที่เกิดขึ้นในช่วงวันหยุดของฟาร์มโดยพิจารณาจากเวลาทำงาน และต้องไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อาจดำเนินการภายในระบบครอบครัวพ่อแม่ลูก) เงื่อนไขการเข้าถึงเงินอุดหนุนเพิ่มเติมระบุการลงทุนขั้นต่ำไว้ที่ 10,000 ยูโรเพื่อรับการสนับสนุนทางการเงิน และท้ายสุดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมที่จัดตั้งขึ้นใหม่จะต้องบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 3 ดาวหลังจากงานเสร็จสมบูรณ์ การกำกับดูแลการปฏิบัติตามบทบัญญัติของกฎระเบียบของรัฐเป็นความรับผิดชอบของเทศบาลที่ฟาร์มนั้นตั้งอยู่ โดยสรุปความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน South Tyrol ประเทศอิตาลี มาจากปัจจัยสำคัญคือ การสนับสนุนจาก

ภาคีรัฐมาอย่างต่อเนื่อง เช่น ในปี 2019 ฟาร์มท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 62 แห่งได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐรวม 1.8 ล้านดอลลาร์ (สำหรับการก่อสร้าง ปรับปรุงและ/หรือตกแต่งห้องพัก)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกรณีของสหรัฐอเมริกา ในภาพรวมยังไม่ได้มีการกำหนดใช้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับชาติอย่างชัดเจน นโยบายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมักจะประกาศใช้ในระดับมลรัฐ หรือท้องถิ่นมากกว่าในระดับชาติ ในเดือนเมษายนปี 2021 มีมลรัฐจำนวน 39 จาก 50 มลรัฐในสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม กฎหมายเหล่านี้ส่วนใหญ่แบ่งออกเป็นหนึ่งในสามหมวดคือ ความรับผิดชอบทางแพ่ง ด้านการเกษตร หรือการใช้ที่ดินและการแบ่งเขต (โซน) กฎหมายความรับผิดชอบทางแพ่งกำหนดความรับผิดชอบกฎหมายสำหรับฟาร์มที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น กำหนดให้ติดป้ายเตือนด้วยภาษาเฉพาะเพื่อแจ้งให้ผู้เข้าชมทราบถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในฟาร์ม นอกจากนี้หลายรัฐควบคุมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านกฎหมายเกษตรของตน และกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงกับการเกษตร การใช้ที่ดินและการแบ่งเขตสามารถทำได้ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ซึ่งกฎระเบียบบางอย่างอาจมุ่งหมายที่จะปกป้องสิทธิของฟาร์ม ในขณะที่กฎระเบียบบางอย่างห้ามกิจกรรมบางชนิดไม่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม เช่น กิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนที่อาจเกิดขึ้นจากเสียงรบกวน ที่จอดรถ และการจราจร ในขณะที่การจัดงานแต่งงานในฟาร์มยังคงเป็นที่ถกเถียงกันว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมหรือไม่ เนื่องจากบางรัฐอนุญาตให้จัดได้ในขณะที่บางรัฐไม่อนุญาต

ในทางปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสหรัฐมีรูปแบบที่หลากหลายโดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ (1) การขายตรงผลิตภัณฑ์จากฟาร์ม (2) การศึกษา (3) การต้อนรับ (4) การพักผ่อนหย่อนใจกลางแจ้ง และ (5) ความบันเทิง ตัวอย่างการขายตรงผลิตภัณฑ์จากฟาร์ม ได้แก่ ผลไม้ที่เก็บเองและฟาร์มที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การศึกษา ได้แก่ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและชั้นเรียนในฟาร์มเกี่ยวกับการผลิตอาหาร ตลอดจนทัศนศึกษาในโรงเรียน การต้อนรับ ได้แก่ การพักผ่อนในฟาร์ม กิจกรรมกลางแจ้งอาจรวมถึงการขี่ม้าและการล่าสัตว์ ความบันเทิงอาจรวมถึงเครื่องเล่นหญ้าแห้งและเขาวงกตข้าวโพด จุดสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสหรัฐอเมริกาคือ ประสบการณ์ในฟาร์มที่เชื่อมโยงกับการผลิตทางการเกษตร

กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของรัฐ Vermont ที่เป็นเขตภูเขาและตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐ ดำเนินมายาวนานกว่า 30 ปี พระราชบัญญัติฉบับ 143 "พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบของเทศบาลด้านธุรกิจอุปโภคบริโภคเสริมในฟาร์ม" ("An act relating to municipal regulation of accessory on-farm businesses) ได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2018 ได้ถูกนำมาประกาศใช้แทนที่ข้อบังคับการใช้ที่ดินในท้องถิ่นที่อาจห้ามเอกชนเข้ามาดำเนินการในพื้นที่ชนบท พระราชบัญญัตินี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างระบบการสนับสนุนขั้นต่ำสุด สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลอดทั่วทั้งรัฐ เพื่อให้ฟาร์มเกษตรมีความหลากหลายของบริการและแหล่งรายได้ ควบคู่ไปกับการเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาดเกษตร การต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่ฟาร์ม

นอกจากนี้ เพื่อจัดการกับข้อกังวลของเกษตรกรในเรื่องความรับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชมและเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นพระราชบัญญัติฉบับ 31 ว่าด้วย "การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม" (An act relating to limiting liability for agritourism) ได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม ปี 2021 [58] พระราชบัญญัติฉบับ 31 ได้กำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับความรับผิดชอบสำหรับเจ้าบ้านด้าน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม พระราชบัญญัติตระหนักดีว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมมี "ความเสี่ยงโดยธรรมชาติ" ความเสี่ยงเหล่านั้นได้รับการยอมรับจากลูกค้าที่มีข้อมูลเพียงพอ

ข้อมูลของ USDA's National Agricultural Statistics Service (NASS) รายงานว่า มูลค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในรัฐ Vermont เพิ่มขึ้นร้อยละ 86 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนำเงิน 19.5 ล้านเหรียญสหรัฐมาสู่เศรษฐกิจของรัฐ Vermont ในปี 2002 และหนึ่งในสามของฟาร์มทั้งหมดในรัฐได้กำไรจากกิจกรรมนี้ จากข้อมูลพบว่าฟาร์มขนาดเล็กมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมมากกว่าฟาร์มขนาดใหญ่ แหล่งรายได้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมที่พบมากที่สุดคือสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายในเขตพื้นที่ฟาร์มเช่นน้ำเชื่อมเมเปิ้ลและผลเมเปิ้ล ผลไม้ ผัก และชีสในผลิตภัณฑ์ที่รับประทานได้และต้นคริสต์มาส ดอกไม้ตัด และผลิตภัณฑ์เลี้ยงเด็กในหมู่ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถรับประทานได้ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการมุ่งเน้นของรัฐ Vermont เกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมให้เป็นกลยุทธ์การกระจายความเสี่ยงสำหรับฟาร์ม

ในขณะเดียวกัน กลุ่มสมาคมฟาร์ม Vermont (The Vermont Farms! Association (VFIA)) เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ก่อตั้งขึ้นในปี 1998 ด้วยความช่วยเหลือจากมหาวิทยาลัย University of Vermont Extension และได้ทุนจากกระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกาได้เข้ามาช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ Vermont กลุ่มสมาคมฟาร์ม Vermont เป็นเสมือนตัวแทนของฟาร์มที่เปิดให้มีผู้เยี่ยมชม ภารกิจขององค์กรคือ การพัฒนาส่งเสริมและรักษามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมระดับสูงในรัฐ Vermont สมาคมนี้นี้มีสมาชิกจากผู้ผลิตประเภทต่างๆ เช่น ผู้ผลิตนม โรงงานน้ำตาลเมเปิ้ล เกษตรกรผู้ปลูกผักและผลไม้ สวนแอปเปิ้ล ฟาร์มแกะ ไร่องุ่น และผู้ผลิตต้นคริสต์มาส สมาคมฟาร์ม Vermont! ได้รวมตัวเข้ากับ Vermont Fresh Network ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร มีพันธกิจในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกร พ่อครัว และผู้บริโภค เพื่อขยายตลาดและรับประทานอาหารที่ปลูกในท้องถิ่นมากขึ้น และสนับสนุนการทำฟาร์ม ร้านอาหาร และคุณภาพของอาหารเวอร์มอนต์ไปพร้อมกัน เพื่อสร้างวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารที่ให้คุณค่าด้วยวัตถุดิบสดใหม่ในท้องถิ่น Vermont Fresh Network ก็เป็นองค์กรที่มีฐานสมาชิกมีการนำเสนอโปรแกรมสำหรับสมาชิกที่เป็นพันธมิตรธุรกิจที่ตรงตามข้อกำหนดการซื้ออาหารในท้องถิ่น และสมาชิกที่สนับสนุนธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจในพันธกิจขององค์กร Vermont Fresh Network ยังได้จัด โปรแกรมให้ความรู้แก่ผู้บริโภคและการพัฒนาทางวิชาชีพตลอดทั้งปีซึ่งเปิดกว้างสำหรับทุกคน นอกจากนี้ยังมีการจัดทำจดหมายข่าว Fresh Feed จดหมายข่าวรายปักษ์ที่เผยแพร่ร่วมกับ DigInVT.com ซึ่งมีอาหารท้องถิ่น กิจกรรม เส้นทาง กิจกรรมแนะนำ และอื่น ๆ อีกมากมายสำหรับทุกคนที่สนใจสำรวจอาหารและฟาร์มในรัฐเวอร์มอนต์

4.3 บทเรียนที่ได้จากการศึกษางานท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากต่างประเทศ

1. การเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ จำเป็นต้องมีการเข้าไปแทรกแซงหรือส่งเสริมจากภาครัฐเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงดังกล่าวขึ้น ทั้งในด้านกฎหมาย นโยบาย และการสนับสนุนทางตรง เช่น การให้เงินอุดหนุน การพัฒนาศักยภาพและความรู้แก่เกษตรกร และการสนับสนุนทางอ้อม เช่น การส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ลักษณะของการเชื่อมโยงการเกษตรกับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จคือ การใช้ภาคการเกษตรนำการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรของท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการโน้มน้าวใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมหรือใช้จ่ายในกิจกรรมที่นำเสนอในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรได้

3. การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเพื่อกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวของชุมชนที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการเกษตรของชุมชน ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งต่อความสำเร็จของการเชื่อมโยงภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยว

4. การเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นหรือภูมิภาคสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาหรือนโยบายการสร้าง ความเชื่อมโยงด้านการเกษตรกับการท่องเที่ยวได้ตามความหลากหลายและลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น โดยท้องถิ่นจะเข้าใจถึงจุดอ่อนจุดแข็ง ตลอดจนความต้องการของพื้นที่ได้ดีกว่านโยบายที่กำหนดมาจากส่วนกลาง

บทที่ 5

ผลการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิและกรณีศึกษาพื้นที่ตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการประชุมระดมสมอง รวมทั้งการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ได้ทราบถึงสถานการณ์ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของไทย ผลการศึกษา (1) ผลการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2) ผลการสำรวจผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (3) ผลการศึกษาจากพื้นที่กรณีศึกษา ดังนี้

5.1 ผลการศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

งานวิจัยได้ดำเนินการสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่กรณีศึกษา จำนวน 401 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในมุมมองของอุปสงค์โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1.ชาย	194	48.40
2.หญิง	207	51.60
อายุ		
1.อายุ 18-20 ปี	24	6.00
2.อายุ 21-30 ปี	145	36.20
3.อายุ 31-40 ปี	136	33.90
4.อายุ 41-50 ปี	68	17.00
5.อายุ 51 ปีขึ้นไป	28	7.00
ระดับการศึกษาของท่าน		
1. ประถมศึกษา	14	3.50
2. มัธยมศึกษาตอนต้น	13	3.20
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย	32	8.00

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
4. ปวช./ปวส.	47	11.70
5. ปริญญาตรี	248	61.80
6. สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.70
ภูมิภาค		
1. ภาคเหนือ	93	23.20
2. ภาคกลาง	70	17.50
3. ภาคใต้	117	29.20
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	36	9.00
5. ภาคตะวันออก	19	4.70
6. ภาคตะวันตก	9	2.20
7. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	57	14.20
อาชีพ		
1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	107	26.70
2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	115	28.70
3. พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน	94	23.40
4. รับจ้างทั่วไป	25	6.20
5. เกษตรกร	17	4.20
6. นักเรียน/นักศึกษา	41	10.20
7. อื่น ๆ (ว่างงาน, เกษียณ)	2	0.50
รายได้ต่อเดือน		
1. ไม่มีรายได้	36	9.00
2. ต่ำกว่า 5,000 บาท	8	2.00
3. 5,001-10,000 บาท	32	8.00
4. 10,001-20,000 บาท	107	26.70
5. 20,001-30,000 บาท	141	35.20
6. สูงกว่า 30,001 บาท	77	19.20

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่กรณีศึกษาจากการสำรวจแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่กรณีศึกษา (ตารางที่ 5.1) พบว่า

เพศ: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมานักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.40

อายุ: นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.90 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.00 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7 และอายุ 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา: นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรีและ ปวช./ปวส. คิดเป็นร้อยละ 11.70 มัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 8.0 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 3.20 และระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา: นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 23.20 ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.50 กรุงเทพฯและปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 14.20 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 9.0 ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 4.7 และภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

อาชีพ: นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมาข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.70 ตามลำดับ

รายได้: นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมารายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.70 สูงกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.20 ไม่มีรายได้ คิดเป็นร้อยละ 9.0 รายได้ในช่วง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 และต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 ข้อมูลพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว/ปี ของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อปี	57	14.20
2-3 ครั้งต่อปี	145	36.20
4-5 ครั้งต่อปี	98	24.40
มากกว่า 5 ครั้งต่อปี	101	25.20
ยานพาหนะที่มาท่องเที่ยว		
1. รถยนต์ส่วนตัว	374	93.30
2. รถโดยสารประจำทาง	9	2.20
3. รถบัสของกลุ่มทัวร์/บริษัท	9	2.20
4. อื่น ๆ โปรดระบุ....จักรยานยนต์.....	9	2.20
ท่านชื่นชอบการท่องเที่ยวลักษณะใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	337	84.00
2. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	109	27.20
3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	100	24.90
4. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ	35	8.70

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
งบประมาณในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง		
1. 1,000-5,000 บาท	184	45.90
2. 5,001-10,000 บาท	148	36.90
3. 10,001-15,000 บาท	35	8.70
4. 15,001-20,000 บาท	26	6.50
5. 20,001-30,000 บาท	8	2.00
ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร		
1. เดินทางมาคนเดียว	25	6.20
2. เดินทางมากับครอบครัว และญาติ	223	55.60
3. เดินทางมากับเพื่อน	132	32.90
4. เดินทางมากับที่ทำงาน	17	4.20
5. อื่น ๆ ระบุ.....แฟน, ตามแต่่วาระ.....	4	1.00
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายัง (ระบุสถานที่.....)		
1.พักผ่อน	339	84.50
2.เยี่ยมญาติ และ/หรือครอบครัว	43	10.70
3. การศึกษาดูงาน/ประชุมสัมมนา	16	4.00
4. อื่น ๆ ระบุ....ดูคอนเสิร์ต, ทำบุญ และทำงาน.....	3	0.70
ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากแหล่งข้อมูลใด		
1. ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	211	52.60
2. โทรทัศน์/วิทยุ	12	3.00
3. เว็บไซต์	133	33.20
4.บริษัทนำเที่ยว	1	0.20
5. หนังสือท่องเที่ยว	3	0.70
6. หน่วยงานภาครัฐ	10	2.50
7. อื่น ๆ ระบุ....Facebook, Instagram และสื่อออนไลน์อื่น ๆ.....	31	7.70
ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวโดยทั่วไป		
1. จันทร์-ศุกร์	39	9.70
2. วันหยุดนักขัตฤกษ์	122	30.40
3. เสาร์-อาทิตย์	228	56.90
4. อื่น ๆ ระบุ.....เป็นวันหยุด หรือมีธุระ.....	12	3.00

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาของการมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง		
1. จำนวน 1 วัน	78	19.50
2. จำนวน 2 วัน	166	41.40
3. จำนวน 3 วัน	91	22.70
4. มากกว่า 3 วันขึ้นไป	66	16.50

ผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรณีศึกษา (ตารางที่ 5.2) พบว่า

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว/ปี: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมามากกว่า 5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 25.20, 4-5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 24.40 และ 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

ยานพาหนะที่มาท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 93.30 รองลงมาได้แก่ รถโดยสารประจำทาง รถบัสของกลุ่มทัวร์/บริษัท และอื่น ๆ (รถจักรยานยนต์) คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ): นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 27.20 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ คิดเป็นร้อยละ 24.90 และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ คิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

งบประมาณในการท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.90 ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.70 ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.50 และระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.00

การเดินทางมาท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทาง มากับครอบครัว และญาติ คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมาเดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 32.90 เดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 6.20 เดินทางมาที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และอื่น ๆ เช่น เดินทางมาที่แฟน คิดเป็นร้อยละ 1.00

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาเยี่ยมญาติ และ/หรือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 10.70 การศึกษาดูงาน/ประชุมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอื่น ๆ เช่น ดูคอนเสิร์ต ทำบุญ และทำงาน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากแหล่งข้อมูลญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 52.60 รองลงมาเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 33.20 อื่น ๆ เช่น Facebook, Instagram และสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 7.70 โทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.00 หน่วยงานภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 2.50 หนังสือท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 0.70 และบริษัทนำเที่ยว 0.20 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 56.90 รองลงมาวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 30.40 วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 9.70 และอื่น ๆ ได้แก่ วันหยุดหรือวันที่มีธุระ คิดเป็นร้อยละ 3.00

ระยะเวลาของการมาท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.40 รองลงมาจำนวน 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.70 จำนวน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และมากกว่า 3 วันขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรประทับใจ

อะไรคือสิ่งที่ทำให้ท่านประทับใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ท่านไป	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ลำดับที่ 4	ลำดับที่ 5	ลำดับที่ 6	ลำดับที่ 7
ไม่มีการตอบแบบสอบถาม	163	163	163	163	163	163	163
สถานที่สวยงาม เป็นระเบียบ	90	12	5	13	8	9	19
กิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย	26	49	14	26	20	14	24
การบริการของพนักงานเว็บไซต์	52	67	55	92	54	77	58
อาหารอร่อย	35	66	50	41	50	36	47
มีสินค้าเกษตร หลากหลายน่าสนใจ	10	21	23	27	59	29	27
มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในพื้นที่ใกล้เคียง	3	6	31	19	20	42	12
การเดินทางสะดวก	13	17	60	11	27	30	49
อื่น ๆ ระบุ	9	-	-	9	-	1	2

ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรประทับใจ (ตารางที่ 5.3) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จำนวน 90 คน ให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ และเป็นระเบียบเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ การบริการของพนักงาน การเดินทางสะดวก และการมีสินค้าเกษตรที่หลากหลายน่าสนใจ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ	T-test	P-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว				
1. มีจุดเด่นด้านเกษตรพอเพียงและทฤษฎีใหม่	2.29	2.43	2.858	.004*
2. มีจุดเด่นด้านสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพที่สวยงาม	2.36	2.49	2.790	.006*
3. มีจุดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรหรือนวัตกรรมใหม่	2.25	2.35	1.991	.047*
4. มีจุดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร	2.37	2.48	2.519	.012*
5. จุดเด่นด้านการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน ประเพณี และวัฒนธรรม มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว	2.23	2.39	3.235	.001*
6. มีจุดเด่นลักษณะการทำเกษตรเฉพาะถิ่นที่ไม่พบจากที่อื่น	2.31	2.39	1.649	.100
7. ท่านต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	2.29	2.43	2.794	.005*
ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว				
8. มีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	2.43	2.48	1.101	.271
9. มีเส้นทางที่ใช้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	2.36	2.39	.682	.496
10. มีการปรับปรุงสภาพถนนที่ใช้เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว	2.38	2.42	.931	.353
11. มีการจัดทำป้ายบอกทาง	2.40	2.46	1.301	.194
12. มีการจัดทำเส้นทางเดินเท้าเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว	2.44	2.43	-.272	.786
13. มีการจัดทำเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ แหล่ง	2.37	2.40	.699	.485
14. มีเส้นทางเฉพาะยานพาหนะประเภทต่าง ๆ เช่นจักรยาน	2.23	2.35	2.420	.016*
15. มีการจัดทำแผนที่ของแหล่งท่องเที่ยวแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยว	2.28	2.34	1.255	.210
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว				
16. มีการพัฒนาระบบประปาเพื่อการอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ	2.44	2.46	.454	.650
17. มีการพัฒนาระบบไฟฟ้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ	2.42	2.45	.658	.511
18. มีการจัดระบบโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยว	2.44	2.45	.166	.868
19. มีการจัดระบบขยะที่ได้มาตรฐานและทั่วถึง	2.48	2.36	-2.778	.006*
20. มีการบริการห้องน้ำสุขาในแหล่งท่องเที่ยว	2.45	2.48	.842	.400
21. มีการจัดระบบของที่พักไว้บริการอย่างทั่วถึง	2.45	2.39	-1.199	.231
22. มีการบริการที่พักจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.41	2.41	.000	1.000
23. มีการจัดบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เพียงพอ	2.39	2.45	1.208	.228
24. มีอาหารพื้นเมืองไว้บริการ	2.33	2.35	.440	.660
25. มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของที่ระลึกที่หลากหลาย	2.30	2.30	-.060	.952

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ	T-test	P-value
26. มีการจำหน่ายสินค้าที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และอนุรักษ์วัฒนธรรมของพื้นที่	2.29	2.32	.513	.608
27. มีการบริการที่จอดรถเพียงพอ	2.52	2.47	-1.184	.237
28. มีบุคลากรด้านการบริการท่องเที่ยวไว้บริการอย่างเพียงพอ	2.41	2.42	.158	.874
29. มีการจัดทำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวประจำแหล่งท่องเที่ยว	2.40	2.39	-.113	.910
30. มีบริการสื่อที่หลากหลายเพื่อบริการข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	2.41	2.36	-1.190	.235
31. มีบริการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว/ความรู้ตามจุดต่าง ๆ	2.43	2.43	.105	.916
ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว				
32. มีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายน่าสนใจ	2.32	2.39	1.381	.168
33. มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอื่น ๆ ในพื้นที่	2.29	2.41	2.599	.010*
34. มีการแจ้งกำหนดการวันเวลาของโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน	2.36	2.39	.721	.472
35. มีการคิดราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	2.40	2.43	.839	.402
36. มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้โดยตัวของท่านเอง	2.43	2.46	.805	.421
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว				
37. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	2.39	2.44	1.157	.248
38. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิม	2.22	2.35	2.755	.006*
39. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนและสร้างความรำคาญต่อชุมชน	2.39	2.43	.909	.364
40. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่ผู้มาเยี่ยมชมได้	2.42	2.46	.958	.339
41. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสะท้อนถึงสภาพวัฒนธรรม การเกษตร และความเป็นอยู่ในชุมชน	2.30	2.41	2.270	.024*
42. มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงเกษตร	2.24	2.38	2.813	.005*
43. มีคนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว	2.32	2.32	.112	.911
44. มีบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการได้มาตรฐาน	2.26	2.30	.936	.350
45. มีการบริการสถานพยาบาลธนาคาร สถานีบริการน้ำมันในจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ	2.32	2.34	.378	.706
46. มีการจัดตั้งศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชนประจำแหล่งท่องเที่ยว	2.28	2.29	.212	.832
47. มีการจัดไกด์อาสาสมัครแหล่งท่องเที่ยว	2.20	2.28	1.720	.086
48. มีรถประจำทางบริการรับ-ส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยว	2.29	2.29	.177	.860

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาเปรียบเทียบค่าความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (หากคาดหวังสูงแสดงว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารที่ดีมาก่อนจะมาเที่ยว แต่ถ้าความคาดหวังต่ำแสดงว่าการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจเป็นแค่ทางผ่าน ไม่ใช่เป้าหมายหลัก) ส่วนการศึกษาระดับความพึงพอใจก็เพื่อทราบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมาแล้วมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการมากน้อยแค่ไหน และเมื่อเทียบกับค่าความคาดหวังแล้วมากกว่าหรือน้อยกว่าความคาดหวัง ซึ่งหากน้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยในการศึกษานี้ได้จำแนกประเด็นคำถามออกเป็น 5 ด้านหลัก คือ

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (7 คำถามย่อย)
2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (8 คำถามย่อย)
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (16 คำถามย่อย)
4. ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว (5 คำถามย่อย)
5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (12 คำถามย่อย)

ในแต่ละด้านจะมีคำถามย่อยรวมทั้งหมด 48 คำถาม โดยให้ผู้ตอบเลือกระดับความคาดหวังและความพึงพอใจได้ ตั้งแต่ 1-5 และหากจำแนกระดับความคาดหวัง/ความพึงพอใจออกเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ Likert Scale จะได้ว่า

1.00 - 2.33 คะแนน	น้อย
2.34 - 3.67 คะแนน	ปานกลาง
3.68 - 5.00 คะแนน	มาก

ผลการสำรวจค่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน 48 คำถาม แสดงในตารางที่ 5.4 ซึ่งในภาพรวม พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสูงกว่าระดับความคาดหวัง แต่ส่วนใหญ่จะไม่มี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ คะแนนความคาดหวังและคะแนนความพึงพอใจไม่ต่างกันมากพอ และยังมีหลายประเด็นที่ระดับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าความคาดหวัง ได้แก่ คำถามที่ 19 21 27 29 และ 30 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้คำถามด้านนี้ ข้อที่ 22 25 28 และ 31 มีระดับคะแนนความคาดหวังเท่ากับความพึงพอใจ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ประทับใจในประเด็นดังกล่าว ซึ่งเป็นประเด็นที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเร่งพัฒนา

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5.4 ยังมีประเด็นที่น่าสนใจมากกว่าผลการเปรียบเทียบค่าความคาดหวังกับค่าระดับความพึงพอใจ คือ ประเด็นเกี่ยวกับระดับคะแนนที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวมีการคาดหวังที่ค่อนข้างต่ำ คือ มีคะแนนความคาดหวังอยู่ในช่วง 2.20 - 2.52 (น้อย - ปานกลาง) และส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับน้อย และคะแนนในระดับปานกลางก็อยู่ในระดับต่ำ จากคะแนนค่าความคาดหวังที่ต่ำนำไปสู่ประเด็นคำถามคือ ที่ผ่านมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ไม่ได้สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวใช่หรือไม่ ทำให้ข่าวสารที่เป็นถึงนักท่องเที่ยวไม่ได้กระตุ้นให้เกิดความคาดหวัง และเมื่อคาดหวังน้อย คำถามต่อ

คือแล้วนักท่องเที่ยวมาทำอะไร คำตอบที่อธิบายได้คือ การมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอาจเป็นแค่ทางผ่าน ไม่ใช่เป้าหมายหลัก จึงไม่คาดหวังมาก แต่การเข้ามาของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นโอกาสที่ดีของสถานที่ท่องเที่ยวในการสร้างความประทับใจ ยิ่งเขาคาดหวังต่ำแต่หากเราจัดการให้บริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมาก ชื่อเสียง การเที่ยวซ้ำและการบอกต่อจะเกิดขึ้น ส่งผลต่อการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว แต่ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แม้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสูงกว่าค่าความคาดหวัง แต่ก็อยู่ในระดับต่ำ คือ 2.28-2.49 คะแนน แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่สามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้เลย โอกาสในการบอกต่อ หรือกลับมาเที่ยวซ้ำก็ไม่มี

5.2 ผลการสำรวจผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

งานวิจัยได้ดำเนินสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 81 ราย เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวในประเทศ ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 5.5 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดต้นแบบ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1.ชาย	35	43.20
2.หญิง	46	56.80
อายุ		
1.อายุ 15-20 ปี	1	1.20
2.อายุ 21-30 ปี	16	19.80
3.อายุ 31-40 ปี	11	13.60
4.อายุ 41-50 ปี	20	24.70
5.อายุ 51 ปีขึ้นไป	33	40.70
ระดับการศึกษาของท่าน		
1. ประถมศึกษา	8	9.90
2. มัธยมศึกษาตอนต้น	6	7.40
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย	10	12.30
4. ปวช./ปวส.	7	8.60
5.ปริญญาตรี	41	50.60
6. สูงกว่าปริญญาตรี	9	11.10

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลักของท่าน		
1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	2.50
2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	38	46.90
3. พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน	3	3.70
4. รับจ้างทั่วไป	1	1.20
5. เกษตรกร	34	42.00
6. นักเรียน/นักศึกษา	3	3.70
7. อื่น ๆ ระบุ.....		
รายได้ต่อเดือน		
1. ไม่มีรายได้	3	3.70
2. ต่ำกว่า 5,000 บาท	3	3.70
3. 5,001-10,000 บาท	9	11.10
4. 10,001-20,000 บาท	27	33.30
5. 20,001-30,000 บาท	12	14.80
6. สูงกว่า 30,001 บาท	27	33.30
สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม		
1. เจ้าของ	62	76.50
2. ผู้จัดการ	8	9.90
3. อื่น ๆ ระบุ (ประธานกลุ่ม, พนักงาน, ลูก)	11	13.60
วัตถุประสงค์หลักของการใช้ที่ดินที่ถือครอง		
1. เพื่อการเกษตรกรรม	12	14.80
2. เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	10	12.30
3. เพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	57	70.40
4. เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ โปรดระบุ... ทำร้านอาหารที่บ้าน - เพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร - ศูนย์การเรียนรู้	2	2.50
กรรมสิทธิ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
1. โฉนด	19	23.50
2. นส.3/ นส.3 ก.	6	7.40
3. เช่า	11	13.60
4. อื่น ๆ โปรดระบุ การเกษตรฟรี ที่ดินกรมป่าไม้ เสียภาษี ที่ดินมรดก ทุ่งเลี้ยงสัตว์ พื้นที่ทำกิน ภ.บ.ท.5 ไม่ทราบ ไม่มีเอกสารสิทธิ์ ไม่สะดวก ตอบ รอส - ราษฎรอาสา ราชพัสดุ สทภ สปก,ภ.บ.ท.5 สปก. เสียภาษี	45	55.60

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียด (ตารางที่ 5.5) ดังนี้

เพศ: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 เพศหญิง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20

อายุ: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมาอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.70 อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.80 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 12.30 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.10

อาชีพหลัก: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมาเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 42.00 และพนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 3.70

รายได้ต่อเดือน: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และสูงกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมา 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.80

สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาอื่น ๆ (ประธาน,พนักงาน,ลูกหลาน) ร้อยละ 13.60

วัตถุประสงค์หลักของการใช้ที่ดินถือครอง: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ถือครองที่ดินเพื่อใช้ทำการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 70.40 รองลงมาเพื่อการเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 14.80

กรรมสิทธิ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีกรรมสิทธิ์แบบโฉนดในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมาโฉนด คิดเป็นร้อยละ 23.50 เป็นพื้นที่เช่า คิดเป็นร้อยละ 13.60 เป็นที่ นส.3/ นส.3 ก. คิดเป็นร้อยละ 7.40

ขนาดที่ดินโดยเฉลี่ย: ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพื้นที่ครอบครองโดยเฉลี่ย 43.3575 ไร่ต่อราย

งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 81 ราย ในพื้นที่กรณีศึกษา เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ ปัญหาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษามีดังนี้

ตารางที่ 5.6 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร	23	28.40
2. รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเอกชนที่มีความโดดเด่นด้านเกษตร ซึ่งได้รับการยอมรับจากภายนอก	14	17.30
3. รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเอกชนหรือชาวบ้านที่ไม่ได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวแต่มีภูมิปัญญาหรือเทคนิคที่ได้รับการยอมรับจากภายนอก	6	7.40
4. รูปแบบศูนย์การเรียนรู้หรืออนุรักษ์ภูมิปัญญาทางการเกษตร	7	8.60
5. รูปแบบศูนย์หรือสถานวิจัยบำรุงพันธุ์สัตว์และ/หรือพืชที่มุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพทางการเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยว	1	1.20
6. รูปแบบชุมชนหรือกลุ่มชาวบ้านที่รวมกลุ่มกันพัฒนาภูมิปัญญาทางการเกษตร	7	8.60
7. รูปแบบจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรโดยตรง	8	9.90
8. รูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชน	1	1.20
9. รูปแบบสาธิตแหล่งท่องเที่ยว	6	7.40
10. รูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร		
11. รูปแบบมีที่พัก	8	9.90

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร คิดเป็นร้อยละ 28.40 รองลงมาเป็นรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเอกชนที่มีความโดดเด่นด้านเกษตร ซึ่งได้รับการยอมรับจากภายนอก คิดเป็นร้อยละ 17.30 และมีรูปแบบจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรโดยตรง และรูปแบบมีที่พัก คิดเป็นร้อยละ 9.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.7 การจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	57	57.00
2. ในร้านค้าท้องถิ่น	3	3.00
3. ในตลาดเกษตรหรือตลาดนัดในพื้นที่	8	8.00
4. ผู้รับซื้อเพื่อนำไปขายส่ง	9	9.00
5. อื่น ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ เปิดเฉพาะเสาร์ - อาทิตย์ และเทศกาล	3	3.00

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาเป็นผู้รับซื้อเพื่อนำไปขายส่ง คิดเป็นร้อยละ 9.00 ขายในตลาดเกษตรหรือตลาดนัดในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 8.00 (ตารางที่ 5.7)

ตารางที่ 5.8 ระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	6	7.40
2 ปี	10	12.30
3 ปี	6	7.40
4 ปี	6	7.40
5 ปีขึ้นไป	53	65.40

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำเนินการในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 65.40 รองลงมา 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.30 (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.9 สถานะของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถานะของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพิ่งเริ่มต้น	8	9.90
2. ระยะเริ่มแรก	17	21.00
3. อยู่ตัว	30	37.00
4. ขยายธุรกิจ	23	28.40
5. ถดถอย	3	3.70
6. เตรียมตัวออกจากธุรกิจ	-	-

สถานะของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างใหญ่อยู่ตัวในธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาขยายธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.40 อยู่ในระยะเริ่มแรก คิดเป็นร้อยละ 21.00 เพิ่งเริ่มต้น คิดเป็นร้อยละ 9.90 และธุรกิจถดถอย คิดเป็นร้อยละ 3.70 (ตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.10 จำนวนลูกจ้าง คนงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จำนวนลูกจ้าง คนงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	Median	Max
1. แรงงานในครัวเรือน จำนวน 5.30 คน/แหล่ง	3	200
2. แรงงานนอกครัวเรือน จำนวน 4.56 คน/แหล่ง	2	40
3. อาสาสมัคร จำนวน 0.91 คน/แหล่ง	0	30

จำนวนลูกจ้าง คนงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงงานในครัวเรือน 3 คน แรงงานนอกครัวเรือน 2 คน (ตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.11 มุมมองของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง

มุมมองของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่ประสบผลสำเร็จ	-	-
2. ไม่เชิงประสบผลสำเร็จ/ไม่ประสบผลสำเร็จ	35	43.20
3. ประสบผลสำเร็จ	44	54.30
4. ประสบผลสำเร็จมาก	2	2.50

มุมมองของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าประสบความสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 54.30 ไม่เชิงประสบผลสำเร็จ/ไม่ประสบผลสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 43.20 และประสบผลสำเร็จมาก 2.50 (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.12 สถานะของผลกำไรจากการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถานะของผลกำไรจากการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. มีกำไร	31	38.30
2. ประสบกับภาวะขาดทุน	6	7.40
3. ผลประกอบการพอดำเนินธุรกิจไปได้	44	54.30

สถานะของผลกำไรจากการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าผลประกอบการพอดำเนินธุรกิจไปได้ คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมาคือคิดเป็นร้อยละ 38.30 และประสบกับภาวะขาดทุน คิดเป็นร้อยละ 7.40 (ตารางที่ 5.12)

ตารางที่ 5.13 สัดส่วนของรายได้ที่ได้จากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อรายได้ทั้งหมด

สัดส่วนของรายได้ที่ได้จากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อรายได้ทั้งหมด	จำนวน	ร้อยละ
1. 10%	7	8.60
2. 11-20%	8	9.90
3. 21-30%	15	18.50
4. 31-40%	20	24.70
5. 41-50%	12	14.80
6. 51-60%	11	13.60
7. 61-70%	4	4.90
8. 71-80%	2	2.50
9. 81-90%	1	1.20
10. 91-100%	1	1.20

สัดส่วนของรายได้ที่ได้จากการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่าท่องเที่ยวเชิงเกษตรในช่วง 31-40% ของรายได้ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 24.70 รองลงมาในช่วง 21-30% คิดเป็นร้อยละ 18.50 ในช่วง 41-50% คิดเป็นร้อยละ 14.80 ในช่วง 51-60% คิดเป็นร้อยละ 13.60 ในช่วง 11-20% คิดเป็นร้อยละ 9.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.13)

ตารางที่ 5.14 วัตถุประสงค์หลักในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วัตถุประสงค์หลักในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อแสวงหาแหล่งรายได้ที่หลากหลาย	26	32.10
2. เพื่อเป็นอาชีพหลักและเป็นความสนใจส่วนตัว	7	8.600
3. เพื่อเป็นอาชีพหลังเกษียณ	2	2.50
4. เพื่อต้องการให้ความรู้ ถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตร	13	16.00

วัตถุประสงค์หลักในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
5. เพื่อสร้างธุรกิจให้ลูกหลาน	1	1.20
6. เพื่อผันตัวจากเกษตรกรมาเป็นท่องเที่ยวเชิงเกษตร	19	23.50
7. เพื่อใช้ที่ว่างเปล่าหรือที่ดินทางการเกษตรให้เป็นประโยชน์	12	14.80
8. อื่น ๆ โปรตระบุ เพื่อการท่องเที่ยว	1	1.20

วัตถุประสงค์หลักในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เพื่อแสวงหาแหล่งรายได้ที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 32.10 รองลงมาเพื่อผันตัวจากเกษตรกรมาเป็นท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 23.50 เพื่อต้องการให้ความรู้ถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 16.00 เพื่อใช้ที่ว่างเปล่าหรือที่ดินทางการเกษตรให้เป็นประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 14.80 และเพื่อเป็นอาชีพหลักและเป็นความสนใจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8.60 (ตารางที่ 5.14)

ตารางที่ 5.15 ลักษณะของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ลักษณะของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. เชิงธุรกิจ	15	18.50
2. เชิงธุรกิจมากกว่าครอบครัว	7	8.60
3. วิถีชีวิตดั้งเดิม	10	12.30
4. วิถีชีวิต+ธุรกิจ	49	60.50

ลักษณะของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ระบุว่า เป็นวิถีชีวิต+ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาเชิงธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.50 วิถีชีวิตดั้งเดิม คิดเป็นร้อยละ 12.30 และเชิงธุรกิจมากกว่าครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 8.60 (ตารางที่ 5.15)

ตารางที่ 5.16 ข้อจำกัด อุปสรรคในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ข้อจำกัด อุปสรรคในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1. กฎ ระเบียบไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	6	7.40
2. การขาดแคลนแรงงาน	14	17.30
3. ระบบสาธารณูปโภคที่มาสับสนุน	5	6.20
4. นโยบายที่ไม่เอื้อต่อการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากภาครัฐ	11	13.60
5. การดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป	26	32.10
6. ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างภาคีเครือข่าย	5	6.20
7. การเข้าถึงแหล่งทุนในการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร	7	8.60
8. ขาดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่	7	8.60

ข้อจำกัด อุปสรรคในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ขั้นตอนในการดำเนินการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 32.10 รองลงมาการขาดแคลนแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 17.30 นโยบายที่ไม่เอื้อต่อการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 13.60 (ตารางที่ 5.16)

ตารางที่ 5.17 จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1.จุดเด่นด้านเกษตรพอเพียงและทฤษฎีใหม่ เช่น การใช้ประโยชน์จากที่ดิน การใช้พื้นที่ การปลูกผสมผสาน การปลูกส้มที่หลากหลาย ความรู้ ทฤษฎีป่า3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง พุงดอกไม้ ธรรมชาติแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้น One Stop Farm เน้นเกษตรทฤษฎีใหม่ ปลูกพืชผสมผสาน	15	18.50
2.จุดเด่นด้านสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น ดอกไม้ ดอกไม้นานาชาติ ติดภูเขา ติดภูเขาและฝายน้ำ ติดริมอ่างเก็บน้ำ ถ่ายรูปกับดอกไม้ ทะเล ทิวทัศน์ ทานกาแฟ ถ่ายรูปกับดอกไม้ ที่พักในสวน ธรรมชาติดั้งเดิม เน้นถ่ายรูปกับดอกไม้ เน้นถ่ายรูปในสวนดอกไม้ พื้นที่สวน มีต้นไม้ใหญ่ให้ความร่มรื่น เน้นธรรมชาติ มีภูเขาที่เป็นวิว ลานกางเต้นท์ที่มีวิวสวยงาม วิวกังหันลม วิวกังหันลม บรรยากาศดี วิวดอกไม้บนภูเขาสูง วิวทุ่งกังหันลม วิวสวนดอกไม้มีกังหันลมเป็นฉากหลัง สัมผัสลูกใหญ่ อยู่ในหุบเขา อากาศ อากาศและทัศนียภาพที่ดี อ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้น	41	50.60

จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
3.จุดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรหรือนวัตกรรมใหม่ เช่น การดูแลไม้ผล การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเกษตรกรรม การบริหารจัดการทุเรียน นวัตกรรมควบคุมระบบสั่งด้วยมือถือ	5	6.20
4.จุดเด่นด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม เช่น ชาใบหม่อน เน้นวิถีชีวิตชุมชน เน้นวิถีชีวิตชุมชน ดั้งเดิม วิถีชีวิต วิถีชีวิตชาวประมง วิถีชุมชนของตำบล สนามไก่ชน สวนส้ม อาหารวิถีชุมชนทรัพยากร	13	16.00
5.จุดเด่นลักษณะการทำเกษตรเฉพาะถิ่นที่ไม่พบจากที่อื่น เช่น ปลูกผลไม้จากต่างประเทศ ปลูกไม้ผลหลายๆ ชนิดรวมกัน และมีทุเรียนพื้นบ้าน เงาะพื้นบ้าน จันทเทศ วิทยุพื้นบ้านทำสวน และมีน้ำผึ้งป่าพิเศษ วิทยุพื้นบ้านทำสวน การจัดการน้ำ	5	6.20
6.จุดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น Farm stay การเก็บสตอเบอร์รี่ในสวน และถ่ายรูป การปลูกที่อยากจะทำกินของปะปนกันไป เก็บผลไม้ในสวน นักท่องเที่ยวเข้ามาเก็บสตอเบอร์รี่ได้ ปลูกดอกเก๊กฮวย ดอกคาโมมาย และองุ่นสายพันธุ์ฝรั่งเศส เป็นการเกษตรผสมผสาน ลานกางเต็นท์ และการปลูกผัก สวนส้ม	13	16.00
7.จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ เช่น Sky walk กระจก กระจก กระจก ครบวงจร จุดกางเต็นท์ จุดถ่ายรูป จุดถ่ายรูปที่แปลกใหม่ ดอกมากาเรตสีม่วงที่ใหญ่ที่สุดในม่อนแจ่ม ด้านอาหารพื้นบ้าน เน้นการให้ความรู้ผสมผสานไปกับการท่องเที่ยว มีที่พัก มีบริการอาหารที่พักราคาดีโดยเจ้าของมีขนาดเล็กสงบแต่ไม่ไกลจากแหล่ง มีอาหารฮาลาลบริการ สวนส้ม เน้นให้เป็นจุดพักรถและพักผ่อน อาหาร	17	21.00

จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ระบุว่าจุดเด่นด้านสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพที่สวยงามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน จุดถ่ายรูป คิดเป็นร้อยละ 21.00 และจุดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร และจุดเด่นด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 16.00 (ตารางที่ 5.17)

ตารางที่ 5.18 การได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้แก่บุคคลภายนอก

การได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้แก่บุคคลภายนอก	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (10 คนขึ้นไป)	24	29.60
2.ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (10 คนขึ้นไป)	40	49.40
3.ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป) และได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก	17	21.00

การได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้แก่บุคคลภายนอก

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (10 คนขึ้นไป) คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมาไม่ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (10 คนขึ้นไป) คิดเป็นร้อยละ 29.60 และได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป) และได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก คิดเป็นร้อยละ 21.00 (ตารางที่ 5.18)

การจัดการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ตารางที่ 5.19 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	7	8.60
1.มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว	17	21.00
2.มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) มากกว่า 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว	46	56.80
3.มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน)มากกว่า 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลจากภายนอก	11	13.60

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) มากกว่า 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงามีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน)มากกว่า 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลจากภายนอก คิดเป็นร้อยละ 13.60 (ตารางที่ 5.19)

ตารางที่ 5.20 ผลผลิตการเกษตรเป็นที่ยอมรับหรือโดดเด่น

ผลผลิตการเกษตรเป็นที่ยอมรับหรือโดดเด่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	1.20
1.มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่น	34	42.00
2.มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค	35	43.20
3.มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับชาติหรือนานาชาติ	11	13.60

ผลผลิตการเกษตรเป็นที่ยอมรับหรือโดดเด่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมาผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 42.00 และมีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับชาติหรือนานาชาติ คิดเป็นร้อยละ 13.60 (ตารางที่ 5.20)

ตารางที่ 5.21 คุณค่าของผลผลิตการเกษตร

คุณค่าของผลผลิตการเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	1.20
1.ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการ	51	63.00
2.ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าในด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้	19	23.50
3.ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณค่าด้านสะท้อนเอกลักษณ์ชุมชน	7	8.60
4.ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์	3	3.70

คุณค่าของผลผลิตการเกษตร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าในด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 23.50 ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณค่าด้านสะท้อนเอกลักษณ์ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 8.60 (ตารางที่ 5.21)

ตารางที่ 5.22 การส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การเกษตร

การส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	7	8.60
1.มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายผลิตผลทางการเกษตร	31	38.30
2.มีการพัฒนาและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า	26	32.10
3.มีการจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์เพื่อความเป็นเอกลักษณ์	9	11.10
4.ได้รับการรับรองมาตรฐานหรือรางวัลผลผลิตการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร	8	9.90

การส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การเกษตร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายผลิตผลทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมามีการพัฒนาและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 32.10

มีการจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 11.10 และได้รับการรับรองมาตรฐานหรือรางวัลผลผลิตการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 9.90 (ตารางที่ 5.22)

ตารางที่ 5.23 การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร

การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	2.50
1.ไม่มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกร	35	43.20
2.มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรสาธิตให้ชม	28	34.60
3.มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรให้ชมและให้นักท่องเที่ยวทดลองปฏิบัติ	16	19.80

การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมา มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรสาธิตให้ชม คิดเป็นร้อยละ 34.60 และมีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรให้ชมและให้นักท่องเที่ยวทดลองปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 19.80 (ตารางที่ 5.23)

ตารางที่ 5.24 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว	57	70.40
2.มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว	24	29.60

การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 70.40 รองลงมา มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.60 (ตารางที่ 5.24)

ตารางที่ 5.25 การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีแผนผังแสดงเป็นรูปธรรม	45	55.60
2.มีแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างชัดเจน	28	34.60
3.มีแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างชัดเจน และจัดแสดงให้กับนักท่องเที่ยว	8	9.90

การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีแผนผังแสดงเป็นรูปธรรม คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมา มีแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 34.60 และมีแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างชัดเจน และจัดแสดงให้กับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.90 (ตารางที่ 5.25)

ตารางที่ 5.26 การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มี	29	35.80
2.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลการจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวพร้อมอาสาสมัครประจำบ้าน	43	53.10
3.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อาสาสมัครสาธารณสุข ประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำแหล่งท่องเที่ยวและมีชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลพร้อมอาสาสมัครประจำบ้าน	9	11.10

การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลการจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวพร้อมอาสาสมัครประจำบ้าน คิดเป็นร้อยละ 53.10 รองลงมา ไม่มี คิดเป็นร้อยละ 35.80 มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อาสาสมัครสาธารณสุข ประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำแหล่งท่องเที่ยวและมีชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลพร้อมอาสาสมัครประจำบ้าน คิดเป็นร้อยละ 11.10 (ตารางที่ 5.26)

ตารางที่ 5.27 การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่อผลผลิตทางการเกษตร

การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่อผลผลิตทางการเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1.นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยอิสระ	63	77.80
2.นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยอิสระแต่มีทางบังคับเพื่อไม่ให้ออกนอกเส้นทาง	16	19.80
3.มีรถบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจำกัดให้นักท่องเที่ยวนั่งบนรถและลงตามจุดบริการหรือมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	2	2.50

การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่อผลผลิตทางการเกษตร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยอิสระ คิดเป็นร้อยละ 77.80 รองลงมานักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยอิสระแต่มีทางบังคับเพื่อไม่ให้ออกนอกเส้นทาง คิดเป็นร้อยละ 19.80 และมีรถบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจำกัดให้นักท่องเที่ยวขึ้นบนรถและลงตามจุดบริการหรือมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 5.27)

ตารางที่ 5.28 การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการจัดการของเสีย	11	13.60
2.มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย ภายในแหล่งท่องเที่ยว	35	43.20
3.มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ	35	43.20

การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย ภายในแหล่งท่องเที่ยว และมีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ คิดเป็นร้อยละ 43.20 และรองลงมาไม่มีการจัดการของเสีย คิดเป็นร้อยละ 13.60 (ตารางที่ 5.28)

ตารางที่ 5.29 การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว

การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีแผนหรือระบบบำรุงรักษา	12	14.80
2.มีแผนหรือระบบบำรุงรักษา	40	49.40
3.มีการดำเนินงานตามแผนการบำรุงรักษา	29	35.80

การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีแผนหรือระบบบำรุงรักษา คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมามีการดำเนินงานตามแผนการบำรุงรักษา คิดเป็นร้อยละ 35.80 และไม่มีแผนหรือระบบบำรุงรักษา คิดเป็นร้อยละ 14.80 (ตารางที่ 5.29)

ตารางที่ 5.30 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อใด ๆ	5	6.20
2.มีการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเอง	41	50.60
3.มีการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งมีหน่วยงานภายนอกให้ความสนใจมาขอข้อมูลไปประชาสัมพันธ์	35	43.20

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมามีการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งมีหน่วยงานภายนอกให้ความสนใจมาขอข้อมูลไปประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 43.20 (ตารางที่ 5.30)

ตารางที่ 5.31 การสร้างเครือข่ายสนับสนุนแหล่งเที่ยว

การสร้างเครือข่ายสนับสนุนแหล่งเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก	25	30.90
2.มีการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด	44	54.30
3.มีการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานระดับชาติหรือนานาชาติ	12	14.80

การสร้างเครือข่ายสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมาไม่มีการสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก คิดเป็นร้อยละ 30.90 และมีการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนทางการท่องเที่ยวกับหน่วยงานระดับชาติหรือนานาชาติ คิดเป็นร้อยละ 14.80 (ตารางที่ 5.31)

ตารางที่ 5.32 การให้ข้อมูล/ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว

การให้ข้อมูล/ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการบรรยาย แนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตน ภายในแหล่งท่องเที่ยว	28	34.60
2.มีการบรรยายกิจกรรมแนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	45	55.60
3.มีการฉายวิดีโอทัศน์และบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	8	9.90

การให้ข้อมูล/ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการบรรยายกิจกรรมแนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมาไม่มีการบรรยาย แนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตน ภายในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 34.60 และมีการฉายวิดีโอทัศน์และบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.90 (ตารางที่ 5.32)

ตารางที่ 5.33 การจัดการด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ที่พัก		
1.ไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	42	51.90
2.ไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวแต่มีเครือข่ายบริการที่พักภายนอกแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง	8	9.90
3.มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	31	38.30
อาหาร		
1.ไม่มีบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว	26	32.10
2.มีบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะที่มีการสั่งจองล่วงหน้า	21	25.90
3.มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	34	42.00
เครื่องดื่ม		
1.ไม่มีบริการจำหน่ายเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว	20	24.70
2.มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	61	75.30

การจัดการด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

ที่พัก: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.90 รองลงมาไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 38.30 ไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวแต่มีเครือข่ายบริการที่พักภายนอกแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 9.90 (ตารางที่ 5.33)

อาหาร: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาไม่มีบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.10 และมีบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะที่มีการสั่งจองล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 25.90 (ตารางที่ 5.33)

เครื่องดื่ม: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มให้บริการแก่นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 75.30 และรองลงมาไม่มีบริการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 24.70 (ตารางที่ 5.33)

ตารางที่ 5.34 ร้านขายของฝากและของที่ระลึก

ร้านขายของฝากและของที่ระลึก	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว	29	35.80
2.มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว	38	46.90
3.มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกทั้งภายในและบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว	14	17.30

ร้านขายของฝากและของที่ระลึก: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมาไม่มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.80 และมีร้านขายของฝากและของที่ระลึกทั้งภายในและบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 17.30 (ตารางที่ 5.34)

ตารางที่ 5.35 การติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการให้บริการติดต่อสื่อสาร	24	29.60
2.มีการให้บริการติดต่อสื่อสาร เช่น ส่งจดหมาย โทรศัพท์โทรสารภายในประเทศ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	57	70.40

การติดต่อสื่อสาร: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการให้บริการติดต่อสื่อสาร เช่น ส่งจดหมาย โทรศัพท์โทรสารภายในประเทศ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 70.40 รองลงมา ไม่มีการให้บริการติดต่อสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 29.60 (ตารางที่ 5.35)

ตารางที่ 5.36 บริการความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

บริการความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	33	40.70
2.มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ เอกสาร บอร์ดหรือป้ายสื่อ ความหมาย	35	43.20
3.มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและมีการสาธิตวิธีการปฏิบัติ	13	16.00

บริการความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับเอกสาร บอร์ดหรือป้ายสื่อ ความหมาย คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมาไม่มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.70 และมีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและมีการสาธิตวิธีการปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 16.00 (ตารางที่ 5.36)

ตารางที่ 5.37 การให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว

การให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	55	67.90
2.มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมที่พูดได้เฉพาะภาษาไทยสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	15	18.50
3.มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมที่พูดได้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	11	13.60

การให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 67.90 รองลงมา มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมที่พูดได้เฉพาะภาษาไทยสำหรับบริการนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 18.50 และมีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมที่พูดได้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศสำหรับบริการนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 13.60 (ตารางที่ 5.37)

ตารางที่ 5.38 บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ

บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ	48	59.30
2.มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เช่น ห้องน้ำ	33	40.70

บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมามีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เช่น ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 40.70 (ตารางที่ 5.38)

ตารางที่ 5.39 ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ อย่างน้อย 1 ประเภท

ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ อย่างน้อย 1 ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
1.มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เช่น ห้องน้ำ ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ มากกว่า 1 ประเภท	33	40.70
2.ไม่มีการจัดการให้บริการ	48	59.30

ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ อย่างน้อย 1 ประเภท: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีการจัดการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 59.30 และมีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เช่น ห้องน้ำ ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ มากกว่า 1 ประเภท คิดเป็นร้อยละ 40.70 (ตารางที่ 5.39)

ตารางที่ 5.40 การจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

การจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว	28	34.60
2.มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว	42	51.90
3.มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป	11	13.60

การจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.90

รองลงมาไม่มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 34.60 มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.60 (ตารางที่ 5.40)

กิจกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.41 ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยว

ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	2.50
1.สาธิต	7	8.60
2.บรรยายให้ความรู้	27	33.30
3.ทดลองปฏิบัติ	3	3.70
4.สนทนาการ	15	18.50
5.เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน	9	11.10
6.ฟาร์มปศุสัตว์	1	1.20
7.เยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน/ท้องถิ่น	17	21.00

ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยว: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า กิจกรรมบรรยายให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมากิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน/ท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 21.00 กิจกรรมสนทนาการ คิดเป็นร้อยละ 18.50 และกิจกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.10 (ตารางที่ 5.41)

ตารางที่ 5.42 การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว

การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว	21	25.90
2.มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้เฉพาะบางฤดูกาล	27	33.30
3.มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปี	33	40.70

การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปี คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมา มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้เฉพาะบางฤดูกาล คิดเป็นร้อยละ 33.30 และไม่มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.90 (ตารางที่ 5.42)

ตารางที่ 5.43 การมีเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนเพื่อช่วยเหลือและเรียนรู้ร่วมกันหรือไม่

มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนเพื่อช่วยเหลือและเรียนรู้ร่วมกันหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอก	22	27.20
2.มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอกในระดับท้องถิ่นหรือระดับจังหวัด	45	55.60
3.มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอกในระดับภาคหรือ/หรือระดับประเทศ	14	17.30

มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอกในระดับท้องถิ่นหรือระดับจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมาไม่มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอก คิดเป็นร้อยละ 27.20 และมีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอกในระดับภาคหรือ/หรือระดับประเทศ คิดเป็นร้อยละ 17.30 (ตารางที่ 5.43)

ตารางที่ 5.44 ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท

ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงในรัศมี 20 กม.	15	18.50
2.มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียง อย่างน้อย 1 แห่ง	20	24.70
3.มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป	46	56.80

ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมามีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียง อย่างน้อย 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.70 และไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงในรัศมี 20 กม. คิดเป็นร้อยละ 18.50 (ตารางที่ 5.44)

ตารางที่ 5.45 การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

มีการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการจ้างงานคนในชุมชนที่แหล่งเกษตรตั้งอยู่เข้ามาทำงาน	24	29.60
2.มีการจ้างงานคนในชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10-50 ของพนักงานทั้งหมดในแหล่งท่องเที่ยว	49	60.50
3.มีการจ้างงานคนในชุมชนมากกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมดเพื่อทำงานในแหล่งท่องเที่ยวเกษตร	8	9.90

มีการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน: ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า มีการจ้างงานคนในชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10-50 ของพนักงานทั้งหมดในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาไม่มีการจ้างงานคนในชุมชนที่แหล่งเกษตรตั้งอยู่เข้ามาทำงาน คิดเป็นร้อยละ 29.60 และมีการจ้างงานคนในชุมชนมากกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมดเพื่อทำงานในแหล่งท่องเที่ยวเกษตร คิดเป็นร้อยละ 9.90 (ตารางที่ 5.45)

5.3 ผลการศึกษากรณีศึกษาพื้นที่ตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และประชุมกลุ่มย่อย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาในแต่ละพื้นที่มีดังนี้

5.3.1 จังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพร ประตุสู่ภาคใต้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพการพัฒนาสู่เมืองท่องเที่ยวหลัก เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น หาดทรายรี หาดทุ่งวัวแล่น แหล่งดำน้ำชมปะการัง และยังเป็นท่าเรือสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเที่ยวเกาะเต่า ทำให้ทุกปีจะมีนักท่องเที่ยวผ่านเมืองชุมพรเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากจะใช้ชุมพรเป็นเมืองผ่าน มากกว่าจะเป็นปลายทางหลัก ทำให้ชุมพรยังคงเป็นเมืองรองสำหรับการท่องเที่ยว

การเป็นเมืองรองมีส่วนดีที่ทำให้การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมพรค่อยเป็นค่อยไป เปิดโอกาสให้การท่องเที่ยวชุมชนของชุมพรมีโอกาสได้เติบโต ทำให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนในหลากหลายพื้นที่ตั้งแต่ชุมชนชาวสวนบนเขา ลงไปจนถึงชุมชนบนพื้นที่เกาะ เช่น ชุมชนท่องเที่ยวบ้านคลองเรือ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำตกเหวไหลม ชุมชนท่องเที่ยวบ้านทอน-อม ชุมชนท่องเที่ยวบ้านปากหมาก ชุมชนท่องเที่ยวบ้านท้องตม และชุมชนท่องเที่ยวเกาะพิทักษ์

ชุมพรนอกจากเป็นเมืองท่องเที่ยวรองแล้ว ยังได้ชื่อว่าเป็นเมืองเกษตรที่สำคัญของภาคใต้ เป็นเมืองผลไม้ โดยเฉพาะ และเนื่องจากอาชีพหลักของชุมพรยังคงเป็นเกษตรกรรม ดังนั้นการท่องเที่ยวชุมชนของชุมพรจึงมีความเชื่อมโยงกับภาคเกษตรอย่างใกล้ชิด การศึกษาครั้งนี้ทีมวิจัยจึงได้เลือกพื้นที่จังหวัดชุมพรเป็น

กรณีศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ โดยได้ลงพื้นที่เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในสื่อ และที่หน่วยงานภาครัฐแนะนำ จำนวน 7 แห่ง ประกอบด้วย

1. สวนรัชเวย์ 200 ปี อำเภอลำปาง
2. บ้านน้อยในป่าใหญ่ อำเภอลำปาง
3. เหวโหลมโฮมสเตย์ อำเภอยะรัง
4. ชุมชนโฮมสเตย์บ้านทอน-อม อำเภอยะรัง
5. Villa Varich ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบางหมาก อำเภอยะรัง
6. กาแฟถ้ำสิงห์ อำเภอยะรัง
7. ศูนย์เรียนรู้ตามศาสตร์พระราชานองใหญ่ อำเภอยะรัง

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 7 แห่ง มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยมีทั้งผู้ประกอบการที่ดำเนินการไปแล้วเริ่มตั้งตัวได้ มีแผนในการขยายกิจการ หรือขยายเครือข่ายเพื่อเพิ่มรายได้ มีทั้งผู้ประกอบการที่มาถึงจุดที่ต้องตัดสินใจว่าจะเดินต่อไปข้างหน้าหรือพอแค่นี้ และมีทั้งกลุ่มที่มีชื่อเสียงมีศักยภาพแต่ติดเงื่อนไขบางประการจนทำให้ไม่สามารถพัฒนาพื้นที่ของตัวเองไปสู่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ โดยสังเขปสามารถสรุปได้ดังนี้

▪ **สวนรัชเวย์ 200 ปี** เป็นสวนผลไม้โบราณที่สืบทอดมากกว่า 3 ชั่วอายุ ต้นไม้แต่ละต้นมีอายุมากกว่า 100 ปี เป็นการทำสวนแบบผสมผสานหรือสวนสมรมตามแบบสวนดั้งเดิมของคนใต้ สวนรัชเวย์ 200 ปี เป็นที่รู้จักของหน่วยงานราชการโดยเฉพาะกระทรวงเกษตรฯ มานานกว่า 30 ปี ผลไม้หลัก ๆ ของสวน คือ ทุเรียนพันธุ์บ่อทอง ซึ่งเป็นทุเรียนพื้นถิ่นของอำเภอลำปางต้นสูงมากต้องรอเก็บเฉพาะตอนหล่นเหมือนทุเรียนพื้นเมืองอื่น ๆ มังคุดในสวนต้นใหญ่และสูงมากเวลาเก็บเกี่ยวต้องจ้างคนเก็บ โดยคนเก็บปีนขึ้นแล้วก็จะพักเที่ยงทานข้าวบนต้นมังคุดเลยทีเดียว นอกจากนี้ยังมีต้นจันทร์เทศที่เป็นสมุนไพร นอกจากความหลากหลายและเสน่ห์ของพันธุ์ไม้โบราณแล้ว สวนรัชเวย์ยังมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากอยู่ติดถนนใหญ่สายปากน้ำลำปาง และติดแม่น้ำลำปาง พื้นที่เข้าถึงสะดวกและสวยงาม ปัจจุบันลุงสำเร็จรัชเวย์ เจ้าของคนปัจจุบันมีอายุกว่า 80 ปี ยังคงทำหน้าที่เจ้าของบ้านคอยต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมชม จากการเยี่ยมชมและพูดคุยกับลุงสำเร็จ พบว่า แม้สวนรัชเวย์ 200 ปี จะมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีเจ้าของที่พร้อมต้อนรับและถ่ายทอดเรื่องราว แต่ตลอด 30 ปีที่ผ่านมาถึงปัจจุบันสวนรัชเวย์ 200 ปี ยังคงเป็นสวนหลังบ้านที่ลุงสำเร็จและภรรยาใช้รับแขกที่มาเยี่ยมชม โดยไม่มีรายได้ตลอดมา ไม่ได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อมรับนักท่องเที่ยว และหารายได้จากการท่องเที่ยว สาเหตุสำคัญที่สวนรัชเวย์ 200 ปี ไม่ได้พัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง ๆ ที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากลุงสำเร็จและภรรยาดูแลกันแค่ 2 คน และในยุคที่มีแรงงานการท่องเที่ยวก็ไม่ได้ได้รับความนิยม คนมาเยี่ยมชมสวนส่วนใหญ่ก็เป็นแขกของหน่วยงานราชการ และไม่ได้มาอย่างต่อเนื่อง และเมื่อถึงยุคที่การท่องเที่ยวรุ่งเรื่องลู่กับป่าก็อายุมากแล้ว ไม่มีกำลังพอที่จะเริ่มธุรกิจใหม่ และรายได้จากสวนก็เพียงพอให้ทั้ง 2 ท่านใช้ชีวิตอย่างสบาย

▪ **บ้านน้อยกลางป่าใหญ่** ในขณะที่สวนรัชเวย์ 200 ปี มีความพร้อมทั้งด้านสถานที่ และพืชพรรณ แต่ขาดคนทำ บ้านน้อยกลางป่าใหญ่ กลับตรงกันข้าม เพราะบ้านน้อยกลางป่าใหญ่อยู่ในสวนปาล์ม ห่างจากถนนสาย 41 ประมาณ 5 กม. ตลอดเส้นทางมีแต่สวนปาล์ม ไม่มีชุมชน ไม่มีแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ที่ตั้งของบ้านน้อยในป่าใหญ่เจ้าของก็ปรับมาจากสวนปาล์มที่เคยเป็นศูนย์เรียนรู้การทำธนาคารต้นไม้ร่วมกับการ

ปลูกปาล์ม ที่รู้จักในชื่อ “สวนปาล์มอารยขัดขึ้น” ซึ่งเริ่มดำเนินการโดยกำนันเครวิต ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งธนาคารต้นไม้ของจังหวัดชุมพร จากศูนย์เรียนรู้ที่ใช้ต้อนรับคณะดูงานเฉพาะกลุ่ม ไม่มีการจัดหารายได้ในรุ่นของกำนันเครวิต ได้ส่งต่อสวน และศูนย์เรียนรู้มายังรุ่นลูกสาว คือ คุณเมย์ จากการสัมภาษณ์คุณเมย์ทำให้ทราบว่า คุณพ่อกำนันไม่ได้ส่งต่อแคสวนให้ลูกสาว แต่ส่งต่อความรักในอาชีพเกษตร ส่งต่อความรักในธรรมชาติ ได้สร้างความฝันให้คุณเมย์อยากมีบ้านในป่า อยากทำสวนตัวเองให้เป็นป่าสมบูรณ์แบบสวนโมกขพลาราม จึงเป็นที่มาของชื่อ “บ้านน้อยกลางป่าใหญ่” หลังจากเรียนจบคุณเมย์จึงกลับมาดูแลสวนและศูนย์เรียนรู้ต่อจากพ่อ และใช้ความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เรียนจบมา บอกเล่าเรื่องราวความสุขของตัวเองที่กลับมาทำเกษตรกับพ่อ ผ่านเฟซบุ๊ก “บ้านน้อยกลางป่าใหญ่” จนเป็นที่รู้จักและมีพี่สาวมาทำหน้าที่นำผลผลิตจากสวนไปทำไอศกรีมภายใต้แบรนด์ “บ้านน้อยกลางป่าใหญ่” และบ้านน้อยกลางป่าใหญ่ก็ได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจากศูนย์เรียนรู้อย่างเดียว มาเป็นศูนย์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของคนทุกช่วงวัย โดยใช้เครือข่ายภายนอกมาร่วมจัด ทำให้มีกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายขึ้น และมีร้านค้า ร้านอาหารที่ใช้ผลผลิตในฟาร์มและในชุมชนเป็นวัตถุดิบ สามารถสร้างความสุขให้คนเข้าร่วม คนทำและรายได้ให้กับพี่สาวได้อย่างต่อเนื่อง

ความแตกต่างระหว่างสวนรัชเวย์ 200 ปี กับบ้านน้อยกลางป่าใหญ่ที่ชัดเจนคือ การมีคนสานต่อกิจกรรมที่คนรุ่นพ่อแม่เริ่มไว้ ซึ่งส่วนใหญ่จะยังไม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เป็นเพียงแหล่งเรียนรู้ของคนกลุ่มเล็ก เมื่อมีรากฐานเล็ก ๆ จากรุ่นพ่อแม่หากมีรุ่นลูกมาสานต่อ ก็ทำให้เกิดเป็นธุรกิจท่องเที่ยวเต็มรูปแบบที่สามารถสร้างรายได้ให้ครัวเรือน ชุมชนและเครือข่ายได้เพียงพอ แต่หากไม่มีคนรุ่นใหม่สานต่อหรือมาพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัย แม้สวนเกษตรนั้นจะมีศักยภาพเหมาะสมเพียงใดก็ไม่สามารถประสบความสำเร็จได้

▪ **เหวโหลมโฮมสเตย์** เกิดจากประสบการณ์ของของผู้ใหญ่โรจน์ ที่เคยทำงานกับกรมป่าไม้ในโครงการคนอยู่กับป่า โดยการไปส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองเรือที่อยู่ใกล้ ๆ กัน ทำให้เห็นว่าที่บ้านบงไฟเองก็มีบรรยากาศเหมาะสมกับการพักผ่อน มีน้ำตกเหวโหลมที่สวยงาม มีคลองให้ล่องแก่ง จึงเป็นที่มาของการรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนท่องเที่ยวบ้านบงไฟ และเหวโหลมโฮมสเตย์ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกลุ่ม รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก คือ การเดินป่า ล่องแก่ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบการที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิตในหมู่บ้าน ชาวบ้านอาจมีผลผลิตการเกษตรตามฤดูกาลออกมาวางขาย การเชื่อมโยงภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยวอีกรูปแบบที่เจอคือ การนำผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่มาทำอาหารเลี้ยงรับรองนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบงไฟจัดเป็นรายได้เสริม เป็นอาชีพรอง โดยอาชีพหลักยังคงเป็นอาชีพการเกษตร เช่นเดียวกับ โฮมสเตย์ของพื้นที่ **ชุมชนโฮมสเตย์บ้านทอน-อม** ซึ่งยังคงอาชีพเกษตรเป็นอาชีพหลัก การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริม การทำโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านจำเป็นต้องดูแลนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดติดต่อพักในบ้านหลังเดียวกับเจ้าของบ้าน ต้องคอยประสานกับเครือข่ายท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อจัดทริป และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ผู้ประกอบการจะขาดความเป็นส่วนตัวมาก บางครั้งทำให้รู้สึกเหนื่อย ไม่คุ้มที่จะทำ และหากบ้านไหนมีผู้ป่วยในบ้านก็จำเป็นต้องปิดรับนักท่องเที่ยวไปเลย เช่น กรณีของเหวโหลมโฮมสเตย์

ดังนั้นแม้โฮมสเตย์จะลงทุนน้อย แต่ก็มีปัญหาการจัดการในระยะยาว เจ้าของบ้านขาดความเป็นส่วนตัว บางรายอาจมีแนวคิดจะเลิก หากมีรายได้ทางอื่นเพียงพอ และไม่มีคนทำต่ออย่างเช่น กรณีของพื้นที่ หรือหากมีงบประมาณ มีคนทำ และเห็นว่ากิจการมีโอกาสเติบโตสูงก็ปรับรูปแบบเป็นรีสอร์ทหรือ โฮมลอว์ด

เช่น กรณีของเหวโหลมโฮมสเตย์ ที่จำเป็นต้องปิดรับลูกค้าในส่วนของโฮมสเตย์เพราะมีคนป่วยที่บ้าน แต่เนื่องจากเจ้าของมองเห็นโอกาสการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในอำเภอพะโต๊ะ จึงมีแผนในการขยายกิจการ

▪ **ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบางหมากกับ Villa Varich** ชุมชนบ้านบางหมากอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองชุมพร แต่ที่ผ่านมาชุมชนบางหมากไม่เคยคิดเรื่องการท่องเที่ยว จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวชุมชนบางหมากเริ่มจากการมีถนนสายเลียบเมืองชุมพรตัดผ่านหน้าชุมชน ทำให้คุณคม วิศวกรผู้ชอบใช้ชีวิตกลางแจ้งกับกีฬาและการท่องเที่ยว จากประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ ความสามารถด้านภาษา เทคโนโลยี และศักยภาพของพื้นที่ คุณคมมองเห็นโอกาสที่จะทำธุรกิจโรงแรมที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่รอขึ้นเรือไปเกาะเต่า จึงขอที่ดินสวนปาล์มติดถนนและลำคลองจากคุณพ่อ และเริ่มก่อสร้าง Villa Varich ท่ามกลางเสียงคัดค้านทั้งจากคนในครอบครัว และเพื่อนบ้าน เพราะมีมุมมองและประสบการณ์ไม่เหมือนกัน ทุกคนมองว่าบางหมากใครจะมาเที่ยว มาพัก แต่คุณคมและภรรยายังคงเดินหน้า ใช้ความรู้ความสามารถของตนเองเต็มที่จนเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าพักอย่างต่อเนื่อง แต่ในช่วงแรกแขกจะเข้าพักเพื่อรอขึ้นเรือไปเกาะเต่าเป็นหลัก โดยจะพักเฉลี่ยเพียงคนละ 1.5 คืน เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวพักนานขึ้น คุณคมจึงคิดว่าควรหากิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำ จึงได้สำรวจสิ่งที่น่าสนใจในหมู่บ้านที่คาดว่านักท่องเที่ยวจะชอบ เช่น สถานที่ฝึกยิงของกลุ่มอาชีพจับจิ้งเก็บมะพร้าว บ้านทำสมุนไพรสปา บ้านทำขนม สวนมะพร้าว คุณคมจึงได้เข้าไปพูดคุยทำความเข้าใจกับชาวบ้าน แนะนำให้ชาวบ้านรู้ว่านักท่องเที่ยวมาจะต้อนรับเขาอย่างไร เมื่อชาวบ้านตอบรับคุณคมก็ทำแผนที่เที่ยวชุมชน และบริการจักรยานให้นักท่องเที่ยว ช่วงแรกคุณคมไปกับนักท่องเที่ยวด้วย หลัง ๆ ให้ชาวบ้านดูแลนักท่องเที่ยวเอง จนปัจจุบันชาวบ้านมีความคุ้นเคยและมีรายได้จากการท่องเที่ยว บ้านบางหมากจึงได้กลายมาเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวมาชมอย่างต่อเนื่อง Villa Varich เองก็มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 5 คืน และยังได้เพิ่มกิจกรรมเรียนรู้การทำกาแพตลอดกระบวนการสำหรับแขกที่เป็นคอกาแพกรณีของชุมชนบางหมากและ Villa Varich การประสบความสำเร็จของชุมชนบางหมากนั้น สิ่งสำคัญ คือ การมีผู้นำที่เห็นโอกาส และมีศักยภาพมากพอที่จะดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน และมองเห็นศักยภาพของชุมชนดึงศักยภาพของชุมชนมานำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ และที่สำคัญคือ การเปิดใจของคนในชุมชนที่จะยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมและเรียนรู้

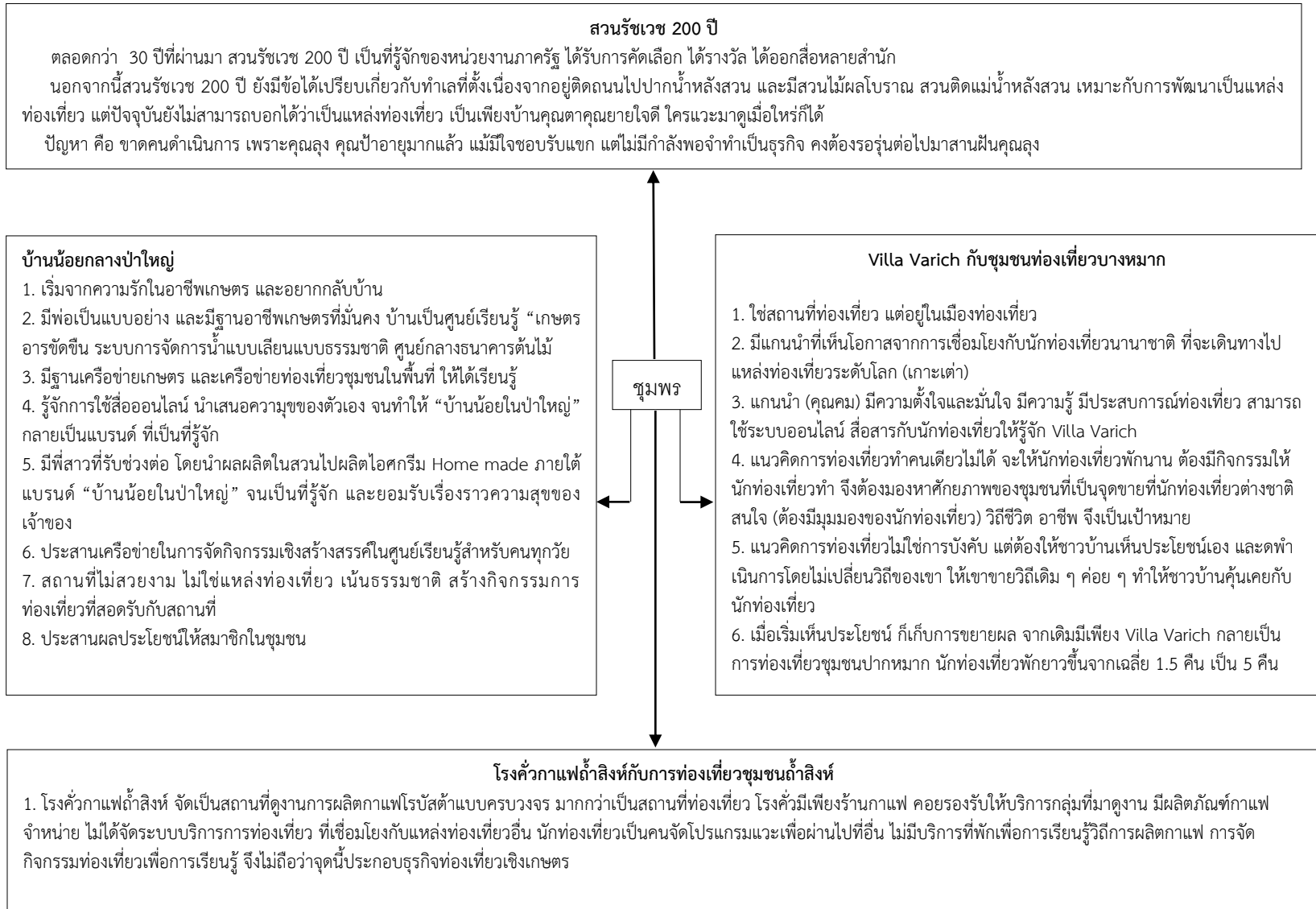
▪ **กาแพถ้ำสิงห์** แหล่งเรียนรู้การผลิตกาแพโรบัสต้าตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ในที่เดียว นักท่องเที่ยวยังได้ชิมรสชาติเข้มข้นของกาแพโรบัสต้า อันเป็นกาแพพันธุ์หลักของภาคใต้ และมีแหล่งปลูกหลักที่ถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร ที่ผ่านมาการเข้าชมทางโรงคั่วกาแพไม่ได้เก็บค่าเข้าชม แต่จะมีรายได้จากการจำหน่ายกาแพให้กับแขกและในฤดูผลไม้ก็จะนำทุเรียนจากสวนของเจ้าของโรงคั่วมาวางจำหน่าย

จากชื่อเสียงของกาแพถ้ำสิงห์ ได้ดึงดูดผู้คนภายนอกมาเที่ยวในชุมชน จึงทำให้ชุมชนมีความตื่นตัวหันมามองตนเองว่าสามารถรับผลประโยชน์จากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้อย่างไร ทำให้มีผู้สนใจทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น เช่น การท่องเที่ยวชมสวนสละ การท่องเที่ยวเรียนรู้เกษตรอินทรีย์สวนนรินทร นอกจากนี้ภาครัฐทั้งระดับจังหวัด และท้องถิ่น ได้เข้ามาส่งเสริมโดยการพัฒนาแหล่งเที่ยวใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับถ้ำสิงห์ เช่น จุดชมวิวดูทะเลหมอกเขาสูง จุดชมวิวเขามัทรี และยังได้จัดงานส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น จิบกาแพ แลเขาสูง จิบกาแพ แลสละ เป็นต้น

การท่องเที่ยวชุมชนถ้าสิ่ง และเครือข่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งให้เห็นว่าการเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน จำเป็นต้องมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ก่อน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรค่อยมาเสริมตามลำดับ

สำหรับกรณีของ “ศูนย์เรียนรู้ตามศาสตร์พระราชานองใหญ่” แม้ปัจจุบันจะมีการจัดการพัฒนาพื้นที่บางส่วนด้วยงบประมาณจากโครงการสร้างศูนย์เรียนรู้ในอดีต และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ไปช่วงหนึ่ง แต่เมื่อหมดงบประมาณการขับเคลื่อนต่าง ๆ ก็หยุดลง เพราะไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำ เนื่องจากยังมีปัญหาความเป็นเจ้าของระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกันเอง ทำให้ท้องถิ่น หรือหน่วยงานราชการที่ต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว ไม่สามารถดำเนินการได้เต็มที่

สรุปบทเรียนจากจังหวัดชุมพร



5.3.2 จังหวัดเชียงใหม่ (อำเภอแมริม)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาตินานานมาก อีกทั้งการท่องเที่ยวของเชียงใหม่มีความหลากหลาย ทั้งธรรมชาติ ภูมิสถาปัตย์ ศิลปวัฒนธรรม อาหาร วิถีชีวิต คนเมือง ทำให้คนเชียงใหม่มีความคุ้นเคยกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวมาหลายชั่วอายุคน เป็นข้อได้เปรียบของคนเชียงใหม่ที่จะเข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะเข้าใจบริบทการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว จะเห็นได้จากการที่มีเกษตรกรจำนวนมากในเชียงใหม่ปรับปรุงฟาร์มของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว และจำหน่ายผลผลิตจากฟาร์มโดยตรง โดยเฉพาะในอำเภอแมริมซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรใกล้ตัวเมืองเชียงใหม่มากที่สุด มีการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหลายพื้นที่ ทีมวิจัยจึงได้กำหนดเป็นพื้นที่ศึกษาตัวอย่างความสำเร็จ โดยคัดเลือกผู้ประกอบการ ดังนี้

1. สวนดอกไม้ป่ากเอี้ยง ตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแมริม
2. สวนส้มยอดดอย ม่อนแจ่ม ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม
3. ไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่ม ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม

สวนดอกไม้ป่ากเอี้ยง ตั้งอยู่ที่บ้านดอนตัน ตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแมริม ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 12 กิโลเมตร เหมืองแก้วเป็นแหล่งปลูกดอกไม้พันธุ์ต่างประเทศที่สำคัญของเมืองเชียงใหม่มานาน แต่ไม่เคยถูกนำเสนอเป็นแหล่งท่องเที่ยว จนกระทั่งสวน I Love Flower ได้ริเริ่ม พัฒนาสวนดอกไม้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการคัดเลือกพันธุ์ไม้ดอก และการจัดการแปลงที่สวยงาม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป จนมีชื่อเสียง ทำให้เจ้าของสวนรายอื่นเห็นโอกาส และเริ่มทำตาม จนทำให้สวนดอกไม้เหมืองแก้วเป็นที่รู้จัก และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องมาเมื่อมาเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามไม่ใช่เจ้าของสวนทุกรายจะประสบความสำเร็จจากการปรับสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจ

สวนป่ากเอี้ยง ถือเป็นสวนดอกไม้ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ในฤดูกาลที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม จะมีนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมไม่ต่ำกว่า 1,000 ราย ซึ่งมากกว่าสวนของเพื่อนบ้าน 4-5 เท่าตัว โดยป่ากเอี้ยงมีที่ดินของตัวเองแค่ไม่มาก แต่ใช้การรวมตัวกับสวนดอกไม้ของเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้กัน โดยการเหมาสวนในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) ทำให้มีพื้นที่สวนกว่า 10 ไร่ มีการตกแต่งสวนให้สวยงามทางเดินสะดวก แห้ง ไม่สกปรก และมีการก่อสร้างอาคารสำหรับนั่งพักผ่อน ออกแบบและจัดสรรพื้นที่สวนโดยสถาปนิก ทำให้สวนดูตระการตา มีพื้นที่ให้ถ่ายรูปหลายจุด นอกจากนี้ยังมีจุดบริการให้ตากล้องมืออาชีพเข้ามาให้บริการถ่ายรูปให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเซตรูปสวย ๆ โดยที่ทางสวนป่ากเอี้ยงไม่คิดค่าหัวคิวเพิ่ม สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และรู้สึกคุ้มค่ากับค่าเข้าชม (50 บาท) ไม่รู้สึกว่าคุณประกอบการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

ความเข้าใจความต้องการนักท่องเที่ยว และวางแผนตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เต็มที่ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกว่าโดนเอาเปรียบ คือ ปัจจัยประสบความสำเร็จของสวนป่ากเอี้ยง เป็นสิ่งที่ป่ากเอี้ยงสะสมประสบการณ์จากการทำงานในวงการท่องเที่ยวมาหลายปีก่อนมาทำสวนดอกไม้

สวนส้มยอดดอย ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม อยู่ติดกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญคือ ม่อนแจ่ม ชาวบ้านที่นี้ปลูกพืชมาหลายชนิดตามภาวะตลาด ตั้งแต่ลิ้นจี่ เมื่อลิ้นจี่ราคาไม่ดีก็เปลี่ยนมาปลูกแครอท เมื่อแครอทถูกดีตลาดโดยแครอทจากใต้หวัน ก็เปลี่ยนมาปลูกพืชผักเมืองหนาว แต่ผลจาก FTA ไทยจีนทำให้พืชผักเมือง

หนาวูกตีตลาดอีกครั้ง ประกอบกับตอนนั้นสวนส้มในอำเภอฝางล้มตาย ทำให้ราคาส้มสายน้ำผึ้งราคาดี เกษตรกรในแม่แรมหลายรายจึงหันมาปลูกส้มจนถึงปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงสวนส้มมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกิดจากปัญหาราคาส้มตกต่ำ เพราะต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เจ้าของสวนจึงคิดหาแนวทางการตัดพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายแก่ผู้บริโภคโดยตรง ประกอบกับน้องสาวที่มีสวนใกล้เคียง ๆ กัน ทำสวนดอกไฮเดรนเยียและเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวเช่นเดียวกับเกษตรกรที่เหมืองแก้ว แต่ที่ม่อนแจ่มมีข้อได้เปรียบเรื่องบรรยากาศ และทัศนียภาพที่สวยงามกว่า จึงมีแนวคิดปรับพื้นที่สวนจำนวน 3 ไร่ซึ่งอยู่ใกล้สวนดอกไม้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงสวนให้เหมาะกับการถ่ายรูป สะดวกในการเดินชม สร้างอาคารร้านค้าสำหรับนั่งพักผ่อนชมวิว จิบกาแฟ ชิมส้มสด ๆ จากสวน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวซื้อส้มทั้งแบบถือกลับบ้าน และส่งกลับบ้านให้ผ่านขนส่งเอกชน นอกจากนี้รายได้จากค่าเข้าชม (90 บาทต่อคน) ยังตัดปัญหาพ่อค้าคนกลาง สามารถจำหน่ายส้มแก่ผู้บริโภคโดยตรง และโฆษณาสวนส้มผ่าน เฟสบุ๊กอีกด้วย

การประสบความสำเร็จของสวนส้มยอดดอยนั้น เจ้าของให้แนวคิดที่ว่าถ้าไปทำที่อื่นอาจสำเร็จยากกว่า การทำที่เชียงใหม่ เนื่องจากเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากอยู่แล้ว เขาจึงทำแค่ตึ๊งนักท่องเที่ยวเข้ามาแค่ไม่กี่กิโลเมตร แต่ถ้าไม่ใช่เมืองท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตรคงไม่สามารถดึงนักท่องเที่ยวจากบ้านหลายร้อยกิโลเมตรมาเที่ยวสวนโดยตรงได้ อย่างไรก็ตามแม่แจ่มจะอยู่ในเมืองท่องเที่ยว แต่การบริหารจัดการของเจ้าของก็เป็นปัจจัยสำคัญไม่แพ้กัน ทั้งการหาความรู้ การหาเครือข่าย การออกบูธเผยแพร่ชื่อของสวนให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้ชื่อสวนส้มยอดดอยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงใหม่

▪ **ไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่ม** ตั้งอยู่ติดกับสวนส้มยอดดอย เมื่อได้เห็นความสำเร็จของเพื่อนบ้าน เจ้าของสวนแบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่ม จึงคิดแสวงหาโอกาสจากการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ จึงเริ่มมองหาพืชที่จะนำมาปลูกดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่ง ต้องเหมาะสมกับพื้นที่ใช้เวลาปลูกไม่นาน (เพื่อทันกับโอกาสที่เกิดขึ้น) สามารถนำมาแปรรูปได้ ไม่ซ้ำกับเพื่อนบ้าน สวยงาม มีจุดขาย เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ร่วมกับลูกสาวตั้งขึ้นนี้ แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจเกษตรกับการท่องเที่ยวอย่างดี และสุดท้ายก็เลือก “แบล็คเบอร์รี่” เพราะตรงกับเงื่อนไขทุกอย่าง ใช้เวลาแค่ 5 เดือนก็สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยเน้นการขายเครื่องดื่มจากผลแบล็คเบอร์รี่ ดึงดูดลูกค้าด้วยร้านกาแฟ ที่มีมุมถ่ายรูปที่สวยงาม และลูกค้าสามารถเดินลงไปถ่ายรูปในสวนและเก็บแบล็คเบอร์รี่ซื้อกลับบ้านได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้ยังสร้างเพจบนเฟสบุ๊ก และมีลูกสาวคอยขับเคื่อนและพูดคุยกับนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด ความสำเร็จของไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่ม นอกจากพึ่งพิงการเป็นเมืองท่องเที่ยวของเชียงใหม่แล้ว สามเหตุสำคัญคือ วิสัยทัศน์ของเจ้าของ และการรวมพลังของคน 2 รุ่น คือรุ่นคุณพ่อที่มีทักษะด้านการเพาะปลูก และรุ่นลูกสาวที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจท่องเที่ยว การใช้สื่อสารสนเทศ และความมีจิตบริการของผู้ประกอบการ อาจพูดได้ว่าความสำเร็จของไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่มเริ่มตั้งแต่การตั้งเงื่อนไขในการเลือกพืชที่จะปลูกเพื่อดึงนักท่องเที่ยวแล้ว เพราะแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดอย่างดี

สรุปบทเรียนจังหวัดเชียงใหม่

สวนส้มยอดดอย..	ไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่ม
<ol style="list-style-type: none"> 1.พื้นที่บนดอยมีวิวสวยงามเหมาะกับการถ่ายรูปลงโซเชียล เส้นทางคมนาคมเข้าถึงได้ ใกล้ม่อนแจ่มซึ่งเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง 2.ผู้ประกอบการอยู่ในเชียงใหม่ ได้เห็นและซึมซับ บรรยากาศการเป็นเมืองท่องเที่ยว ทำให้มีมุมมองเกี่ยวกับ ธุรกิจท่องเที่ยวชัดเจนกว่าเกษตรกรทั่วไป 3.ผู้ประกอบการเห็นโอกาสจากการดิ่งนักท่องเที่ยว เชียงใหม่ เข้าพื้นที่ 4.ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว การจัดสวนให้เหมาะกับการเข้าชมของนักท่องเที่ยว มีจุด พักผ่อน จำหน่ายสินค้า ชมวิว ถ่ายรูป เก็บผลผลิต 5.ผู้ประกอบการมีความพยายามที่จะเรียนรู้ หาเครือข่าย ออกบูธ มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ 6.เป้าหมายยังชัดเจน คือ จำหน่ายส้มสายน้ำผึ้ง โดยใช้การ ท่องเที่ยวเป็นฐาน 7.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานรัฐ ทั้ง อบต. และเกษตร อำเภอ 8.ชุมชนเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่ครึกครื้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1.พื้นที่บนดอยมีวิวสวยงามเหมาะกับการถ่ายรูปลงโซเชียล เส้นทางคมนาคมเข้าถึงได้ ใกล้ม่อนแจ่มซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวมี ชื่อเสียง 2.ผู้ประกอบการอยู่ในเชียงใหม่ ได้เห็นและซึมซับบรรยากาศ การเป็นเมืองท่องเที่ยว ทำให้มีมุมมองเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว ชัดเจนกว่าเกษตรกรทั่วไป มีจิตบริการสูง 3.ผู้ประกอบการเห็นโอกาสจากการดิ่งนักท่องเที่ยวเชียงใหม่ เข้าพื้นที่ 4.ผู้ประกอบการมีการคิดวิเคราะห์หาข้อมูลเกี่ยวกับพืชผลที่ เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว ที่ไม่แข่งกับใคร โทไว ดูแล ง่าย เหมาะกับพื้นที่ และสามารถจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวได้ หลากหลายเมนู และจบลงที่ สวนแบล็คเบอร์รี่ที่ผลตอบรับดี มาก 5.ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว การ จัดสวนให้เหมาะกับการเข้าชมของนักท่องเที่ยว มีจุดพักผ่อน จำหน่ายสินค้า ชมวิว ถ่ายรูป เก็บผลผลิต 6.พ่อดูแลเรื่องการผลิตในสวน ลูกสาวดูแลเรื่องการตลาด การ ขายหน้าร้านและโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ มีมนุษยสัมพันธ์ดีมาก 7.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานรัฐ ทั้ง อบต. และเกษตร อำเภอ 8.ชุมชนเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ครึกครื้น

สวนป่านกเอี้ยง

1. เจ้าของมีจิตบริการ มีเครือข่าย มีประสบการณ์ มีความรู้
2. เจ้าของมีความเข้าใจลึกซึ้งในสิ่งที่ตัวเองทำและนำเสนอกับลูกค้า จึงจัดระบบสวนให้มีขนาดพอเหมาะ มีความสวยงาม
หลากหลาย ตอบสนองลูกค้าทุกช่วงอายุได้
3. สร้างความคุ้มค่ากับค่าเข้าชมสวน นักท่องเที่ยวรู้สึกได้มากกว่ารายจ่าย (50 บาท)
4. การวางแผนอย่างเป็นระบบ หาพันธมิตรธุรกิจมาทำงานในส่วนที่เราไม่ถนัด ให้เกียรติ ให้ผลประโยชน์โดยไม่เอาเปรียบ
5. ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวหลัก จึงต้องพึ่งพิงเมืองท่องเที่ยวเป็นฐานลูกค้า (เชียงใหม่)

5.3.3 จังหวัดเพชรบูรณ์

เพชรบูรณ์ยังเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรอง มีมะขามหวานเป็นผลไม้ที่ทำให้คนรู้จักจังหวัดเพชรบูรณ์มากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ภูทับเบิก และเขาค้อ เป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศ ชมทะเลหมอกในฤดูหนาวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯมากนัก โดยเฉพาะเขาค้อที่การท่องเที่ยวในช่วงแรก ๆ จะถูกกล่าวถึงว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพราะผู้ประกอบการท่องเที่ยวยุคแรกคือ “ไร่ BN” ทำให้การรับรู้ของคนทั่วไป คือ เขาค้อเป็นแหล่งท่องเที่ยวชมทะเลหมอก สัมผัสอากาศหนาว และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลายที่ เช่น ไร่บี.เอ็น ไร่น้ำโชค ไร่จี.บี ไร่น้ำผึ้ง สวนสตรอเบอร์รี่ L.K. สวนดอกไม้ สวนดอกไม้ Blue Sky Resort ทุ่งดอกฮับ ทุ่งดอกเก๊กฮวย และ ไร่กาแฟจ่านรินทร์ เป็นต้น จากความหลากหลายของผู้ประกอบการ และการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทีมวิจัยจึงได้เลือกเขาค้อเป็นกรณีศึกษา

แต่จากการตรวจสอบ พบว่า นอกจากไร่ของผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่เหลือสวนใหญ่จะเป็นร้านกาแฟและจัดบริเวณปลูกดอกไม้รองรับนักท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ไม่ใช้การเกษตรแบบถาวร ทีมวิจัยจึงตรวจสอบกับเกษตรกรอำเภอจึงได้คำแนะนำให้ศึกษารณีตัวอย่างที่ไร่กาแฟจ่านรินทร์ ที่เป็นผู้ประกอบการที่พัฒนามาจากแปลงเกษตรแค่ 2 ไร่ มาสู่การเป็นธุรกิจเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเป็นตัวอย่างของเกษตรกรในพื้นที่จริง ๆ

▪ **ไร่กาแฟจ่านรินทร์** ปัจจุบันประกอบกิจการปลูกกาแฟ ร้านกาแฟสด โรงคั่วกาแฟ โรงคั่วโอคาโต้ และผลิตภัณฑ์ขนมจากกาแฟและโอคาโต้จำหน่าย โดยทั้งหมดนี้ตั้งอยู่บนที่ดิน 2 ไร่ริมถนนเข้าอำเภอเขาค้อสำหรับโรงคั่วกาแฟ และโรงคั่วโอคาโต้ ทางไร่จะรวบรวมกาแฟและโอคาโต้จากเกษตรกรในพื้นที่มาแปรรูปจำหน่ายต่อในชื่อไร่กาแฟจ่านรินทร์ นอกจากนี้ยังให้บริการที่พักสำหรับแขกอีก 2 ห้อง นอกจากนี้จ่านรินทร์ยังได้ซื้อที่ดินเพิ่มเติมและทำเป็นสวนผักข้าว เพื่อพักผ่อนยามเกษียณจากธุรกิจและงานราชการที่ทำอยู่ในปัจจุบัน

ไร่กาแฟจ่านรินทร์ เริ่มขึ้นในปี เริ่มต้นในปี 2552 เมื่อจ่านรินทร์ซึ่งรับราชการตำรวจอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตที่วุ่นวาย ขอย้ายมาเป็นตำรวจที่เพชรบูรณ์ (บ้านเกิดภรรยา) แต่ไม่เลือกลงที่อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ มาขอลงที่เขาค้อแทนเพราะชอบบรรยากาศ และใฝ่ฝันอยากเป็นเกษตรกร เมื่อย้ายมาอยู่เขาค้อ ญาติภรรยาแบ่งขายที่ดินให้ 2 ไร่ จึงเป็นจุดเริ่มต้นอาชีพเกษตรกรของจ่านรินทร์ โดยใช้เวลาวางหลังเลิกงานปรับปรุงพื้นที่ และขอความรู้จากเกษตรกรอำเภอ ได้คำแนะนำให้ปลูกกาแฟ พร้อมได้ต้นกาแฟแจกจากเกษตรกรอำเภอ 200 ต้น เมื่อกาแฟให้ผลผลิตปรากฏว่าไม่มีที่ขาย ก็กลับไปปรึกษากับเกษตรกรอำเภอก็ได้รับคำแนะนำให้คั่วกาแฟเอง และจำหน่ายเป็นสารกาแฟ หรือกาแฟสดแก่นักท่องเที่ยว เมื่อสองสามภรรยาตัดสินใจร่วมกันว่าลองไปต่อดู จึงเริ่มกิจการคั่วกาแฟ และตั้งซุ้มแจกกาแฟให้นักท่องเที่ยวที่ผ่านมาเขาค้อได้ทดลองชิม (ตอนนั้นยังไม่มีร้านกาแฟ) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรสชาติ จนสามารถปรับปรุงจนได้สูตรกาแฟที่ลงตัว และเริ่มจำหน่ายสารกาแฟ จนในปี 2556-2557 เริ่มมีนักท่องเที่ยวที่แวะชิมกาแฟเริ่มขอเข้ามาดูสวนกาแฟ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไร่กาแฟจ่านรินทร์จึงเริ่มขึ้น โดยการทำลานกางเต็นท์ในสวนกาแฟ และพัฒนามาเป็นที่พักรถในปัจจุบัน นอกจากชมสวนกาแฟ ยังได้เพิ่มกิจกรรมการทำเกษตรอินทรีย์ เช่น การทำปุ๋ยจากเศษเนื้อกาแฟและแมคคาเดเมีย การปลูกพืชผสมผสานร่วมกาแฟ และเมื่อ

กรมเกษตรอำเภอมาแนะนำให้อำนาจบริหารและเกษตรกรในพื้นที่ปลูกแมคคาเดเมีย อำนาจบริหารก็ให้ความร่วมมือ และศึกษาอย่างจริงจังร่วมกับเกษตรกรรายอื่น เมื่อผลผลิตออกเยอะไม่มีที่ขาย กรมส่งเสริมแนะนำให้แปรรูป อำนาจบริหารก็ทดลองทำ จนประสบความสำเร็จได้เปิดโรงงานและเป็นผู้รวบรวมผลผลิตของเพื่อเกษตรกรมาแปรรูป ตัดปัญหาเรื่องผลผลิตขายไม่ได้และขยายผลการผลิตแมคคาเดเมียให้เป็นอาชีพสร้างรายได้ให้เกษตรกรในพื้นที่

การที่อำนาจบริหารไว้ใจให้เกษตรกรอำเภอเป็นที่เลี้ยง ให้ความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ อย่างเต็มที่ และส่วนตัวเองยังไม่รู้เพิ่มเติม ใช้ความขยัน ใช้ความเป็นคนดีสร้างเครือข่ายทั้งความรู้และเครือข่ายธุรกิจ ทำให้เกิดการพัฒนาค่อยเป็นค่อยไป มีรากฐานที่มั่นคง เมื่อได้รับการยอมรับจากสังคมในพื้นที่โอกาสใหม่ ๆ ก็เข้ามา เช่น ธกส. มาเสนอเงินกู้ให้ทำร้านกาแฟ (ทำให้ร้านกาแฟอำนาจบริหารเปลี่ยนจากกระท่อมข้างถนนเป็นร้านกาแฟมาตรฐานในปัจจุบัน และการเป็นลูกค้า ธกส. ยังเปิดโอกาสให้ไร่กาแฟอำนาจบริหารได้มีโอกาสไปเปิดบูธแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ ของ ธกส. ทั่วประเทศ สร้างเครือข่ายและเผยแพร่ชื่อเสียงของผลผลิตไร่กาแฟอำนาจบริหารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น จนในที่สุดก็ได้รับการคัดเลือกจากนักวิจัยให้เป็นแปลงทดลองปลูกฟักข้าว และแปรรูปฟักข้าวครบวงจร 1 ใน 4 แห่งของประเทศไทย และเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ของไร่

การประชุมกลุ่มผู้ประกอบการ ทำให้เห็นภาพจากมุมมองคนในว่า เขาคือ มีจุดเด่น และศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควบคู่กับการท่องเที่ยวชมทะเลหมอกและสัมผัสอากาศหนาว กลุ่มผู้นำมีการไปดูงานที่เชียงใหม่เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการดึงภาคเกษตรมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกร เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับเกษตรกรอันจะนำไปสู่ความขัดแย้งในอนาคตเพราะผลประโยชน์ขัดแย้งกัน แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ที่เกิดจากเกษตรกรโดยตรงแบบไร่อำนาจบริหารยังมีน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นของนายทุนภายนอก และการปลูกดอกไม้ดึงดูดคนเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยว เกษตรกรไม่ได้ประโยชน์เต็มที่ แม้มีการดูงานและพูดคุยแต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในปัจจุบัน แตกต่างกับกรณีของจังหวัดเชียงใหม่ที่เกษตรกรมีความรู้ ความพร้อมที่เริ่มต้นได้เอง โดยภาครัฐแค่เป็นที่เลี้ยงเสริม

สรุปบทเรียนจากอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

อำเภอเขาค้อ: จังหวัดเพชรบูรณ์

ถอดบทเรียนตัวตนจ่านรินทร์

จ่านรินทร์รู้ชัดเจนว่าความสุขของตัวเองไม่ใช่อาชีพตำรวจ แต่เป็นการทำเกษตรที่เขาชอบ ที่มีอากาศดี บรรยากาศ สถานที่สวยงามเหมาะกับการใช้ชีวิต (แรงจูงใจเรื่องสถานที่มาจากการมีภรรยา เป็นคนเพชรบูรณ์) จึงขอย้ายจาก กทม.ไปประจำที่ สภ. เขาค้อ เริ่มปั้นความสุขของตัวเอง บนพื้นที่ 2 ไร่ ที่ซื้อจากเงินเก็บ ลองผิดลองถูก เรียนรู้จากผู้รู้ (เกษตรอำเภอ) สิ่งที่ทำให้เกิดความสำเร็จคือ

1. ชยัน อดทน ไม่ได้วางเป้าหมายไกล แต่ทำไปทีละขั้นอย่างมีความรู้ ความเข้าใจ
2. ใฝ่เรียนรู้ เปิดใจยอมรับความรู้ที่อยู่ตลอดเวลา
3. ใช้ภาครัฐเป็นประโยชน์ รับโอกาสทุกอย่างที่หน่วยงานภาครัฐมอบให้ แต่ขยายผลเอง ทำเอง รัฐไปพิจำยังทำต่ออย่างมุ่งมั่น โอกาสเลยเข้ามาเรื่อย ๆ
4. รักในสิ่งที่ตนเองทำ มีเป้าหมายที่ความสุข ไม่ใช่กำไรเป็นหลัก
5. ไม่ได้ทำคนเดียว มีคู่คิดที่บ้าน และมีเครือข่ายที่เป็นฐานธุรกิจ (เกษตรกรรายย่อย) และ เครือข่ายฐานความรู้ (นักวิชาการ)
6. เป็นคนที่มีบุคลิกอบอุ่น เป็นกันเอง ใจดี เป็นกันเอง เข้าถึงง่าย ไม่ลงทุนแบบโลภ แม้กระทั่ง ตอนธุรกิจโตมีชื่อเสียง
7. มีความเป็นครู ทำให้คนที่มาเยี่ยมชมประทับใจ สบายใจ

5.3.4 จังหวัดนครราชสีมา (อำเภอวังน้ำเขียว)

แหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นที่รู้จักของจังหวัดนครราชสีมา คือ เขาใหญ่ ส่วนอำเภอวังน้ำเขียวนั้นในอดีตไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นพื้นที่จัดสรรรอยต่อระหว่างชุมชนกับป่า คนวังน้ำเขียวส่วนใหญ่จึงเป็นคนนอกพื้นที่ซึ่งอพยพเข้ามาในช่วงที่รัฐจัดสรรที่ให้ และบางส่วนก็เข้ามาจับจองโดยผิดกฎหมาย ซึ่งยังมีปัญหาเรื่องสิทธิระหว่างกรมป่าไม้กับประชาชนจนถึงปัจจุบัน เดิมอาชีพหลักของคนวังน้ำเขียวคือการทำไร่ข้าวโพด ไร่มันสำปะหลัง

จากการสัมภาษณ์ คุณพงษ์เทพ มาลาชาสังข์ เลขาธิการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในอำเภอวังน้ำเขียว และการประชุมกลุ่มย่อยสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวังน้ำเขียว พบว่า การเปลี่ยนแปลงของวังน้ำเขียวเริ่มจากการที่วังน้ำเขียวได้รับการประกาศให้เป็นพื้นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ (โอโซน) เป็นอันดับ 7 ของโลก ทำให้เศรษฐกิจในกรุงเทพหันมาสนใจสร้างบ้านพักตากอากาศที่วังน้ำเขียว (ธุรกิจจัดสรรที่ดินเพื่ออพยพขึ้น และนำไปสู่การบุกเบิกป่าในบางพื้นที่) เมื่อชื่อเสียงวังน้ำเขียวเป็นที่รู้จักในฐานะเป็นที่พักตากอากาศใกล้เขาใหญ่ ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวทั้งที่พัก ร้านอาหาร ขยายตัวจากฝั่งเขาใหญ่มายังวังน้ำเขียว ทำให้การท่องเที่ยววังน้ำเขียวเติบโตอย่างรวดเร็ว

เมื่อที่ดินเปลี่ยนมือจากเกษตรกรในพื้นที่ไปอยู่ในมือคนเมืองที่มีกำลังทรัพย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่จากไร่ข้าวโพด เป็นสวนผลไม้ เป็นบ้านไร่สำหรับพักตากอากาศ มีการนำผลไม้ใหม่ ๆ มาทดลองปลูก เช่น พุทรา นมสด อาโวคาโด กาแฟ ทูเรียม และปศุสัตว์ เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำเกษตรไปจากเดิม ใช้การตลาดเข้ามาช่วยโปรโมทผลผลิตมากขึ้น จนวังน้ำเขียวได้สร้างการรับรู้ใหม่เพิ่มเติม คือนอกจากจะเป็นเมืองอากาศดีอันดับ 7 ของโลก ยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรจากวังน้ำเขียวเป็นที่นิยมของตลาด เช่น พุทรา นมสด และอาโวคาโดวังน้ำเขียวที่ผลผลิตไม่พอขาย (จนมีผลผลิตพื้นที่อื่นเข้ามาสวมรอย) นอกจากนี้สมาคมท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังได้ส่งเสริมให้มีตลาดนัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว และเป็นการประชุมสัมมนาให้นักท่องเที่ยวรู้จักผลผลิตของวังน้ำเขียวมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันคนทั่วไปรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววังน้ำเขียวว่าเป็นเมืองตากอากาศ และเมืองสินค้าเกษตรคุณภาพสูง เป็นโอกาสให้เกษตรกรในพื้นที่นำผลผลิต และฟาร์มของตัวเองเข้ามาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวชุมชนวิถีเศรษฐกิจพอเพียงคลองปลากั้ง ฟาร์มสเตย์ ธุรกิจอบหมรมที่มั่วบั้ง พร้อมทั้งพัก แหล่งเรียนรู้การผลิตและจำหน่ายพืชเศรษฐกิจจากต่างประเทศ ฟาร์มไก่ชนและการปลูกพืชผสมผสาน เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่และคนเกษียณอายุที่ต้องการทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความสุขของตนเอง ที่มารวมตัวกันเป็นสมาคมท่องเที่ยวเชิงเกษตรวังน้ำเขียว ความน่าสนใจของกลุ่มนี้คือ ทุกคนมีฐานเป็นเกษตรกรในพื้นที่ เป็นคนมีความรู้มีวิสัยทัศน์ มีแนวคิดในการพัฒนาต่อยอด ฟาร์มของพ่อแม่ หรือพัฒนาที่ดินที่ซื้อมาเพื่อพักอาศัยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบใหม่ ที่สามารถปลดแอกจากพ่อค้าคนกลางให้ได้ โดยทุกคนพูดเป็นเสียงเดียวกันคือ ไม่ต้องการพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐ (สาเหตุน่าจะมาจากความไม่ไว้วางใจกันอันเริ่มมาจากปัญหาสิทธิในที่ทำกินซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของวังน้ำเขียว)

สรุปบทเรียนจากอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

สัมภาษณ์ประธานสมาคมท่องเที่ยววังน้ำเขียว+ประชุมกลุ่มย่อย

1. ท่องเที่ยวเกษตรต้องพ่วงกับการท่องเที่ยวอื่น ถ้าเกิดเมืองท่องเที่ยวแล้ว การทำการท่องเที่ยวเกษตรทำได้ง่าย แต่ให้ท่องเที่ยวเกษตรนั้นยาก
2. วังน้ำเขียวตอนนี้มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวสุดอากาศของคนเมือง
3. วังน้ำเขียวสามารถใช้เป็นแบรนด์สำหรับสินค้าเกษตรได้แล้ว
4. เกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่จะทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีข้อได้เปรียบ มีโอกาสสูงในการประสบความสำเร็จ
5. การเกษตรเข้ามาเชื่อมกับการท่องเที่ยวได้โดยเริ่มจากการมีผลผลิตที่น่าสนใจ มีคอนเท้นท์ที่สามารถนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ได้
6. ต้องมีผู้นำที่พร้อมใช้เครือข่าย โดยเฉพาะสื่อต่าง ๆ ที่มีในการกระจายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่ต้องการความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
7. เกษตรกรต้องมีความตั้งใจ และพร้อมเปลี่ยนแปลงตัวเอง เปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเกษตร ให้สอดคล้องกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ต้องกระตือรือร้นในการหาเครือข่าย กระตือรือร้นในการหาความรู้เพื่อพัฒนาพื้นที่ตัวเอง และรอบ ๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
8. ให้ภาครัฐเป็นแค่ตัวช่วย ใช้ประโยชน์เท่าที่ได้ ไม่คาดหวังความช่วยเหลือส่วนนี้

บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย” สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในต่างประเทศ พบว่า

- ความสัมพันธ์ระหว่างภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน และมีปัจจัยหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อภาคเกษตรกรรม
- รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวเป็นไปในลักษณะขัดแย้งอยู่ร่วมกัน และอยู่ร่วมกันแบบเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน
- ระดับความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็นการเชื่อมโยงแบบแข็งแกร่ง การเชื่อมโยงแบบคลุมเครือ และการเชื่อมโยงแบบอ่อนแอ
- การรื้อไหลในภาคการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมแบ่งได้เป็น การรื้อไหลภายใน การรื้อไหลภายนอก และการรื้อไหลที่มองไม่เห็น
- การเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือ การเชื่อมโยงไปข้างหน้า และการเชื่อมโยงย้อนกลับ
- ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดในการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยปัจจัยด้านอุปทาน ปัจจัยด้านอุปสงค์ และปัจจัยทางด้านการตลาด
- ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบผลสำเร็จในการกำหนดกฎหมาย กฎระเบียบที่สนับสนุนการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น
- เงื่อนไขในการประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบริบทชุมชนแต่ละประเทศ
- กรอบดำเนินงานด้านกฎหมาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- การให้คำจำกัดความที่ชัดเจนของ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ที่ชัดเจนและครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แท้จริง มีส่วนสำคัญในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- มาตรการทางภาษี ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- งบประมาณอุดหนุนจากภาครัฐทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่นมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งรูปแบบการส่งเสริมที่ผูกเงื่อนไขการให้ความช่วยเหลือทางการเงินกับการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผู้ประกอบการที่ขอรับความช่วยเหลือ

การศึกษาศานาการณ์ ความสำคัญนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรค ในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

สถานการณ์ด้านอุปสงค์จากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

▪ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เดินทางมา 2-3 ครั้งต่อปี โดยรถยนต์ส่วนตัว มาที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีงบประมาณในการท่องเที่ยว 1,000-5,000 บาทต่อครั้ง โดยเดินทางมากับครอบครัว และญาติ มีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน โดยหาข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ เดินทางมาในวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นระยะเวลา 2 วัน

▪ ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังด้านต่อไปนี้มากที่สุด

- ด้านสิ่งดึงดูดใจ : กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- ด้านความสามารถในการเข้าถึง : การจัดทำเส้นทางเดินเท้าเข้าชม
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก : การมีบริการที่จอดรถเพียงพอ
- ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว : สามารถท่องเที่ยวได้เอง

▪ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว : กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ให้นักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจด้านต่อไปนี้มากที่สุด

- ด้านสิ่งดึงดูดใจ : สภาพธรรมชาติและทัศนียภาพ
- ด้านความสามารถในการเข้าถึง : เส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก : การบริการห้องน้ำสุขาในแหล่งท่องเที่ยว
- ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว : กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ความรู้แก่ผู้มาเยี่ยมชม

สถานการณ์ด้านอุปทานจากแบบสอบถามผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้

▪ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอื่นที่ไม่ใช่เกษตรกร การใช้ที่ดินส่วนใหญ่เพื่อทำการเกษตร โดยไม่มีกรรมสิทธิ์แบบโฉนดในพื้นที่

▪ รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่โยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร มีการจำหน่ายผลผลิต การเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิน 5 ปีขึ้นไป และอยู่ในช่วงการขยายธุรกิจ โดยมีมุมมองว่าการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเองประสบผลสำเร็จในส่วนที่ผลประกอบการพอไปได้

▪ สัดส่วนของรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ใช่รายได้หลัก โดยประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อแสวงหารายได้ที่หลากหลายในรูปแบบวิถีชีวิตผสมกับธุรกิจ

▪ ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ในการทำธุรกิจทั่วไป การขาดแคลนแรงงาน และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐ

▪ จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพ รongลงมา อาหาร จุดถ่ายรูป เป็นต้น

▪ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ชนิด โดยเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค โดยผลผลิตทางการเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ โดยดำเนินการจัดสรร

ส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ ไม่มีกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตร

- ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่มีการกำหนดแผนรองรับเวลานักท่องเที่ยวขาดแผนผังหรือการวางแผนในการใช้พื้นที่
- มีการจัดการความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวโดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อิสระ
- ในส่วนของการจัดการของเสีย มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย มีแผนในการบำรุงรักษา
- มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีที่พักในการให้บริการอย่างไรก็ตามมีบริการเครื่องดื่มและร้านอาหารของฝากให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานในพื้นที่
- การให้ความรู้ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามไม่มีภาคีในการรณาทัวร์ และไม่มีจัดการบริการให้กับผู้สูงอายุหรือคนพิการ
- กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการบรรยายให้ความรู้ และเป็นเยี่ยมชมวิถีชุมชน โดยส่วนใหญ่มีการกำหนดช่วงเวลาให้ท่องเที่ยวตลอดทั้งปี มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง
- เครือข่ายความร่วมมือกับคนในชุมชนในระดับท้องถิ่นและองค์กร
- มีการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน แต่การจ้างแรงงานส่วนใหญ่ยังไม่มีคนในชุมชนทำงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6.2 อภิปรายผล

6.2.1 องค์ความรู้ในการเชื่อมโยงการเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการประชุมระดมสมอง ดังนี้

6.2.1.1 เริ่มจากแหล่งเรียนรู้อาชีพเกษตร

การประกอบอาชีพเกษตร ก็เหมือนกับการประกอบอาชีพอื่น ๆ คือมีทั้งคนเก่ง หัวก้าวหน้า และเกษตรกรทั่วไป กลุ่มเกษตรกรหัวก้าวหน้าจะเป็นกลุ่มที่ปรับตัวได้ง่ายยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และปรับใช้ได้ดีกว่า กรมส่งเสริมการเกษตร และกรมวิชาการเกษตรจึงมักจะเลือกเกษตรกรกลุ่มนี้เป็นแกนนำในการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรใหม่ ๆ เพื่อขยายผลต่อไปยังเกษตรกรทั่วไป และเมื่อผลการดำเนินกิจการของเกษตรกรกลุ่มนี้ประสบความสำเร็จพอจะเป็นตัวอย่างให้เกษตรกรรายอื่น ทางกรมส่งเสริมก็จะประกาศเกียรติคุณ โดยการให้รางวัลต่าง ๆ เช่น เกษตรกรดีเด่นประจำปี และสนับสนุนงบประมาณให้ปรับปรุงทัศนียภาพในฟาร์ม จัดสถานที่ให้เหมาะกับการรองรับการดูงาน

กลุ่มเกษตรกรที่มาดูงานในระยะแรกก็จะเป็นเกษตรกรในพื้นที่ และต่อมาก็จะเริ่มมีเกษตรกรจากต่างพื้นที่เข้ามาดูงานเป็นคณะ (ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการจัดมาโดยหน่วยงานของภาครัฐ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เกษตรอำเภอ เกษตรตำบล โรงเรียน มหาวิทยาลัย) โดยเจ้าของฟาร์มจะเป็นวิทยากรให้ความรู้และนำชม ในส่วนของรายได้จากการเข้าศึกษาดูงานในช่วงแรก ๆ มักจะไม่มี ทำให้แหล่งดูงานหลาย ๆ ที่ไม่สามารถพัฒนาจากแหล่งดูงานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่ก็มีเกษตรกรหลายรายได้ใช้โอกาสจากการเป็นแหล่งดูงาน ปรับปรุง พัฒนา ต่อยอด จนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับความนิยม

ตัวอย่างการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากการเป็นแหล่งเรียนรู้ คือ สวนรัชเวย์ 200 ปี และ บ้านน้อยในป่าใหญ่ ซึ่งเจ้าของก็ปรับมาจากสวนปาล์มที่เคยเป็นศูนย์เรียนรู้การทำธนาคารต้นไม้ร่วมกับการปลูกปาล์มที่รู้จักในชื่อ “สวนปาล์มอารยขัดขึ้น” ซึ่งเริ่มดำเนินการโดยก้านันเครวิต ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งธนาคารต้นไม้ของจังหวัดชุมพร จากศูนย์เรียนรู้ ที่ใช้ต้อนรับคณะดูงานเฉพาะกลุ่ม ไม่มีการจัดหารายได้ในรุ่นของก้านันเครวิต ต่อมาคุณเมย์ ลูกสาวได้เข้ามาดำเนินกิจการต่อจากก้านัน จากการสัมภาษณ์คุณเมย์ทำให้ทราบว่า คุณพ่อก้านันไม่ได้ส่งต่อแค่สวนให้ลูกสาว แต่ส่งต่อความรักในอาชีพเกษตร ส่งต่อความรักในธรรมชาติ ได้สร้างความฝันให้คุณเมย์อยากมีบ้านในป่า อยากทำสวนตัวเองให้เป็นป่าสมบูรณ์แบบสวนโมกขพลาราม จึงเป็นที่มาของชื่อ “บ้านน้อยกลางป่าใหญ่” หลังจากเรียนจบคุณเมย์จึงกลับมาดูแลสวนและศูนย์เรียนรู้ต่อจากพ่อ และใช้ความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เรียนจบมา บอกเล่าเรื่องราวความสุขของตัวเองที่กลับมาทำเกษตรกับพ่อผ่น เฟสบุ๊ค “บ้านน้อยกลางป่าใหญ่” จนเป็นที่รู้จัก และมีพี่สาวมาทำหน้าที่นำผลผลิตจากสวนไปทำไอศกรีม ภายใต้แบรนด์ “บ้านน้อยกลางป่าใหญ่” และบ้านน้อยกลางป่าใหญ่ก็ได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจากศูนย์เรียนรู้อย่างเดียว มาเป็นศูนย์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของคนทุกช่วงวัย โดยใช้เครือข่ายภายนอกมาร่วมจัด ทำให้มีกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายขึ้น และมีร้านค้า ร้านอาหารที่ใช้ผลผลิตในฟาร์มและในชุมชนเป็นวัตถุดิบ สามารถสร้างความสุขให้คนเข้าร่วม คนทำ และรายได้ให้กับพี่สาวได้อย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่บ้านน้อยกลางป่าใหญ่ได้พัฒนาจากแหล่งเรียนรู้มาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลาย มีลูกค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่อง แต่สวนรัชเวย์ 200 ปี ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง และพื้นที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลับไม่สามารถดำเนินการต่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ สาเหตุสำคัญที่สวนรัชเวย์ 200 ปี ไม่ได้พัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง ๆ ที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากลุงสำเร็จและภรรยาดูแลกันแค่ 2 คน และในยุคที่มีแรงทำงานการท่องเที่ยวก็ไม่ได้ได้รับความนิยม คนมาเยี่ยมชมสวนส่วนใหญ่ก็เป็นแขกของหน่วยงานราชการ และไม่ได้มาอย่างต่อเนื่อง และเมื่อถึงยุคที่การท่องเที่ยวรุ่งเรื่องลูงกับป้าก็อายุมากแล้ว ไม่มีกำลังพอที่จะเริ่มธุรกิจใหม่ และรายได้จากสวนก็เพียงพอให้ทั้ง 2 ท่านใช้ชีวิตอย่างสบาย

6.2.1.2 การร่วมชบวนกับกระแสการท่องเที่ยวชุมชน

หลังผ่านวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 การท่องเที่ยวชุมชน เริ่มมีการพูดถึงกันมากขึ้น เพราะหลายฝ่ายมองว่าการท่องเที่ยวชุมชนมีต้นทุนน้อย เหมาะสมสำหรับให้ชาวบ้านทั่วไปที่มีเงินทุนน้อยได้มีโอกาสได้แสวงหาผลประโยชน์จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวของประเทศ อีกทั้งยังสามารถรองรับแรงงานที่อพยพกลับบ้านในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ กระแสการท่องเที่ยวชุมชนได้รับการตอบรับจากชุมชน ชุมชนหลายแห่งทั่วประเทศเริ่มค้นหาศักยภาพในชุมชนที่สามารถนำมาเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้ง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเนื่องจากวิถีชีวิตของชุมชนไทยอยู่บนพื้นฐานของอาชีพเกษตร การนำเสนอวิถีเกษตรจึงเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวหลักอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวชุมชน เกษตรกรกลุ่มที่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการท่องเที่ยวชุมชน ได้ปรับปรุงฟาร์ม บ้านพัก รองรับการเดินทาง เรียนรู้วิถีการเกษตรของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งที่เป็นโฮมสเตย์ควบคู่กับการเรียนรู้วิถีการเกษตร การเรียนรู้วิถีการเกษตรอย่างเดียว หรือขายผลผลิตทางการเกษตรหรืออาหารควบคู่ไปด้วย ขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคน

ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มาพร้อมกับการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย **เทวโหลมโฮมสเตย์** เกิดจากประสบการณ์ของของผู้ใหญ่โรจน์ ที่เคยทำงานกับกรมป่าไม้ในโครงการคนอยู่กับป่า โดยการ

ไปส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองเรือที่อยู่ใกล้ ๆ กัน ทำให้เห็นว่าที่บ้านบงไฟเองก็มีบรรยากาศเหมาะสมกับการพักผ่อน มีน้ำตกเหวไหลมที่สวยงาม มีคลองให้ล่องแก่ง จึงเป็นที่มาของการรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนท่องเที่ยวบ้านบงไฟ และเหวไหลมโฮมสเตย์ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกลุ่ม รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของที่นี่ คือ การเดินป่า ล่องแก่ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเข้ามามีส่วนในรูปแบบการที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิตในหมู่บ้าน ชาวบ้านอาจมีผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาลออกมาวางขาย การเชื่อมโยงภาคการเกษตรกับการท่องเที่ยวอีกรูปแบบที่เจอคือ การนำผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่มาทำอาหารเลี้ยงรับรองนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบงไฟจัดเป็นรายได้เสริมเป็นอาชีพรอง โดยอาชีพหลักยังคงเป็นอาชีพการเกษตร เช่นเดียวกับ โฮมสเตย์ของพื้นที่ **ชุมชนโฮมสเตย์บ้านทอน-อม** ซึ่งยังคงอาชีพเกษตรเป็นอาชีพหลัก การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริม การทำโฮมสเตย์ เจ้าของบ้านจำเป็นต้องดูแลนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดต้องพักในบ้านหลังเดียวกับเจ้าของบ้าน ต้องคอยประสานกับเครือข่ายท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อจัดทริปและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ผู้ประกอบการจะขาดความเป็นส่วนตัวอย่างมาก บางครั้งทำให้รู้สึกเหนื่อย ไม่คุ้มที่จะทำ และหากบ้านไหนมีผู้ป่วยในบ้านก็จำเป็นต้องปิดรับนักท่องเที่ยวไปเลย เช่น กรณีของเหวไหลมโฮมสเตย์

การเกิดขึ้นของชุมชนท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าสนใจอีกที่หนึ่ง คือ การท่องเที่ยวชุมชนบ้านบางหมาก ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชุมพร แต่การเกิดขึ้นของชุมชนท่องเที่ยวนั้น เกิดจากการจุดประกาย และความพยายามของผู้ประกอบการที่ต้องการเครือข่ายการท่องเที่ยวเพื่อรองรับแขกที่เข้าพักในที่พักของตนเอง จึงเกิดเรื่องราวของ **ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบางหมากกับ Villa Varich** ชุมชนบ้านบางหมากอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองชุมพร แต่ที่ผ่านมาชุมชนบางหมากไม่เคยคิดเรื่องการท่องเที่ยว จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวชุมชนบางหมากเริ่มจากการมีถนนสายเลี่ยงเมืองชุมพรตัดผ่านหน้าชุมชน ทำให้คุณคม วิศวกรผู้ชอบใช้ชีวิตกลางแจ้งกับกีฬาและการท่องเที่ยว จากประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ ความสามารถด้านภาษา เทคโนโลยี และศักยภาพของพื้นที่ คุณคมมองเห็นโอกาสที่จะทำธุรกิจโรงแรมที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่รอขึ้นเรือไปเกาะเต่า จึงเริ่มก่อสร้าง Villa Varich ท่ามกลางเสียงคัดค้านทั้งจากคนในครอบครัว และเพื่อนบ้าน เพราะมีมุมมองและประสบการณ์ไม่เหมือนกัน ทุกคนมองว่าบางหมากใครจะมาเที่ยว มาพัก แต่คุณคมและภรรยายังคงเดินหน้า ใช้ความรู้ความสามารถของตนเองเต็มที่จนเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าพักอย่างต่อเนื่อง แต่ในช่วงแรกแขกจะเข้าพักเพื่อรอขึ้นเรือไปเกาะเต่าเป็นหลัก โดยจะพักเฉลี่ยเพียงคนละ 1.5 คืน เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวพักนานขึ้น คุณคมจึงคิดว่าควรหากิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำ จึงได้สำรวจสิ่งที่น่าสนใจในหมู่บ้านที่คาดว่านักท่องเที่ยวจะชอบ เช่น สถานที่ฝึกยิงของกลุ่มอาชีพรับจ้างเก็บมะพร้าว บ้านทำสมุนไพร บ้านทำขนมสวนมะพร้าว การทำเกษตรผสมผสาน สวนสมรม คุณคมจึงได้เข้าไปพูดคุยทำความเข้าใจกับชาวบ้าน แนะนำให้ชาวบ้านรู้ว่านักท่องเที่ยวมาจะต้อนรับเขาอย่างไร เมื่อชาวบ้านตอบรับคุณคมก็ทำแผนที่เที่ยวชุมชน และบริการจักรยานให้แก่นักท่องเที่ยว ช่วงแรกคุณคมไปกับนักท่องเที่ยวด้วย หลัง ๆ ให้ชาวบ้านดูแลนักท่องเที่ยวเอง จนปัจจุบันชาวบ้านมีความคุ้นเคยและมีรายได้จากการท่องเที่ยว บ้านบางหมากจึงได้กลายมาเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวมาชมอย่างต่อเนื่อง Villa Varich เองก็มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 5 คืน และยังได้เพิ่มกิจกรรมเรียนรู้การทำกาแฟตลอดกระบวนการสำหรับแขกที่เป็นคอกาแฟ

6.2.1.3 เริ่มจากความต้องการขายผลผลิตทางการเกษตรแก่ผู้บริโภคโดยตรงไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่ เห็นโอกาสจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ หรืออาจเป็นเกษตรกรในพื้นที่ ๆ ไม่ห่างจากเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพฯ มากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาซื้อสินค้าเกษตรได้สะดวก โดยในระยะแรกเกษตรกรจำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐ หรือสมาคมท่องเที่ยว หอการค้าจังหวัด สื่อสารมวลชน ในการจัดกิจกรรมเพื่อโปรโมทสินค้าเกษตรของตนในพื้นที่ให้เป็นที่รู้จัก จากนั้นเกษตรกรที่มีหัวก้าวหน้าก็จะจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในฟาร์มของตนเองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยไม่ต้องพึ่งพาหน่วยงานอื่น เช่น การจัดกิจกรรมบุฟเฟ่ต์ผลไม้ บุฟเฟ่ต์ทุเรียนของชาวสวนในภาคตะวันออก การจัดเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยววังน้ำเขียว การจัดการสวนส้มสายน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชาวสวนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

สวนส้มยอดดอย ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม อยู่ติดกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญคือ ม่อนแจ่ม ชาวบ้านที่ปลูกพืชมาหลายชนิดตามภาวะตลาด ตั้งแต่ลิ้นจี่ เมื่อลิ้นจี่ราคาไม่ดีก็เปลี่ยนมาปลูกแคโรท เมื่อแคโรทถูกตีตลาดโดยแคโรทจากไต้หวัน ก็เปลี่ยนมาปลูกพืชผักเมืองหนาว แต่ผลจาก FTA ไทยจีนทำให้พืชผักเมืองหนาวถูกตีตลาดอีกครั้ง ประกอบกับตอนนั้นสวนส้มในอำเภอฝางล้มตาย ทำให้ราคาส้มสายน้ำผึ้งราคาดี เกษตรกรในแม่แรมหลายรายจึงหันมาปลูกส้มจนถึงปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงสวนส้มมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกิดจากปัญหาราคาส้มตกต่ำ เพราะต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เจ้าของสวนจึงคิดหาแนวทางการตัดพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายแก่ผู้บริโภคโดยตรง ประกอบกับน้องสาวที่มีสวนใกล้ ๆ กัน ทำสวนดอกไฮเดรนเยียและเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวเช่นเดียวกับเกษตรกรที่เหมืองแก้ว แต่ที่ม่อนแจ่มมีข้อได้เปรียบเรื่องบรรยากาศและทัศนียภาพที่สวยงามกว่า จึงมีแนวคิดปรับพื้นที่สวนจำนวน 3 ไร่ซึ่งอยู่ใกล้สวนดอกไม้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงสวนให้เหมาะกับการถ่ายรูป สะดวกในการเดินชม สร้างอาคารร้านค้าสำหรับนั่งพักผ่อนชมวิว จิบกาแฟ ชิมส้มสด ๆ จากสวน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวซื้อส้มทั้งแบบถือกลับบ้านและส่งกลับบ้านให้ผ่านขนส่งเอกชน นอกจากนี้มีรายได้จากค่าเข้าชม (90 บาทต่อคน) ยังตัดปัญหาพ่อค้าคนกลาง สามารถจำหน่ายส้มแก่ผู้บริโภคโดยตรง และโฆษณาสวนส้มผ่าน Facebook อีกด้วย

กรณีของแหล่งท่องเที่ยววังน้ำเขียว เริ่มจากการที่วังน้ำเขียวได้รับการประกาศให้เป็นพื้นที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ (โอโซน) เป็นอันดับ 7 ของโลก ทำให้เศรษฐกิจในกรุงเทพฯหันมาสนใจสร้างบ้านพักตากอากาศที่วังน้ำเขียว (ธุรกิจจัดสรรที่ดินเฟื่องฟูขึ้น และนำไปสู่การบุกรุกป่าในบางพื้นที่) เมื่อชื่อเสียงวังน้ำเขียวเป็นที่รู้จักในฐานะเป็นที่พักตากอากาศใกล้เขาใหญ่ ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวทั้งที่พัก ร้านอาหาร ขยายตัวจากฝั่งเขาใหญ่มายังวังน้ำเขียว ทำให้การท่องเที่ยววังน้ำเขียวเติบโตอย่างรวดเร็ว เมื่อที่ดินเปลี่ยนมือจากเกษตรกรในพื้นที่ไปอยู่ในมือคนเมืองที่มีกำลังทรัพย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่จากไร่ข้าวโพดเป็นสวนผลไม้ เป็นบ้านไร่สำหรับพักตากอากาศ มีการนำผลไม้ใหม่ ๆ มาทดลองปลูก เช่น พุทราณมสด อาโวคาโด กาแฟ ทุเรียน และปศุสัตว์ เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำเกษตรไปจากเดิม ใช้การตลาดเข้ามาช่วยโปรโมทผลผลิตมากขึ้น เมื่อมีเกษตรกรหัวก้าวหน้ามากขึ้นก็ได้รวมตัวกันเป็นสมาคมท่องเที่ยวเชิงเกษตรวังน้ำเขียว โดยวัตถุประสงค์หลักคือต้องการยกระดับรายได้เกษตรกร และพัฒนาคุณภาพของสินค้าเกษตรวังน้ำเขียวให้เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูง โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ จนวังน้ำเขียวได้สร้างการรับรู้ใหม่เพิ่มเติม คือนอกจากจะเป็นเมืองอากาศดีอันดับ 7 ของโลก ยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรจากวังน้ำเขียวเป็นที่นิยมของตลาด เช่น พุทราณม

สด และอาโวคาโดวังน้ำเขียวที่ผลผลิตไม่พอขาย (จนมีผลผลิตพื้นที่อื่นเข้ามาสวมรอย) นอกจากนี้สมาคมท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังได้ส่งเสริมให้มีตลาดนัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักผลผลิตของวังน้ำเขียวมากยิ่งขึ้น ยังเปิดโอกาสให้เกษตรกรในพื้นที่นำผลผลิต และฟาร์มของตัวเองเข้ามาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวชุมชนวิถีเศรษฐกิจพอเพียงคลองปลากั้ง ฟาร์มสเตย์ ธุรกิจอบมรมทิมบัวดั่ง พร้อมที่พัก แหล่งเรียนรู้การผลิตและจำหน่ายพืชเศรษฐกิจจากต่างประเทศ ฟาร์มไก่ชนและการปลูกพืชผสมผสาน ซึ่งแต่ละกลุ่มสามารถมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง สามารถปลดแอกจากพ่อค้าคนกลางได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

6.2.1.4 พื้นที่การเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะฤดูกาล

เกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มปลูกไม้ดอกจำหน่ายทั้งตลาดในพื้นที่และตลาดส่งออก เมื่อกระแสการ check in ถ่ายรูปลงสื่อโซเชียล เช่น Facebook หรือ Instagram ได้รับความนิยมทำให้นักท่องเที่ยวแสวงหาสถานที่สวยงามถ่ายรูปเพื่อโพสต์ลงโซเชียล เกษตรกรหัวก้าวหน้าในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น เชียงใหม่ เชียงราย เขาค้อ จึงได้ปรับสภาพแปลงดอกไม้ของตัวเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ตัดดอกไม้ขายในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาว) และปรับปรุงพื้นที่ให้สวยงาม วางแผนการปลูกให้มีดอกไม้สวยงามทุกวัน ตลอดฤดูกาลท่องเที่ยว สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม เปิดบริการให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาถ่ายรูป โดยเก็บค่าเช่าแปลงในราคาตั้งแต่ 50 – 100 บาทต่อคน ซึ่งส่วนนี้จะเป็นรายได้หลักของ ตัวอย่างเช่น สวนดอกไม้บ้านก้อย ตั้งอยู่ที่บ้านดอนตัน ตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแมริม ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 12 กิโลเมตร เหมืองแก้วเป็นแหล่งปลูกดอกไม้พันธุ์ต่างประเทศที่สำคัญของเมืองเชียงใหม่มานาน แต่ไม่เคยถูกนำเสนอเป็นแหล่งท่องเที่ยว จนกระทั่งสวน I Love Flower ได้ริเริ่ม พัฒนาสวนดอกไม้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการคัดเลือกพันธุ์ไม้ดอก และการจัดการแปลงที่สวยงาม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป จนมีชื่อเสียง ทำให้เจ้าของสวนรายอื่นเห็นโอกาสและเริ่มทำตาม จนทำให้สวนดอกไม้เหมืองแก้วเป็นที่รู้จัก และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องมาเมื่อมาเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามไม่ใช่เจ้าของสวนทุกรายจะประสบความสำเร็จจากการปรับสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจ

สวนบ้านก้อย ถือเป็นสวนดอกไม้ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ในฤดูกาลที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม จะมีนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมไม่ต่ำกว่า 1,000 ราย ซึ่งมากกว่าสวนของเพื่อนบ้าน 4-5 เท่าตัว โดยบ้านก้อยมีที่ดินของตัวเองแค่ไม่มาก แต่ใช้การรวมตัวกับสวนดอกไม้ของเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้กัน โดยการเหมาสวนในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) ทำให้มีพื้นที่สวนกว่า 10 ไร่ มีการตกแต่งสวนให้สวยงาม ทางเดินสะดวก แห่ง ไม่สกปรก และมีการก่อสร้างอาคารสำหรับนั่งพักผ่อน ออกแบบและจัดสรรพื้นที่สวนโดยสถาปนิก ทำให้สวนดูตระการตา มีพื้นที่ให้ถ่ายรูปหลายจุด นอกจากนี้ยังมีจุดบริการให้ตากล้องมืออาชีพเข้ามาให้บริการถ่ายรูปให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเซตรูปสวย ๆ โดยที่ทางสวนบ้านก้อยไม่คิดค่าหัวคิวเพิ่ม สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และรู้สึกคุ้มค่ากับค่าเข้าชม (50 บาท) ไม่รู้สึกว่ามีผู้ประกอบการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

6.2.1.5 สวนเกษตรและคาเฟ่เครื่องดื่มจากผลิตในสวน

รูปแบบของผู้ประกอบการกลุ่มส่วนใหญ่เดิมเป็นผู้ประกอบอาชีพทางการเกษตรอยู่แล้ว แต่ผลผลิตเดิมที่ทำไม่สามารถเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แต่เมื่อเห็นโอกาสจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ และจำเป็นต้องมองหาโอกาสให้ทัน การทำร้านเครื่องดื่มสไตล์คาเฟ่จึงเป็น

ทางเลือกที่ดี ลงมือทำได้เร็ว ลงทุนน้อยก็เริ่มกิจการได้ และส่วนใหญ่จะสร้างจุดเด่นโดยการทำเมนู เครื่องดื่มและขนมจากผลผลิตเกษตรในสวนที่จัดไว้คู่กับร้าน ให้ลูกค้าได้ถ่ายรูป ตัวอย่างเช่น **ไร่แบล็คเบอร์รี่ ม่อนแจ่ม** ตั้งอยู่ติดกับสวนส้มยอดดอย เมื่อได้เห็นความสำเร็จของเพื่อนบ้าน เจ้าของสวนแบล็คเบอร์รี่ ม่อนแจ่ม จึงคิดแสวงหาโอกาสจากการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ จึงเริ่มมองหาพืชที่จะนำมาปลูกดึงดูด นักท่องเที่ยว ซึ่ง ต้องเหมาะสมกับพื้นที่ ใช้เวลาปลูกไม่นาน (เพื่อทันกับโอกาสที่เกิดขึ้น) สามารถนำมาแปรรูปได้ ไม่ซ้ำกับเพื่อนบ้าน สวยงาม มีจุดขาย เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ร่วมกับลูกสาวตั้งขึ้นนี้ แสดงให้เห็นถึง วิสัยทัศน์และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจเกษตรกับการท่องเที่ยวอย่างดี และสุดท้ายก็เลือก “แบล็คเบอร์รี่” เพราะตรงกับเงื่อนไขทุกอย่าง ใช้เวลาแค่ 5 เดือนก็สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยเน้น การขายเครื่องดื่มจากผลแบล็คเบอร์รี่ ดึงดูดลูกค้าด้วยร้านกาแฟ ที่มีมุมถ่ายรูปที่สวยงาม และลูกค้า สามารถเดินลงไปถ่ายรูปในสวนและเก็บแบล็คเบอร์รี่ชื้อกลับบ้านได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้ยังสร้างเพจบน เฟสบุ๊ก และมีลูกสาวคอยขับเค็ลื้อนและพูดคุยกับนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดทำให้ระยะเวลาไม่ถึง 1 ปี มีผู้ติดตามมากกว่า 2 คน

ความสำเร็จของไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่ม นอกจากพึ่งพิงการเป็นเมืองท่องเที่ยวของเชียงใหม่แล้ว สามเหตุสำคัญคือ วิสัยทัศน์ของเจ้าของ และการรวมพลังของคน 2 รุ่น คือรุ่นคุณพ่อที่มีทักษะด้านการ เพาะปลูก และรุ่นลูกสาวที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจท่องเที่ยว การใช้สื่อสารสนเทศ และ ความมีจิตบริการของผู้ประกอบการ อาจพูดได้ว่าความสำเร็จของไร่แบล็คเบอร์รี่ม่อนแจ่มเริ่มตั้งแต่การตั้ง เงื่อนไขในการเลือกพืชที่จะปลูกเพื่อดึงนักท่องเที่ยวแล้ว เพราะแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด อย่างดี

6.2.1.6 ฟาร์มธุรกิจเกษตรครบวงจร

ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มที่มีทุนสูง มีพื้นที่ขนาดใหญ่ วางแผนการทำธุรกิจเกษตรครบ วงจรอย่างเป็นระบบ มีทั้งการผลิต การแปรรูป ร้านค้าจำหน่ายผลผลิตที่สวยงาม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก เช่น ไร่ บี เอ็น เขาคือ ฟาร์มโชคชัย และไรชาอุยพง เป็นต้น ซึ่งธุรกิจกลุ่มนี้จะไม่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้

6.2.2 ปัจจัยกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลว

การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ ที่กล่าวมาทั้ง 6 รูปแบบ จากการสำรวจ พบว่าทุกรูปแบบมีทั้งผู้ที่ดำเนินการจนประสบความสำเร็จ และมีผู้ล้มเหลวต้องเลิกกิจการไป และแม้กระทั่งกลุ่มที่ถือว่าประสบความสำเร็จ (พิจารณาจากการที่ในปีการสำรวจยังสามารถดำเนินกิจการ และมีรายได้เลี้ยงตัวเองได้) ก็ยังมีความแตกต่างกันด้านผลประกอบการ และความมั่นคง โดยบางรายผู้วิจัยเห็นว่าสามารถดำเนินกิจการให้เติบโตต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีหลายผู้ประกอบการที่ยังต้องลุ้น จากข้อมูล การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกกลุ่ม สามารถสรุปปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ และปัจจัยที่นำไปสู่ความ ล้มเหลว ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยสรุปดังนี้

การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นเช่นเดียวกับการทำธุรกิจอื่น ๆ คือ ทุกคนมีโอกาสที่ จำทำสำเร็จและล้มเหลวเหมือนกัน แต่ที่สำคัญคือ เมื่อโอกาสเข้ามาหากต้องการความสำเร็จก็จำเป็นต้อง ฉกฉวยโอกาสเข้าร่วมขบวนให้ได้ก่อน เพราะหากไม่ร่วมขบวนก็จะมีโอกาสเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่าใน ช่วงเวลาที่มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตกระจายไปเกือบทุกจังหวัด มีผู้ประกอบการ จำนวนมากที่เล็งเห็นโอกาส และเริ่มฉกฉวยโอกาสโดยการเริ่มต้นทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจากการ สัมภาษณ์พบว่า มีทั้งธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจที่ไม่เติบโตและต้องเลิกกิจการ เมื่อนำข้อมูลทั้ง 2

กลุ่มมาถอดบทเรียนพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัย ทั้งภายในและภายนอก โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

6.2.2.1 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กร ทั้งลักษณะเฉพาะตัวบุคคล ความสามารถ ทักษะคติดระบบการบริหารจัดการองค์กร ผลสรุปจากการถอดบทเรียนความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นปัจจัยภายในสรุปได้ดังนี้

1. ทักษะคติดของผู้ประกอบการ ประเด็นนี้จะแตกต่างจากผู้ประกอบการกลุ่มอื่น เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรที่ผันตัวมาทำธุรกิจเสริมจากการเกษตร ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวนมากไม่ได้มองตัวเองเป็นผู้ประกอบการ เป็นการทำธุรกิจ ยังติดภาพความเป็นเกษตรกร นักท่องเที่ยวคือแขกที่มาเยี่ยม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายที่รับแขกตลอดปี แต่ไม่มีรายได้จากนักท่องเที่ยว เช่น กรณีของสวนรัชชเวช 200 ปี หรือกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้ธุรกิจไม่เติบโต แต่หากเปลี่ยนทัศนคติ เป็นการทำธุรกิจ การบริหารจัดการจะแตกต่างออกไป มีการคิดต้นทุน กำไร การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย การเน้นการบริการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซ้ำ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้

2. ความสามารถด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ ที่สำคัญ คือ มีจิตบริการ ไม่เบื่อหน่ายกับการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยว มีความรู้เกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว และเป็นผู้ใฝ่รู้หาแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการใหม่ ๆ นำเสนอแก่นักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ

3. รู้จักใช้ประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ และจะสรุปว่าความสำเร็จจะดีกว่าถ้าไม่พึ่งภาครัฐ แต่มีผู้ประกอบการบางรายมองว่าภาครัฐเป็นหน่วยเสริม เช่น กรณีของไร่กาแฟจ่านรินทร์ ที่ใช้บริการจากหน่วยงานภาครัฐทุกครั้งที่มีโอกาส แต่ไม่ได้คาดหวังจะพึ่งพิง ใช้ภาครัฐแค่กำลังเสริมและดำเนินการสานต่อเอง ปรับปรุงตามความเหมาะสมจนสามารถนำพากิจการให้เติบโตได้ถึงปัจจุบัน

4. มีคู่คิด เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ ผันตัวมาจากเกษตรกร เมื่อมาทำธุรกิจก็จะเจอปัญหาอุปสรรคที่ไม่คุ้นเคย บนเส้นทางที่ไม่คุ้นเคยจำเป็นต้องมีคู่คิด ที่คอยร่วมแก้ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว พี่น้อง หรือจะเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยกัน

5. รักในสิ่งที่ทำ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผันตัวมาจากเกษตรกรหรือลูกหลานของเกษตรกรดังที่กล่าวมา ดังนั้นนอกจากจะมีคู่คิดแล้ว ความรักในอาชีพเกษตรและต้องการนำเสนอวิถีของอาชีพ ความสุขของอาชีพในวิถีเกษตรแก่คนภายนอกจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะในช่วงเริ่มต้นการทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการรายใหม่อาจยังไม่ให้ผลตอบแทนเป็นที่พอใจ เป็นเพียงรายได้เสริมให้คร่ำเรื้อน แต่ต้องเสียความเป็นส่วนตัว เพราะต้องคอยต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกวัน ดังนั้นความรักในสิ่งที่ทำจึงเป็นปัจจัยสำคัญให้สามารถประคองธุรกิจให้ค่อย ๆ หยั่งรากและมีโอกาสเติบโตต่อไปได้

6. มีความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่ลงทุนน้อย แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและหลากหลาย แต่สิ่งสำคัญคือ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ มีทักษะในการนำเสนอให้น่าสนใจ ซึ่งอาจจำเป็นต้องอบรมเพิ่มเติม

7. ผลผลิตเกษตรมีเอกลักษณ์ อาจไม่ทุกผู้ประกอบการที่มีผลผลิตที่มีเอกลักษณ์ แต่หากผู้ประกอบการรายไหน สามารถสร้างเอกลักษณ์ สร้างเรื่องราวที่มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากผู้ประกอบการรายอื่น ก็จะเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีกว่า โอกาสประสบความสำเร็จก็เพิ่มมากขึ้น

8. มุ่งเน้นการให้บริการ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว

6.2.2.2 ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก ในที่นี้จะหมายถึงปัจจัยภายนอกองค์กรที่เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนให้การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งอาจเป็นการช่วยเหลือทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ ผลการถอดบทเรียน พบว่ามีปัจจัยภายนอกที่เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. การอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก

ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก จะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าธุรกิจที่อยู่แหล่งอื่น สาเหตุสำคัญคือ จำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งรายได้ของผู้ประกอบการมีมาก ทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนแบ่งมากขึ้น นอกจากนี้การอยู่ในเมืองท่องเที่ยวมานานทำให้ผู้ประกอบการซึมซับความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึมซับกับการทำธุรกิจท่องเที่ยวทำให้สามารถปรับตัวได้ดีกว่า และการอยู่ในเมืองท่องเที่ยวก็จะมีเครือข่ายที่มีคุณภาพมาสนับสนุนธุรกิจมากกว่า มีแหล่งเรียนรู้ และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเยอะกว่าเมืองที่การท่องเที่ยวมีน้อย ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชียงใหม่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้ง่ายกว่าผู้ประกอบการในจังหวัดชุมพร

2. มีเครือข่ายที่เข้มแข็ง

เครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะรายได้ของการท่องเที่ยวมาจากนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่หลายวันรายได้ของผู้ประกอบการจะเพิ่มขึ้น แต่การจะทำให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่นาน ๆ นั้น จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำ และต้องเป็นกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว ในเมืองท่องเที่ยวใหญ่อย่างเช่น เชียงใหม่กิจกรรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายเพียงพออยู่แล้ว ผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องทำอะไรอีก แต่ในแหล่งท่องเที่ยวรอง และการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวน้อย กิจกรรมการท่องเที่ยวมีไม่มาก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างเครือข่าย และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมร่วมสนุกมากขึ้น เช่นกรณีของเครือข่ายท่องเที่ยว เขา ป่า นา เล ของจังหวัดชุมพร หรือเป็นกรณีการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนบ้านบางหมากจังหวัดชุมพร

3. แบ่งปันผลประโยชน์

เมื่อมีเครือข่ายผู้ประกอบการแล้ว การแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างสมาชิกเป็นสิ่งสำคัญที่จะรักษาเครือข่าย และพัฒนาต่อไปด้วยกัน หลักการแบ่งงานกันทำ แบ่งผลประโยชน์กันจึงมีความสำคัญ เพราะการท่องเที่ยวอยู่คนเดียวไม่ได้ หากผลประโยชน์ไม่ลงตัว เครือข่ายพัง การท่องเที่ยวทั้งระบบก็พัง

4. มีผู้นำที่สามารถประสานทุกฝ่ายได้ดี

ผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึงหัวหน้า หรือนายกสมาคมเท่านั้น แต่รวมถึงสภาวะของผู้ประกอบการทุกคนที่สามารถร่วมกันคิดร่วมกันทำ ละสามารถประสานความร่วมมือทั้งภายในเครือข่าย และเครือข่ายภายนอกทุกกลุ่ม เพื่อดึงเข้ามาช่วยในกิจกรรมสนับสนุนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละส่วนงาน เช่น การใช้เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริม พัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน การใช้เครือข่ายสื่อสารมวลชนหลัก ให้มาทำข่าวนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก

5. เข้าถึงสื่อสารมวลชนในพื้นที่

นักข่าว และสื่อสารมวลชนหลัก เช่น นักข่าวหนังสือพิมพ์ นักข่าวสถานีโทรทัศน์ ยังเป็นสื่อสารหลักแม้ในยุคออนไลน์ในปัจจุบัน เพื่อสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม และยังได้รับการยอมรับว่าข่าวสารมีความน่าเชื่อถือมากกว่าข่าวในกระแสอนไลน์ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพึ่งพาสื่อเหล่านี้

6. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน

บทบาทของภาครัฐคือการสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกราบรื่นอยู่แล้ว แต่เนื่องจากทรัพยากรทั้งงบประมาณและจำนวนบุคลากรมีจำกัด ดังนั้นอาจทำได้ไม่ทั่วถึง และส่วนใหญ่การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวก็มักจะกระจุกตัวในเมืองท่องเที่ยว ซึ่งการสนับสนุนของภาครัฐ เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ เช่น การมอบหมายงานให้กรมส่งเสริมการเกษตรดูแลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำงานควบคู่กับกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ห้องน้ำ ลายจอตลอด ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ ล้วนเป็นสิ่งจำเป็น

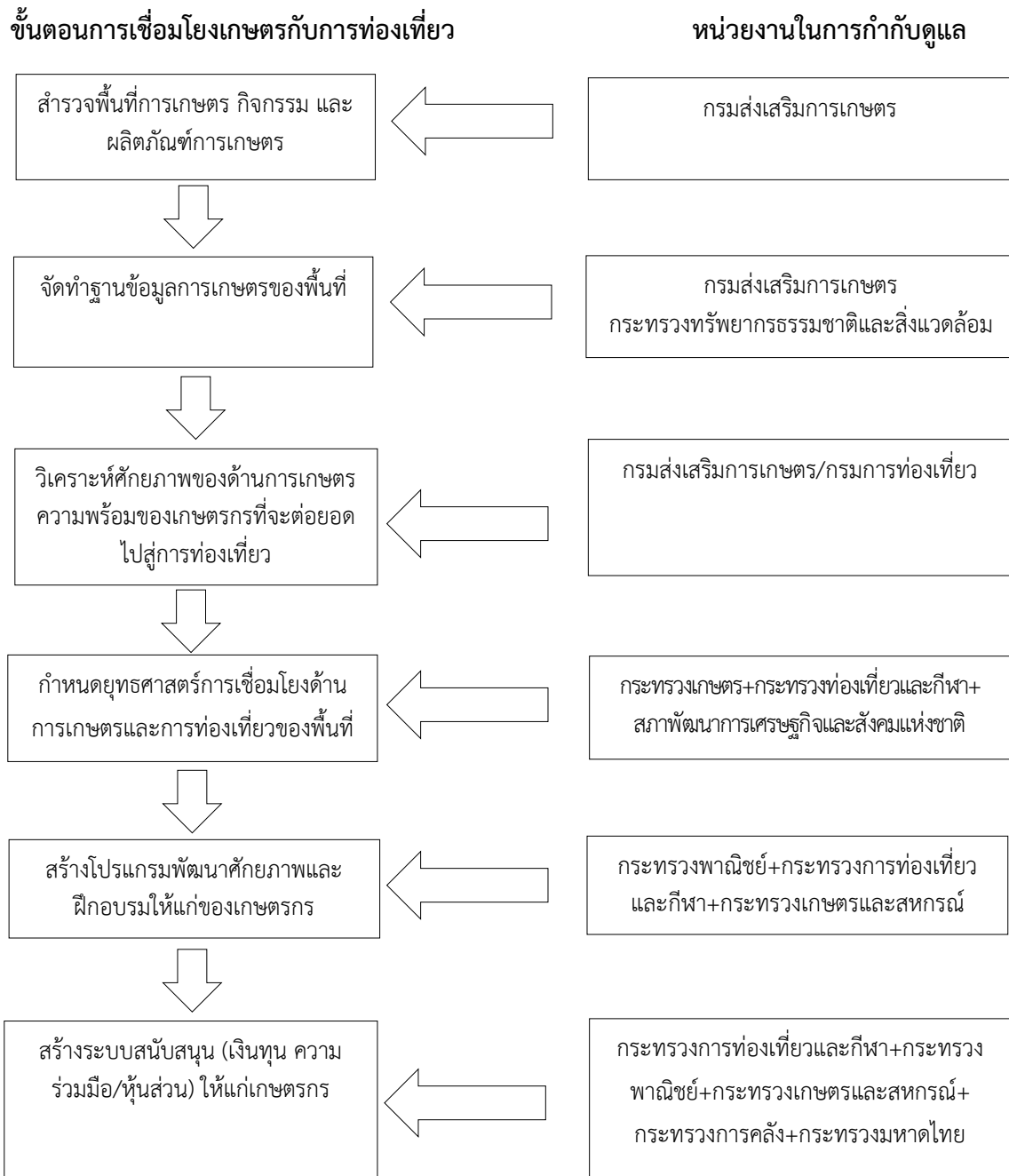
6.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมระดมสมอง และการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถรวบรวมวิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลการศึกษาในบทที่ 4 และบทที่ 5 ออกมาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการศึกษาเชิงนโยบายทางการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของไทย ได้ดังนี้

แนวทางเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวแสดงได้ดังแผนภาพที่ 6.1 ประกอบไปด้วย

- (1) การสำรวจพื้นที่การเกษตร กิจกรรมการเกษตร และผลิตภัณฑ์การเกษตร
- (2) จัดทำฐานข้อมูลการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่
- (3) วิเคราะห์ศักยภาพของด้านการเกษตร ความพร้อมของเกษตรกรที่จะต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- (4) กำหนดยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงด้านการเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของพื้นที่
- (5) การสร้างและพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- (6) สร้างการสนับสนุน (เงินทุน/ความร่วมมือ/หุ้นส่วน) ให้สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ทำ

เกษตรกรรม



ภาพที่ 6.1 แนวทางเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยว

ในส่วนของบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน งานวิจัยได้วิเคราะห์ผลการศึกษาบทที่ 4 และบทที่ 5 ซึ่งนำมาสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังนี้

ภาครัฐ

1. การพัฒนาเพิ่มทักษะความเป็นผู้ประกอบการให้แก่เกษตรกรที่ต้องการเชื่อมโยงเกษตรกรรมที่ทำอยู่เข้ากับการท่องเที่ยว เพราะโดยส่วนใหญ่เกษตรกรที่ทำผืนตัวเองเข้ามาทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะคิดริเริ่มด้วยตนเอง เนื่องจากมีความพร้อมด้านทรัพยากร (พื้นที่เกษตร) และงบประมาณ บางแห่งก็ลงมือลงถูกกันไป ต้องรับความเสี่ยงด้วยตนเอง แม้กระทั่งในกรณีของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตัวอย่างที่กรม

ส่งเสริมการเกษตรให้ความสนับสนุน โดยส่วนใหญ่เป็นการริเริ่มจากตัวเกษตรกรเองเป็นหลัก เมื่อเกษตรกรพัฒนาพื้นที่ของตนได้ในระดับหนึ่ง จึงส่งเรื่องเข้ามาขอรับความสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตร หรือขอรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว หากรัฐมีนโยบายในเชิงรุก สํารวจเกษตรกรที่มีศักยภาพในพื้นที่ และช่วยพัฒนาทักษะที่จำเป็นก็จะทำให้เกษตรกรจัดการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างง่าย และเป็นไปตามมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว

2. การทำนโยบายพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบองค์รวมของพื้นที่แต่ละแห่ง เนื่องจากปัจจุบันการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่ชนบทโดยส่วนใหญ่ ไม่ได้มีการวางแผนการด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวจากการลงสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า เกษตรกรมักจะทำอะไรคล้ายๆ กัน หากพื้นที่ใกล้เคียงทำแล้วประสบความสำเร็จ ก็จะเกิดการเลียนแบบทำตามอย่างในบริเวณเดียวกัน เช่น สวนดอกไม้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ไรสตอร์เบอร์รี่ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทำให้เกิดการแข่งขันกันเอง อีกทั้งผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวไม่มีความหลากหลาย การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการเชื่อมโยงกิจกรรมทางการเกษตรกับการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่ชัดเจน จะช่วยให้แต่ละพื้นที่มีสิ่งดึงดูดใจด้านการเกษตรและกิจกรรมหลากหลาย ช่วยส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน

3. ในเชิงของกฎหมาย ปัญหาเรื่องเอกสิทธิ์ในพื้นที่การเกษตร ถือเป็นประเด็นสำคัญสำหรับเกษตรกรทั้งในแง่การพัฒนาด้านเกษตรและการต่อยอดไปสู่การทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัญหานี้พบว่าเป็นปัญหาใหญ่ของเกษตรกรที่ทำสวนเกษตรในบริเวณ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่แหล่งเกษตรประเภทผลไม้ที่สำคัญและไม่ไกลจากกรุงเทพฯ พื้นที่เกษตรกรรมบางส่วนได้รับการจัดสรรเป็นพื้นที่ สปก. บางส่วนทับซ้อนในพื้นที่อุทยานแห่งชาติในโซนตำบลไทยสามัคคี บางส่วนทับซ้อนอยู่ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติโซน C ในพื้นที่ตำบลวังเขียว โดยที่ชาวบ้านมีการเสียภาษีบำรุงที่ (ภบท.5) ให้ตำบล ที่เรียกภาษาท้องถิ่นว่า “ภาษีดอกหญ้า” ในพื้นที่การเกษตรจะไม่มีระบบชลประทานจะใช้น้ำจากบ่อคลอง ห้วย ซึ่งจะมีการกั้นฝายกักเก็บน้ำ กระจายตามร่องห้วยต่าง ๆ ปัญหาในเชิงกฎหมายดังกล่าวจึงทำให้เกษตรกรโดยเฉพาะรายย่อยไม่ได้รับความสนับสนุนหรือช่วยเหลือจากรัฐอย่างเต็มที่ทั้งในเชิงเกษตรกรรมและเชิงการท่องเที่ยว สำหรับเกษตรกรในพื้นที่ดังกล่าวการพัฒนาและการลงทุนทั้งในเชิงเกษตรและเชิงการท่องเที่ยวจึงมีความเสี่ยง ภาครัฐจึงต้องเข้ามาจัดการกับปัญหานี้โดยเร่งด่วน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องเร่งหาข้อสรุปโดยตรงกับ กรมป่าไม้ กระทรวงการเกษตร เพื่อให้มีนโยบายและแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะที่พื้นที่ อำเภอวังน้ำเขียวเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในแง่ของผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรและการพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสูง ในกรณีของเขาต้อก็เช่นกัน ปัญหาเอกสิทธิ์ของที่ดินก็เป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาการเชื่อมโยงการเกษตรกับการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน พื้นที่บางส่วนที่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและการเกษตรแล้วถูกอ้างว่าเป็นพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ลุ่มน้ำ 1A เกิดเป็นคดีความฟ้องร้องให้มีการรื้อถอนสิ่งก่อสร้างที่เป็นโรงเรือนหรือรีสอร์ท ความไม่ชัดเจนของกฎหมายในเรื่องเอกสิทธิ์ของพื้นที่ทำให้เกษตรกรในพื้นที่เสียโอกาสในการพัฒนาหลายอย่าง เช่น ขอจีพีเอสก็ไม่ได้

3. การออกมาตรการทางกฎหมาย เช่น ในกรณีของประเทศฟิลิปปินส์ ได้ออก พ.ร.บ. The Agri-Tourism Promotion Act 2010 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกำหนดกระทรวงเกษตร (Department of Agriculture) และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry) ให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด ความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค การสนับสนุนการส่งเสริมการขาย

และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อช่วยเหลือกระทรวงการท่องเที่ยวฯ สำนักงานการประชุมและการท่องเที่ยว คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ขององค์การพัฒนาเศรษฐกิจและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการริเริ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พ.ร.บ. ดังกล่าว ได้มอบหมายให้กระทรวงการคลังกำหนดหลักเกณฑ์ ระเบียบว่าค่าใช้จ่ายใดเข้าข่ายการ ประกันภัยความรับผิดทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวนเงินที่เครดิตภาษีจะเท่ากับร้อยละ 20 ของการ ประกันภัยความรับผิดในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและไม่เกิน 50,000 บาทในปีภาษีใด ๆ เพื่อให้ทุก หน่วยงานได้ร่วมกันบูรณาการการขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันและพร้อม ๆ กัน

นอกจากนี้ ยังรวมถึงมาตรการด้านการสนับสนุนอื่น ๆ เช่น มาตรการด้านภาษีแบบพิเศษที่จะช่วย ลดรายจ่ายให้แก่เกษตรกรและสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งภาษีด้านการเกษตร และภาษีด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

ผู้ประกอบการ

1. การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการหรือเครือข่ายด้านเกษตรและท่องเที่ยวที่จะ ร่วมกันคิดร่วมกันช่วยสร้างความโดดเด่นทั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การกำหนดกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยวและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การทำการตลาด เป็นต้น เพื่อสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ หรือสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการแต่ละคนจะมีรายได้ทั่วถึงกัน

2. การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาตรฐานทั้ง ด้านความปลอดภัยของการท่องเที่ยว การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างผลิตภัณฑ์/กิจกรรมการ ท่องเที่ยว การทำการตลาด เมื่อพิจารณากรณีศึกษาตัวอย่างที่ลงไปสำรวจพื้นที่ พบว่า การจัดการ ท่องเที่ยวของสวนเกษตรโดยมากเป็นการจัดการกันเองตามความสะดวกของผู้ประกอบการ อาจมี บางอย่างที่ไม่สอดคล้องไปตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทยที่กำหนดไว้ นอกจากนี้เมื่อ พิจารณาถึงกิจกรรมที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่แล้วพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่เสนอให้แก่ผู้มาเยือนยังไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แท้จริงตามความหมายที่ศึกษาจากงาน ต่างประเทศ เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่เกี่ยวข้องหรือสร้างประสบการณ์ด้านการเกษตร โดยตรง เป็นเพียงการเยี่ยมชมและถ่ายรูปบริเวณแหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับการเกษตรที่ผู้ประกอบการดำเนินการยังอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ 2. พิมพ์ที่ สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร.(2548). คู่มือการบริหารและจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. กรุงเทพฯ:กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมล ท่องธรรมชาติ.(2538). การเมืองและการปกครองไทย.พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพฯ:ไทยวัฒนาพานิช.
- ขวัญกมล ดอนขวา และจิตตานันท์ ตีกุล (2557) การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารสุนารี. 8(1), 55-71.
- จิรศักดิ์ โปกาวิน. (2561). การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านบ่อแกบ่อทอง ตำบลเลิงแฝก อําเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม. วารสารการเมืองการปกครอง ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 ประจำเดือนกันยายน – ธันวาคม 2561.
- เจษฎา นกน้อย. (2559). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร: แนวคิดและประสบการณ์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 36(2), 157-169.
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อําเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(2), 115-131.
- ชลธิชา พันธุ์สว่าง, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลีย์ ณ ถลาง, และกาญจนาภา พงศ์พนรัตน์. (2563). การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัยสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 25(3) กันยายน-ธันวาคม 2563, 103-117. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2565, จาก http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/30056/DL_20566.pdf?t=637589809473409965
- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2557). รูปแบบและกระบวนการดำเนินงานธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2557.
- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร: กรณีศึกษา บ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อําเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต:มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เทพกร ณ สงขลา. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน – กันยายน 2554
- เทพกร ณ สงขลา. (2556). รูปแบบการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนในอําเภอข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9604/1/381846.pdf>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง.(2553).การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี:การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.กรุงเทพฯ:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์.(2546). เทคนิควิธีการวิเคราะห์นโยบาย.พิมพ์ครั้งที่ 6.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ธรรมจักร เล็กบรรจง. (2562). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. (2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็นในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง. Veridian E-Journal, 10(2), 2161-2172.
- นาขวัญ วงศ์ประทุม และคณะ. (2561). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านวาวี จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(2), 132-150.
- นาฏสุดา เชนนะสิริ. (2556). การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน : กรณีจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดชลบุรี. วารสารจันทร์เกษมสาร, 19(36), 41-50.
- นาตยา ธนพลเกียรติ. (2547). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา . มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิออน ศรีสมยง. (2552). การป้องกันการเสื่อมโทรมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา.มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นงเยาว์ พรหมประสิทธิ์ และคณะ. (2556). ปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา. การประชุมหาดใหญ่ วิชาการครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548).อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.เพรสแอนด์ดีไซน์.กรุงเทพฯ.
- บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ไจมา. (2552). การพัฒนาบทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมและสนับสนุนความพร้อมของเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่มภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์.(2553). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี:การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.ประชาคมวิจัย 15(85),16-19.
- พจนา สวนศรี, กฤตดา อีระพิทยกุล, จูติ จูติจำเริญพร, และอนุชา เล็กสกุลติก. (2557). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- พิทักษ์ ศิริวงศ์ อีระวัฒน์ จันทิก, จิตพนธ์ ชุมเกต, สุรภทร์ พิไชยแพทย์, และ ธนพัฒน์ อินทวิ. (2561).การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีอัตลักษณ์ในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านมุสลิม. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 10(3), 75-95.
- มณีนรัตน์ สุขเกษม. (2559). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลดงขี้เหล็ก อำเภอเมืองจังหวัดปราจีนบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 10(4), 97-112.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2558). ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางดะ. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี, 9(1) 19-35.
- ราณี อิศัยกุล และคณะ. (2558). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน. กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัย, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- รุ่งเรือง สุขาภิรมย์. (2543). การวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการนำนโยบายการศึกษาไปปฏิบัติ: กรณีศึกษานโยบายการขยายการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. (2561). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเขตสายใหม่. วารสารร่วมพฤษภูมิ มหาวชิราวุธวิทยาลัย, 36(3) 11-44.
- วารุณี เกตุสะอาด และปรกรณ์ สุวานิช. (2554). การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่เขตที่วิวัฒนาการกรุงเทพมหานคร. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย มสธ. วิจัยประจำปี 2554 หน้า 364-379.
- วรการ สุดาแก้ว. (2555). ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนส้ม อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรพล วัฒนเหลืออรุณ. (2544). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระบบเหมืองฝายภูมิปัญญาชาวบ้าน: กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิธร เจตนาพันธ์ และ เบญจพร แยมจำเมือง. (2556). กลยุทธ์การวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับครอบครัว กรณีศึกษาชุมชนบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. โครงการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ.
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. (2544). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร. สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2565, จาก http://www.kmitl.ac.th/agritech/nutthakorn/040900035_2202/multiweb/agrotour/pepeat.htm
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2546). นโยบายสาธารณะ: แนวความคิดการวิเคราะห์และกระบวนการ. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- อักรพงศ์ อินทอง และ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด. (2554). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาว วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์ 29(2), 1-34

Reference

- Asiedu AB, Gbedema TK (2011). The nexus between agriculture and tourism in Ghana: a case study of unexploited development potential. In: Torres R, Momsen J (1st eds) Tourism and Agriculture: New Geographies of Production and Rural Restructuring London: Routledge, p28-26.
- Barbieri, C. (2010). An Importance-Performance Analysis of the Motivations behind Agritourism and Other Farm Enterprise Development in Canada. Journal of Rural and Community Development 5,1/2: 1-20.
- Belisle, Francois J, 1984. Tourism and Food Imports: The Case of Jamaica, Economic Development and Cultural Change, University of Chicago Press, vol. 32(4), 819-842
- Bowen, R., L. Cox, and M. Fox. 1991 The Interface between Tourism and Agriculture. The Journal of Tourism. Studies 2:43-54

- Budowski, G. (1976). Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence, or Symbiosis? *Environmental Conservation*, 3(1), 27-31. oi:10.1017/S0376892900017707
- Carpio, C.E., Wohlgenant, M.K., and Boonsaeng, T. (2008) The Demand for Agritourism in the United States. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 33, 2:254-269.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Choo, H., & Jamal, T. (2009). Tourism on organic farms in South Korea: A new form of ecotourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 17, 431–454.
- Dionysopoulou, P. (2020). Agritourism entrepreneurship in Greece: policy framework, inhibitory factors and a roadmap for further development. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.35912/joste.v2i1.352>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41, 1149-1160.
- Fischer, C. (2019). Agriculture and tourism sector linkages: Global relevance and local evidence for the case of South Tyrol. *Open Agriculture*, 4(1), 544-553. <https://doi.org/10.1515/opag-2019-0053>
- Grillini, G., Sacchi, G., Chase, L., Taylor, J., Van Zyl, C. C., Van Der Merwe, P., Streifeneder, T., et al. (2022). Qualitative Assessment of Agritourism Development Support Schemes in Italy, the USA and South Africa. *Sustainability*, 14(13), 7903. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su14137903>
- Gurung Laxmi. (2012). Exploring Links between Tourism and Agriculture in Sustainable Development: A Case Study of Kagbeni VDC, Nepal. Accessed 10 August 2022. Available from https://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/5185/Laxmi_Gurung_MTourMgt.pdf;sequence=3
- Hepburn, E. (2008). Agritourism as Viable Strategy for Economic Diversification: A Case Study Analysis of Policy Options for the Bahamas. Accessed 12 October 2022. Available from https://tigerprints.clemson.edu/all_dissertations/313/
- Hope, Kempe R. (1981). Agriculture and economic development in the Caribbean. *Food Policy*, 6(4), 253-265. [https://doi.org/10.1016/0306-9192\(81\)90052-X](https://doi.org/10.1016/0306-9192(81)90052-X)
- Kuehn et. al. (2000). *Considerations for Agritourism Development*. Oswego, New York. Accessed 8 July 2022. Available from www.verdeinstitute.org
- Mahaliyanaarachchi, R.P. (2016). Agri tourism as a risk management strategy in rural agriculture sector: with special reference to developing countries. *Journal of Agricultural Sciences*, 11, 1-12.

- Meyer, D. (2006). Caribbean tourism, local sourcing and enterprise development: Review of the Literature. Accessed 10 September 2022. Available from <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=fd0bf232c897b5e20b06a0b7609025db5f9eb7f6>.
- Pavic, L., Pazek, K., Pavlovic, M. (2018). Agritourism between agriculture and tourism: A Review. Accessed 7 August 2022. Available from https://www.researchgate.net/profile/Aleksandra-Marcikic/publication/332857457_EFFICIENCY_ANALYSIS_OF_AIRLINES_USING_DEA_MODEL/links/5d6a3f5da6fdcc547d6d27fa/EFFICIENCY-ANALYSIS-OF-AIRLINES-USING-DEA-MODEL.pdf#page=261
- Pandurang, Taware. (2000). Agri-tourism: Innovative Supplementary Income Generating Activity for Enterprising Farmers. Confederation of Indian Industry. Accessed 9 July 2022. Available from www.agritourism.in/.../Agri-Tourism_Concept_Note.pdf
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31, 754-758.
- Singh, E. (2012). Linkage between Tourism and Agriculture in South Pacific SIDS: the case of Niue. Accessed 12 July 2022. Available from https://tigerprints.clemson.edu/all_dissertations/313/
- Telfer DJ, Wall G (2000). Strengthening backward economic linkages: local food purchasing by three Indonesia hotels. *Tourism Geographies*, 2: 421-447.
- Thuy, L., & Pouchompu, S. (2019) Community-based rural tourism as a tool for rural development: A case study of Tra Que village, Vietnam. Accessed 18 August 2022. Available from <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjtmMS1hNr9AhVrALcAHcIFCAEQFnoECA8QAQ&url=https%3A%2F%2Fscholar.google.com.vn%2Fcitations%3Fuser%3DsvXYRX8AAAAJ%26hl%3Den&usq=AOWaw0wFRrTOXTzDEwezsrgFzxv>
- Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*, 30: 546-556.
- Torress, R. & Momsen J. (2004). "Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives," *Progress in Development Studies*, , vol. 4(4), 294-318
- Torres, R., & Momsen, J. (Eds.). (2011). *Tourism and Agriculture: New Geographies of Consumption, Production and Rural Restructuring* (1st ed.). Routledge.

ภาคผนวก

ผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถาม
การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำชี้แจง

1) แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ดำเนินการภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันคลังสมองร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

2) ข้อมูลที่ได้รับจากท่านถูกเก็บเป็นความลับ และจะนำไปวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น โดยไม่ส่งผลกระทบต่อใด ๆ ถึงท่านทั้งนี้ทีมผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ มา ณ โอกาสนี้

3) แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตอนที่ 3 การจัดการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ชื่อสถานประกอบการ..... เบอร์โทรศัพท์ผู้ให้ข้อมูล.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

1.ชาย

2.หญิง

2.อายุ

1.อายุ 15-20 ปี

4.อายุ 41-50 ปี

2.อายุ 21-30 ปี

5.อายุ 51 ปีขึ้นไป

3.อายุ 31-40 ปี

3.ระดับการศึกษาของท่าน

1. ประถมศึกษา

4. ปวช./ปวส.

2. มัธยมศึกษาตอนต้น

5. ปริญญาตรี

3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพหลักของท่าน

1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 5. เกษตรกร
2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 6. นักเรียน/นักศึกษา
3. พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน 7. อื่น ๆ ระบุ.....
4. รับจ้างทั่วไป

5. รายได้ต่อเดือน

1. ไม่มีรายได้ 4. 10,001-20,000 บาท
2. ต่ำกว่า 5,000 บาท 5. 20,001-30,000 บาท
3. 5,001-10,000 บาท 6. สูงกว่า 30,001 บาท

6. สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เจ้าของ 3. อื่น ๆ ระบุ.....
2. ผู้จัดการ

7. วัตถุประสงค์หลักของการใช้ที่ดินที่ถือครอง

1. เพื่อการเกษตรกรรม 3. เพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4. เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. กรรมสิทธิ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. โฉนด 3. เช่า
2. นส.3/ นส.3 ก. 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ขนาดที่ดินทั้งหมด.....ไร่

10. ขนาดของพื้นที่ที่ใช้สำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โปรดระบุ จำนวน..... ไร่

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

11. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเกษตรแบบครบวงจร
2. รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเอกชนที่มีความโดดเด่นด้านเกษตร ซึ่งได้รับการยอมรับจากภายนอก
3. รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเอกชนหรือชาวบ้านที่ไม่ได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวแต่มีภูมิปัญญาหรือเทคนิคที่ได้รับการยอมรับจากภายนอก
4. รูปแบบศูนย์การเรียนรู้หรืออนุรักษ์ภูมิปัญญาทางการเกษตร
5. รูปแบบศูนย์หรือสถานวิจัยบำรุงพันธุ์สัตว์และ/หรือพืชที่มุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพทางการเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยว

18. สัดส่วนของรายได้ที่ได้จากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อรายได้ทั้งหมด

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 10% | <input type="checkbox"/> 6. 51-60% |
| <input type="checkbox"/> 2. 11-20% | <input type="checkbox"/> 7. 61-70% |
| <input type="checkbox"/> 3. 21-30% | <input type="checkbox"/> 8. 71-80% |
| <input type="checkbox"/> 4. 31-40% | <input type="checkbox"/> 9. 81-90% |
| <input type="checkbox"/> 5. 41-50% | <input type="checkbox"/> 10. 91-100% |

19. วัตถุประสงค์หลักในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- 1. เพื่อแสวงหาแหล่งรายได้ที่หลากหลาย
- 2. เพื่อเป็นอาชีพหลักและเป็นความสนใจส่วนตัว
- 3. เพื่อเป็นอาชีพหลังเกษียณ
- 4. เพื่อต้องการให้ความรู้ ถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตร
- 5. เพื่อสร้างธุรกิจให้ลูกหลาน
- 6. เพื่อผันตัวจากเกษตรกรมาเป็นท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 7. เพื่อใช้ที่ว่างเปล่าหรือที่ดินทางการเกษตรให้เป็นประโยชน์
- 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

20. ลักษณะของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เชิงธุรกิจ | <input type="checkbox"/> 3. วิถีชีวิตดั้งเดิม |
| <input type="checkbox"/> 2. เชิงธุรกิจมากกว่าครอบครัว | <input type="checkbox"/> 4. วิถีชีวิต+ธุรกิจ |

21. ข้อจำกัด อุปสรรคในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- 1. กฎ ระเบียบไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2. การขาดแคลนแรงงาน
- 3. ระบบสาธารณูปโภคที่มาสับสนุน
- 4. นโยบายที่ไม่เอื้อต่อการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากภาครัฐ
- 5. การดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป
- 6. ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างภาคีเครือข่าย
- 7. การเข้าถึงแหล่งทุนในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 8. ขาดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่

22. จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. จุดเด่นด้านเกษตรพอเพียงและทฤษฎีใหม่ (ระบุ).....
- 2. จุดเด่นด้านสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพที่สวยงาม (ระบุ).....
- 3. จุดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรหรือนวัตกรรมใหม่ (ระบุ).....
- 4. จุดเด่นด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม (ระบุ).....
- 5. จุดเด่นลักษณะการทำเกษตรเฉพาะถิ่นที่ไม่พบจากที่อื่น (ระบุ).....

- 6. จุดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ระบุ).....
- 7. จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ (ระบุ).....

23. การได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้แก่บุคคลภายนอก

- 1. ไม่ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (10 คนขึ้นไป)
- 2. ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (10 คนขึ้นไป)
- 3. ได้รับความสนใจจากการขอเข้ามาศึกษาดูงานแบบหมู่คณะ (ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป) และ

ได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก

ตอนที่ 3 การจัดการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

24. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

- 1. มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว
- 2. มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) มากกว่า 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว
- 3. มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (สดหรือแปรรูป ของท้องถิ่น/ชุมชน) มากกว่า 1 ชนิด ในการนำเสนอ นักท่องเที่ยว) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลจากภายนอก

25. ผลผลิตการเกษตรเป็นที่ยอมรับหรือโดดเด่น

- 1. มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่น
- 2. มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค
- 3. มีผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นที่ยอมรับในระดับชาติหรือนานาชาติ

26. คุณค่าของผลผลิตการเกษตร

- 1. ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าในการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการ
- 2. ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าในด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้
- 3. ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณค่าด้านสะท้อนเอกลักษณ์ชุมชน
- 4. ผลผลิตการเกษตรมีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์

27. การส่งเสริมการขายและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การเกษตร

- 1. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายผลิตผลทางการเกษตร
- 2. มีการพัฒนาและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า
- 3. มีการจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์เพื่อความเป็นเอกลักษณ์
- 4. ได้รับการรับรองมาตรฐานหรือรางวัลผลผลิตการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร

28. การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร

- 1. ไม่มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกร
- 2. มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรชาติให้ชม
- 3. มีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรให้ชมและให้นักท่องเที่ยวทดลองปฏิบัติ

ตอนที่ 4 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

29. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่

- 1. ไม่มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว
- 2. มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

30. การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

- 1. ไม่มีแผนผังแสดงเป็นรูปธรรม
- 2. มีแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างชัดเจน
- 3. มีแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างชัดเจน และจัดแสดงให้กับนักท่องเที่ยว

31. การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลพร้อมยามัณูประจำบ้าน
- 3. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อาสาสมัครสาธารณสุข ประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำแหล่งท่องเที่ยวและมีชุดเครื่องมือปฐมพยาบาลพร้อมยามัณูประจำบ้าน

32. การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่อผลผลิตทางการเกษตร

- 1. นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยอิสระ
- 2. นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยอิสระแต่มีทางบังคับเพื่อไม่ให้ออกนอกเส้นทาง
- 3. มีรถบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจำกัดให้นักท่องเที่ยวนั่งบนรถและลงตามจุดบริการหรือมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

33. การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการจัดการของเสีย
- 2. มีการกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย ภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 3. มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ

34. การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีแผนหรือระบบบำรุงรักษา
- 2. มีแผนหรือระบบบำรุงรักษา
- 3. มีการดำเนินงานตามแผนการบำรุงรักษา

35. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อใด ๆ
- 2. มีการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเอง
- 3. มีการจัดทำสื่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งมีหน่วยงานภายนอกให้ความสนใจมาขอข้อมูลไปประชาสัมพันธ์

36. การสร้างเครือข่ายสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานภายนอก
- 2. มีการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด
- 3. มีการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานระดับชาติหรือนานาชาติ

37. การให้ข้อมูล/ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการบรรยาย แนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตน ภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2. มีการบรรยายกิจกรรมแนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 3. มีการฉายวีดิทัศน์และบรรยายกิจกรรม แนะนำสถานที่และกติกากการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว

38. การจัดการด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

38.1 ที่พัก

- 1. ไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
- 2. ไม่มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวแต่มีเครือข่ายบริการที่พักภายนอกแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง
- 3. มีที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

38.2 อาหาร

- 1. ไม่มีบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2. มีบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะที่มีการสั่งจองล่วงหน้า
- 3. มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

38.3 เครื่องดื่ม

- 1. ไม่มีบริการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2. มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

38.4 ร้านขายของฝากและของที่ระลึก

- 1. ไม่มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2. มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 3. มีร้านขายของฝากและของที่ระลึกทั้งภายในและบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว

38.5 การติดต่อสื่อสาร

- 1. ไม่มีการให้บริการติดต่อสื่อสาร
- 2. มีการให้บริการติดต่อสื่อสาร เช่น ส่งจดหมาย โทรศัพท์โทรสารภายในประเทศ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

38.6 บริการความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
- 2. มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับเอกสาร บอร์ดหรือป้ายสื่อความหมาย
- 3. มีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและมีการสาธิตวิธีการปฏิบัติ

38.7 การให้บริการมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว
- 2. มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมที่พูดได้เฉพาะภาษาไทยสำหรับบริการนักท่องเที่ยว
- 3. มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมที่พูดได้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

38.8 บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ

- 1. ไม่มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ
- 2. มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เช่น ห้องน้ำ

38.9 ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ อย่างน้อย 1 ประเภท

- 1. มีการจัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เช่น ห้องน้ำ ทางลาดเอียงสำหรับพื้นที่ต่างระดับ มากกว่า 1 ประเภท
- 2. ไม่มีการจัดการให้บริการ

39. การจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2. มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว
- 3. มีกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้พักผ่อน หรือบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป

40. ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยว

- 1. สาธิต
- 2. บรรยายให้ความรู้
- 3. ทดลองปฏิบัติ
- 4. สันทนาการ
- 5. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 6. ฟาร์มปศุสัตว์
- 7. เยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน/ท้องถิ่น

41. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว

- 1. ไม่มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว
- 2. มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้เฉพาะบางฤดูกาล
- 3. มีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปี

42. มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนเพื่อช่วยเหลือและเรียนรู้ร่วมกันหรือไม่

- 1. ไม่มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอก
- 2. มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอกในระดับท้องถิ่นหรือระดับจังหวัด
- 3. มีเครือข่ายความร่วมมือทางการเกษตรกับคนในชุมชนหรือองค์กรภายนอกในระดับภาคหรือระดับประเทศ

43. ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท

- 1. ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงในรัศมี 20 กม.
- 2. มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียง อย่างน้อย 1 แห่ง
- 3. มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในบริเวณใกล้เคียงตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป

44. มีการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

- 1. ไม่มีการจ้างงานคนในชุมชนที่แหล่งเกษตรตั้งอยู่เข้ามาทำงาน
- 2. มีการจ้างงานคนในชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10-50 ของพนักงานทั้งหมดในแหล่งท่องเที่ยว
- 3. มีการจ้างงานคนในชุมชนมากกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมดเพื่อทำงานในแหล่งท่องเที่ยวเกษตร

ผนวก ข
เครื่องมือในการวิจัย



แบบสอบถาม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยการศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดำเนินการโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสถาบันคลังสมองร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อที่จะทำการศึกษา สถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในต่างประเทศ ศึกษาสถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งต้องดำเนินการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยว จำนวน 4 แหล่งจากจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดชุมพร

2. ข้อมูลที่ได้รับจากท่านถูกเก็บเป็นความลับ และจะนำไปวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น โดยไม่ส่งผลกระทบต่อใด ๆ ถึงท่าน ทั้งนี้ทีมผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ มา ณ โอกาสนี้

3. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

1.ชาย

2.หญิง

2.อายุ

1.อายุ 18-20 ปี

4.อายุ 41-50 ปี

2.อายุ 21-30 ปี

5.อายุ 51 ปีขึ้นไป

3.อายุ 31-40 ปี

3.ระดับการศึกษาของท่าน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> 4. ปวช./ปวส. |
| <input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนต้น | <input type="checkbox"/> 5. ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย | <input type="checkbox"/> 6. สูงกว่าปริญญาตรี |

4. ภูมิลำเนา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออก |
| <input type="checkbox"/> 2. ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 6. ภาคตะวันตก |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคใต้ | <input type="checkbox"/> 7. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล |
| <input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | |

5.อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 5. เกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> 2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6. นักเรียน/นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน | <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 4. รับจ้างทั่วไป | |

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่มีรายได้ | <input type="checkbox"/> 4. 10,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2. ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5. 20,001-30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 5,001-10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. สูงกว่า 30,001 บาท |

7. ท่านเดินทางท่องเที่ยวครั้งล่าสุดเมื่อ (โปรดระบุ)

.....

8. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านไปมาครั้งล่าสุด คือ (โปรดระบุ)

.....

9 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว/ปี ของท่าน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 ครั้งต่อปี | <input type="checkbox"/> 3. 4-5 ครั้งต่อปี |
| <input type="checkbox"/> 2. 2-3 ครั้งต่อปี | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 5 ครั้งต่อปี |

10. ยานพาหนะที่มาท่องเที่ยว

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 3. รถบัสของกลุ่มทัวร์/บริษัท |
| <input type="checkbox"/> 2. รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ ระบุ..... |

11. ท่านชื่นชอบการท่องเที่ยวลักษณะใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> 3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ |
| <input type="checkbox"/> 2. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม | <input type="checkbox"/> 4. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ |
12. งบประมาณในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1,000-5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2. 5,001-10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5. 20,001-30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001-15,000 บาท | |
13. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เดินทางมาคนเดียว | <input type="checkbox"/> 4. เดินทางมากับที่ทำงาน |
| <input type="checkbox"/> 2. เดินทางมากับครอบครัว และญาติ | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ ระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 3. เดินทางมากับเพื่อน | |
14. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาying (ระบุสถานที่).....
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.พักผ่อน | <input type="checkbox"/> 3. การศึกษาดูงาน/ประชุมสัมมนา |
| <input type="checkbox"/> 2.เยี่ยมญาติ และ/หรือครอบครัว | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ ระบุ..... |
13. ท่านทราบข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากแหล่งข้อมูลใด
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก | <input type="checkbox"/> 5. หนังสือท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 2. โทรทัศน์/วิทยุ | <input type="checkbox"/> 6. หน่วยงานภาครัฐ |
| <input type="checkbox"/> 3. เว็บไซต์ | <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> 4. บริษัทนำเที่ยว | |
15. ช่วงเวลาใดที่ท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวโดยทั่วไป
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. จันทร์-ศุกร์ | <input type="checkbox"/> 3. เสาร์-อาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> 2. วันหยุดนักขัตฤกษ์ | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ ระบุ..... |
16. ระยะเวลาของการมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. จำนวน 1 วัน | <input type="checkbox"/> 3. จำนวน 3 วัน |
| <input type="checkbox"/> 2. จำนวน 2 วัน | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 3 วันขึ้นไป |

ตอนที่ 2 ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. ท่านเคยไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่
 - 1. เคย
 - 2. ไม่เคย (ไม่ต้องทำต่อ)

2. ยกตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ท่านเคยไป 1 ที่ (โปรดระบุ)
 - 1

3. วัตถุประสงค์หลักของการไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่าน
 - 1. พักผ่อน
 - 2. เยี่ยมญาติ และ/หรือครอบครัว
 - 3. การศึกษาดูงาน/ประชุมสัมมนา
 - 4. ทางผ่าน

4. ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้จากที่ได้
 - 1. ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก
 - 2. โฆษณาค้น/วิทยุ
 - 3. เว็บไซต์
 - 4. หนังสือท่องเที่ยว
 - 5. หน่วยงานภาครัฐ
 - 6. Facebook, Instagram
 - 7. อื่น ๆ ระบุ.....

5. อะไรคือสิ่งที่ทำให้ท่านประทับใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ท่านไป (เรียงลำดับ)
 - สถานที่สวยงาม เป็นระเบียบ
 - กิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย
 - การบริการของพนักงานเว็บไซต์
 - อาหารอร่อย
 - มีสินค้าเกษตร หลากหลายน่าสนใจ
 - มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ในพื้นที่ใกล้เคียง
 - การเดินทางสะดวก
 - อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำชี้แจง: ประโยคในตารางด้านล่างต่อไปนี้เป็นประเด็นที่เกี่ยวกับต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของท่านที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย x ทับตัวเลขระดับความคิดเห็น ลงในแต่ละช่อง โดย 1 หมายถึง ความต้องการ/ ความคาดหวัง/ ความพึงพอใจ น้อยที่สุด ... และ 5 หมายถึง ความต้องการ/ ความคาดหวัง/ ความพึงพอใจ มากที่สุด

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว		
1. มีจุดเด่นด้านเกษตรพอเพียงและทฤษฎีใหม่	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2. มีจุดเด่นด้านสภาพธรรมชาติและทัศนียภาพที่สวยงาม	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3. มีจุดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรหรือนวัตกรรมใหม่	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4. มีจุดเด่นด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5. จุดเด่นด้านการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6. มีจุดเด่นลักษณะการทำเกษตรเฉพาะถิ่นที่ไม่พบจากที่อื่น	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7. ท่านต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว		
8. มีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9. มีเส้นทางที่ใช้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
10. มีการปรับปรุงสภาพถนนที่ใช้เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
11. มีการจัดทำป้ายบอกทาง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
12. มีการจัดทำเส้นทางเดินเท้าเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
13. มีการจัดทำเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ แหล่ง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
14. มีเส้นทางเฉพาะยานพาหนะประเภทต่าง ๆ เช่น จักรยาน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
15. มีการจัดทำแผนที่ของแหล่งท่องเที่ยวแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว		
16. มีการพัฒนาระบบประปาเพื่อการอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
17. มีการพัฒนาระบบไฟฟ้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
18. มีการจัดระบบโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
19. มีการจัดระบบขยะที่ได้มาตรฐานและทั่วถึง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
20. มีการบริการห้องน้ำสุขาในแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
21. มีการจัดระบบของที่พักรับบริการอย่างทั่วถึง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ
22. มีการบริการที่พักจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
23. มีการจัดบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เพียงพอ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
24. มีอาหารพื้นเมืองไว้บริการ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
25. มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของที่ระลึกที่หลากหลาย	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
26. มีการจำหน่ายสินค้าที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และอนุรักษ์วัฒนธรรมของพื้นที่	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
27. มีการบริการที่จอดรถเพียงพอ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
28. มีบุคลากรด้านการบริการท่องเที่ยวไว้บริการอย่างเพียงพอ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
29. มีการจัดทำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวประจำแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
30. มีบริการสื่อที่หลากหลายเพื่อบริการข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
31. มีบริการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว/ความรู้ตามจุดต่าง ๆ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว		
32. มีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายน่าสนใจ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
33. มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอื่น ๆ ในพื้นที่	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
34. มีการแจ้งกำหนดการวันเวลาของโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
35. มีการคิดราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
36. มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้โดยตัวของท่านเอง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว		
37. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
38. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิม	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
39. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนและสร้างความรำคาญต่อชุมชน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
40. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่ผู้มาเยี่ยมชมได้	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
41. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสะท้อนถึงสภาพวัฒนธรรมการเกษตร และความเป็นอยู่ในชุมชน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
42. มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงเกษตร	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
43. มีคนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
44. มีบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการได้มาตรฐาน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

ประเด็น	ระดับความคาดหวัง	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ
45. มีการบริการสถานพยาบาลธนาคาร สถานีบริการน้ำมันในจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
46. มีการจัดตั้งศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชนประจำแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
47. มีการจัดไกด์อาสาสมัครประจำแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
48. มีรถประจำทางบริการรับ-ส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยว	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

ผนวก ค

การประชุมระดมสมองกับกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



การประชุมระดมสมองกับกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



ผนวก ง
การสัมภาษณ์เชิงลึก

การประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ (3)



ผนวก จ
การประชุมเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมระดมสมองกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์



การประชุมเก็บรวบรวมข้อมูล

การประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา



การประชุมเก็บรวบรวมข้อมูล

การประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา



การประชุมเก็บรวบรวมข้อมูล

การประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมระดมสมอง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่



การประชุมเก็บรวบรวมข้อมูล

การประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมระดมสมอง จังหวัดชุมพร



การเก็บข้อมูลภาคสนามนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ตัวอย่าง



ผนวก ฉ
ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาสกร ธรรมโชติ

ชื่อ - นามสกุล

Asst. Prof. Pasakorn Thammachote

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900
หมายเลขโทรศัพท์ 086-9812140
Email: fecopot@ku.ac.th

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 1

ชื่อ - นามสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระศักดิ์ คงฤทธิ

ชื่อ - นามสกุล

Asst. Prof. Weerasak Kong-Rithi

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
31 หมู่ 6 ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี
หมายเลขโทรศัพท์ 081-5989037
หมายเลขโทรสาร 077-278873
Email: weerasak.k@psu.ac.th

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 2

ชื่อ - นามสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญฤทธิ ชูประดิษฐ์

ชื่อ - นามสกุล

Assist.Prof. Boonyarit Choopradit

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

สาขาคณิตศาสตร์และสถิติ
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
99 หมู่ 18 ตำบล คลองหนึ่ง อำเภอ คลองหลวง จ.ปทุมธานี
โทรศัพท์ 08-9723-0723
โทรศัพท์มือถือ 08-9723-0723
Email: boonyarit@mathstat.sci.tu.ac.th

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 3**ชื่อ - นามสกุล**

พาฝัน นิลสวัสดิ์ ดูฮาเมลน์

ชื่อ - นามสกุล

Mrs. Pafun Nilsawas Duhamel

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

สำนักรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

222 ตำบลไทยบุรี อำเภอท่าศาลา นครศรีธรรมราช80160

โทรศัพท์ 086-954-6161

Email: pafun.du@wu.ac.th

ผนวก ข

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ A4 (สำหรับประชาสัมพันธ์)

1. ชื่อผลงาน/โครงการ (ไทย) การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(อังกฤษ) A Policy Research on Linking Agriculture and Tourism in Thailand
2. ชื่อ - นามสกุล นักวิจัย (ภาษาไทย) ภาสกร ธรรมโชติ
(ภาษาอังกฤษ) Pasakorn Thammachote
3. ที่อยู่ติดต่อได้ ภาควิชา เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900
4. เบอร์โทรศัพท์ 0869812140 E-mail.fecopot@ku.ac.th
5. ชื่อหน่วยงาน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
6. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ 2566
7. คำค้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร; เกษตรกรรม; การท่องเที่ยว
8. keyword. Agritourism; Agriculture; Tourism
9. อ้างอิง (ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้นว่างไว้)
10. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว (สามารถแยกไฟล์ หรือใส่รวมไว้ในเนื้อหาได้)
11. คำอธิบาย 1 หน้ากระดาษ A4 (font Tahoma ขนาด 10 แบบ Regular)
การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสถาบันคลังสมอง ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อที่จะทำการศึกษา (1) สถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในต่างประเทศ (2) ศึกษาสถานการณ์

ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวทุกมิติในประเทศไทย และ(3) จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการศึกษาพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวในระยะสั้น ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก ขั้นตอนในการทำธุรกิจ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐ ถือเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคสำคัญ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ (1) การสำรวจพื้นที่ (2) การจัดทำฐานข้อมูล (3) การวิเคราะห์ศักยภาพ (4) การกำหนดยุทธศาสตร์ (5) การพัฒนาศักยภาพเกษตรกร และ (6) การให้การสนับสนุนภาครัฐด้านเงินทุน

ผนวก ซ

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

1. ชื่อผลงาน/โครงการ (ไทย) การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย
(อังกฤษ) A Policy Research on Linking Agriculture and Tourism in Thailand
2. ชื่อนามสกุล นักวิจัย (ภาษาไทย) ภาสกร ธรรมโชติ
(ภาษาอังกฤษ) Pasakorn Thammahote
3. ที่อยู่ติดต่อได้ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ
เบอร์โทรศัพท์ 0869812140 E-mail fecopot@ku.ac.th
4. ชื่อหน่วยงาน คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บางเขน
5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ 2556
6. คำค้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร; เกษตรกรรม; การท่องเที่ยว
Keyword. Agritourism; Agriculture; Tourism
7. อ่างอิง -
8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว
9. คำอธิบาย 5 บรรทัด (font Tahoma ขนาด 10 แบบ Regular)
การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย
ทำการศึกษา (1) สถานการณ์ ความสำคัญ นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคใน
การเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวในต่างประเทศและประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า
ขั้นตอนในการทำธุรกิจ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ของภาครัฐ ถือเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคสำคัญ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น
ผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น
10. สรุปงานวิจัยในรูปแบบ info graphic โดยให้มีตราสัญลักษณ์ของ วช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
-
11. นำเข้าข้อมูลสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด ในระบบ EXPLORE ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-explore.net
-



ผนวก ฅ

สรุปรงานวิจัยในรูปแบบ Info Graphic
การศึกษาเชิงนโยบายในการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย
 ผศ.ดร.ภาสกร ธรรมโชติ และคณะ

