



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

### แผนงานวิจัย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
Agro-tourism Management in Chanthaburi Province

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีเบญจโชติ และคณะ

กุมภาพันธ์ 2561

เลขที่สัญญา RDG5950077

## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

### แผนงานวิจัย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
Agro-tourism Management in Chanthaburi Province

### คณะผู้วิจัย

- |                                        |                            |
|----------------------------------------|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีเบญจโชติ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 2. รองศาสตราจารย์สุรีย์พร พานิชอัตรา   | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภดล แสงแข        | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วราภรณ์ ศรีบัณฑิต | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 5. นางเพ็ญศิริ สมารักษ์                | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 6. นางสาวเปรมปรีดา ทองลา               | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |

ชุดโครงการ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

แผนงานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” เป็นการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยโครงการย่อย 3 โครงการ คือ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2559 (ทุนมุ่งเป้าด้านการท่องเที่ยว)

ในการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัดจันทบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง (ระยอง-จันทบุรี) สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ตลอดจนผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นทุกภาคส่วน คณะผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กล่าวถึงข้างต้น

ขอขอบคุณ อาจารย์ปราโมช ร่วมสุข และผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญาณี นิยมกิจ ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างยิ่ง ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ได้ให้โอกาสคณะผู้วิจัยได้มีส่วนช่วยพัฒนางานที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ดร.เบญจวรรณ สร้างนิทร ดร.สุนันทา ชูตินันท์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ คุณศรีวิการ์ เมฆธวัชชัยกุล และ คุณสุเทพ เกื้อสังข์ ที่ได้คำแนะนำจนได้งานวิจัยที่มีความสมบูรณ์ และขอขอบคุณสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและให้คำปรึกษาในการทำงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงอย่างดียิ่ง

คณะผู้วิจัย  
กุมภาพันธ์ 2561

## บทสรุปผู้บริหาร

### 1. บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นแหล่งสร้างงานขนาดใหญ่ของระบบเศรษฐกิจ และเป็นแหล่งกระจายรายได้ไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม ในภาคตะวันออกของไทย หากมีการบูรณาการภาคการท่องเที่ยวเข้ากับภาคเกษตรกรรมทำสวนผลไม้ ก็สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาการค้าพืชผลทางการเกษตร โดยอาศัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ก็จะสามารถสร้างเงิน สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้ ซึ่งวางอยู่บนฐานอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่นำไปสู่การจัดการเพื่อยกระดับคุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตทางการเกษตร (ผลไม้) ได้แก่ เงาะ มังคุดทุเรียน ลองกอง สละ ฯลฯ ในจังหวัดจันทบุรี หากสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เข้ากับพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยว แอควีฟ บีช ด้วยแล้ว ก็จะสามารถกระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวให้เพิ่มสูงขึ้นสู่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งสามารถบูรณาการเข้ากับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ ทะเล ภูเขา น้ำตก ศาสนสถาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ ฯลฯ แต่ยังคงติดขัดในด้านการบริหารจัดการให้มีความโดดเด่น

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) ในจังหวัดจันทบุรี จึงถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการบูรณาการการท่องเที่ยวเข้ากับการเป็นศูนย์กลางผลไม้คุณภาพ ที่สามารถเพิ่มรายได้มาสู่เกษตรกรชาวสวนผลไม้โดยอาศัยการจัดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ คณะผู้วิจัย จึงมีความสนใจจัดทำโครงการวิจัย เรื่อง “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” โดยทำการศึกษาทั้งอุปสงค์ความต้องการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยว ควบคู่กับอุปทานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งในเชิงพื้นที่ รวมถึงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งยังทำการระดมสมอง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร และภาคีผู้เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การยกระดับการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีได้ในลำดับต่อไป

#### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 2) ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 3) ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และ 4) เสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

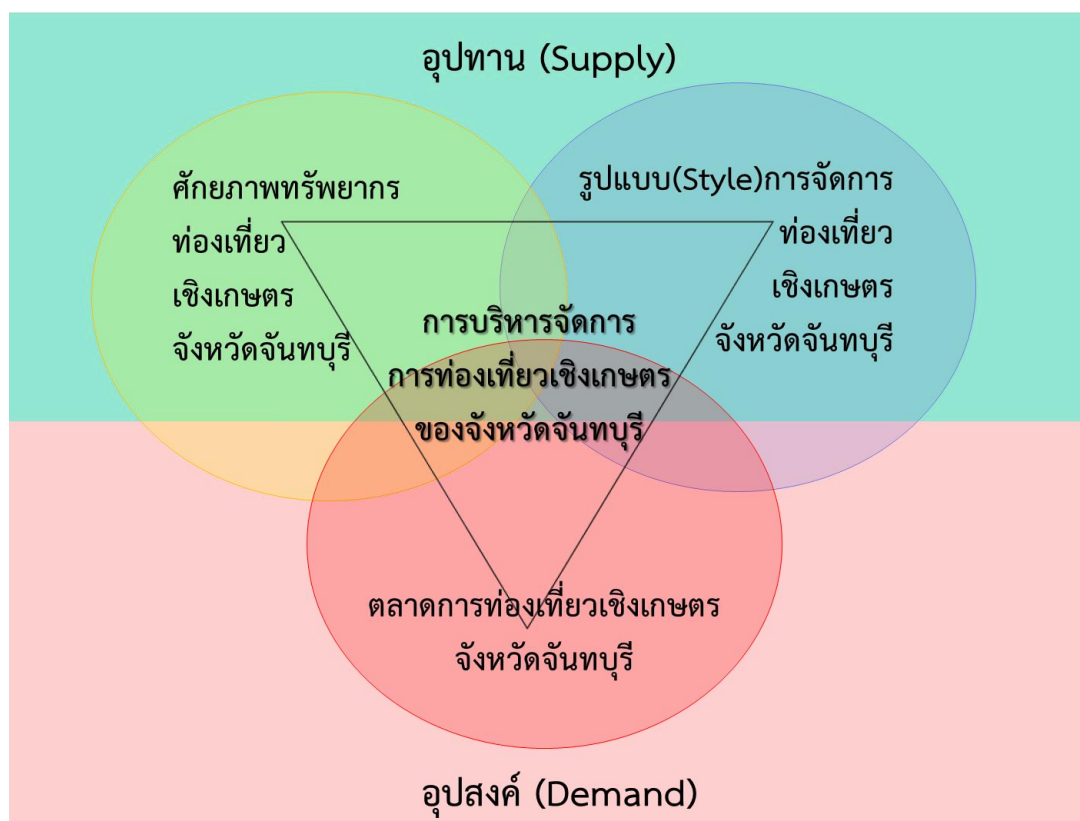
การวิจัยดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ประกอบไปด้วย 1) ตลาดการท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) การจัดการและการบริการท่องเที่ยว ซึ่งในองค์ประกอบแรก เป็นส่วนของอุปสงค์การท่องเที่ยว ส่วนอีก 2 องค์ประกอบเป็นส่วนของอุปทานการท่องเที่ยวในการศึกษาตามแผนงานได้ทำการศึกษาในแต่ละองค์ประกอบ โดยแบ่งเป็นโครงการย่อย 3 โครงการ ได้แก่

โครงการย่อยที่ 1 การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาองค์ประกอบตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งทำการศึกษาถึงตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ที่ประกอบไปด้วย ความพึงพอใจ ความต้องการ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมีภาคีที่เคยพานักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี รวมถึงส่วนเกินผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีเฉลี่ยต่อครั้ง (ACS) ที่ได้จากการสอบถามจากนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เกี่ยวกับการให้การสนับสนุน นโยบาย และความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่ต้องการให้เกิดขึ้น

โครงการย่อยที่ 2 ศักยภาพการจัดการแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งทำการศึกษาถึงศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

และโครงการย่อยที่ 3 รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาองค์ประกอบการจัดการและการบริการท่องเที่ยว ซึ่งทำการศึกษาถึงการบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี และ การศึกษาระบบการจัดเก็บและการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนาม ไปพัฒนาเป็นรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

เมื่อได้ผลการศึกษาเบื้องต้นจากโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ แล้วนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสังเคราะห์หาข้อสรุป และเชิญผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ภาคีที่เคยพานักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น มาร่วมกิจกรรมระดมความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา โดยการเลือกเจาะจงศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มาแจ้งกับสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และมีรายชื่อตามทำเนียบรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยมีการกำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

##### 1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษานี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วย

- แบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของจังหวัดจันทบุรี จำนวน 58 แห่ง โดยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structured Interview) ในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละพื้นที่
- การประชุมระดมสมอง (Workshop/Brainstorming) เพื่อระดมความคิด จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ในการค้นหาคุณค่า (Value) ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี

เพื่อนำคุณค่าที่ได้ ใช้ในการกำหนดทิศทางการทำงานของจังหวัดจันทบุรีโดยภาพรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- การจัดเวทีประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการระดมความคิด (Brainstorming) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

**2) การวิเคราะห์ข้อมูล** เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เบื้องต้น ที่ได้จากการศึกษาใน 3 โครงการย่อย ซึ่งประกอบไปด้วยความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ประกอบข้อมูลที่ได้จากการระดมความคิด และการประชุมกลุ่มย่อย มาจำแนกหมวดหมู่ (Category) ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชิงพรรณนา เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## 2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

### 2.1 สรุปผลการวิจัย

**2.1.1 ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี** จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมารับประทานผลไม้ เนื่องจากสภาพลักษณะของจังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองแห่งผลไม้ ผลไม้มีคุณภาพ รสชาติอร่อย ประกอบกับจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากสื่อออนไลน์ และการบอกต่อจากคนรู้จัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ผู้ที่ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือบริษัทนำเที่ยว และมีวัตถุประสงค์ โดยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาจากเส้นทางของโปรแกรมนำเที่ยวที่บริษัทจัดขึ้นเป็นหลัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางส่วนกำหนดโดยหน่วยงาน และบางส่วนให้บริษัทนำเที่ยวเสนอแนะ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาในช่วงฤดูผลไม้ เพื่อรับประทานผลไม้ เที่ยวชมสวนของเกษตรกร และซื้อผลผลิต โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเลย มีบางส่วนที่จะติดต่อจองล่วงหน้ากับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน จะทำการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวและจองล่วงหน้าโดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีการศึกษาข้อมูลมาก่อนล่วงหน้า การวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวยังไม่มี ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากมีคุณค่าที่รับรู้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ส่วนด้าน ความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) นักท่องเที่ยวมีความต้องการสินค้าที่ดี มีคุณภาพและมีปริมาณที่เพียงพอ รวมทั้งมีกิจกรรมที่หลากหลาย ได้รับความรู้ ประสบการณ์ และความสนุกสนาน อีกทั้งยังมีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

- ด้านราคา (Price) นักท่องเที่ยวต้องการให้ตั้งราคาผลผลิตต่ำกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

- ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย (Place) นักท่องเที่ยวต้องการให้การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดีเป็นธรรมชาติ สะอาด มีจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และมีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ

- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

และจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจ และสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีมีจุดเด่นคือ ผลผลิตมีคุณภาพ การให้บริการด้วยความเป็นกันเอง และการให้ความรู้ของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ สะอาด และมีความปลอดภัย ส่วนจุดด้อย คือ ผลผลิตไม่เพียงพอ ไม่หลากหลาย ไม่มีความแตกต่างจากที่อื่น ราคาสูง ที่จอดรถไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ซึ่งในมุมมองของนักท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีศักยภาพหลายด้านที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีอีกหลายด้านที่นักท่องเที่ยวยังไม่ประทับใจ

ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P's) จากการส่งเสริมจุดเด่น แก้ไขจุดด้อย ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรเน้นการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จำแนกแหล่งท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นที่มีผลผลิตในลักษณะเดียวกัน เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จัดกิจกรรมให้สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ยกย่องผลผลิตเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การขายจากเดิมที่เน้นปริมาณมาเป็นการนำเสนอขายคุณค่า (Value) ให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิตที่ผลิตได้

- ด้านราคา (Price) ไม่ควรกำหนดราคาแบบรายหัว อาจปรับเปลี่ยนเป็นการกำหนดราคาแบบเหมา (Package) กำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า ชี้แจงและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวเรื่องราคาผลผลิต กำหนดราคาให้ชัดเจน

- ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย (Place) ควรมีการติดต่อ และติดตามนักท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการติดต่อกับนักท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน จัดสถานที่ให้เหมาะสมและเป็นสัดส่วน จัดเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอและเหมาะสม

- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว พัฒนาและจัดทำสื่อที่สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรประสานความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวที่มีชื่อเสียง หรือบริษัทชั้นนำในระดับประเทศ

**2.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี** จากการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ในระดับดี ซึ่งผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์ ตามองค์ประกอบมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนี้

- ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- o มีการบริหารจัดการโดยชาวสวน โดยมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่ต้อนรับ ดูแล นำชม บรรยายถ่ายทอดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส

และเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการที่ชัดเจน

- มีการใช้ทรัพยากรที่มีคุณภาพภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเที่ยวชมสวน รับประทานผลไม้สดๆ ทดลองปฏิบัติ และเลือกซื้อสินค้าจากในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีกิจกรรมเสริม ที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่อื่นๆ เพื่อใช้เป็นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยว

- มีแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความยั่งยืน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมเรียนรู้ทางการเกษตรที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และความสนุกสนาน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการกลับมาเที่ยวซ้ำ

- มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ประสานความร่วมมือกันของคนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และด้านอื่นๆ แต่ยังเป็นการสร้างเครือข่ายที่ขาดความต่อเนื่อง

- มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทั้งของสดและสินค้าแปรรูป คอยให้บริการนักท่องเที่ยว

**- ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

- มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และสะดวก สามารถเข้าถึงได้ตลอดทั้งปี

- มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำ โทรศัพท์ ห้องน้ำที่จอดรถ อินเทอร์เน็ต แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีไม่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องห้องน้ำสำหรับคนพิการและคนชรา บางแห่งยังไม่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ทำให้เกิดปัญหาในการใช้ระบบ จีพีเอส ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพียง 2-3 แห่งที่ให้บริการที่พักภายในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่มีบริการที่พักให้กับนักท่องเที่ยว แต่สามารถแนะนำที่พักบริเวณใกล้เคียงให้กับนักท่องเที่ยวได้

- ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและคนในครอบครัวเป็นผู้ให้บริการภายในสวนเองหากนักท่องเที่ยวมาพร้อมกันเป็นจำนวนมาก จะทำให้บุคลากรที่ให้บริการในสวนมีไม่เพียงพอ

- มีการให้บริการอาหารภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องติดต่อสั่งจองมาล่วงหน้า แต่บางสวนมีการจัดอาหารท้องถิ่นไว้เป็นบริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวหมูเสียบ

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งไม่มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลให้บริการนักท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง ควรมีการชี้แจงกติกาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ โดยเฉพาะการโทรจองล่วงหน้าและมัดจำก่อนทุกครั้ง

**- ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นผู้นำชมแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีเกษตรภายในสวน แต่หากมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจะทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

- มีการให้บริการรับประทานผลไม้ภายในสวน โดยมีรูปแบบการให้บริการเป็นแบบบุฟเฟต์ หรือรูปแบบการเลือกซื้อผลไม้ที่มีเตรียมไว้จำหน่าย การให้บริการแบบบุฟเฟต์จะมีการกำหนดราคาค่าบริการไว้ประมาณ 300 บาทต่อคน ซึ่งแต่ละสวนจะมีการกำหนดราคาไม่เท่ากัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องโทรสอบถามข้อมูล ทำการจอง และมัดจำล่วงหน้า

- นอกจากบริการผลไม้ภายในสวนแล้ว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งยังมีบริการเสริมอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจำหน่าย เป็นต้น

- มีการให้บริการพาหนะนำชม เช่น รถราง รถจักรยาน รถกระบะ หรือบางแห่งมีม้าให้นักท่องเที่ยวขี่ เป็นต้น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก จะใช้วิธีการเดินนำชม เท่านั้น

- ผู้นำชมยังขาดทักษะการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ ขาดความรู้ด้านหลักการนำเที่ยว

#### - ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะ มีความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรม

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรี มีความเป็นธรรมชาติและสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่กลมกลืนกับธรรมชาติ อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทอื่น และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นของจังหวัดจันทบุรีได้

### 2.1.3 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### - การบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

สามารถจำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

- ธุรกิจเจ้าของคนเดียว
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบบห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล

#### - การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จากการพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบัน

พบว่า

- ด้านบุคลากร แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และหลักการมัคคุเทศก์ที่ดี

- ด้านผลผลิต ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายไปยังแหล่งรับซื้อ และอีกส่วนหนึ่งจะขายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสวน

- ด้านการตลาด มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งก็มีการประชาสัมพันธ์ของตนเอง

- ด้านการเงิน พบว่าเจ้าของสวนไม่มีการจัดทำและจัดเก็บเอกสารประกอบการลงบัญชี ไม่มีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชี จะเป็นเพียงการจดบันทึกง่ายๆ ด้วยมือ ลงในสมุดเกี่ยวกับรายการรายรับ-รายจ่ายที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นรูปแบบ

- รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา สามารถแยกรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีได้เป็น 3 รูปแบบคือ

- รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม
- รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง)
- รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร

### 2.1.4 แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

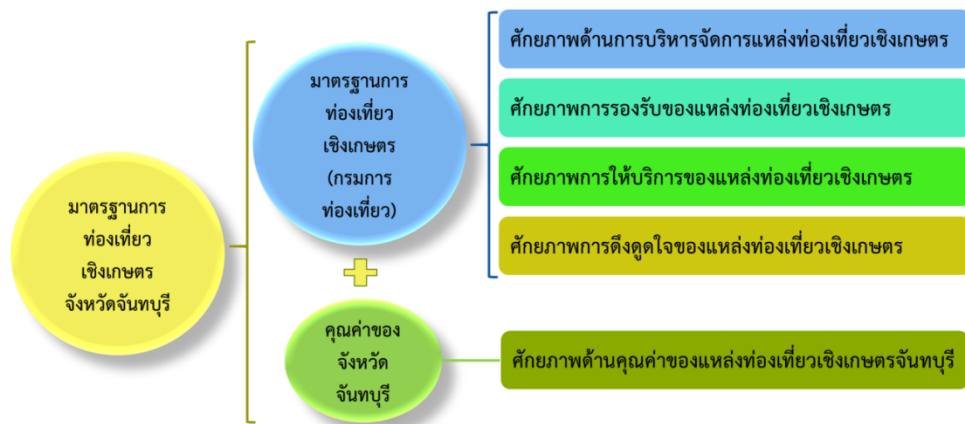
การศึกษานี้ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในโครงการย่อย ได้แก่ ความต้องการของตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัด

จันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มาสังเคราะห์เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อสร้างความแตกต่าง (Differentiate) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และส่งมอบคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ที่ได้รับจากกิจกรรมต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้น โดยคุณค่าที่ส่งมอบให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เป็นคุณค่า (Value) ที่ได้จากการระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จนได้คุณค่าของจังหวัดจันทบุรี 6 คุณค่า ประกอบด้วย ปอดตะวันออก เมืองผลไม้ ความหลากหลาย ความเป็นกันเอง เรื่องราว/ความเป็นมา การเพิ่มมูลค่า (ภาพที่ 2) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของจังหวัดจันทบุรี มาใช้เป็นคุณค่าที่จะส่งมอบให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้



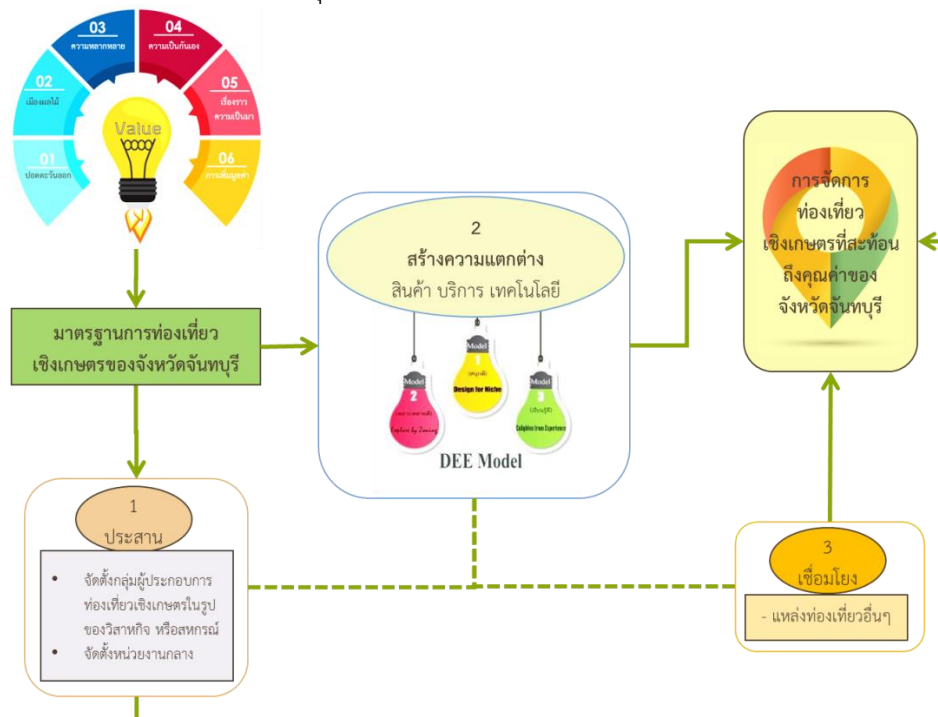
ภาพที่ 2 คุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ จึงควรพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยนำคุณค่า(Value) ที่ร่วมกันกำหนดขึ้น ส่งต่อไปให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดความประทับใจ ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างสิ่งที่เป็นคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นเหนือกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ และส่งมอบคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ภายใต้กรอบมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ที่นำคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี 6 ด้าน มาสร้างเป็นมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี ทำให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 5) ศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ภายใต้ชื่อ “ABC DEE Model” (Agro-tourism Bright Chantaburi’s DEE Model) เพื่อส่งมอบคุณค่า (Value) ที่เกินความคาดหมายให้กับนักท่องเที่ยว โดยการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จากคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ที่ทุกภาคส่วนได้ร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ด้วยการสร้างความแตกต่าง (Differentiate) ในการจัดการท่องเที่ยว การประสาน (Coordinate) ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเชื่อมโยง (Link) กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อส่งมอบคุณค่า (Value) ให้แก่นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี (ภาพที่ 4) กล่าวคือ



ภาพที่ 4 แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี (ABC DEE Model)  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

- **การประสาน (Coordinate)** ประสานและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรีโดย

o **จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร** โดยประสานและสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการจัดตั้งกลุ่มในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจ หรือสหกรณ์

o **จัดตั้งหน่วยงานกลาง** โดยการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรีในการจัดตั้งหน่วยงานกลาง เพื่อเป็นผู้ดำเนินการจัดประชุมวางแผนและกำหนดการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนที่ชัดเจน เช่น จัดให้มีศูนย์รวมในการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี การพัฒนาและจัดทำแอปพลิเคชัน (Application) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี การส่งเสริมและจัดนิทรรศการ การอบรมเพื่อยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น การจัดทำป้ายบอกเส้นทาง การเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว และปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และประสานงานเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยมีการดำเนินงานให้การสนับสนุนตามภาระกิจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน

- **ความแตกต่าง (Differentiate)** เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น โดยมีแนวทางการพัฒนาจากการสร้างเรื่องราว (Story) และจัดกิจกรรม (Activity) ให้มีความแตกต่างตามองค์ประกอบดังต่อไปนี้

o **สินค้า** เน้นความเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่หลากหลายมีรสชาติดี มีคุณภาพ เป็นผลผลิตที่ผลิตโดยเกษตรกรมืออาชีพ ปราศจากสารพิษ สามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย ยังคงเน้นความดั้งเดิมและเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี และมีการกำหนดราคาที่สูงบ่งบอกถึงความเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง (Premium) เหมาะสมกับคุณภาพของผลไม้

o **บริการ** สิ่งที่จะทอนอัยาศัยไมตรีที่ดีในแบบของชาวจันทบุรี สร้างกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว และมีการให้บริการที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว มีการถ่ายทอดเรื่องราว (Story) ความเป็นมา ให้ความรู้ บอกเล่าประสบการณ์หรือตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว โดยเจ้าของสวนที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำเกษตร มีการจัดกิจกรรม (Activity) ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรชาวจันทบุรี นำภูมิปัญญาในการทำสวนผลไม้ที่เป็นจุดเด่นมาเสนอและสร้างเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ในการลงมือปฏิบัติ เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเรียนรู้ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแนวคิดด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว แต่ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์ของสวนผลไม้ที่มีความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด และมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (Service Mind) อย่างสุดความสามารถด้วยอัยาศัยไมตรีที่ดี มีความเป็นกันเอง ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเสมอภาคกัน

o **เทคโนโลยี** เพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น การประชาสัมพันธ์ พัฒนาระบบการจอง จัดทำระบบข้อมูลของผลผลิต ข้อมูลนักท่องเที่ยวให้มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน มีการใช้การสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ และใช้ในระบบการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน

- **การเชื่อมโยง** (Link) เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดจันทบุรี ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางด้านชุมชน รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวกับศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น

## 2.2 ข้อเสนอแนะ

### 1) ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย

- ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี นำแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี (ABC DEE Model) มาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการนำเอาแนวทางการสร้างความแตกต่าง การประสาน และการเชื่อมโยง ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ดังนี้

o ด้านบุคลากร ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ 1) จัดหลักสูตรในการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว 2) จัดโครงการหรือกิจกรรมศึกษาทำงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี (Best Practice) เพื่อเป็นการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) จัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่มีรูปแบบการรวมกลุ่มเป็นนิติบุคคลที่มีการดำเนินงานที่ชัดเจนและมีกฎหมายรองรับ 4) ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนด/จัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดประชุมเพื่อร่วมกันวางแผนและกำหนดแนวทางในการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5) รวบรวมองค์ความรู้ทางด้านการเกษตร และการจัดทำฐานข้อมูลมีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการสนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้ทางการเกษตรในเรื่องต่างๆ ให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเพื่อใช้ในการถ่ายทอดให้กับผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวน และ 6) จัดทำแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสร้างความแตกต่าง ในการให้บริการท่องเที่ยว

o ด้านผลผลิต ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ 1) สนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการจองล่วงหน้า เพื่อให้สามารถจัดเตรียมผลผลิตไว้รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอตามศักยภาพในการรองรับได้ของแต่ละพื้นที่ โดยการจัดอบรมให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร และพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่มีระบบการจองผ่านแอปพลิเคชัน 2) สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อส่งต่อนักท่องเที่ยวในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเองเกินขีดความสามารถในการรองรับ 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและชาวสวนผลไม้ในชุมชนใกล้เคียงที่เชื่อถือได้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ตามที่ต้องการ ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและมีปริมาณผลผลิตที่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว 4) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องนำเสนอจุดเด่นของผลผลิตในจังหวัดจันทบุรีในเรื่องของควมมีคุณภาพ มีความปลอดภัย มีวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมตามวิถีธรรมชาติ มีความหลากหลายของสายพันธุ์ ตลอดจนนำเสนอเรื่องราว ความเป็นมา ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการเกษตร และส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์เป็นตราสินค้า (Brand) ของตนเอง พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความโดดเด่น แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ผลผลิต โดยประสานหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาให้ความรู้ และ 5) นำรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีตามตัวแบบ “ดี โมเดล (DEE Model)” ไปปรับใช้ให้ตรงกับบริบทของพื้นที่ เพื่อสร้างความแตกต่างและให้

แหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดจันทบุรี

○ ด้านการตลาด 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องสื่อสาร และทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว โดยให้ข้อมูลด้านราคาที่เป็นปัจจุบัน ชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับผลผลิตและปรับปรุงข้อมูลข่าวสารในสื่อออนไลน์ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ 2) สร้างความแตกต่างให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จากการนำเสนอคุณค่าของจังหวัดจันทบุรีมาสร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีให้มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น 3) ประสานกับหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล วัด โรงเรียน เป็นต้น ในการขอใช้สถานที่เพื่อเป็นที่จอดรถเพิ่มเติมและมีรถบริการรับส่งนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ประสานจังหวัดเพื่อให้การสนับสนุนงบประมาณในการทำป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 5) ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการสื่อสาร ชี้แจง และทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ กติกาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

○ ด้านการเงิน 1) ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชี จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบันทึกบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี และ 2) ประสานหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องประชุมเพื่อหาแนวทางร่วมกันในการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีคุณค่า(Value) แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อื่นๆ สามารถยกระดับการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีทั้ง 5 ด้าน ได้แก่

○ ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องดำเนินการดังนี้ 1) กำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร และแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน 2) จัดทำป้ายแผนผังแสดงการใช้พื้นที่ และเส้นทางภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ควรได้รับการอบรมวิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และจัดเตรียมชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้สำหรับนักท่องเที่ยว 4) มีการวางแผนจัดการของเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว 5) ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวโดยการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนมีรายได้ 6) เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว 7) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนวิถีเกษตรแบบดั้งเดิม 8) วางแผนการบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยวให้พร้อมใช้งาน 9) พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ ให้มีความแปลกใหม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ 10) พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์

○ ด้านการรองรับ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องดำเนินการดังนี้ 1) ปรับปรุงเส้นทางการเดินทางเข้าถึงและเส้นทางสัญจรภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความปลอดภัย และง่ายต่อการเข้าถึง 2) จัดระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานไว้รองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และคำนึงถึงการประหยัดพลังงาน 3) มีโฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ไว้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างแรม 4) มีอาหาร

พื้นเมืองไว้บริการนักท่องเที่ยว 5) กำหนดช่วงเวลาที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน โดยจัดทำเป็นปฏิทินการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว

○ ด้านการให้บริการ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องดำเนินการดังนี้ 1) บริการนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี มีความเป็นกันเอง 2) จัดเตรียมผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และควรพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ 4) มีผลผลิตและผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มาจากในท้องถิ่นหรือชุมชนไว้จำหน่ายภายในแหล่งท่องเที่ยว 5) จัดกิจกรรมเสริมที่หลากหลายสอดคล้องกับตัวแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (DEE Model) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ 6) เพิ่มช่องทางการติดต่อให้มีความหลากหลายและทันสมัย 7) จัดทำป้ายข้อมูลองค์ความรู้ทางการเกษตร 8) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ทางทางการเกษตร 9) จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้รองรับผู้สูงอายุ เด็ก และคนพิการ

○ ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องดำเนินการดังนี้ 1) การรวบรวมองค์ความรู้ และภูมิปัญญาต่างๆ ที่สะท้อนวิถีการเกษตรที่โดดเด่นไม่เหมือนใครของชาวจันทบุรี 2) จัดพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด สะดวก และปลอดภัยในการท่องเที่ยว และตกแต่งสถานที่ให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม คงความเป็นธรรมชาติตามแบบวิถีเกษตรดั้งเดิม 3) จัดเตรียมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ไว้คอยแนะนำแก่นักท่องเที่ยว 4) เข้าร่วมการแข่งขันในเวทีการประกวดต่างๆ เพื่อสร้างความโดดเด่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

○ ด้านคุณค่าของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องดำเนินการดังนี้ 1) อยู่ในพื้นที่นอกเขตอุตสาหกรรม 2) จัดพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะท้อนถึงความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ภายในพื้นที่ 3) อนุรักษ์สายพันธุ์ผลไม้ดั้งเดิมไว้ บริการนักท่องเที่ยวด้วยผลผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อรักษาคุณค่าของการเป็นเมืองแห่งผลไม้ 5) ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี มีความเป็นกันเอง 6) มีการถ่ายทอดเรื่องราว ความเป็นมา องค์ความรู้และภูมิปัญญาที่สะท้อนวิถีการเกษตรที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน 7) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรด้วยการสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยสวยงาม จัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

- ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่

○ แต่งตั้งและมอบหมายให้มีหน่วยงานกลางทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบในการดำเนินการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ให้มีการวางแผนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

○ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการรวมกลุ่มกันในลักษณะที่เป็นนิติบุคคล เช่น สหกรณ์ หรือกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อให้การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นไปอย่างครบวงจร

○ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำเป็นต้องมีการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามที่ได้ร่วมกันประชุมตกลงกันไว้

○ ปรับเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการเป็นคู่แข่งกันมาเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ และเป็นหุ้นส่วนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อร่วมกันพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีความยั่งยืน

## 2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

- ควรมีศึกษาและพัฒนาต้นแบบ (Prototype) ส่วนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอื่นๆ และมีความเหมาะสมกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี (DEE Model) เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ สามารถเข้าศึกษาเรียนรู้และนำไปปรับใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตน และเกิดการขยายผลตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชั้นนำระดับประเทศ
- ควรศึกษาเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ที่เกี่ยวข้องกับส่วนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอยู่มากมาย เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้อง จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ซึ่งถือว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวในด้านของข้อมูล เรื่องราวความเป็นมาต่างๆ รวมถึงเป็นวัตถุดิบที่สามารถสร้างมูลค่าหรือเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว และนำมาถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว
- ควรมีการศึกษาแนวทางและจัดการพัฒนาบุคลากรซึ่งเป็นผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความพร้อมและมีความเข้มแข็งทั้งทักษะและความรู้ในด้านการเกษตร การบริหารจัดการ การเพิ่มมูลค่าผลผลิต และการให้บริการ เพื่อที่จะยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
- ควรมีการศึกษาพัฒนาเทคโนโลยีที่รองรับการจัดการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของ การประชาสัมพันธ์ การส่งจูงการเข้าใช้บริการ การประเมินความพึงพอใจการเที่ยวชม การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ รวมไปถึงการนำสื่อมัลติมีเดียมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของการจัดการท่องเที่ยว

## 3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

**ระดับจุลภาค** จากการดำเนินการวิจัยทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของจังหวัดจันทบุรีได้ทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ทราบถึงรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นอยู่ และทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งผู้ประกอบการมีการนำผลการศึกษาดังกล่าวไปปรับใช้กับพื้นที่ส่วนเพื่อการท่องเที่ยวของตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น บางส่วนมีการทำระบบการจอง โดยให้นักท่องเที่ยวจองและจ่ายมัดจำล่วงหน้าในการเข้าชมและรับประทานผลไม้ในสวน มีการสร้างกฎระเบียบให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติในการเข้าชม มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกร็ดความรู้ต่างๆ ในการรับประทานผลไม้ ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบก่อนเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัยได้รับทราบข้อมูลที่นักท่องเที่ยวตอบรับต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยติดตามจากการแชร์ (Share) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการกดถูกใจ (Like) ในสื่อสังคมออนไลน์

ในส่วนของระบบบัญชีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หากผู้ประกอบการนำไปใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินให้มีความถูกต้องตามหลักการบัญชี สามารถทราบผลการดำเนินงานเพื่อการตัดสินใจบริหารงานในเรื่องต่างๆ เช่น การวางแผน การควบคุม และการลงทุน ในแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ระดับมหภาค** หากผู้ประกอบการสามารถดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จ จะส่งผลให้สินค้าเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีคุณภาพ และได้มาตรฐานตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ นอกจากนี้การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ยังส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งจากการประสานความร่วมมือกันของเครือข่าย ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองในเรื่องราคาผลผลิต ลดความผันผวนจากปัญหาทางด้านราคาของผลผลิตทางการเกษตรได้ นำไปสู่การกระจายรายได้ และการเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชน

และจากการระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมกันค้นหาคุณค่า (Value) และสร้างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ที่สะท้อนคุณค่า (Value) จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความแตกต่าง (Differentiate) สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีมากขึ้น

ความโดดเด่นและคงความเป็นอัตลักษณ์ของเกษตรกรจังหวัดจันทบุรี จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ที่สะท้อนถึงคุณค่า (Value) ส่งผลให้เกิดความแตกต่าง (Differentiate) ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ (Premium) ให้สามารถมาท่องเที่ยว เรียนรู้ และสัมผัสประสบการณ์ที่มีคุณค่า ก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจต่อชุมชนและสังคมต่อไป

#### 4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) นำเสนอผลการประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ในงาน “สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพิ่มทักษะเกษตรกรในการจัดทำแผนบริหารจัดการท่องเที่ยววิถีเกษตร” ในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรม เคพี แกรนด์ จันทบุรี เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทราบทิศทางการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยมีกลุ่มผู้เข้าร่วมงานสัมมนา อาทิเช่น วิทยาลัยชุมชนในพื้นที่เกษตรกรรมแปลงใหญ่ วิทยาลัยชุมชนผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวนผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานระยอง-จันทบุรี) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ได้ร่วมกันวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้ได้มาตรฐาน สามารถจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามศักยภาพของผู้ประกอบการ

2) นำเสนอในงาน “การประชุมเพื่อบูรณาการงานวิจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ในวันพฤหัสบดีที่ 20 เมษายน 2560 เวลา 13.00 – 15.00 น. ณ ห้องประชุมแกรนด์ บอลรูม โรงแรมณัฏฐาการ์ตูนรีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี” นำเสนอแผนงานวิจัย เรื่อง “การบริหารจัดการการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีบุญโชติ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี บรรยายพิเศษในหัวข้อ “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี”

3) ร่วมเสวนาเชิงวิชาการในโครงการอบรมสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรจังหวัดจันทบุรี ประจำปีงบประมาณ 2560 โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีบุญโชติ เข้าร่วมเสวนาในหัวข้อ“แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิถีเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ในวันพฤหัสบดีที่ 15 กันยายน 2560 เวลา 10.30 – 12.00 น. ณ ห้องแกรนด์ บอลรูม โรงแรมนิเวศวิลโลด์จ จังหวัดจันทบุรี” เพื่อให้เกษตรกรที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรในจังหวัดจันทบุรีให้มีความพร้อมและมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ยกย่องคุณภาพของสินค้า และมีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

4) เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่น และสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี คณะผู้วิจัยมีการต่อยอดงานวิจัยจากแผนงาน “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” ไปสู่แผนงานวิจัยในปีงบประมาณ 2561 ในแผนงาน “ดี โมเดล : ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี” โดยพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จากแนวทางการพัฒนาที่เกิดจากการวิจัย ไปสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นต้นแบบที่มีความเหมาะสมกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ สามารถศึกษาเรียนรู้และนำไปปรับใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตน ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอื่นๆ นำไปสู่การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชั้นนำระดับประเทศ

5) ได้นำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดในกิจกรรม “พัฒนาแอปพลิเคชันบนฐานข้อมูลออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว” โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 1,200,000 บาท ตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2561 ของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมสำคัญที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ตามแนวทางห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain)

รหัสโครงการ : RDG5950077  
ชื่อโครงการ : การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
ชื่อนักวิจัย : ธงชัย ศรีบุญโชติ และคณะ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
E-mail Address : thongchai\_sri@hotmail.com  
ระยะเวลาโครงการ : วันที่ 1 มิถุนายน 2559 - วันที่ 31 พฤษภาคม 2560

การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของตลาด ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาแบบแผนการจัดการการท่องเที่ยวเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) การจัดการประชุมระดมสมอง (Brainstorming) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อทำการสังเคราะห์ข้อมูล โดยลักษณะสำคัญของการดำเนินงานบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพการจัดการของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และสะท้อนถึงคุณค่าความเป็นอัตลักษณ์ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของท้องถิ่น นำไปสู่ความแตกต่างเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ตลอดจนทรัพยากรอันทรงคุณค่าต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาถูกกว่าที่เป็นอยู่ แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ เข้าถึงได้สะดวก และมีป้ายบอกทางชัดเจน 2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ตามองค์ประกอบมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ในระดับดี 3) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร 4) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เน้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างสิ่งที่เป็นคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นเหนือกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ ภายใต้อาณาเขต “ABC DEE Model” ที่สร้างความแตกต่าง (Differentiate) จากสินค้า บริการ และเทคโนโลยี ผ่านการประสาน (Coordinate) ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความเชื่อมโยง (Link) กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อส่งมอบคุณค่า (Value) ให้แก่นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

คำสำคัญ : แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

**Project Code** : RDG5950077  
**Project Title** : Agro-tourism Management in Chanthaburi Province.  
**Researchers** : Thongchai Sribenjachot et al.  
Rambhai Barni Rajabhat University.  
**E-mail Address** : thongchai\_sri@hotmail.com  
**Project Duration** : 1 June 2016 - 31 May 2017

---

The purposes of Argo-tourism management in Chanthaburi Province were to study the market demand, the potential of managing Argo-tourism, the styles of Argo-tourism management and to propose the development approach for Argo-tourism management in Chanthaburi Province. Questionnaire was used to collect data from tourists. The in-depth interview, Brainstorming meeting and focus group were conducted from perspective of stakeholder. Both quantitative and qualitative data was used to analyse and then synthesized to obtain a guideline for the development of Agro-tourism management in Chanthaburi Province. The main characteristics of Argo-tourism management in Chanthaburi Province was able to meet the needs of tourists, consistent properly with the context and potential management of the area. Moreover, Argo-tourism management in Chanthaburi Province was reflected on the values of identity, wisdom and local lifestyle. These led the difference to attract quality tourists of Argo-tourism management in Chanthaburi Province. Therefore, it not only contributed to Argo-tourism development but also preserved community lifestyle and well-being.

The results of this study were as follows: 1) the needs of tourists who visited Argo-tourism in Chanthaburi province related to the quality products, lower price, keeping natural attractions and easy to access and having clarity of direction signs. 2) According to the standard elements of Argo-tourism, the quality of the potential of Argo-tourism in Chanthaburi province have been met. 3) There are 3 styles of Argo-tourism in Chanthaburi Province namely Niche Market Style of Agro-tourism management, Zoning Style of Agro-tourism management and Learning style of Agro-tourism management. 4) The development of Argo-tourism management approach was using value chain concepts focusing differentiation strategies to create the value of Argo-tourism management in Chanthaburi Province. This referred to 'ABC DEE Model' which made a difference in terms of products, services and technologies via coordination and cooperation. This model was able to deliver values Argo-tourism in Chanthaburi Province to impress the tourists.

**Keyword:** Argo-tourism management approach

## สารบัญ

|                                                      | หน้า |
|------------------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ                                      | (1)  |
| บทสรุปผู้บริหาร                                      | (2)  |
| บทคัดย่อ                                             | (18) |
| สารบัญ                                               | (20) |
| สารบัญตาราง                                          | (24) |
| สารบัญภาพ                                            | (25) |
| บทที่ 1 บทนำ                                         | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา                       | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย                              | 5    |
| กรอบแนวคิด                                           | 5    |
| นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย                           | 7    |
| วิธีการดำเนินการวิจัย                                | 8    |
| ขอบเขตการวิจัย                                       | 8    |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                              | 9    |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                           | 9    |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                                   | 10   |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                            | 10   |
| บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม                   | 11   |
| แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง                            | 11   |
| แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) | 11   |
| แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)                    | 47   |
| นโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว                         | 51   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                              | หน้า |
|--------------------------------------------------------------|------|
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                        | 61   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร        | 61   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร | 62   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่มูลค่า                        | 63   |
| งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง                                  | 65   |
| บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย                                    | 69   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                                      | 69   |
| ประชากร                                                      | 69   |
| กลุ่มตัวอย่าง                                                | 69   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                                   | 72   |
| การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)                      | 72   |
| การประชุมระดมสมอง (Workshop/Brainstorming)                   | 72   |
| การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)                             | 72   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล                                          | 73   |
| ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)                             | 73   |
| ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)                                 | 73   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                                           | 73   |
| การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study)                        | 73   |
| การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)                       | 74   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย                    | 76   |
| ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี      | 76   |
| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว                                     | 76   |
| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                                  | 78   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                                              | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว                                                    | 78   |
| ข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                                 | 81   |
| ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                            | 84   |
| บริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                              | 85   |
| ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี | 86   |
| แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                         | 87   |
| รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                         | 90   |
| การบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี                       | 90   |
| ระบบการจัดเก็บและการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรี     | 96   |
| รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                   | 96   |
| แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                           | 98   |
| ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                                        | 98   |
| การกำหนดคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี                                                    | 101  |
| การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี<br>“ดี โมเดล (DEE Model)”            | 103  |
| การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)     | 108  |
| แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                        | 121  |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ                                               | 127  |
| สรุปผลการวิจัย                                                                               | 127  |
| ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                      | 127  |
| ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                            | 129  |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                                                                   | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                                              | 131  |
| การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                    | 131  |
| แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                                | 135  |
| อภิปรายผล                                                                                                         | 137  |
| ข้อเสนอแนะ                                                                                                        | 141  |
| ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ                                                                                  | 141  |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป                                                                                         | 150  |
| บรรณานุกรม                                                                                                        | 151  |
| ภาคผนวก                                                                                                           | 155  |
| ภาคผนวก ก. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์                                                  | 156  |
| ภาคผนวก ข. ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้<br>และกิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ | 169  |
| ภาคผนวก ค. ภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย                                                                            | 174  |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                                                               | หน้า |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1.1      | จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มภาคตะวันออก                                                                                            | 2    |
| 2.1      | สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                                                                         | 13   |
| 2.2      | สรุปแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                                                            | 18   |
| 2.3      | รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตาม<br>สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                        | 23   |
| 2.4      | แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในปี 2559                                                                          | 24   |
| 2.5      | สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                                                                       | 46   |
| 2.6      | จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ของกลุ่มจังหวัดภาค<br>ตะวันออก (เฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและการสร้างรายได้) | 55   |
| 4.1      | ความต้องการของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มี<br>ต่อแหล่งท่องเที่ยว                                         | 79   |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่                                                                                                        | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1.1 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย                                                                                  | 6    |
| 2.1 ห่วงโซ่คุณค่าตามแนวคิดของไมเคิล อี พอร์เตอร์<br>(Porter's value chain model)                              | 49   |
| 4.1 ข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                                              | 82   |
| 4.2 การประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมกันกำหนดคุณค่า (Value)<br>ของจังหวัดจันทบุรี                             | 101  |
| 4.3 คุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี                                                                         | 103  |
| 4.4 การประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างตัวแบบการจัดการท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                | 104  |
| 4.5 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อร่วมกันกำหนดรูปแบบ<br>ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี | 105  |
| 4.6 ห่วงโซ่คุณค่า สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                                              | 108  |
| 4.7 มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี                                                           | 118  |
| 4.8 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ของจังหวัดจันทบุรี (ABC DEE Model)                 | 121  |
| 4.9 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น<br>โซนอำเภอเมือง 1 วัน                           | 125  |
| 4.10 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น<br>โซนอำเภอท่าใหม่ 2 วัน 1 คืน                  | 126  |
| 4.11 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น<br>โซนอำเภอแหลมสิงห์ 2 วัน 1 คืน                | 126  |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างเศรษฐกิจของไทย ได้เปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรกรรม ไปสู่ภาคอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมบริการ โดยสัดส่วนการผลิตของภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมบริการที่ระดับร้อยละ 9.9 ร้อยละ 25.4 และร้อยละ 64.7 ในปี พ.ศ.2533 ได้ปรับเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 7.2 ร้อยละ 28.5 และร้อยละ 64.3 ในปี พ.ศ.2557 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), 2558: 1) กอปรกับผลพวงการเปิดเสรีภายใต้ข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 นำมาซึ่งโอกาสการยกระดับศักยภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยได้แก่ (1) การลดข้อจำกัดในด้านอุปสงค์ในประเทศ (2) โอกาสในการใช้ปัจจัยการผลิตและแรงงานสำหรับการพัฒนาภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานและวัตถุดิบเข้มข้นในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาตนเองไปสู่ระดับการผลิตที่สูงขึ้นทั้งการผลิตในประเทศและการใช้ฐานการผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน และ (3) โอกาสในการใช้ความได้เปรียบด้านสถานที่ตั้งและด้านโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เป็นศูนย์กลางทางด้านการบริการและการผลิตภาคอุตสาหกรรมอนาคตในอนุภูมิภาค และในภูมิภาคในระยะต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), 2558: 14)

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้โครงสร้างการผลิตทางอุตสาหกรรมจะเพิ่มสูงขึ้น แต่จากการคาดการณ์ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ประเทศไทย ยังคงต้องประสบภาวะแวดล้อมและบริบทของการเปลี่ยนแปลงที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากกระแสการเปิดเสรีเศรษฐกิจเสรี ความท้าทายของเทคโนโลยีใหม่ๆ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเกิดภัยธรรมชาติที่รุนแรง แม้กระทั่งสภาพปัญหาเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม อาทิ ผลผลิตทางการผลิตความสามารถในการแข่งขัน คุณภาพการศึกษา ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ฯลฯ ทำให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยังจำเป็นต้องยึดกรอบ (1) การน้อมนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (2) คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม (3) การสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดการปฏิรูปประเทศ และ (4) การพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), 2558: 1)

จากกระแสการพัฒนาดังกล่าว นำมาซึ่งกรอบวิจัยของชาติ ที่เล็งเห็นความสำคัญของภาคอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างเงินสร้างรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งช่วยให้ประชาชนมีอาชีพ มีรายได้ จึงมุ่งสนับสนุนงานวิจัยที่นำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานอัตลักษณ์และทรัพยากรทางวัฒนธรรม เน้นการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่วางอยู่บนฐานอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่นำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม บูรณาการพื้นที่ท่องเที่ยวหลักเพื่อกระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวและสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเน้นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยว และการสนับสนุนเกื้อกูลกัน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ร่วมกัน ในขอบเขตด้านพื้นที่ (Area-based) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือกลุ่มท่องเที่ยวแอคทีฟ ปีส ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2556)

จากศักยภาพภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือกลุ่มท่องเที่ยวแอคทีฟ ปีส มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดชลบุรี รองลงมาคือจังหวัดระยอง ส่วนจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด มีจำนวนนักท่องเที่ยวในสัดส่วนที่น้อยในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

| ปี พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว | ชลบุรี     | ระยอง     | จันทบุรี  | ตราด      | รวม        |
|---------|--------------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 2554    | จำนวน              | 10,823,369 | 4,583,551 | 1,518,859 | 1,097,352 | 18,023,131 |
|         | (ร้อยละ)           | (60.05)    | (25.43)   | (8.43)    | (6.09)    | (100.00)   |
|         | เปลี่ยนแปลงร้อยละ  | 7.56       | -1.11     | 14.51     | 53.44     | 7.67       |
| 2555    | จำนวน              | 10,592,980 | 5,347,954 | 1,559,370 | 1,625,918 | 19,126,222 |
|         | (ร้อยละ)           | (55.38)    | (27.96)   | (8.15)    | (8.50)    | (100.00)   |
|         | เปลี่ยนแปลงร้อยละ  | -2.13      | 16.68     | 2.67      | 48.17     | 6.12       |
| 2556    | จำนวน              | 11,736,488 | 5,643,531 | 1,645,811 | 1,685,537 | 20,711,367 |
|         | (ร้อยละ)           | (56.67)    | (27.25)   | (7.95)    | (8.14)    | (100.00)   |
|         | เปลี่ยนแปลงร้อยละ  | 10.79      | 5.53      | 5.54      | 3.67      | 8.29       |
| 2557    | จำนวน              | 10,843,412 | 6,150,336 | 1,700,799 | 1,742,621 | 20,437,168 |
|         | (ร้อยละ)           | (53.06)    | (30.09)   | (8.32)    | (8.53)    | (100.00)   |
|         | เปลี่ยนแปลงร้อยละ  | -7.61      | 8.98      | 3.34      | 3.39      | -1.32      |
| 2558    | จำนวน              | 11,742,224 | 6,650,710 | 1,869,469 | 1,864,064 | 22,126,467 |
|         | (ร้อยละ)           | (53.07)    | (30.06)   | (8.45)    | (8.42)    | (100.00)   |
|         | เปลี่ยนแปลงร้อยละ  | 8.29       | 8.14      | 9.92      | 6.97      | 8.27       |

ที่มา : (กรมการท่องเที่ยว, 2559 และจากการคำนวณ)

จากตารางที่ 1.1 เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี พบว่าถึงแม้ว่าจังหวัดจันทบุรีจะมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากร้อยละการเปลี่ยนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีค่าเป็นบวกตลอดตั้งแต่

ปี พ.ศ. 2554 – 2558 โดยในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นปีที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งใน “เมืองที่ต้องห้าม...พลาด” มีอัตราการเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.34 ในปี พ.ศ. 2557 เป็น ร้อยละ 9.92 ในปี พ.ศ. 2558

จังหวัดจันทบุรี เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ชายหาด ชายทะเล ป่าเขา ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อาหารพื้นเมือง อาหารทะเลสด อาหารแปรรูป ท่าเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งยังมีอัญมณีเป็นจุดขาย เป็นแหล่งเจียระไนพลอยที่สำคัญของประเทศ มีผลผลิตทางการเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ มีคุณภาพ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะผลไม้ นานาชนิด มีระบบคมนาคมที่สะดวกปลอดภัย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว จุดต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและผจญภัย เช่น ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ รวมไปถึง Sea Beach ของชายหาดต่าง ๆ ตั้งแต่หาดคุ้งวิมาน อ่าวคุ้งกระเบน เจ้าหลาว แหลมสิงห์ อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาसอยดาว กิจกรรมล่องแก่งโป่งน้ำร้อน และเที่ยวโอเอซิส ซีเวิลด์ เป็นต้น (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก, 2556) ประกอบกับจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางการเกษตรเป็นปริมาณมาก และมีประชากรที่อยู่ในภาคการเกษตรในสัดส่วนที่สูง ภาคการเกษตรจึงภาคที่มีความสำคัญต่อรายได้ของชาวจันทบุรี ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของภาคการเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดจันทบุรี จึงเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็น 1 ใน 12 เมืองต้องห้าม...พลาด ตามสโลแกน “สวนสวรรค์ร้อยพันธุ์ผลไม้ จ.จันทบุรี” ภายใต้แนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ยกระดับ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงบทบาทสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี

จากข้อสังเกตดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้จัดการประชุมระดมสมองร่วมกันระหว่างคณาจารย์ด้านการท่องเที่ยว เศรษฐศาสตร์ การบัญชี สังคมวัฒนธรรม กับอดีตประธานหอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการชาวสวนผลไม้ จำนวน 13 คน ในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2558 เวลา 13.30 น.-16.30 น. ณ ห้องประชุมเกื้อการุณ อาคารเกื้อการุณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปรากฏผลการประชุมโดยสรุป ดังนี้

#### จุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

1. มีผลไม้ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค เช่น ทุเรียน เงาะ สละ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี (ชมสวนผลไม้ ชิมผลไม้ ซื้อผลไม้ และศึกษาเรียนรู้การทำสวนผลไม้)

2. มีผลไม้ที่มีคุณภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อม (ดิน น้ำ อากาศ) มีความเหมาะสมในการเพาะปลูกผลไม้ เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด สละ ทำให้ผลไม้ที่ปลูกในจังหวัดจันทบุรีมีรสชาติดี

#### จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

1. ผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณของผลผลิตได้

2. ผู้ประกอบการบางรายเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ผู้ประกอบการบางรายมีการตัดราคาแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น (ลดต้นทุนโดยการนำผลไม้ที่ไม่มีคุณภาพมาบริการนักท่องเที่ยว)

3. ขาดการจัดการที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ขาดการพัฒนาในด้านการให้บริการที่ดี

4. ขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะในฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาเดียวกับการจัดการท่องเที่ยว

5. ลुक้าขาดความเข้าใจในการเข้าใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เน้นมาทานผลไม้โดยขาดความเข้าใจ เช่น การเลือกมังคุดโดยการบีบ การเด็ดผลไม้จากต้น

6. ผลผลิตมีคุณภาพไม่แน่นอน เนื่องจากเกษตรกรบางรายเก็บผลไม้ที่ยังไม่ถึงกำหนดเก็บเกี่ยวมาจำหน่าย

7. ความไม่แน่นอนของจำนวนนักท่องเที่ยว บางวันมีนักท่องเที่ยวมากจนรับไม่ไหว บางวันไม่มีนักท่องเที่ยวเลย ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการจัดเตรียมผลผลิตไว้รองรับนักท่องเที่ยว

8. ผลผลิตมีไม่เพียงพอ ทำให้ต้องนำผลผลิตจากภายนอกมาให้บริการนักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาของผู้ประกอบการ

1. การทำสวนผลไม้มีการเพาะปลูกผสมผสานกันหลายชนิด นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี (สวนสละมีผลผลิตให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้ตลอดทั้งปี)

2. เกษตรกรหรือผู้ประกอบการสามารถสร้างจุดเด่น หรือจุดขายที่แตกต่างกัน เช่น การสร้างจุดขายนอกเหนือจากผลไม้ โดยการถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ตลอดทั้งปี หรือสร้างตราสินค้าของตนเอง (Branding) ที่มีการรับประกันคุณภาพของผลผลิต

3. เกษตรกรหรือผู้ประกอบการสามารถนำผลผลิตมาแปรรูปเป็นสินค้า เพื่อจำหน่ายนอกเหนือจากการจำหน่ายผลไม้สดตามฤดูกาล

4. เกษตรกรหรือผู้ประกอบการมีการประสานงานกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน และนำสินค้าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาจำหน่ายเป็นของฝากนอกเหนือจากผลไม้ซึ่งขายได้เฉพาะในฤดูกาลเพาะปลูกเท่านั้น

สิ่งที่ผู้ประกอบการมีความต้องการ

1. การกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

2. การจัดสรรผลประโยชน์จากทรัพยากรที่มีให้แก่สมาชิกอย่างทั่วถึง

3. การเป็นต้นแบบวิสาหกิจชุมชน มีการประสานความร่วมมือ และแลกเปลี่ยนสินค้าในกลุ่ม

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว เป็นแหล่งสร้างงานขนาดใหญ่ของระบบเศรษฐกิจ และเป็นแหล่งกระจายรายได้ไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม ในภาคตะวันออกของไทย หากมีการบูรณาการภาคการท่องเที่ยวเข้ากับภาคเกษตรกรรมทำสวนผลไม้ ก็สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาการค้าพืชผลทางการเกษตรตกต่ำได้อย่างแท้จริง โดยอาศัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ก็จะสามารถสร้างเงิน สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้ ซึ่งวางอยู่บนฐานอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่นำไปสู่การจัดการเพื่อยกระดับคุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตทางการเกษตร (ผลไม้) ได้แก่ เงาะ มังคุด ทุเรียน ลองกอง สละ ฯลฯ ในจังหวัดจันทบุรี หากสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เข้ากับพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยว แอควีฟ พิช ด้วยแล้ว ก็จะสามารถกระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวให้เพิ่มสูงขึ้นสู่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งสามารถบูรณาการเข้ากับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ ทะเล ภูเขา น้ำตก ศาสนสถาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ ฯลฯ แต่ยั้งติดขัดในด้านการบริหารจัดการให้มีความโดดเด่น

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) ในจังหวัดจันทบุรี จึงถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการบูรณาการการท่องเที่ยวเข้ากับการเป็นศูนย์กลางผลไม้คุณภาพ ที่สามารถเพิ่มรายได้มาสู่เกษตรกรชาวสวนผลไม้โดยอาศัยการจัดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ

คณะผู้วิจัย จึงมีความสนใจจัดทำโครงการวิจัย เรื่อง “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี” โดยทำการศึกษาทั้งอุปสงค์ความต้องการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยว ควบคู่กับอุปทานศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งในเชิงพื้นที่ รวมถึงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งยังทำการระดมสมอง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร และภาคีผู้เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การยกระดับการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีได้ในลำดับต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## 3. กรอบแนวคิด

การศึกษการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ดำเนินภายใต้กรอบแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ประกอบไปด้วย 1) ตลาดการท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) การจัดการและการบริการท่องเที่ยว ซึ่งในองค์ประกอบแรก เป็นส่วนของอุปสงค์การท่องเที่ยว ส่วนอีก 2 องค์ประกอบเป็นส่วนของอุปทานการท่องเที่ยว ในการศึกษาตามแผนงานได้ทำการศึกษาในแต่ละองค์ประกอบ โดยแบ่งเป็นโครงการย่อย 3 โครงการ ได้แก่

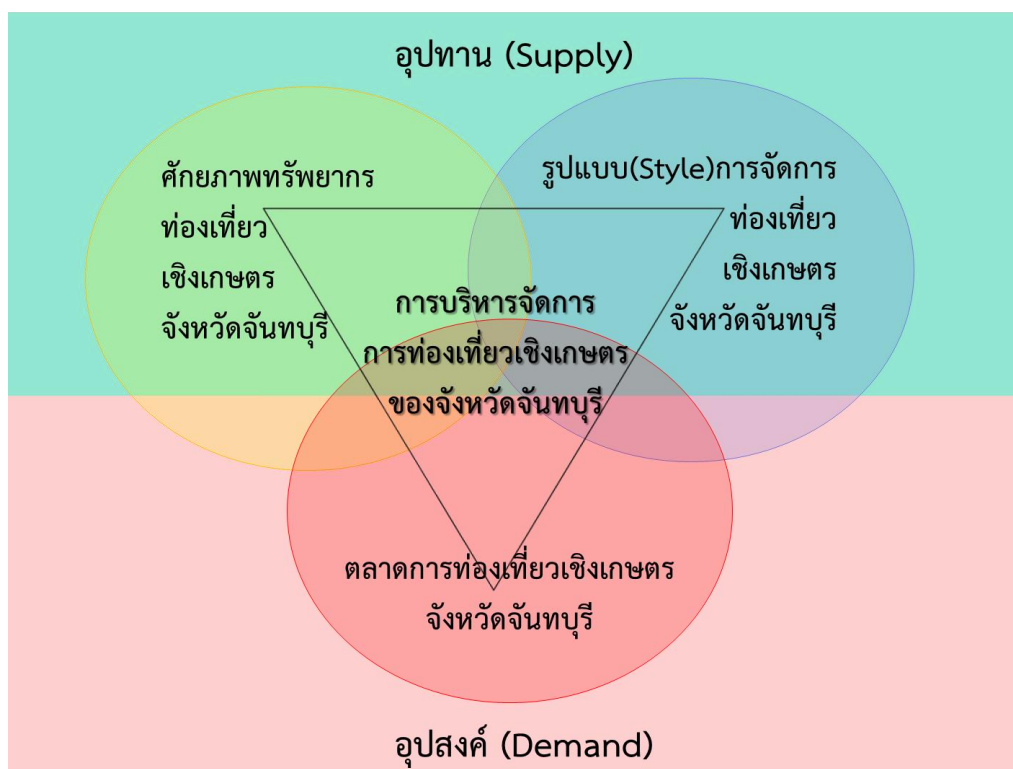
โครงการย่อยที่ 1 การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาองค์ประกอบตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งทำการศึกษาถึงตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ที่ประกอบไปด้วย ความพึงพอใจ ความต้องการ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมีคฤหาสน์ที่เคยนำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี รวมถึงส่วนเกินผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีเฉลี่ยต่อครั้ง (ACS) ที่ได้จากการสอบถามจากนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เกี่ยวกับการให้การสนับสนุน นโยบาย และความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่ต้องการให้เกิดขึ้น

โครงการย่อยที่ 2 ศักยภาพการจัดการแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งทำการศึกษาถึงศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัด

จันทบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

และโครงการย่อยที่ 3 รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เป็นการศึกษาองค์ประกอบการจัดการและการบริการท่องเที่ยว ซึ่งทำการศึกษาถึงการบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี และ การศึกษาระบบการเก็บและการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนาม ไปพัฒนาเป็นรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

เมื่อได้ผลการศึกษาเบื้องต้นจากโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ แล้วนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสังเคราะห์หาข้อสรุป และเชิญผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าของสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี มัคคุเทศก์ที่เคยพานักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น มาร่วมกิจกรรมระดมความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

#### 4. นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่นจะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี (Agro-tourism of Chanthaburi) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ที่เสริมสร้างความรู้ด้านการเกษตรควบคู่กับการพักผ่อนและความบันเทิง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมสัมผัสกับวิถีชีวิตเกษตร ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการเกษตรที่หลากหลาย เพื่อสร้างทักษะ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเกษตรและได้รับความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งสามารถซื้อหาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนกลับไปภูมิลำเนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่น จะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (The potential of attractions) หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งของจังหวัดจันทบุรี และความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม คุณค่าและความสำคัญ การตอบรับของประชาชนในท้องถิ่น การจัดการของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเมื่อมาเยี่ยมชม ฯลฯ

การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี นอกจากนั้นคุณภาพชีวิตของชาวเกษตรกรรมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น วิถีชีวิตชาวชุมชนไม่เปลี่ยนแปลง และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้รับการอนุรักษ์ให้คงอยู่ยั่งยืนสืบไป

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำกิจกรรมเชิงเกษตรกรรม เช่น ชมสวนผลไม้ รับประทานผลไม้ ซื้อผลไม้ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่นำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง เจ้าของสวน กลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือหัวหน้าหน่วยงานในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

ผู้นำชม หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่นำนักท่องเที่ยวชม บรรยาย ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เช่น จัดเตรียมผลไม้ ให้บริการน้ำดื่ม เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตร บริการ และกิจกรรมที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจัดให้กับนักท่องเที่ยวได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## 5. วิธีการดำเนินการวิจัย

### 5.1 ขอบเขตการวิจัย

#### 5.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยในแผนงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีความครอบคลุมมิติการศึกษาด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี และอุปทานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี แล้วนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสังเคราะห์หาข้อสรุป เพื่อนำเสนอแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 5.1.2 ขอบเขตพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา โดยการเลือกเจาะจงศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มาแจ้งกับสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และมีรายชื่อตามทำเนียบรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 5.1.3 ขอบเขตเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ระหว่างเดือน มิถุนายน 2559-พฤษภาคม 2560

## 5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 5.2.1 ประชากร

- 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง เจ้าของสวน กลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือหัวหน้าหน่วยงานในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ที่จัดโปรแกรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี
- 3) มัคคุเทศก์ ที่นำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
- 4) บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

### 5.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

- 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามทำเนียบรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ที่มาแจ้งกับสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และมีการปรับปรุงโดยผู้วิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน จำนวนทั้งสิ้น 58 ราย
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำแนกบุคคลสำคัญ (Key-persons) โดยอาศัยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) และใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 3 ราย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนมัคคุเทศก์จำนวน 3 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จำนวน 8 ราย

## 5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาตามแผนงานวิจัยนี้ มีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วย

- 1) การสัมภาษณ์เจาะลึก(In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จำนวน 58 แห่ง โดยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structured Interview) ในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2) การประชุมระดมสมอง (Workshop/Brainstorming) เป็นเครื่องมือในการระดมความคิด จากกลุ่มตัวอย่างทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ เพื่อค้นหาคุณค่า (Value) ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำคุณค่าที่ได้ ใช้ในการกำหนดทิศทางการทำงานของจังหวัดจันทบุรีโดยภาพรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เป็นเครื่องมือในการระดมความคิด จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เบื้องต้น ที่ได้จากการศึกษาใน 3 โครงการย่อย ซึ่งประกอบไปด้วยความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ประกอบข้อมูลที่ได้จากการระดมความคิด และการประชุมกลุ่มย่อย มาจำแนกหมวดหมู่ (Category) ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชิงพรรณนา เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อเสนอทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี แนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีในแต่ละพื้นที่ และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี
2. ข้อเสนอแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม

แผนงานวิจัยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ข้อ ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 2) ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 3) ศึกษาแบบแผนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 4) เสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นดังต่อไปนี้

#### 1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1.1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agro Tourism)
- 1.2. แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain)
- 1.3. นโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า
- 2.4 งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 1.แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism)

##### 1.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจาก แนวความคิดที่ต้องการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2541-2542 หรือปี Amazing Thailand 1998-1999 ที่เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) ต่อมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2543 (นิศรา สอนเสาวภาคย์, 2545) ตามมติของคณะรัฐมนตรี และได้เริ่มดำเนินโครงการภายใต้มาตรการเสริมการพัฒนาชนบทและชุมชน ที่เป็นโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ.2543 อันเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่าง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มี

การดำเนินการอยู่บ้างแล้ว และแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้มากมาย เช่น

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2538) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีการนำฐานทรัพยากรทางการเกษตร อันเป็นกิจกรรมดั้งเดิมแห่งการดำรงชีพของมนุษย์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกเหนือจากการได้พักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน ยังนำมาซึ่งการเรียนรู้ การสร้างความเข้าใจ ทักษะที่ดีต่ออาชีพเกษตรกรรม และความตระหนักในคุณค่าของวิถีชีวิตชุมชน

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส (2541) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า หมายถึงการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวออกสู่พื้นที่ที่เป็นแหล่งพืชไร่ พืชสวน ชาวเกษตรกรจะเป็นผู้นำหรืออาจจะมีมัคคุเทศก์นำ แต่ได้มีการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร รวมทั้งดำเนินงานในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และบางครั้งนักท่องเที่ยวเองสามารถที่จะเข้าไปร่วมช่วยเหลือเกษตรกรได้

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์ (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่การเกษตรเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรโดยภูมิปัญญาท้องถิ่น

นำชัย ทนผล และคณะ (2543) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าหมายถึง การท่องเที่ยว ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเรียนรู้ และเข้าใจธรรมชาติ วัฒนธรรม และการเกษตร อันเกิดจาก ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และรูปแบบการทำเกษตรที่หลากหลายบนพื้นที่จริงของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะยึดหลักแห่งการเคารพซึ่งศักดิ์ศรีของระบบนิเวศ และวิถีชีวิตของความเป็นอยู่ของชุมชน และเอื้ออำนวยประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น

เดชา ไต้งสูงเนิน (2543: 13) ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนสมัยก่อนในการทำเกษตร โดยมีการจัดทำโปรแกรมประกอบด้วย กิจกรรมการเกษตรเชิงนิเวศวิทยาและการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจชุมชนของท้องถิ่น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2544) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมไปยังกิจกรรมการเกษตรหรือสภาพแวดล้อมทางการเกษตรเป็นหลัก และต้องมีความพร้อมในการดำเนินการโดยต้องสามารถควบคุมปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ นอกจากนี้แล้วยังต้องมีกลไกที่ช่วยในการกระจายรายได้ไปสู่เกษตรกร และที่สำคัญต้องเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการได้รับความเพลิดเพลิน เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ และเสริมสร้างให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

อัศวิน แสงพิกุล (2546) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเพลิดเพลินและประสบการณ์โดยตรงจากเกษตรกร แล้ว ยังได้สัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมท้องถิ่นและเทคโนโลยีการเกษตร และยังเป็นการกระจายรายได้สู่เกษตรกรอันเป็นการช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งทางสังคมได้อีกทางหนึ่ง

จากการศึกษาคำจำกัดความดังกล่าว ดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 2.1 สำหรับการศึกษาในแผนงานวิจัยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ได้ว่า

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การดึงเอาฐานทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น กิจกรรมทางการเกษตร ต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมรวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน มาทำการจัดการประยุกต์ผสมผสานเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถให้ความเพลิดเพลินใจและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยถือว่าเป็นแนวทางที่สามารถสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร และทุนทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนสังคม ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ภาคเกษตรกรรม และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

## ตารางที่ 2.1 สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

| ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                                                                                          | สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) | เดชา โด่งสูงเนิน (2543: 13) | อัศวิน แสงพิบูล (2546) | ยุวดี นีรัตน์ตระกูล (2536) | ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์ (2542) | ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) | นำชัย ทุนผล และคณะ (2543) | สุรเชษฐ์ เขษมภาค (2541) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------|
| 1. กิจกรรมที่นำฐานทรัพยากร/กิจกรรมทางการเกษตรของชุมชน มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยว                                           | ✓                                                      |                             |                        | ✓                          | ✓                        | ✓                          |                           | ✓                       |
| 2. กิจกรรมที่เน้นเรื่องการเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำเกษตร เรียนรู้ธรรมชาติ สังคมวัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น  |                                                        | ✓                           | ✓                      |                            | ✓                        |                            | ✓                         | ✓                       |
| 3. กิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพลิดเพลินใจ                                                                                | ✓                                                      |                             | ✓                      |                            |                          | ✓                          |                           |                         |
| 4. กิจกรรมที่เสริมสร้างให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักการเคารพระบบนิเวศ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน | ✓                                                      |                             |                        |                            | ✓                        | ✓                          | ✓                         |                         |
| 5. มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น                                                                                                       | ✓                                                      | ✓                           | ✓                      |                            |                          |                            | ✓                         | ✓                       |

ที่มา: (พัฒนาโดยผู้วิจัย, 2559)

### 1.1.2 รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สำหรับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีนักวิชาการหลายท่านได้จำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้หลากหลายรูปแบบด้วยกัน ดังนี้

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) ได้สรุปถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ด้วยกันดังนี้

1) รูปแบบการทำนา โดยเฉพาะที่ใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมในการเตรียมดินและเก็บเกี่ยว เช่น การใช้กระบือหรือโคไถนา การเก็บเกี่ยวและการนวดโดยใช้แรงงานคนและการประกอบอาชีพเสริมได้แก่การเพาะเห็ด ยกยอ ตกปลา เป็นต้น

2) รูปแบบเกษตรผสมผสาน ได้แก่การปลูกผักปลอดสารพิษร่วมกับผลไม้และชุดบ่อเลี้ยงปลา หรือทำนาควบคู่กันไป สามารถทำผักสลัด ขายผลไม้ ปิ้งปลา หรือกุ้งขายให้กับนักท่องเที่ยว

3) รูปแบบสวนผลไม้ ซึ่งผลไม้ของไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ ได้แก่ มะม่วง ส้มโอ ชมพู่ พบปลูกกันมากบริเวณจังหวัดนครปฐม ส่วนเงาะ ทุเรียน มังคุด ลองกอง พบปลูกกันมากบริเวณ จังหวัดระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี สำหรับลำไย ลิ้นจี่ พบปลูกกันมากบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และลองกองก็ปลูกกันมากที่จังหวัดนราธิวาส ซึ่งสามารถจัดเทศกาลชิมผลไม้ของแต่ละจังหวัดได้ โดยจัดกรรมวิธีการเก็บที่หลากหลาย

4) รูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่สวนกล้วยไม้ที่จังหวัดนครปฐม ราชบุรี แปลงกุหลาบที่จังหวัดนครปฐม จังหวัดตาก จังหวัดเชียงใหม่ และสวนไม้ดอกไม้ประดับที่เชียงใหม่ นครปฐม เชียงราย และนครราชสีมา เป็นต้น

5) รูปแบบเกษตรเชิงอนุรักษ์ผสมผสานกับวัฒนธรรมชาวไทยภูเขา ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหลายจังหวัด เช่น สวนชา สวนเมี่ยง ที่อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย การเกษตรบนที่สูงในท้องที่จังหวัดเพชรบูรณ์ เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน

6) รูปแบบการศึกษาและศูนย์วิจัยทดลองของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ได้แก่ ศูนย์ศึกษาห้วยฮ่องไคร้ในจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์พัฒนาเขาหินซ้อนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ศูนย์ศึกษาพัฒนาพิภพทองในจังหวัดนราธิวาส ศูนย์ศึกษาหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่นการประมง กรมป่าไม้ กรมวิชาการเกษตร และกรมส่งเสริมการเกษตร

ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกษตร กรมวิชาการเกษตร (อึ้งในเดชา โต้สูงเนิน,2543) ได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่ามี 6 รูปแบบคือ

1) การแสดงสินค้าหรือสาธิตแปลงสาธิตพันธุ์พืชสวยงามและหลากหลาย รวมถึงการแสดงขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ ทางเกษตร เช่น การปลูก ดูแล รักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลผลิต และการแสดงประเพณีวัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีตที่ผ่านมา เป็นต้น

2) ให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้นในการเข้าชมสวนเกษตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเก็บผลผลิตกินเองจากต้นในสวน หรือการซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บเอง ทำให้ได้เห็นความสวยงาม ความแปลกตา และบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ อีกทั้งได้ทำกิจกรรมพืชมานระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ไข่ควาย นึ่งกล้วยน ใถนา กรัดยาง ยกยอ พายเรือ ทอดแห เป็นต้น

3) ให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของชาวเกษตรในชนบทโดยให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวกสะอาด

4) การอบรมให้ความรู้การเกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านด้วยการฝึกหัดปฏิบัติเกี่ยวกับการทำการเกษตรในสมัยใหม่ เช่น การปลูกและดูแลรักษาพืชการแปรรูปและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น ซึ่งอาจจะมีการมอบประกาศนียบัตรให้สำหรับการฝึกหัดปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้ ภูมิปัญญาของชาวบ้านในหมู่บ้านชนบท

5) จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรโดยเฉพาะสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปที่หลากหลายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของเกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผักสด ผลไม้สด ดอกไม้สด ต้นพันธุ์พืช เมล็ดพืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูกเอง

6) ให้รู้ทางด้านธุรกิจการเกษตร ในช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาเนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำ เช่น ในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนรวดเร็วและเป็นธุรกิจที่ยังก้าวหน้าไปได้ โดยจัดให้

นักท่องเที่ยวในเชิงท่องเที่ยวธุรกิจการเกษตรได้สัมผัสพบเห็นดูกิจกรรมของเกษตรกรแล้วอาจจะเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจโดยร่วมลงทุนกับเกษตรกร เช่น ร่วมกับเกษตรกรทำการผลิตเพื่อแปรรูปเพื่อส่งออกหรือจำหน่ายภายในประเทศ หรือร่วมกันผลิตเพื่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่ามี 7 รูปแบบ คือ

1) การทำนา (Rice Cultivation) เป็นการปลูกข้าวที่คนไทยใช้เป็นอาหารหลักตั้งแต่สมัยโบราณ จึงมีการทำนาเป็นอาชีพหลัก โดยมีการทำนาปลูกข้าวหลายอย่าง เช่น การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ข้าวที่ให้ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมการทำนาและกิจกรรมเกี่ยวกับข้าว เพื่อเป็นความรู้และประสบการณ์ใหม่ได้เป็นอย่างดี

2) การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) เป็นการปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภทรวมถึงการทำไร่ผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพด ไร่ข้าวฟ่าง ไร่พริกไทย เป็นต้น เพื่อเอาไว้รับประทานในครอบครัวและยังขายให้กับผู้บริโภคที่ต้องการ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวชมสวนครัวสวนผักและซื้อพืชผักสวนครัวไปปรุงอาหาร

3) การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) เป็นการทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกไม้ใช้ในพิธีทางศาสนาและชีวิตประจำวัน นอกจากนั้นยังสามารถนำไปขายให้กับผู้ที่ต้องการได้ด้วย สวนไม้ตัดดอกได้แก่ สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิด ไม้กระถางทุกประเภท รวมถึงไรทานตะวัน เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเที่ยวชมสวนดอกไม้ตัดดอกและซื้อดอกไม้ได้ สวนดอกไม้ที่นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวชมกันมากได้แก่ สวนกุหลาบ และทุ่งทานตะวัน เนื่องจากมีความสวยงามของดอกไม้ให้ชื่นชมและยังสามารถถ่ายภาพเก็บความประทับใจ โดยไม่เบียดเบียนแปลงในแปลง เพราะจะทำให้ต้นไม้หักได้ และไม่ควรแนบใบหน้าถ่ายคู่กับดอกไม้ เพราะจะทำให้ดอกไม้เฉาได้

4) การทำสวนผลไม้ (Horticulture) เป็นการทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมถึงการทำสวนยางพารา สวนผลไม้ สวนปาล์มน้ำมัน สำหรับประเทศไทยนับเป็นแดนสวรรค์แห่งผลไม้เมืองร้อน (Paradise of Tropical Fruits) ที่มีมากกว่า 200 ชนิดสลับกันออกตลอดปี ซึ่งผลไม้เหล่านี้จะให้คุณค่าเป็นทั้งอาหารเสริมและสมุนไพรต่อมนุษย์อีกด้วย ยิ่งในปัจจุบันเกษตรกรไทยมีความรู้ความสามารถพิเศษ รู้จักวิธีการทำแผนใหม่ มีการวางแผนการขายอย่างดี สามารถบำรุงให้ผลไม้ ออกนอกฤดู ทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดตลอดปี

5) การทำสวนสมุนไพร (Herbs) เป็นการปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิดเพื่อใช้เป็นอาหารเสริม และใช้เป็นเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และใช้เป็นยารักษาโรคในวงการแพทย์แผนไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมสวนสมุนไพร และศึกษาสรรพคุณของพืชสมุนไพรแต่ละชนิดอันจะทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ

6) การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) เป็นการเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด เช่นการเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การฟาร์มปลาทั้งปลาสวยงาม ปลาน้ำจืด ปลาน้ำกร่อย การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะเภา ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนของสภากาชาดไทยด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามและซื้อไปปรุงอาหารได้

7) งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (Agricultural Product Festival) เป็นการจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก เช่น มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ งานเทศกาลลำไย งานเทศกาลกินปลา เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมงานเทศกาลดังกล่าว เพื่อลองลิ้มชิมรสผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรได้

วันทนา ฉิมบ้านดอน (2552: 30 -31) ได้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกโดยจำแนกตามรูปแบบของกิจกรรมที่มีลักษณะเด่นเป็นการเฉพาะเจาะจงได้ 8 รูปแบบด้วยกัน คือ

1) รูปแบบการทำนา ได้แก่ การทำนา การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่าน-น้ำตาม การทำนาขั้นบันได โดยการใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมในการเตรียมดินและเก็บเกี่ยว พิพิธภัณฑชาวลุ่มน้ำโขง ข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2) รูปแบบสวนไม้ผล การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำสวนยางพารา สวนไผ่ สวนปาล์มน้ำมัน

3) รูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิดไม้กระถางทุกประเภท รวมถึงไร่นาตะวัน

4) รูปแบบฟาร์มปศุสัตว์ การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะไกรม ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์ม กวาง รวมถึงสวนงูของสภากาชาดไทยด้วย

5) รูปแบบเกษตรผสมผสาน ได้แก่ การปลูกผักปลอดสารพิษ หรือการปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท ร่วมกับการปลูกผลไม้ ขุดบ่อเลี้ยงปลาหรือทำนาควบคู่ไปด้วย

6) การทำสวนสมุนไพร การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องต้ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

7) รูปแบบตลาดการเกษตร เช่น ตลาดดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง จังหวัดปทุมธานี

8) รูปแบบงานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่เทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา

กรมการท่องเที่ยว (2552: 2 อ้างใน ญัตติฯ ฉายแสงประทีป, 2557: 313) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ออกตามลักษณะและขนาดของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1) แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

2) แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการ และการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชนและ บุคคลทั่วไป

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

ราณี อิลิซัยกุล (2556: 1-10 – 1-11) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังต่อไปนี้

1) แหล่งผลิตหรือพื้นที่เฉพาะทางการเกษตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำเสนอประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ภาพความต่อเนื่องทางวัฒนธรรมหรือสังคมวัฒนธรรมทางการเกษตร ภูมิปัญญา เครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตร อาจเป็นพิพิธภัณฑ์ทางการเกษตรแต่ละประเภทในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละประเภท ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.1) เกษตรกรเฉพาะราย หมายถึง แหล่งเกษตรที่มีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดจากหน่วยเกษตรเป็นฟาร์มหรือเกษตรกรเป็นรายย่อยและตั้งอยู่โดดเดี่ยว เพื่อช่วยเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งของการพัฒนาการเกษตร เช่น เพื่อการเผยแพร่ชื่อเสียงสินค้าเกษตร วัฒนธรรมการเกษตร และการสร้างรายได้เสริม เป็นต้น โดยจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เอกชนสามารถดำเนินการได้เองภายใต้การสนับสนุนของรัฐ โดยการส่งเสริมให้เข้าสู่ระบบและให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ การตลาด และเงินทุน

1.2) หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง แหล่งเกษตรที่มีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดจากหน่วยเกษตรหลายรายในพื้นที่เดียวกันหรือเป็นหมู่บ้าน หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรผ่านการรับรองของชุมชนและอยู่ในความดูแลของหน่วยงานของรัฐและท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

1.3) ย่านการเกษตร หมายถึง แหล่งเกษตรที่มีความต่อเนื่องของพื้นที่แหล่งเกษตรและมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเกิดจากพื้นที่ขนาดใหญ่ต่อเนื่องกันหลายหมู่บ้านและมีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นระบบเดียวกัน รวมถึงปรากฏการณ์ทางการเกษตรที่เกิดขึ้นตามฤดูกาลของพื้นที่เกษตรขนาดใหญ่ ย่านการเกษตรควรจัดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความสำคัญสูงและมีความสมบูรณ์ทั้งเชิงองค์ประกอบที่นำมาพัฒนาเป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงเกษตร การผลิต วิถีชีวิต และธรรมชาติ โดยอาจจัดให้มีแผนรองรับเพื่อการอนุรักษ์พื้นที่ทางการเกษตร

2) โครงการศึกษาและสถานีวิจัยของรัฐ หมายถึง แหล่งเกษตรที่เป็นโครงการหรือสถานีวิจัยด้านการเกษตรของรัฐ ที่มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และมีวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้าศึกษาหาความรู้ หรือเพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งโครงการตามพระราชดำริที่มีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว และสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเข้าศึกษาหาความรู้ หรือเพื่อความเพลิดเพลินได้

3) งานเทศกาลการเกษตร หมายถึง การจัดให้มีการแสดงผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาล เพื่อมุ่งส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร การเผยแพร่ความรู้ด้านการเกษตรที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีการจัดทำข้อมูลพื้นฐานทางวิชาการ เพื่อใช้ประกอบการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว จัดระบบท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีปรากฏการณ์และเทศกาลการเกษตร โดยจัดให้มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ บริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งป้ายจุดชมปรากฏการณ์ และป้ายธรรมชาติของปรากฏการณ์ในแต่ละพื้นที่ การจัดงานเทศกาล/ปรากฏการณ์ทางการเกษตรแต่ละปีตามฤดูกาล ควรมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าให้กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทราบเพื่อการวางแผนดำเนินการ ตัวอย่างเช่น งานเทศกาลผลไม้ของจังหวัดต่างๆ งานวันทุเรียนโลก เป็นต้น

4) ตลาดสินค้าเกษตร หมายถึง พื้นที่ที่จัดให้เป็นที่พักประหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าทางด้านเกษตรเป็นการเฉพาะ อาจเป็นการถาวรหรือชั่วคราวตามฤดูกาล และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดเตรียมการให้ตลาดสินค้าเกษตรรองรับการท่องเที่ยว โดยการวางกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว และจัดให้มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และการส่งเสริมให้เกษตรกรใน

พื้นที่นำสินค้าเกษตรมาขาย เพื่อแนะนำและสร้างชื่อเสียงทางการเกษตร อีกทั้งการปรับปรุงสินค้าเกษตร เพื่อให้เหมาะสมกับการเป็นของฝาก ของที่ระลึก หรือนำติดตัวกลับบ้าน

กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร (2559) ได้จำแนกประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 5 ประเภท ได้แก่

- 1) กลไกกรรม เทียวชมสวนดอกไม้ ไม้ประดับ สมุนไพร สวนผลไม้ ทุ่งนา พืชไร่ แปลงไร่นา สวนผสม ของเกษตรกร
- 2) ป่าไม้ เยี่ยมชมสวนป่าธรรมชาติและสวนป่าที่เกษตรกรปลูกขึ้นเอง
- 3) การประมง เยี่ยมชมการเลี้ยงกุ้ง หอย ปู ปลา ของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ
- 4) ฟาร์มปศุสัตว์ สัมผัสธรรมชาติเลี้ยงน่านาชนิดที่เป็นมิตร และน่ารัก และร่วมสนุกกับกิจกรรมในฟาร์ม เช่น ขี่ม้า ไร่นมวัว
- 5) วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่นภาคการเกษตร เรียนรู้และศึกษาประเพณี วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของเกษตรกร

## ตารางที่ 2.2 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

| รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                         | สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544) | ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกษตร กรมวิชาการเกษตร (อ้างอิงใน ดชช. ไร่สงเนิน 2543) | ไร่โพธิ์วรรณ แก้วสุริยะ (2544) | วันทนา อิมบ้านดอน (2552: 30 -31) | กรมการท่องเที่ยว (2552: 2 อ้างใน ณีวิญญ์พงษ์ ฉายแสงประทีป, 2557: 313) | ราณี อิลิซกุล (2556) | กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2559) |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>จำแนกตามกิจกรรมการเกษตร</b>                                          |                                                        |                                                                                  |                                |                                  |                                                                       |                      |                                                       |
| 1. การทำนา                                                              | ✓                                                      | ✓                                                                                | ✓                              | ✓                                | ✓                                                                     |                      | ✓                                                     |
| 2. การทำสวน สวนผลไม้ การทำสวนครัวสวนผัก การทำสวนสมุนไพร                 | ✓                                                      | ✓                                                                                | ✓                              | ✓                                | ✓                                                                     |                      | ✓                                                     |
| 3. การเลี้ยงสัตว์ การทำฟาร์มปศุสัตว์                                    |                                                        | ✓                                                                                | ✓                              | ✓                                | ✓                                                                     |                      | ✓                                                     |
| 4. การทำเกษตรผสมผสาน และภูมิปัญญาท้องถิ่น                               | ✓                                                      | ✓                                                                                | ✓                              | ✓                                | ✓                                                                     |                      | ✓                                                     |
| <b>จำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>                                     |                                                        |                                                                                  |                                |                                  |                                                                       |                      |                                                       |
| 1.การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบศึกษาดูงาน                                   | ✓                                                      |                                                                                  |                                |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 1.1 การศึกษาและศูนย์วิจัยทดลองของหน่วยงานราชการต่าง                     | ✓                                                      |                                                                                  |                                |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 1.2 ศูนย์เรียนรู้ชุมชน / แปลงสาธิตพันธุ์พืช                             |                                                        | ✓                                                                                | ✓                              |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 1.3 การให้คำแนะนำ / เส้นทางด้านธุรกิจการเกษตร                           |                                                        | ✓                                                                                |                                |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวชม                                    |                                                        | ✓                                                                                |                                |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวพักโฮมสเตย์                           |                                                        | ✓                                                                                |                                |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรการจำหน่ายสินค้า / ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร        |                                                        | ✓                                                                                | ✓                              |                                  |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| 5. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามเทศกาล                                      |                                                        | ✓                                                                                | ✓                              | ✓                                |                                                                       | ✓                    |                                                       |
| <b>จำแนกตามเจ้าของกิจการและการบริหารจัดการ</b>                          |                                                        |                                                                                  |                                |                                  |                                                                       |                      |                                                       |
| 1. โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ | ✓                                                      | ✓                                                                                |                                |                                  | ✓                                                                     | ✓                    |                                                       |
| 2. บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ)                    | ✓                                                      | ✓                                                                                |                                |                                  | ✓                                                                     | ✓                    |                                                       |
| 3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น                                             |                                                        |                                                                                  |                                |                                  | ✓                                                                     |                      |                                                       |
| 4. องค์กรเอกชน                                                          |                                                        |                                                                                  |                                |                                  | ✓                                                                     |                      |                                                       |
| 5. บริษัทเอกชน                                                          |                                                        |                                                                                  |                                |                                  | ✓                                                                     |                      |                                                       |
| 6. วิสาหกิจชุมชน                                                        |                                                        | ✓                                                                                |                                |                                  | ✓                                                                     | ✓                    |                                                       |
| 7. บุคคลทั่วไป                                                          |                                                        |                                                                                  |                                |                                  | ✓                                                                     | ✓                    |                                                       |

ที่มา: (พัฒนาโดยผู้วิจัย, 2559)

1. จำแนกตามกิจกรรมการเกษตร รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อาศัยการจำแนกตามกิจกรรมการเกษตร ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการทำนา ได้แก่ การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่าน การทำนาขั้นบันได ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมตั้งแต่การเตรียมดิน จนกระทั่งถึงการเก็บเกี่ยว ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับข้าวสายพันธุ์ต่างๆ ประเพณี พิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว และวัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการทำสวน อาทิ การทำสวนผลไม้ การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การทำสวนสมุนไพร (Herbs) สวนไม้ดอกไม้ประดับ (Cutting Flowers) ซึ่งสวนผลไม้ของไทยมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค สลับกันออกตลอดทั้งปี นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมและเรียนรู้วิธีการในการจัดการสวนผลไม้ รวมถึงการทำสวนยาง สวนไผ่ สวนปาล์มน้ำมัน ตลอดจนองค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการผสมเกสร การบำรุงดูแล การทำผลไม้หมักดอง ตลอดจนการวางแผนการขาย การทำสวนครัวสวนผัก เป็นการปลูกพืชสวนครัวทุกประเภทรวมถึงการทำโรตัส ไร่อั่ว ไร่ข้าวโพด เป็นต้น เพื่อเอาไว้รับประทานในครอบครัวและจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ด้านสวนสมุนไพร เป็นการปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิดเพื่อเป็นอาหารเสริม เครื่องสำอาง เครื่องดื่ม และยารักษาโรคในการแพทย์แผนไทยซึ่งนักท่องเที่ยว

สามารถเข้าชมและศึกษาเรียนรู้สรรพคุณของสมุนไพรแต่ละชนิด ส่วนสวนไม้ดอกไม้ประดับ เป็นการทำสวนเพื่อตัดดอกจำหน่าย เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ ไร่นานตะวัน สวนไม้ดอกไม้ประดับ รวมถึงไม้กระถาง ไม้เลื้อย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถชมสวน และซื้อผลผลิตจากสวน

3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการเลี้ยงสัตว์ การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) เป็นการเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจ เช่น การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา ฟาร์มหอย ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนของสภากาชาดไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมและเลือกซื้อผลผลิตได้

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการทำเกษตรผสมผสาน เป็นการทำเกษตรเชิงอนุรักษ์ ผสมผสานกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสวนเกษตรที่เน้นสมดุลของธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นการกระจายความเสี่ยงเมื่อพืชผลไม่ออกต้องตามฤดูกาล ได้แก่ การปลูกผักปลอดสารพิษร่วมกับผลไม้และชุดบ่อเลี้ยงปลาหรือทำนาควบคู่กัน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าเที่ยวชม และเรียนรู้จากการถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาจากชาวนา และสามารถเลือกซื้อผลผลิตจากสวน เช่น ผัก ผลไม้ ปลา กุ้ง ฯลฯ กลับไปบริโภคได้

2. จำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จำแนกตามกิจกรรมที่แหล่งท่องเที่ยวจัดไว้เพื่อต้อนรับ และ/หรือ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบศึกษาดูงาน จำแนกรูปแบบการจัดการเรียนรู้ทางการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ ออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1.1) การศึกษาดูงานศูนย์วิจัยทดลองของหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนในจังหวัดจันทบุรี ศูนย์ศึกษาห้วยฮ่องไคร้ในจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์พัฒนาเขาหินซ้อนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ฯลฯ

1.2) การศึกษาดูงานศูนย์การเรียนรู้ชุมชน / ศูนย์เรียนรู้ชุมชน / แปลงสาธิตพันธุ์พืช รวมถึงการแสดงขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ ทางการเกษตร อาทิ การให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรตามแนวทฤษฎีใหม่ และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้าน

1.3) การศึกษาดูงานแนะนำอาชีพ / การให้คำปรึกษาแนะนำสู่ทางด้านธุรกิจ การเกษตร โดยนักท่องเที่ยวได้เข้าไปศึกษา ได้สัมผัส กับกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการเกษตรแล้ว อาจเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจ

2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวชมสวน นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้นในขณะเข้าชมสวนเกษตร เช่น นักท่องเที่ยวสามารถเก็บผลผลิตกินเองจากต้นในสวน รับประทานอาหารและบุฟเฟต์ผลไม้ในสวน ฯลฯ รวมถึงการชมการสาธิตขั้นตอนการปฏิบัติต่างๆ ทางการเกษตร เช่น การปลูก ดูแล รักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวพักโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของชาวเกษตรในชนบทโดยให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ได้มีมิตรภาพที่ดี การบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวกสะอาด

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยเฉพาะสินค้าทางการเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้าน / กลุ่มเกษตรกร สินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นเมืองของเกษตรกร รวมถึงต้นพันธุ์ / กิ่งพันธุ์พืช / เมล็ดพืช ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อไปปลูกเอง

5) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามเทศกาล เป็นการจัดงานเทศกาล หรือมหกรรมทางด้านการเกษตรที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่ผลผลิตออกสู่ตลาด เช่น งานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลกินปลา งานวันทุเรียนโลก เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมงานเพื่อชิมและซื้อผลผลิตทางการเกษตรในงานได้

3. จำแนกตามลักษณะเจ้าของกิจการ และการบริหารจัดการ เป็นการจำแนกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากลักษณะของเจ้าของกิจการ และผู้ที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรนั้นๆ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

- 1) โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์
- 2) บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ)
- 3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 4) องค์กรเอกชน
- 5) บริษัทเอกชน
- 6) วิสาหกิจชุมชน
- 7) บุคคลทั่วไป

4. จำแนกตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจำแนกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรโดยกำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

- 1) แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว 51 ไร่ขึ้นไป
- 2) แหล่งท่องเที่ยวขนาดกลาง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว 21-50 ไร่
- 3) แหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็ก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ไม่เกิน 20 ไร่

5. จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามที่กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร (2559) ได้จำแนกประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ 5 ประเภท ได้แก่

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทกสิกรรม เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทำกิจกรรมทางการเกษตรทางด้านกสิกรรม ได้แก่ การทำนา ทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนสมุนไพร สวนผลไม้ พืชไร่ แปลงไร่นาสวนผสม ของเกษตรกร โดยมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชม เข้าร่วมกิจกรรมระยะสั้นร่วมกับเกษตรกร รวมถึงการซื้อผลผลิตทางการเกษตร หรือผลผลิตแปรรูปจากเกษตรกร หรือกลุ่มเกษตรกร

2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทป่าไม้ เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทำกิจกรรมเยี่ยมชมสวนป่าที่เกษตรกรปลูกขึ้นเอง

3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทการประมง เป็นการเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์น้ำ เช่น การทำฟาร์มปลา ฟาร์มหอย ฟาร์มกุ้ง ฟาร์มจระเข้ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมเยี่ยมชมการเลี้ยง กุ้ง หอย ปู ปลา ของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จและเลือกซื้อผลผลิตได้

4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทฟาร์มปศุสัตว์ เป็นการเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจ เช่น การทำฟาร์มม้า การทำฟาร์มวัวนม ฟาร์มวัวเนื้อ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก

เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนของสภาเกษตรกรไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชม สัมผัสธรรมชาติที่สวยงามชนิดที่เป็นมิตร และน่ารัก และร่วมสนุกกับกิจกรรมในฟาร์ม เช่น ขี่ม้า รีดนมวัว และเลือกซื้อผลผลิตได้

5) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่นภาคการเกษตร เรียนรู้และศึกษาประเพณี วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของเกษตรกร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าเที่ยวชม และเรียนรู้จากการถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาจากเกษตรกร และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมระยะสั้นกับเกษตรกร เช่น กิจกรรมเพาะปลูก กิจกรรมเก็บเกี่ยว การแปรรูปผลผลิต รวมถึงการเข้าพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของชาวเกษตร

สำหรับการศึกษาในแผนงาน”การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จำแนกตามที่กรมส่งเสริมการเกษตรได้จำแนกไว้ เนื่องจากมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ที่ทำการศึกษา ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2559 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559) พบว่าในจังหวัดจันทบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งสิ้น 58 แห่ง กระจายอยู่ในอำเภอต่างๆ ในจังหวัดจันทบุรี กล่าวคือ อำเภอขลุง 8 แห่ง อำเภอเขาชีชมภู 1 แห่ง อำเภอท่าใหม่ 12 แห่ง อำเภอนายายอาม 7 แห่ง อำเภอมะขาม 5 แห่ง อำเภอเมือง 4 แห่ง อำเภอสอยดาว 5 แห่ง และอำเภอแหลมสิงห์ 16 แห่ง

เมื่อจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะพบว่า ส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภททาสีกรรม ซึ่งเป็นสวนผลไม้ มีการจัดกิจกรรมชมสวน ชมผลไม้ บุฟเฟ่ต์ผลไม้ สวนสมุนไพร จำหน่ายผลผลิต สาธิตการเก็บผลผลิต ฯลฯ จำนวน 38 แห่ง

ประเภทประมง 1 แห่ง ได้แก่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตั้งอยู่ที่อำเภอท่าใหม่ มีกิจกรรมแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ การชมกระชังปลาของศูนย์พัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน โครงการให้อาหารปลาตามด้วยมือ การขี่ขี่ม้าเพื่อการขยายพันธุ์

ประเภทฟาร์มปศุสัตว์ 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ที่อำเภอมะขาม มีกิจกรรมชม เรียนรู้การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงชันโรงและแมลงเศรษฐกิจต่าง ๆ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผึ้งและแมลงเศรษฐกิจต่าง ๆ

ประเภทวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น จำนวน 4 แห่ง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีกิจกรรมชมการแปรรูปสินค้าเกษตร ชมการทำผลิตภัณฑ์จากกก จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และแหล่งเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง

นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีรูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสานกัน ได้แก่ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภททาสีกรรม และ ฟาร์มปศุสัตว์ จำนวน 2 แห่ง มีกิจกรรมชมสวนไร่นาสวนผสม การทำเกษตรอินทรีย์ ชมผลไม้ สาธิตการเลี้ยงชันโรง สาธิตการเลี้ยงจิ้งหรีด จำหน่ายผลผลิต สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภททาสีกรรม และ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น จำนวน 6 แห่ง มีกิจกรรมชมสวน ที่พักโฮมสเตย์ ชมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภททาสีกรรม และ ฟาร์มปศุสัตว์ และ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น จำนวน 6 แห่ง มีกิจกรรมชมสวน ชมผลไม้ การปลูกผักอินทรีย์ การเพาะเห็ดหลินจือ ถั่งเช่า ชมการสาธิตการเลี้ยงชันโรง การเลี้ยงไก่ไข่อารมณ์ดี การเลี้ยงไส้เดือน ขี่ม้าชมสวน ที่พักโฮมสเตย์ ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

| สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                              | อำเภอ |            |         |          |       |       |        |           | รวม |
|-------------------------------------------------------------------------|-------|------------|---------|----------|-------|-------|--------|-----------|-----|
|                                                                         | ขลุง  | เขาคิชฌกูฏ | ท่าใหม่ | นายายอาม | มะขาม | เมือง | สอยดาว | แหลมสิงห์ |     |
| ประเภททาสีกรรม                                                          | 7     | 0          | 4       | 5        | 1     | 2     | 5      | 14        | 38  |
| ประเภทป่าไม้                                                            | 0     | 0          | 0       | 0        | 0     | 0     | 0      | 0         | 0   |
| ประเภทการประมง                                                          | 0     | 0          | 1       | 0        | 0     | 0     | 0      | 0         | 1   |
| ประเภทฟาร์มปศุสัตว์                                                     | 0     | 0          | 0       | 0        | 1     | 0     | 0      | 0         | 1   |
| ประเภทวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น                                | 0     | 0          | 1       | 1        | 0     | 2     | 0      | 0         | 4   |
| ประเภททาสีกรรม และ ฟาร์มปศุสัตว์                                        | 0     | 0          | 1       | 0        | 1     | 0     | 0      | 0         | 2   |
| ประเภททาสีกรรม และ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น                   | 1     | 0          | 3       | 0        | 0     | 0     | 0      | 2         | 6   |
| ประเภทฟาร์มปศุสัตว์ และ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น              | 0     | 0          | 0       | 0        | 0     | 0     | 0      | 0         | 0   |
| ประเภททาสีกรรม และ ฟาร์มปศุสัตว์ และ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่น | 0     | 1          | 2       | 1        | 2     | 0     | 0      | 0         | 6   |
| รวม                                                                     | 8     | 1          | 12      | 7        | 5     | 4     | 5      | 16        | 58  |

ที่มา : (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559 และปรับปรุงโดยผู้วิจัย, 2559)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาบริบทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีทั้ง 58 แห่ง ตามที่แจ้งไว้ในทำเนียบรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในปี 2559 ของสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในปี 2559

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร                        | ขนาดพื้นที่และประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                   | จุดเด่น/จุดดึงดูด            | ผลผลิตในแหล่งท่องเที่ยว        | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                       | แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง    |
|-----------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงชันโรง (ผึ้งจิ๋ว) บ้านต้นเลียบ | 8 ไร่<br>4-5 ปี          | 1.สาธิตการเลี้ยงชันโรง<br>2.สาธิตการเลี้ยงจิ้งหรีด<br>3.ชิมน้ำผึ้งชันโรง                  | ○ การเลี้ยงชันโรงและจิ้งหรีด | ○ น้ำผึ้งชันโรง                | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ มีร้านค้าภายในชุมชน<br>○ อาหาร (ส่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | 1.แหลมเสด็จ<br>2.คุ้งกระเบน |
| กลุ่มแปรรูปบ้านปลายคลอง                             | 5 ไร่<br>7 ปี            | 1.บุฟเฟ่ต์ผลไม้<br>2.ชมสวน และชิมผลไม้<br>3.ชมการแปรรูปสินค้าเกษตร                        | ○ ผลไม้อินทรีย์              | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด          | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                                      | น้ำตกพลิ้ว                  |
| กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดและแปรรูปเห็ดบ้านไร่เก่า  | 3 ไร่<br>9-10 ปี         | 1.ชมฟาร์มเห็ด<br>2 สาธิตการเพาะเลี้ยงเห็ด<br>3.การแปรรูปเห็ด เช่น การทำน้ำเห็ดเพื่อสุขภาพ | ○ ฟาร์มเห็ด                  | ○ เห็ด<br>○ น้ำเห็ดเพื่อสุขภาพ | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                                      | เนินนางพญา                  |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                  | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                          | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                            | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                            | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| ทุ่งเพลโฮมสเตย์                  | 5 ไร่<br>5-6 ปี                  | 1.ชมการเลี้ยงไส้เดือน<br>2.เรียนรู้การเพาะเห็ดหลินจือ<br>3.เรียนรู้การเพาะเห็ดถั่งเช่า<br>4. ชมสวน                                                       | ○ ธรรมชาติที่<br>สวยงาม<br>○ การเลี้ยง<br>ไส้เดือน<br>○ การเพาะเห็ด<br>หลินจือ | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลองกอง            | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว   | วัดทุ่งเพล                   |
| บ้านขุนารีสอร์ท                  | 15 ไร่<br>4-5 ปี                 | 1.ชมสวน<br>2.บุฟเฟต์ผลไม้<br>3. ชมวิถีเศรษฐกิจพอเพียง                                                                                                    | ○ ผลไม้อินทรีย์                                                                | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลองกอง            | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | เนินนางพญา                   |
| บ้านสวนพอเพียง                   | 7 ไร่<br>5-6 ปี                  | 1.ชมสวน<br>2.กิจกรรมด้านเกษตรอินทรีย์<br>3.ชมการผลิตปุ๋ยหมักแห้ง<br>ชีวภาพ<br>4.ชมการเลี้ยงชันโรง<br>5.การผลิตเชื้อราไตรโครเดอร์มา<br>6.ชมแปลงผักสวนครัว | ○ การผลิตปุ๋ย<br>หมักแห้ง<br>○ การเลี้ยง<br>ชันโรง                             | ○ เงาะ<br>○ ลองกอง<br>○ ทูเรียน<br>○ หมาก<br>○ มะพร้าว | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                | หาดเจ้าหลาว                  |
| บ้านสวนสวรรค์                    | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                          |                                                                                |                                                        |                                                                                               |                              |
| บ้านสวนอาเก่า                    | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                          |                                                                                |                                                        |                                                                                               |                              |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร                             | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                      | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                       | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                               | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                        | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                      |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน<br>เกษตรกรปลายคลอง (สวน<br>คุณยาย) | 15 ไร่<br>2-3 ปี                 | 1.บุฟเฟ่ต์ผลไม้<br>2.ชมสวน และชิมผลไม้<br>3.จำหน่ายผลไม้ และสินค้า<br>แปรรูป | ○ สินค้าแปรรูป<br>(สินค้า OTOP)<br>ได้แก่ น้ำพริก<br>มังคุด | ○ มังคุด<br>○ ทูเรียน<br>○ เงาะ<br>○ สละ<br>○ กล้วย<br>○ ผักสวนครัว       | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ รถซาเล้ง<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว            | น้ำตกคลอง<br>นารายณ์                              |
| วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอ<br>เสื่อกก ม.10                     | 10 ไร่<br>16-17 ปี               | 1.สาธิตการทำผลิตภัณฑ์เสื่อกก<br>2.จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก                 | ○ การทำเสื่อกก<br>○ อยู่ต่อเรือพระ<br>เจ้าตากสิน<br>มหาราช  | ○ ผลิตภัณฑ์<br>จากเสื่อกก                                                 | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร<br>○ รถซาเล้ง<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | ป่าชายเลน                                         |
| วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรและวัฒนธรรม              | 10 ไร่<br>7 ปี                   | 1.จำหน่ายผลไม้<br>2.ชมสวน<br>3.ชมประเพณี และวัฒนธรรม<br>ท้องถิ่น             | ○ ผลไม้อินทรี<br>○ ตลาด 270 ปี                              | ○ ทูเรียน<br>○ เงาะ<br>○ มังคุด<br>○ สละ<br>○ กล้วย<br>○ ลองกอง<br>○ ข้าว | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                          | 1.น้ำตกพลิ้ว<br>2.น้ำตกตรอก<br>3.หาดแหลม<br>สิงห์ |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร                                             | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                         | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                               | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                                 | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                       | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง     |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล<br>ลอน ตำบลเทพนิมิต                                  | 10 ไร่<br>10 ปี                  | 1.ชม ชิมและถ่ายรูปในสวน<br>2.การให้ความรู้เกี่ยวกับพืช<br>ชนิดต่างๆ ในสวน                                       | ○ เมล่อน<br>○ ข้าวพื้นเมือง<br>จันทบุรี                                             | ○ เมล่อน<br>○ ข้าวพื้นเมือง<br>จันทบุรี                                                     | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                                                   | ตลาดชายแดน<br>บ้านแหลม           |
| ศูนย์เรียนรู้การเพิ่ม<br>ประสิทธิภาพการผลิต<br>สินค้าเกษตร(ศพก.) อ.ขลุง      | 10 ไร่<br>3 ปี                   | 1.การศึกษาดูงาน<br>2.การผลิตมังคุดคุณภาพ                                                                        | ○ การผลิตผลไม้<br>ออกก่อน<br>ฤดูกาล<br>○ การทำน้ำหมัก<br>คุณภาพสูง                  | ○ มังคุด<br>○ น้ำหมัก<br>คุณภาพสูง                                                          | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ รถราง | น้ำตกคลอง<br>นารายณ์             |
| ศูนย์เรียนรู้การเพิ่ม<br>ประสิทธิภาพการผลิตสินค้า<br>เกษตร (ศพก.) อ.นายายอาม | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                 |                                                                                     |                                                                                             |                                                                                                          |                                  |
| ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน<br>เศรษฐกิจพอเพียง<br>ตำบลกระแจะ                       | 30 ไร่<br>11 ปี                  | 1.ชมวิธีการทำปุ๋ยในแบบ<br>ต่างๆ<br>2.ชมกิจกรรมด้านเกษตร<br>อินทรีย์<br>3.ชมวิธีการทำขนมหวาน<br>และอาหารพื้นบ้าน | ○ 1.ผลไม้<br>อินทรีย์<br>○ 2.ปุ๋ยชนิด<br>ต่างๆ<br>○ 3.ต้นแบบ<br>เศรษฐกิจ<br>พอเพียง | ○ มังคุด<br>○ ทุเรียน<br>○ สละ<br>○ ลำไย<br>○ ผักสวนครัว<br>○ นาข้าว<br>○ สมุนไพร<br>○ ปุ๋ย | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                         | 1.หาดคั้ง<br>วิมาน<br>2.ปูล้านปี |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร                                     | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                          | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                               | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                            | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                   | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ศูนย์เรียนรู้ชุมชนเศรษฐกิจ<br>พอเพียง ตำบลสองพี่น้อง                 | 18 ไร่<br>8 ปี                   | 1.ชมกิจกรรมด้านเกษตร<br>อินทรีย์<br>2.ชมการเลี้ยงชันโรง<br>3.การผลิตปุ๋ยอินทรีย์<br>4.การเพาะเห็ด<br>5.จำหน่ายสินค้าแปรรูปจาก<br>ผลผลิตทางการเกษตรและ<br>สมุนไพร | ○ ผลไม้อินทรีย์<br>○ กิจกรรมด้าน<br>เกษตร<br>อินทรีย์                                                                               | ○ ลำไย<br>○ เงาะ<br>○ มังคุด<br>○ สละ<br>○ กัลย<br>○ ผักสวนครัว<br>○ เห็ด<br>○ สมุนไพร | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                                                                     | หาดเจ้าหลาว                                                                                    |
| ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าว<br>คุ้งกระเบน<br>อันเนื่องมาจาก<br>พระราชดำริ | 2,000 ไร่<br>35 ปี               | 1.กิจกรรมศึกษาธรรมชาติป่า<br>ชายเลนตามเส้นทางศึกษา<br>ธรรมชาติ<br>2.สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ                                                                       | ○ ศูนย์กลางใน<br>การอบรม<br>และเผยแพร่<br>ผลการศึกษา<br>การจัดการ<br>ทรัพยากร<br>ชายฝั่ง<br>○ เส้นทางศึกษา<br>ธรรมชาติป่า<br>ชายเลน | -                                                                                      | ○ ที่จอดรถ<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>(ในกรณีที่ทำหนังสือขอความ<br>อนุเคราะห์จากหน่วยงาน)<br>○ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ<br>ป่าชายเลน | 1.สถานแสดง<br>พันธุ์สัตว์น้ำ<br>เฉลิมพระ<br>เกียรติ<br>2.หาดแหลม<br>เสด็จ<br>3.หาดเจ้า<br>หลาว |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                  | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                            | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                                                | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                           |
|----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี         | 206 ไร่<br>15 ปี                 | 1.การเดินชมสวนผลไม้ตาม<br>เส้นทางท่องเที่ยว โดยมี<br>การบรรยายให้ความรู้<br>2.การขี่จักรยานชมสวน<br>พร้อมมีผู้บรรยายให้ความรู้<br>3. นั่งรถพ่วงลากชมแปลงไม้<br>ผล โดยมีผู้ให้บริการ<br>นักท่องเที่ยวบรรยายให้<br>ความรู้<br>4. เก็บและชิมผลไม้<br>5. การจัดกิจกรรม Walk<br>rally ให้หน่วยงาน<br>6.กิจกรรมการดูนก<br>7.การจำหน่ายผลไม้ พันธุ์ไม้<br>เช่น มังคุด ลำไย เงาะ และ<br>ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ | ○ เป็นแหล่ง<br>ท่องเที่ยวเชิง<br>อนุรักษ์ด้าน<br>การเกษตร<br>ของกรม<br>วิชาการ<br>เกษตร<br>○ มีกิจกรรมการ<br>ท่องเที่ยวที่<br>หลากหลาย | ○ มังคุด<br>○ ลำไย<br>○ เงาะ<br>○ ข้าว<br>○ ผักสวนครัว | ○ บ้านพัก<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ห้องน้ำ<br>○ บริการให้เช่าจักรยาน<br>○ บริการรถพ่วงลากชม<br>แปลงไม้ผล<br>○ ห้องประชุมที่ใช้ในการ<br>บรรยายหรือจัดอบรม | 1.วัดมังกร<br>บุปผาราม<br>2.น้ำตกพลิ้ว<br>3.วัดขากใหญ่ |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร               | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                              | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                             | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                               | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                             | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง    |
|------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| ศูนย์วิจัยและพัฒนาการ<br>เกษตร จันทบุรี        | 2,400 ไร่<br>38 ปี               | 1.ชมกิจกรรมในสวน<br>2.ชมการเพาะเห็ด<br>3.ชมการแปรรูปไม้ผล<br>4.สาธิตการปลูกผักอเนกนิค<br>4.แปลงสาธิตวิธีปลูกข้าว<br>5.ชมวิธีทำปุ๋ย<br>6.ศูนย์เรียนรู้การปลูกพืชเสริม<br>รายได้สวนยาง | ○ การปลูกผัก<br>อเนกนิค<br>○ ผลไม้แปรรูป<br>○ วิธีเพาะเห็ด<br>○ 4.การปลูก<br>ข้าว | ○ ผักอเนกนิค<br>○ ผลไม้แปรรูป<br>○ เห็ด<br>○ ข้าว<br>○ ปุ๋ย               | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว            | น้ำตกเขา<br>บรรจบ               |
| ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนา<br>อาชีพการเกษตรจันทบุรี | 18 ไร่<br>15 ปี                  | 1.ชมการทำสวนโดยยึดหลัก<br>เศรษฐกิจพอเพียง<br>2.การเลี้ยงชันโรง<br>3.การเลี้ยงจิ้งหรีด<br>4.ชม ชิม และถ่ายรูปสวน<br>ผลไม้<br>5. การทำปุ๋ย                                             | ○ 1.การเลี้ยง<br>ชันโรง<br>○ 2.การทำสวน<br>เกษตรไร้<br>สารพิษ                     | ○ เงาะ<br>○ มังคุด<br>○ทุเรียน<br>○ น้ำผึ้งชันโรง<br>○ จิ้งหรีด<br>○ ปุ๋ย | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | ค่าย<br>เจ้าพระยา<br>บดินทรเดชา |
| สวนการ์ตูน                                     | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                           |                                                                                |                                 |
| สวนเกษตรตำบลทุ่งขนาน                           | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                           |                                                                                |                                 |
| สวนคณาญาติ                                     | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                           |                                                                                |                                 |
| สวนคุณติ่ม                                     | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                           |                                                                                |                                 |
| สวนคุณพัชรินทร์                                | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                      |                                                                                   |                                                                           |                                                                                |                                 |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                        | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                               | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                  | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                               | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง         |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| สวนซากใหญ่                       |                                  | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว                                         |                                                     |                                                                              |                                                                                  |                                      |
| สวนต้นพลี                        |                                  | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว                                         |                                                     |                                                                              |                                                                                  |                                      |
| สวนนรีรัตน์                      |                                  | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว                                         |                                                     |                                                                              |                                                                                  |                                      |
| สวนน้องยอย                       |                                  | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว                                         |                                                     |                                                                              |                                                                                  |                                      |
| สวนนายคำนึ่ง                     | 35 ไร่<br>7-8 ปี                 | 1.บุฟเฟต์ผลไม้<br>2.ชมสวน<br>3.ทำอาหารด้วยวัตถุดิบจาก<br>ในสวน | ○ ผลไม้อินทรีย์                                     | ○ เงาะ<br>○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ สละ<br>○ กล้วย<br>○ สมุนไพร | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | 1.จำหลาว<br>2.วัดเขาสุกิม            |
| สวนบุญเรือน                      | 30 ไร่<br>10 ปี                  | ชมสวน และชิมผลไม้                                              | ○ ผลไม้อินทรีย์<br>○ ได้รับรางวัล<br>อินทรีย์ดีเด่น | ○ มังคุด<br>○ ทูเรียน<br>○ เงาะ<br>○ ลองกอง                                  | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                           | น้ำตกตรอก<br>นอง                     |
| สวนใบเฟิร์น                      | 50 ไร่<br>10 ปี                  | ชมสวน                                                          | ○ ผลไม้อินทรีย์                                     | ○ เงาะ<br>○ ลองกอง<br>○ ทูเรียน<br>○ มังคุด                                  | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                           | 1.น้ำตกพลี<br>2.วัดมังกร<br>บุปผาราม |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                          | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                            | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                        | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                         | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง             |
|----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| สวนพอรวาย                        | 80 ไร่<br>3 ปี                   | 1.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน<br>2.ทำเกษตรอินทรีย์<br>3.การทำปุ๋ย<br>4.การทำน้ำหมักชีวภาพ<br>5.การเลี้ยงไก่ไข่อารมณ์ดี   | ○ ชิมผลไม้ฟรี<br>○ การทำปุ๋ย<br>○ แหล่งเรียนรู้<br>การทำสวน<br>ผลไม้อินทรีย์<br>○ ได้รับรางวัล<br>อินทรีย์ดีเด่น | ○ มังคุด<br>○ ทูเรียน<br>○ เงาะ<br>○ ลองกอง<br>○ กระท้อน                           | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | น้ำตกกระทิง                              |
| สวนดาโหมสแตย์                    |                                  | 1.บุฟเฟต์ผลไม้ พร้อมอาหาร<br>กลางวัน<br>2.ชมสวน<br>3.ฟังการบรรยายการทำ<br>เกษตรอินทรีย์<br>4.บรรยายการดูแลสุขภาพ | ○ สมุนไพร<br>พื้นบ้าน<br>○ ผลไม้อินทรีย์<br>○ เคยเป็น<br>สถานที่ถ่าย<br>ทำภาพยนตร์                               | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ ลองกอง<br>○ กล้วย<br>○ สตอ<br>○ สมุนไพร<br>○ พืชสวนครัว | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | 1.น้ำตกตรอก<br>นอง<br>2.วัดตรอกนอง<br>บน |
| สวนราตรี                         | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                  |                                                                                                                  |                                                                                    |                                                                                                            |                                          |
| สวนลำไยนิโรจน์                   | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                  |                                                                                                                  |                                                                                    |                                                                                                            |                                          |
| สวนวรารัตน์                      | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                  |                                                                                                                  |                                                                                    |                                                                                                            |                                          |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร  | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                                       | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                    | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                                           | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                              | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง |
|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| สวนศิลปเวช                        | 60-70 ไร่<br>2-3 ปี              | 1.บุฟเฟ่ต์ผลไม้<br>2.ชมสวน<br>3.การทำน้ำหมักชีวภาพ                                                                                                                                            | ○ สมุนไพร<br>พื้นบ้าน<br>○ ผลไม้อินทรีย์                 | ○ มังคุด<br>○ ทูเรียน<br>○ สละ<br>○ ลองกอง<br>○ สมุนไพร                                               | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ มีรถยนต์นำชม        |                              |
| สวนสายฝน                          | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                               |                                                          |                                                                                                       |                                                                                 |                              |
| สวนแสนรัก                         | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                               |                                                          |                                                                                                       |                                                                                 |                              |
| สวนอำไพ                           | ไม่ได้จัดการท่องเที่ยว           |                                                                                                                                                                                               |                                                          |                                                                                                       |                                                                                 |                              |
| สวนอินทรีย์กลุ่มนายรัฐไท<br>9 สวน | 40 ไร่<br>4-5 ปี                 | 1. ให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจ<br>พอเพียง<br>2..ชมสวน<br>3. การทำเกษตรอินทรีย์<br>4.การเผาถ่าน น้ำส้มควันไม้<br>5.การเลี้ยงชันโรง<br>6.การแปรรูปผลผลิตทาง<br>การเกษตร<br>7.จำหน่ายผลไม้คัดคุณภาพ | ○ ผลไม้อินทรีย์<br>○ การเผาถ่าน<br>○ การเลี้ยง<br>ชันโรง | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลองกอง<br>○ ลำไย<br>○ น้ำส้มควันไม้<br>○ ถ่าน<br>○ น้ำผึ้งชันโรง | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ อาหาร (ส่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | เขื่อนศรีนครินทร์            |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                    | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                    | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                       | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                   | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                   |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| สวนอุฎารัตน์                     | 40 ไร่<br>4-5 ปี                 | 1.บริการผลไม้ให้รับประทาน<br>โดยคิดราคาแบบเหมาจ่าย<br>เป็นรายหัว<br>2. ชมสวน                                                                                               | ○ ผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่<br>ทุเรียนทอด<br>○ ผลไม้ปลอดสาร | ○ ทุเรียน<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ มะปราง<br>○ มะยง<br>○ ลองกอง<br>○ ทุเรียนทอด | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านค้า<br>○ อาหาร (สั่งล่วงหน้า)<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว           | น้ำตกพลิว                                      |
| สวนพุทธรักษา                     | 35 ไร่<br>1 ปี                   | ชมกิจกรรมด้านเกษตรอินทรีย์                                                                                                                                                 | ○ ที่พักโฮมสเตย์<br>○ ผัก ผลไม้ และข้าวอินทรีย์          | ○ ลำไย<br>○ เงาะ<br>○ มังคุด<br>○ ลองกอง<br>○ ผักอินทรีย์<br>○ ข้าว               | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว                                                  | หาดเจ้าหลาว                                    |
| สวนสละเหี้ยถัก                   | 40 ไร่<br>3 ปี                   | 1.บุฟเฟต์ผลไม้<br>2.ชมสวนสละ (โดยไม่มีผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวน)<br>3.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน<br>4. เป็นศูนย์เรียนรู้การปลูกสละ มีผู้มาศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี | ○ สละ (มีจำหน่ายตลอดทั้งปี)<br>○ ศูนย์เรียนรู้การปลูกสละ | ○ สละ<br>○ ทุเรียน<br>○ เงาะ<br>○ ลำไย                                            | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้ายบอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้ | 1.วัดเขาสุกิม<br>2.พระบาทพลวง<br>3.น้ำตกกระทิง |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร     | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                                                                                 | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                                                                                                                                                                 | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                      | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                           | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                                                   |
|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์<br>เขabayศรี | 60-70 ไร่<br>9 ปี                | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้<br>จากผู้นำชม<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์จาก<br>ในระกำ<br>5. ชมอุโมงค์เก็บน้ำใต้ดิน<br>โบราณซึ่งเป็นภูมิปัญญา<br>ท้องถิ่น<br>3.จำหน่ายผลไม้ และ<br>ผลิตภัณฑ์<br>แปรรูปทางการเกษตร | ○ เป็นแหล่ง<br>ท่องเที่ยว<br>ชุมชนที่มี<br>ชื่อเสียง เป็น<br>ที่รู้จักของ<br>นักท่องเที่ยว<br>และเคยได้รับ<br>รางวัลกินรี<br>○ อุโมงค์เก็บน้ำ<br>ใต้ดินโบราณ<br>○ ต้นทุเรียน<br>โบราณที่มี<br>ขนาดสูงและ<br>ใหญ่มาก<br>○ ต้นมังคุด<br>โบราณ<br>○ บ้านพักได้<br>มาตรฐาน<br>โฮมสเตย์ไทย | ○ ทุเรียน<br>○ เงาะ<br>○ มังคุด<br>○ ลองกอง<br>○ ระกำ<br>○ กล้วย<br>○ ผักสวนครัว | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและมี<br>ป้ายบอกทางชัดเจน<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่าย ผลไม้และ<br>ผลิตภัณฑ์แปรรูป<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว | 1.หาดเจ้าหลาว<br>2.แหลมเสด็จ<br>3.เนินนางพญา<br>4.หาดคังวิมาน<br>5.วัดเขาสุกิม |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                                    | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                                                          | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                        | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                    | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                                                   |
|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| สวนป่าเกลบ                       | 13 ไร่<br>3 ปี                   | 1.จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป<br>2.ชมการแปรรูปผลไม้ เช่น<br>ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน<br>3.ชมสวน<br>4.ชมขั้นตอนการแปรรูปผลไม้<br>เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน<br>4.จำหน่ายผลไม้และ<br>ผลิตภัณฑ์แปรรูป | ○ ผลิตภัณฑ์แปรรูป OTOP<br>ห้าดาว<br>○ ชุมชนต้นแบบ<br>ทำให้มีผู้มา<br>ศึกษาดูงาน<br>เป็นประจำ<br>○ นักท่องเที่ยว<br>สามารถเข้า<br>ชมกระบวนการ<br>แปรรูปโดยไม่<br>เสียค่าใช้จ่าย | ○ ทุเรียน<br>○ มังคุด<br>○ ลำไย<br>○ มะม่วง        | ○ ห้องน้ำ<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้าย<br>บอกทาง<br>○ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์<br>แปรรูปและผลไม้<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้        | 1.หาดเจ้าหลาว<br>2.แหลมเสด็จ<br>3.เนินนางพญา<br>4.หาดคังวิมาน<br>5.วัดเขาสุกิม |
| สวนอิสริย์<br>ฟาร์มม้าไทย        | 200 ไร่<br>3 ปี                  | 1.นั่งรถรางชมสวน<br>2.บุฟเฟต์ผลไม้<br>3.บริการขี่ม้า และถ่ายรูป<br>4.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน                                                                                                   | ○ รถรำนำชม<br>สวน<br>○ บริการขี่ม้า<br>○ อาซาฮาบัต<br>○ ผลผลิตปลอด<br>สารพิษ<br>○ น้ำอุนบราซิล<br>ปั่น                                                                         | ○ ทุเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ องุ่นบราซิล | ○ รถรำนำชมสวน<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้าย<br>บอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ บริการปอกผลไม้ | 1.วัดเขาสุกิม<br>2.พระบาทพลวง<br>3.น้ำตกกระทิง                                 |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                      | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                         | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                 | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                   | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                   |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| สวนวดี                           | 20 ไร่<br>2 ปี                   | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายจากผู้นำชม<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน               | ○ ธรรมชาติ<br>ภายในสวน มี<br>ความร่มรื่น<br>สวยงาม เช่น<br>ลำธารที่ไหล<br>ผ่านสวน หิน<br>รูปทรงต่างๆ                                          | ○ มังคุด<br>○ ทูเรียน<br>○ สละ<br>○ ลองกอง  | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวน<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่าย<br>ผลไม้<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการปอกผลไม้                              | 1.วัดเขาสุกิม<br>2.พระบาทพลวง<br>3.น้ำตกกระทิง |
| สวนรินรดี                        | 50 ไร่<br>1 ปี                   | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้<br>จากผู้นำชม<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน | ○ บรรยากาศ<br>และการจัด<br>ภูมิทัศน์<br>ภายในสวน<br>สวยงามร่ม<br>รื่น<br>○ การให้บริการ<br>และการ<br>บรรยายให้<br>ความรู้กับ<br>นักท่องเที่ยว | ○ เงาะ<br>○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ ลองกอง | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวน<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่าย ผลไม้<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้ | 1.วัดเขาสุกิม<br>2.พระบาทพลวง<br>3.น้ำตกกระทิง |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                                    | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                               | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                                                                                             | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| สวนลุงฉลวย                       | 16 ไร่<br>10 ปี                  | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว<br>2.เป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง<br>2.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน<br>4.รถเอวีที ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>5.ปั่นจักรยานท่องเที่ยวรอบชุมชน | ○ ทูเรียน<br>คุณภาพ<br>ได้รับรางวัล<br>ชนะเลิศใน<br>การประกวด<br>○ สวนเกษตร<br>ผสมผสาน<br>แบบ<br>เศรษฐกิจ<br>พอเพียง<br>○ สวนพริกไทย | ○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ กระท้อน<br>○ สละ<br>○ กล้วย<br>○ พริกไทย | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้ายบอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้<br>○ บริการรถเอทีวี<br>○ บริการจักรยานสำหรับผู้เข้าพักค้างคืน | 1.หาดเจ้าหลาว<br>2.แหลมเสด็จ<br>3.เนินนางพญา<br>4.หาดคังวิมาน |
| สวนลุงฉัตร                       | 7 ไร่<br>4 ปี                    | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน                                                                                             | ○ อธิยาศัย<br>ความเป็น<br>กันเองของ<br>เจ้าของสวน                                                                                    | ○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลำไย<br>○ สละ                            | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้ายบอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้                                                                                     | 1. น้ำตกพลั่ว<br>2. ชายหาด<br>แหลมสิงห์<br>3. วัดซากใหญ่      |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                             | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                      | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                                                            | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                                                 | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                           |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| สวน เค พี การ์เด็น               | 50 ไร่<br>2 ปี                   | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน<br>5. การให้อาหารแกะ | ○ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การเดินเที่ยวชมสวน ปั่นจักรยาน การให้อาหารแพะ                       | ○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลำไย<br>○ สละ                         | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวน และป้ายบอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการจักรยาน<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้            | ศูนย์พัฒนา<br>ไม้ผลตาม<br>พระราชดำริ                   |
| สวนสาวสุดใจ                      | 7 ไร่<br>9 ปี                    | 1.เดินชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.จำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป       | ○ เปิดให้บริการมานาน เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว<br>○ เจ้าของสวน อธิยาศัยดี ดูแลลูกค้าด้วยความเป็นกันเอง | ○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลำไย<br>○ สละ<br>○ ระกำ<br>○ กล้วยไข่ | ○ บ้านพัก<br>○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้ายบอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้ | 1. น้ำตกพลี<br>2. ชายหาด<br>แหลมสิงห์<br>3. วัดซากใหญ่ |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                            | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                                                     | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                 | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                      | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                             |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| สวนประนอม                        | 10 ไร่<br>6 ปี                   | 1.ชมสวน<br>2.บุฟเฟต์ผลไม้<br>3.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน | ○ การให้บริการ<br>เสริม เช่น<br>ก๋วยเตี๋ยวหมู<br>เลี้ยง ส้มตำ<br>○ มีวิถีชีวิตที่<br>เรียบง่ายให้<br>นักท่องเที่ยว<br>ได้สัมผัส                                           | ○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้าย<br>บอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้<br>○ บริการก๋วยเตี๋ยวหมูเลี้ยง | 1. น้ำตกพลิ้ว<br>2. ชายหาด<br>แหลมสิงห์<br>3. วัดซากใหญ่ |
| สวนโถทอง                         | 5 ไร่<br>18 ปี                   | 1.ชมสวน<br>2.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้ | ○ เปิดให้บริการ<br>บุฟเฟต์ผลไม้<br>ร่วมกับการ<br>ท่องเที่ยว<br>แห่งประเทศไทย<br>เป็นราย<br>แรกของ<br>จังหวัด<br>○ ให้บริการ<br>นักท่องเที่ยว<br>ด้วยทุเรียน<br>พันธุ์ชะนี | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ ลองกอง<br>○ เงาะ | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวน<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้                                                 | 1. น้ำตกพลิ้ว<br>2. น้ำตกคลอง<br>นารายณ์                 |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                                   | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                                           | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                           | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                      | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง      |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| สวนภูทิพย์ธารา                   | 150 ไร่<br>2 ปี                  | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4. มีบริการอาหารกลางวันในกรณีที่นักท่องเที่ยวแจ้งความประสงค์ไว้ล่วงหน้า<br>5.จำหน่ายผลไม้หน้าสวน | ○ สละคุณภาพ ได้รับรางวัลชนะเลิศ ใน การประกวด และมีผลผลิตตลอดทั้งปี<br>○ .ภูมิประเทศที่สวยงาม มี ภูเขา ลำธาร สระน้ำ ฯลฯ สามารถนั่งรถชมรอบสวน และถ่ายรูป ชมวิวได้ | ○ ทูเรียน<br>○ ลองกอง<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลำไย | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้<br>○ รถกระบะนำชมสวน<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้ | 1.เขื่อนคิรีธาร<br>2.น้ำตกตรอกนอง |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร | ขนาดพื้นที่<br>และ<br>ประสบการณ์ | กิจกรรม                                                                                                                                                  | จุดเด่น/<br>จุดดึงดูด                                                                                                                                                              | ผลผลิตใน<br>แหล่งท่องเที่ยว                 | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                                                                                    | แหล่งท่องเที่ยว<br>ใกล้เคียง                        |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| สวนเจริญชัย                      | 8 ไร่<br>6 ปี                    | 1.ชมสวน<br>2.ฟังการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว<br>3.บุฟเฟต์ผลไม้<br>4.จำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป<br>5.บริการอาหารพื้นบ้าน (ก๋วยเตี๋ยวหมูเลี้ยง) | ○ การให้ความรู้<br>ทางการเกษตรแก่นักท่องเที่ยว<br>○ ผลผลิตมีคุณภาพ ซึ่งได้รับรางวัลซึ่งได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวด<br>○ การปลูกและผลิตโกโก้ เพื่อการบริโภคภายในประเทศและส่งออก | ○ ทูเรียน<br>○ มังคุด<br>○ เงาะ<br>○ ลองกอง | ○ ห้องน้ำ<br>○ ถนนเข้าถึงสวนและป้ายบอกทาง<br>○ ที่จอดรถ<br>○ ร้านจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป<br>○ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว<br>○ บริการน้ำดื่ม<br>○ บริการปอกผลไม้<br>○ วันเสาร์อาทิตย์มีบริการก๋วยเตี๋ยวหมูเลี้ยง | 1. น้ำตกพลิว<br>2. ชายหาดแหลมสิงห์<br>3. วัดซากใหญ่ |

ที่มา: (สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี, 2560 และปรับปรุงโดยผู้วิจัย, 2560)

จากตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 58 แห่ง ตามที่แจ้งไว้ในทำเนียบรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในปี 2559 ของสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี ซึ่งจากบริบทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตารางพบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เปิดให้บริการทั้งสิ้น จำนวน 40 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เปิดให้บริการจำนวน 18 แห่ง โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เปิดให้บริการมีการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกร หน่วยงานของรัฐ และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรมีจำนวน 8 กลุ่ม ได้แก่ 1)กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงชันโรงบ้านต้นเรียบ 2)กลุ่มแปรรูปบ้านปลายคลอง 3)กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดและแปรรูปเห็ดบ้านไร่เก่า 4)วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปลายคลอง(สวนคุณยาย) 5)วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอเสื่อกก 6)วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม 7)วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล่อนตำบลเทพนิมิต และ 8)กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะเขายาศรี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนหรือนักท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวคือ การชมสวนผลไม้และชิมผลไม้ ชมการสาธิตการทำเกษตรและแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น การเพาะเห็ดและการแปรรูปเห็ด ชมการผลิตและการทอเสื่อกก บรรยายให้ความรู้ในการทำเกษตร เป็นต้น โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ที่นั่งพัก ห้องน้ำ ที่จอดรถ และร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นต้น

หน่วยงานของรัฐที่เปิดให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ 1)ศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) อำเภอลอง 2)ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงตำบลกระแจะ 3)ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลสองพี่น้อง 4)ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ 5)ศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี (ศูนย์วิจัยพืชสวนพลู) 6)ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรจันทบุรี และ 7)ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจันทบุรี โดยหน่วยงานของรัฐมีวัตถุประสงค์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ และเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรให้แก่เกษตรกรและประชาชนที่เข้ามาศึกษาดูงานในการทำเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของการบรรยายให้ความรู้และนำชม การสาธิตการทำเกษตร โดยมีวิทยากรของหน่วยงานเป็นผู้บรรยายให้ความรู้ เช่น การทำปุ๋ยอินทรีย์ การเพาะเห็ด การเลี้ยงชันโรง การทำสวนโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ห้องประชุมที่ใช้ในการอบรมหรือบรรยายให้ความรู้ ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดำเนินงานโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดให้บริการในปี 2559 จำนวน 25 แห่ง โดยแบ่งออกเป็นผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ “อ้อยทุกรั้ว ชิมไปทุกสวน Fruits Festival 2559” ที่ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง-จันทบุรี จำนวน 14 สวน ได้แก่ สวนป่าเกลบ สวนสละเฮียถึก สวนอิสริย์ ฟาร์มม้าไทย สวนวดี สวนรินรติ สวนลุงฉวย สวนเค ฟาร์มไก่ สวนโกลทอง สวนภูทิพย์ธารา สวนเจริญชัย สวนลุงฉัตร สวนสาวสุดใจ และสวนประนอม ซึ่งแต่ละสวนมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับการประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง-จันทบุรี อีกทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละปี มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น บุกเฟ้นผลไม้ การเดินชมสวนโดยมีผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวนบรรยายให้ความรู้ ชมสวนโดยรถรางหรือการปั่นจักรยาน การชมการสาธิตการเก็บผลไม้หรือการแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ การขายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อให้นักท่องเที่ยวซื้อไปเป็นของฝาก เป็นต้น โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่นั่งพัก ร้านจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป พาหนะนำชมสวน ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวน ห้องน้ำ ที่จอดรถ มีบริการน้ำดื่มและบริการปอกทุเรียน เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 12 แห่ง ได้แก่ ฟาร์มเมล็โฮมสเตย์ บ้านชนารีสอร์ท บ้านสวนพอเพียง สวนนายคำนึ่ง สวนบุญเรือน สวนใบเฟิร์น สวนพอรวย สวนดาโฮมสเตย์ สวนศิลปเวช สวนอินทรีย์กลุ่มนายรัฐไท สวนอุภารัตน์ และสวนพุดม ที่ไม่ได้เข้าโครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบช่องทางในการเข้าร่วมโครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งบางแห่งเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความตั้งใจที่จะจัดการท่องเที่ยวในลักษณะธุรกิจครอบครัว และกลัวว่าหากเข้าร่วมโครงการดังกล่าวแล้วมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับ ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดความพร้อมในด้านบุคลากร ทำให้ไม่สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 18 แห่ง ที่ไม่เปิดให้บริการในปี 2559 นั้น ส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุดังนี้

1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางรายขาดความพร้อมในด้านบุคลากร มีผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย ไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ ถ้าต้องจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมก็ต้องมีต้นทุนที่สูงขึ้นตามไปด้วย
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่ง มีพื้นที่ขนาดเล็กทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรจำนวนน้อย ไม่เพียงพอที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวและควบคุมคุณภาพของสินค้าไม่ได้ ถ้าจะจัดการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการต้องซื้อผลผลิตจากภายนอกสวนเพื่อมาบริการ ทำให้มีต้นทุนสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2559 ผลไม้มีราคาแพงกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้มีผู้ประกอบการบางรายไม่เปิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเนื่องจากเกรงว่าจะประสบปัญหาการขาดทุน

จากข้อมูลบริบทของพื้นที่ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ มีรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทกสิกรรม มีลักษณะของกิจการเป็นสวนผลไม้ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การชมสวนผลไม้ การชิมผลไม้ การจัดบุฟเฟต์ผลไม้ และการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นในด้านสวนผลไม้

### 1.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2543) กล่าวถึง องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) แหล่ง / สถานที่ หมายถึง กิจกรรมการเกษตรที่สามารถดึงดูด และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว
- 2) บริการ หมายถึง สามารถรองรับ และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 3) นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ต้องการได้รับความรู้ และเพลิดเพลิน มีความสามารถและยินดีจะจ่ายเมื่อเข้าถึงแหล่งบริการ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542 อ้างใน เดชา ไต๋สูงเนิน, 2543) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึง สภาพทางกายภาพของทรัพยากร ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

2) ตลาดนักท่องเที่ยว เป็นส่วนของการต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

3) บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

อัศวิน แสงพิบูล (2546) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร หมายถึง ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตร ซึ่งรวมถึงทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (ดิน น้ำ พื้นที่ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ป่า) และทรัพยากรด้านการจัดการ (เกษตรกร องค์กรท้องถิ่น ความรู้ทางการเกษตร เครื่องมือเครื่องใช้และเทคโนโลยีการจัดการ)

2) ตลาดนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ คือ

2.1) ประชาชนและเกษตรกรทั่วไปที่มีความสนใจเฉพาะด้านเกษตร เพื่อศึกษาหาความรู้เป็นแนวทางการประกอบอาชีพ หรือเพื่อพัฒนาอาชีพเกษตรกรของตน

2.2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน สนใจการท่องเที่ยวธรรมชาติและกิจกรรมทางการเกษตรต่าง ๆ อยากรู้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของเกษตรกร

3) การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม การจำหน่ายพืชผลและผลิตผลทางการเกษตรต่าง ๆ การให้บริการนำเที่ยวหรือด้านที่พักแก่นักท่องเที่ยว (Home Stay / Farm Stay)

อุดม เขยกิจวงศ์ วิมล จิโรจน์พันธ์ และประชิด สกฤษะ (2548) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน 4 ด้าน ด้วยกันดังนี้

1) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

2) ด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่ซึ่ง องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

3) ด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบตลอดจนร่วมบำรุง รักษาทรัพยากรท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ด้วย และในที่สุดท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่ เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น อาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องจึง เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

4) ด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ในการวิจัยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีในครั้งนี้ ผู้วิจัย สามารถสรุปองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ 3 องค์ประกอบด้วยกัน ดังแสดงใน ตารางที่ 2.5 คือ

**ตารางที่ 2.5** สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

| องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                                                                                        | ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2543) | สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (อ้างใน ดอชา โด่งสูงเนิน, 2543) | อัครวิทย์ แสงพิบูล (2546) | อุดม เขียวกิ่งศักดิ์: วิมล จีโรจน์ และประชิด สุกัญญา (2548) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <b>ตลาดนักท่องเที่ยว</b> (กลุ่มนักท่องเที่ยว)                                                                              |                                                     |                                                                                 |                           |                                                             |
| 1. นักท่องเที่ยว – ความรู้ ความเพลิดเพลิน                                                                                  | ✓                                                   |                                                                                 | ✓                         |                                                             |
| 2. เกษตรกร – แลกเปลี่ยนเรียนรู้                                                                                            |                                                     |                                                                                 | ✓                         |                                                             |
| <b>ทรัพยากรการท่องเที่ยว / แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร</b>                                                                    |                                                     |                                                                                 |                           |                                                             |
| 1. ทรัพยากรทางธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตร (ดิน น้ำ)                                                                 |                                                     |                                                                                 | ✓                         | ✓                                                           |
| 2. แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่น เช่น มีธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์/วัฒนธรรม/ ประวัติศาสตร์ เฉพาะถิ่น           | ✓                                                   | ✓                                                                               |                           | ✓                                                           |
| 3. เกษตรกรที่มีความรู้ และความสามารถในการถ่ายทอด                                                                           |                                                     |                                                                                 | ✓                         |                                                             |
| 4. เครื่องมือเครื่องใช้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม                                                                              |                                                     | ✓                                                                               | ✓                         |                                                             |
| <b>กระบวนการจัดการการท่องเที่ยว / การมีส่วนร่วมของชุมชน</b>                                                                |                                                     |                                                                                 |                           |                                                             |
| 1. ชุมชนและประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติ/ดำเนินงาน                                                      |                                                     |                                                                                 |                           | ✓                                                           |
| 2. มีความรับผิดชอบต่อความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม/ชุมชน                                                     |                                                     |                                                                                 |                           | ✓                                                           |
| 3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่พัก ห้องน้ำทางเดิน ที่เพียงพอและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ | ✓                                                   | ✓                                                                               | ✓                         |                                                             |
| 4. มีการให้ข้อมูลข่าวสาร/ การประชาสัมพันธ์                                                                                 |                                                     | ✓                                                                               | ✓                         |                                                             |
| 5. มีการจำหน่ายพืชผลและผลผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ                                                                             |                                                     | ✓                                                                               | ✓                         |                                                             |
| 6. มีบริการนำเที่ยว                                                                                                        |                                                     | ✓                                                                               | ✓                         |                                                             |
| 7. มีที่พักโฮมสเตย์                                                                                                        |                                                     | ✓                                                                               | ✓                         |                                                             |
| 8. มีกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ                                                                  | ✓                                                   | ✓                                                                               |                           | ✓                                                           |

ที่มา: (พัฒนาโดยผู้วิจัย, 2559)

1) ตลาดนักท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวสำคัญ 2 กลุ่ม คือ

- เกษตรกรและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจเฉพาะด้านเกษตร เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ศึกษาหาความรู้เป็นแนวทางการประกอบอาชีพ หรือเพื่อพัฒนาอาชีพเกษตรกรของตน
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน สนใจการท่องเที่ยวธรรมชาติและกิจกรรมทางการเกษตรต่าง ๆ อยากรู้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของเกษตรกร รวมถึงการเป็นนักชิมที่มีความชื่นชอบผลไม้

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว / แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องระบบนิเวศในพื้นที่ โดยความเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตทางการเกษตร (สวนผลไม้) กิจกรรมการเกษตร ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และทรัพยากรด้านการจัดการเกษตร (เกษตรกร องค์กรท้องถิ่น ความรู้ทางการเกษตร เครื่องมือเครื่องใช้และเทคโนโลยีการเกษตร ฯลฯ)

3) กระบวนการจัดการท่องเที่ยว / การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน การรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการบริการการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมบริการที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรกรรม การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร การให้บริการนำเที่ยวหรือที่พักแก่นักท่องเที่ยว (Home Stay / Farm Stay) ฯลฯ

## 1.2 แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

แนวคิดการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดของมิเชล พอตเตอร์ (Michael Porter) ที่ได้กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นสามารถลดต้นทุนให้แก่องค์กรเพื่อใช้กลยุทธ์ในการเป็นผู้นำด้านราคา หรือช่วยในการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ โดยจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงกิจกรรมต่างๆ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเหล่านั้นเพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละองค์กร (เนตรพัฒนา ยาวีราช, 2550 : 63)

### 1.2.1 ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของห่วงโซ่คุณค่าไว้ดังนี้

คอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2006) กล่าวถึงห่วงโซ่คุณค่าว่า ห่วงโซ่คุณค่ากำหนดเป็น 2 กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) กิจกรรมพื้นฐานเริ่มต้นจากการนำเข้าวัตถุดิบ การผลิต การส่งออก การตลาด และการขาย รวมถึงการบริการหลังการขาย ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ให้กับกิจกรรมพื้นฐานเพื่อการบริหารห่วงโซ่คุณค่า กิจกรรมสนับสนุนประกอบด้วย การจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การบริหารบุคลากร และการจัดโครงสร้างองค์กรธุรกิจ คุณค่าที่เพิ่มขึ้นจากทุกกิจกรรมจะรวมกันส่งต่อไปในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

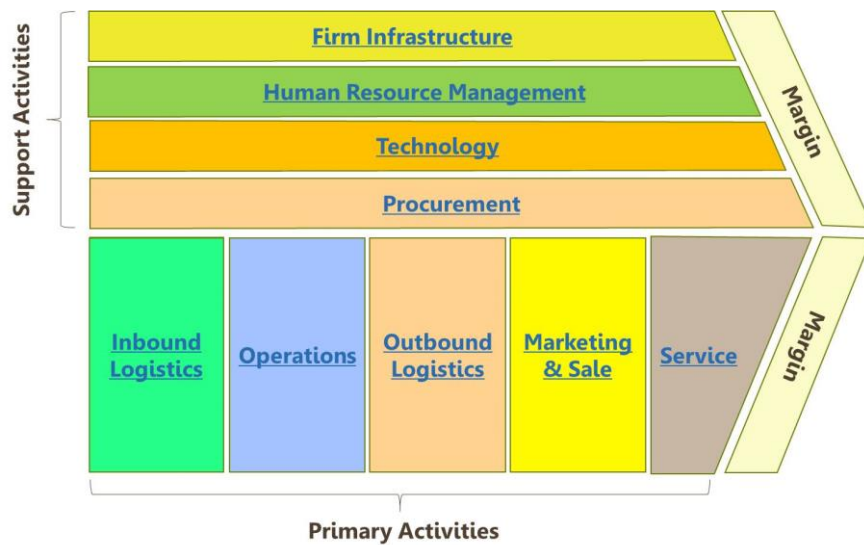
วิทยา สุหฤทธดำรง (2550) ให้ความหมายของห่วงโซ่คุณค่าไว้ว่า ห่วงโซ่คุณค่า คือ การสร้างคุณค่าอื่นๆ หรือประโยชน์อื่นมาประกอบกันเป็นประโยชน์สุดท้ายที่ลูกค้าต้องการ มีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอดๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกัน เพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์เพื่อนำส่งต่อไปให้ลูกค้า

จิตติ รัชมีธรรมโชติ (2552) อธิบายถึงห่วงโซ่คุณค่าว่า ห่วงโซ่คุณค่า คือ การพิจารณากิจกรรมทั้งหมดขององค์กร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน กิจกรรมหลักได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต การขาย และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ขององค์กรให้แก่ลูกค้า รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือต่างๆ ภายหลังการขาย ส่วนกิจกรรมสนับสนุน หมายถึง กิจกรรมที่สนับสนุนกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุนด้วยตนเอง โดยกิจกรรมดังกล่าวจะให้การสนับสนุนด้านวัตถุดิบ เทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์ และงานต่างๆ ให้แก่หน่วยงานทั่วทั้งองค์กร

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) คือ การสร้างคุณค่าให้กับองค์กร โดยการวิเคราะห์กิจกรรมทั้งหมดขององค์กร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ กิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน กิจกรรมหลักประกอบด้วย การนำเข้าวัตถุดิบ การผลิต การนำสินค้าออกจำหน่าย การตลาด และการให้บริการแก่ลูกค้าหลังการขาย ส่วนกิจกรรมสนับสนุนประกอบด้วย การจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ซึ่งกระบวนการสร้างคุณค่าขององค์กรจะมีความต่อเนื่องกัน อันจะนำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าต่อไป

### 1.2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่าตามแนวคิดของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้บริหารมีแนวทางในการกำหนดจุดอ่อนและจุดแข็งในองค์กร โดยลูกโซ่จะแสดงให้เห็นการเชื่อมโยงกันทั้งระบบของกิจกรรมและหน้าที่งานภายในองค์กรธุรกิจ โดยทุกหน่วยงานมุ่งสร้างคุณค่า และส่งมอบให้ลูกค้าตามลำดับกิจกรรม เริ่มตั้งแต่การนำวัตถุดิบมาเข้าสู่กระบวนการผลิต จนกระทั่งผลิตสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์นำออกจำหน่ายแก่ลูกค้าขั้นสุดท้าย อาจรวมถึงบริการหลังการขาย กระบวนการทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้จำแนกเป็น 3 กิจกรรม คือ การทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง การทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานลดลง และการทำให้เกิดการสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ในการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าจะมุ่งเน้น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) โดยสายงานหลักจะทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าและบริการโดยตรง ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นการทำหน้าที่เพื่อช่วยเหลือให้คำปรึกษา เพื่อให้กิจกรรมหลักสามารถทำงานได้บรรลุผลสำเร็จอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้พอร์เตอร์ได้รวมกิจกรรมหลักขององค์กรได้ 5 กิจกรรม และกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม (พรทิพย์ บุญทรง, 2556 : 158) ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ห่วงโซ่คุณค่าตามแนวคิดของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Porter's value chain model)  
ที่มา : (Michael E. Porter, 1985)

จากภาพที่ 2.1 แสดงห่วงโซ่คุณค่าตามแนวคิดของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ ซึ่งประกอบด้วย 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) โดยกิจกรรมหลักขององค์กรมี 5 กิจกรรม และกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (พรทิพย์ บุญทรง, 2556 : 158-160)

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) จำแนกเป็นกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรม เริ่มตั้งแต่กระบวนการนำส่งวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต และสำเร็จเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าคนสุดท้าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การนำเข้าวัตถุดิบ (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมขั้นต้นในการรับวัตถุดิบ จัดเก็บรักษา การจัดคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายและจัดป้อนวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต กิจกรรมเหล่านี้ หากดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพจะมีส่วนในการช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

2) การผลิตเป็นสินค้า (Operations) เป็นกิจกรรมในการเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าหรือแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นผลผลิตที่องค์กรต้องการ กล่าวคือ เป็นกระบวนการผลิต เช่น การบรรจุภัณฑ์ การบำรุงรักษาเครื่องจักร การประกันคุณภาพสินค้า การรักษาสัมพันธภาพกับตัวแทนจำหน่าย รวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น เป้าหมายการผลิตที่สำคัญคือ การเพิ่มคุณภาพของสินค้าที่ผลิตในสายตาของลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย

3) การนำสินค้าออกจำหน่าย (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าเข้าสู่ระบบการจัดจำหน่าย อาจไปสู่คนกลางหรือผู้บริโภคคนสุดท้ายก็ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะตัวสินค้า กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ การจัดทำคำสั่งซื้อ การขนส่งและการส่งมอบ การดำเนินการในกิจกรรมเหล่านี้อาจมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพและระดับการให้บริการแก่คนกลางหรือลูกค้าคนสุดท้าย

4) การตลาดและการขาย (Marketing and sales) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจและความต้องการสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ธุรกิจต้องกำหนดเป้าหมายการตลาดและการขาย

เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมที่มีความซับซ้อนนี้ได้อย่างบรรลุผล ในขั้นตอนนี้จะทำให้องค์กรทราบว่าสินค้าที่เข้าสู่ตลาดจะสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าอย่างน้อยเพียงใด ทั้งนี้พบว่า การตลาดและการขายจะเป็นเครื่องวัดศักยภาพการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดและความสามารถในการทำกำไร

5) การให้บริการลูกค้า (Consumer Service) เป็นกิจกรรมที่ทำให้ลูกค้าพอใจในตัวสินค้า เช่น มีการผ่อนชำระซื้อสินค้า รับคืนสินค้า รับซ่อมสินค้า ความเป็นกันเอง การอบรมความรู้ในสินค้าแก่ลูกค้า มีการติดตั้งสินค้าฟรี เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมหลายๆ อย่าง เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจได้กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแข่งขันของหน่วยธุรกิจในปัจจุบัน

2. กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) เป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อสนับสนุนกิจกรรมหลัก ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ได้แก่ การจัดซื้อ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีรายละเอียดดังนี้

1) การจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมการจัดซื้อสินทรัพย์ รวมถึงวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้าที่จำเป็นทั้งหมด เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมองค์กรและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า หน้าที่การจัดซื้อมีความสำคัญต่อต้นทุนขององค์กร

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมสำคัญเนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาระบบการผลิต การเพิ่มผลผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปรับเทคนิคการทำงานใหม่ให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและองค์กรมากขึ้น

3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสรรหา คัดเลือก วางแผนเรื่องกำลังคน กำหนดค่าตอบแทนและการฝึกอบรม กิจกรรมในหน่วยงานนี้มีผลต่อการสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและลูกค้าจึงควรดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในองค์กร เพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและลูกค้าได้อย่างเต็มที่

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) เป็นการดำเนินกิจกรรมที่กล่าวได้ว่า เป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมอื่นๆ ในองค์กร เช่น กิจกรรมด้านการเงิน การบัญชี กฎหมาย ระบบข้อมูล และงานธุรการ เป็นต้น โครงสร้างพื้นฐานขององค์กรเหล่านี้ช่วยองค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สำหรับ Margin หมายถึง กำไรขององค์กร ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทั้งหมดในห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จคือ ความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรม ซึ่งความเชื่อมโยงนี้จะเป็นตัวส่งผ่านข้อมูลข่าวสารสินค้าและบริการ ดังนั้น Margin จึงหมายถึง มูลค่าเพิ่ม (Added Value) (ชนิตา พันธุ์ณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว, 2557).

### 1.3 นโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### 1.3.1 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

การกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันไปทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมตลาดด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ภายใต้วิสัยทัศน์ “วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน” โดยมียุทธศาสตร์ในการพัฒนา 3 ยุทธศาสตร์ประกอบด้วย (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: 18-30)

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ได้แก่

1) ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination)  
 2) ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูง มีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย สนใจเรียนรู้ และสร้างผลกระทบต่อประเทศไทยต่ำ  
 3) ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้างเอกลักษณ์ และส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทยภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และ มาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทย และสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และมาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม เน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงฐานะและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ และ เกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทยประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของ

คนไทยกลุ่มต่างๆ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของ เกษตรกร องค์กรบริการส่วนตำบล องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัด เกษตรกร เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่ พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ มีแนวทางการดำเนินงานได้แก่ ส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative Tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่ กำหนดไว้ ส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ และมาตรการ ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วง นอกฤดูกาลและลาพักผ่อนไปพักผ่อนในวันธรรมดา เป็นต้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิง พื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพ ของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน ต่างๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติ การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและ ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ประกอบด้วยกลยุทธ์การ พัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการ รองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวใน ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนารายสาขา มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรม การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้านได้แก่ การ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวเพื่อการ ประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเรือสำราญ การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของ กลยุทธ์นี้คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการ พัฒนาที่สำคัญ 1) การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ในขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและ สนามบิน 2) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมี

ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล 3) การพัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ 4) ขยายศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา 1) ผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาการล่อลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญปัญหาหมักคุดเทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิด 3) พัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์รับแจ้งเหตุของตำรวจท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 4) จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 5) จัดตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยวในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการดำเนินคดีต่างๆ เป็นกรณีพิเศษ 6) สนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทางน้ำ/ทางอากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย 7) ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศรวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน 2) พัฒนามาตรฐานยานพาหนะและระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะให้มีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง และมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility) 3) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสนับสนุนการวางแผนการเดินทางโดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ระบบจองตั๋วออนไลน์ ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อนงานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่สำคัญได้แก่ 1) เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของ

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2) บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลาง ในระดับนโยบาย และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน 1) การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจและปรับปรุงบริการ

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์พัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้ 1) การบริหารจัดการ Tourism Intelligence Center (TIC) จัดตั้งศูนย์ TIC และห้องปฏิบัติการทางการท่องเที่ยว 2) พัฒนาลังข้อมูลและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ 3) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน 1) ปรับปรุงกฎหมายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน 2) การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

### 1.3.2 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก พ.ศ. 2557-2560

การพัฒนาภาคตะวันออก(ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) ด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 จึงกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้มีปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง อาทิ การปรับปรุง และขยายโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากพัทยาไปยังจังหวัดระยอง – จันทบุรี เพื่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงในกลุ่มจังหวัด ซึ่งสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดได้ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก พ.ศ. 2557-2560 ขึ้น ภายใต้วิสัยทัศน์ “แหล่งท่องเที่ยวระดับสากล ผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ ฐานอุตสาหกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืน ประตูลู่เศรษฐกิจโลก” ได้กำหนดตำแหน่งจุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก (เฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและการสร้างรายได้) ดังแสดงในตารางที่ 2.6

**ตารางที่ 2.6** จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก (เฉพาะเรื่องสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและการสร้างรายได้)

|              | จุดยืนทางยุทธศาสตร์                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | รักษารายได้เดิม                                                                                                                                                                         | สร้างรายได้ใหม่                                                                                                                                                                                                                             |
| กลุ่มจังหวัด | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวระดับสากล (World Class)</li> <li>- ฐานการผลิตอุตสาหกรรม</li> <li>- แหล่งผลิตสินค้าเกษตร</li> <li>- ประตูสู่เศรษฐกิจโลก</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาโลจิสติกส์ และแหล่งน้ำเพื่อรองรับการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจและการลงทุน</li> <li>- ขยายโครงข่ายรถไฟความเร็วสูงต่อเนื่องจากพัทยา-ระยอง-จันทบุรี-ตราด เพื่อการเดินทางและการท่องเที่ยว</li> </ul> |
| ชลบุรี       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ</li> <li>- เมืองอุตสาหกรรมสะอาด</li> </ul>                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาแหล่งน้ำและโครงข่ายคมนาคม</li> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม</li> <li>- พัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่</li> </ul>                                               |
| ระยอง        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เมืองอุตสาหกรรมสีเขียว</li> <li>- ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์</li> <li>- เกษตรคุณภาพ (สับปะรด)</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาระบบโลจิสติกส์และศูนย์กระจายสินค้า</li> <li>- ศูนย์กลางอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ</li> </ul>                                                                                                         |
| จันทบุรี     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เมืองเกษตรกรรม</li> <li>- เมืองอัญมณีและเครื่องประดับ</li> <li>- เมืองส่งเสริมการค้าชายแดน</li> <li>- เมืองท่องเที่ยว</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บูรณะทางหลวงสายหลักเพื่อเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน</li> </ul>                                                                                  |
| ตราด         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เมืองเกษตรปลอดภัย</li> <li>- เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</li> <li>- ช่องทางการค้าชายแดน</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาเส้นทางขนส่งทางบกและทางน้ำ</li> </ul>                                                                                                                                                         |

**ที่มา:** (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด, มปป. ; 60-92)

ประเด็นยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก(ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ประกอบด้วย **ยุทธศาสตร์ที่ 1** ส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถบุคลากร แหล่งท่องเที่ยว และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และมีความยั่งยืน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวหลักของกลุ่มจังหวัด ให้สามารถรักษาสถานะ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากลสืบต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายได้มาตรฐานระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาปัจจัย/โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอและได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 4 ยกระดับศักยภาพด้านการตลาด และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในเชิงรุกให้ตรงกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 1 จำนวนทั้งสิ้น 13 โครงการ และมีโครงการที่ดำเนินการในจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น 2 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมรับสถานการณ์ภัยพิบัติ และ 2) โครงการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสายน้ำตกเขาสิบห้าชั้น ตำบลแก่งหางแมว อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** อนุรักษ์ ปันฟู ป้องกันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 อนุรักษ์ ปันฟูแหล่งน้ำตามธรรมชาติ และก่อสร้างฝายกักเก็บน้ำ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาแหล่งน้ำบาดาล

กลยุทธ์ที่ 3 อนุรักษ์ ปันฟูป่าชายเลนและทรัพยากรชายฝั่งทะเล

กลยุทธ์ที่ 4 ป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งทะเลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า

กลยุทธ์ที่ 6 ลดปริมาณขยะมูลฝอยจากแหล่งกำเนิด

กลยุทธ์ที่ 7 เฝ้าระวังและควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 8 สร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรภาคีและเครือข่ายภายนอกเพื่อระดมความร่วมมือในการคุ้มครองและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 2 จำนวนทั้งสิ้น 16 โครงการ และมีโครงการที่ดำเนินการในจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น 1 โครงการ ได้แก่ โครงการประตูละบายน้ำทุ่งเบญจา

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์รายสินค้าและส่งเสริมการตลาดและช่องทางจำหน่าย

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 3 จำนวนทั้งสิ้น 2 โครงการ และมีโครงการที่ดำเนินการในจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น 1 โครงการ ได้แก่ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ ชั้นดีกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** พัฒนาระบบการผลิตและกำลังคนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 จำนวนที่เพิ่มขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีสะอาด (Clean Technology) ร้อยละ 8

กลยุทธ์ที่ 2 ร้อยละของปัญหาจากอุบัติเหตุที่ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 5

กลยุทธ์ที่ 3 จำนวนกลุ่มเป้า หมายมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น มีความเข้าใจและยอมรับ 40 กลุ่ม

กลยุทธ์ที่ 4 ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรม และประชาชน เข้าร่วมเครือข่ายหรือสมาชิก อสาวิรักษ์ สิ่งแวดล้อม 50 ราย/คน

กลยุทธ์ที่ 5 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ SME เดิมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 5

กลยุทธ์ที่ 6 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ ร้อยละ 5

กลยุทธ์ที่ 7 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเข้าร่วมจัดทำระบบ CSR ISO 26000 และจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ประสงค์เข้ารับการพัฒนาระบบ ISO 14000 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 8

กลยุทธ์ที่ 8 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมจัดทำธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 8

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 4 จำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการ และมีโครงการที่ดำเนินการในจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น 1 โครงการ ได้แก่ โครงการสร้างเครือข่ายนักธุรกิจรุ่นใหม่ภาคตะวันออกสู่ประชาคมอาเซียน (AEC)

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** ส่งเสริมการค้าการลงทุน การบริการ และระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการและมาตรฐานธุรกิจในระดับ

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมศักยภาพธุรกิจในระดับสากลโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและบำรุงรักษาระบบการขนส่งเพื่อยกระดับเพิ่มขีดความสามารถใน

การแข่งขัน

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาท่าเรือฯ ให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 5 ประสานความร่วมมือและผลักดันให้ท่าอากาศยานอยู่ตะเภาเป็นท่าอากาศยาน

นานาชาติ

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 5 จำนวนทั้งสิ้น 22 โครงการ และมีโครงการที่ดำเนินการในจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น 4 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการปรับปรุงทางหลวงหมายเลข ๓๒๕๕ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2) โครงการบูรณะทางหลวงสายหลัก เพื่อเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทางหลวงหมายเลข 344 (ระหว่าง กม.4+611.000 - กม.102+181.000 เป็นช่วงๆ) และทางหลวงหมายเลข 3 (ระหว่าง กม.268+735.000 - กม.378+143.000 3) โครงการก่อสร้างทางหลวงสี่ช่องจราจร เพื่อเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ทางหลวงหมายเลข 3193 (ระหว่าง กม.40+576.000 - กม.61+617.000) และทางหลวงหมายเลข 3255 (ระหว่าง กม.0+000.000 - กม.3+689.000)) และ 4) โครงการก่อสร้างทางหลวงสี่ช่องจราจร เพื่อเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ทางหลวงหมายเลข 3193 (ระหว่าง กม.0+000.000 - กม.23+100.000) และทางหลวงหมายเลข 3227 (ระหว่าง กม.0+000.000 - กม.6+264.000) เป็นช่วงๆ )

### 1.3.3 แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2557-2560

ภายใต้วิสัยทัศน์ “ศูนย์กลางการผลิตและการค้าผลไม้คุณภาพศูนย์อัญมณีและเครื่องประดับชั้นเลิศ แหล่งการค้าชายแดนเชื่อมโยงประชาคมอาเซียน และเมืองน่าเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” จังหวัดจันทบุรีได้กำหนดตำแหน่งจุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ไว้ดังนี้

1) เมืองเกษตรกรรม

2) เมืองอัญมณีและเครื่องประดับ

3) เมืองส่งเสริมการค้าชายแดนเพื่อการค้าและการลงทุน

4) เมืองน่าเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร โลจิสติกส์และผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการทั้งในและต่างประเทศ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาบุคลากรด้านการกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน (GAP)

กลยุทธ์ที่ 2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพให้แก่เกษตรกรนำไปประยุกต์ใช้ในไร่นาของตนเอง รวมทั้งสนับสนุนโครงสร้างปัจจัยพื้นฐานด้านการเกษตร

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มโดยส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร ตลอดจนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้าเกษตร

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายการค้าสินค้าเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 1 จำนวนทั้งสิ้น 427 โครงการ

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนากลไกเพื่อสร้างแรงจูงใจให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเติบโตอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับมาตรฐาน คุณภาพ และเพิ่มปริมาณช่างฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับ

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์พลอยจันทเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 4 สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 2 จำนวนทั้งสิ้น 22 โครงการ

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาด้านการค้าชายแดนเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพบุคลากร และเครือข่ายความร่วมมือแบบบูรณาการกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การค้าชายแดน

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 3 จำนวนทั้งสิ้น 33 โครงการ

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** เสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเชื่อมโยงประเทศกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สินค้า บริการ และบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว ให้มีความหลากหลายได้มาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาปัจจัย/โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอ และได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กลยุทธ์ที่ 4 อนุรักษ์วัฒนธรรมและแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์

กลยุทธ์ที่ 5 ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 6 ยกระดับศักยภาพด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 4 จำนวนทั้งสิ้น 180 โครงการ

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** ยกระดับคุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอาเซียน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับมาตรฐานการให้บริการสุขภาพพื้นฐานผสมผสานแพทย์แผนปัจจุบันและแพทย์ทางเลือก และสร้างความตระหนักของชุมชนในด้านการสาธารณสุข

กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มศักยภาพชุมชนด้านอาชีพและรายได้ในลักษณะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยขยายผลจากหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการศึกษาให้เด็กและเยาวชนมีคุณภาพพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 5 จำนวนทั้งสิ้น 85 โครงการ

**ยุทธศาสตร์ที่ 6** อนุรักษ์ ฟื้นฟู และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน อาเซียน ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาองค์ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกและส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลชีวภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งน้ำเพื่อเพิ่มน้ำต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการกระจายน้ำ บูรณาการน้ำผิวดินและใต้ดิน

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรและภาคีเพื่อระดมความร่วมมือในการคุ้มครองและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียจากแหล่งกำเนิด รวมทั้งมีระบบการบริหารจัดการที่ถูกต้อง

มีโครงการที่ดำเนินตามยุทธศาสตร์ที่ 6 จำนวนทั้งสิ้น 159 โครงการ

จากรายละเอียดยุทธศาสตร์ และแนวทางการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก และแผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรีข้างต้น จึงเป็นโอกาสที่การวิจัย “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” ในครั้งนี้จะมีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพอย่างยั่งยืนต่อไป กล่าวคือ จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดกึ่งกลางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวระดับสากล คือ พัทยา จังหวัดชลบุรี และเกาะช้าง จังหวัดตราด แต่การเชื่อมโยงที่ส่งผลถึงจังหวัดจันทบุรีไม่มากนัก ทั้งที่จันทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี และศูนย์การศึกษาการพัฒนาอัน

เนื่องมาจากโครงการพระราชดำริ อีกทั้งจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรดินและสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม รวมทั้งเกษตรกรมีความรู้และภูมิปัญญา ทำให้เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายผลไม้ที่มีชื่อเสียง และสินค้าเกษตรที่หลากหลาย อาทิ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลำไย ลองกอง สละ สมุนไพรรักษาโรค ฯลฯ ซึ่งมีปริมาณมากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ และเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นสินค้าเกษตรคุณภาพและอาหารเพื่อสุขภาพ

แผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดจันทบุรี และแผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก จึงมีโครงการที่มีลักษณะของการก่อสร้างและพัฒนาเส้นทางหลายโครงการ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าเกษตรแล้ว ยังส่งผลต่อการเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัด และประเทศในกลุ่มอาเซียน จึงเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ดังเช่น ยุทธศาสตร์ที่ 1 และยุทธศาสตร์ที่ 4 ของแผนยุทธศาสตร์จังหวัดจันทบุรี(พ.ศ. 2557-2560) ซึ่งมีโครงการก่อสร้างและพัฒนาเส้นทางหลายโครงการ สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 4 นอกจากจะมีโครงการก่อสร้างและปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้สามารถรองรับการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายโครงการแล้ว ยังมีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เป็น “เมืองน่าอยู่” โครงการชวน ชิม ช็อป OTOP ท่องเที่ยวจันทบุรีสู่เวทีโลก โครงการเพิ่มศักยภาพการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โครงการ Farm Trip Asain โครงการ Road Show ท่องเที่ยว โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น จะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก(พ.ศ.2557-2560) ที่กำหนดให้มีปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง อาทิ การปรับปรุง และขยายโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากพัทยาไปยังจังหวัดระยอง – จันทบุรี ดังยุทธศาสตร์ที่ 1 ของแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบายและปลอดภัย และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ.2558-2560) ที่กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยมียุทธศาสตร์ในการพัฒนา 3 ยุทธศาสตร์ ซึ่งในยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว

## 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เกวลิน มะลิ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลบางรักน้อย อำเภอมะนัง จังหวัดน่านบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเกื้อหนุนและปัจจัยจำกัดในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางรักน้อย และวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางรักน้อย มีระดับค่าคะแนนการประเมินศักยภาพที่ 23.5 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบกับระดับศักยภาพที่กำหนดแล้ว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางรักน้อยมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับปานกลาง ปัจจัยเกื้อหนุนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การมีพื้นที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ การคมนาคมที่สะดวก อยู่ใกล้กับเกาะเกร็ดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และการได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ปัจจัยจำกัด คือ การขาดบุคลากรในการต้อนรับและนำชมพื้นที่ สภาพอากาศที่แปรปรวน การปล่อยน้ำเสียลงคลองของภาคธุรกิจ การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่เป็นที่นิยมของคนไทย ในด้านศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่ยังคงเน้นการทำตลาดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่นเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางรักน้อยในมิติของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ แต่ยังไม่พึงพอใจในด้านการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางรักน้อย

วุฒิชัย คุณเจตน์ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนรักษ์เขาบายศรี อำเภอบางบาล จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามองค์ประกอบในระบบการท่องเที่ยว ผลการประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามองค์ประกอบในระบบการท่องเที่ยว พบว่า คะแนนบ่งชี้ศักยภาพรวมเท่ากับ 66.53 คะแนน ซึ่งพิจารณาจากผลรวมของคะแนนศักยภาพของผู้ประกอบการ 35.5 คะแนน และคะแนนศักยภาพของนักท่องเที่ยว 31.03 คะแนน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของระบบการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนรักษ์เขาบายศรีมีคะแนนบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่ากับ 16 คะแนน ด้านการบริการการท่องเที่ยวเท่ากับ 12.99 คะแนน ด้านการตลาดการท่องเที่ยว 10.12 คะแนน และคะแนนสิ่งแวดล้อมนอกระบบ 17.42 คะแนน จากผลคะแนนดังกล่าว ทำให้ทราบว่า ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ควรเป็นองค์ประกอบแรกที่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพมากยิ่งขึ้น ควรมีการเพิ่มช่องทางประสานงานบริการข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการจัดทำเส้นทาง การท่องเที่ยวร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการประเมินผล และตรวจสอบผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร ภาควิชา ภูมิ ภาควิชา และธนฤต บุญรังษี (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ : สวนกุหลาบ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาการสร้างความคุณค่าหรือเพิ่มมูลค่าและปัญหาข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ : สวนกุหลาบ ผลการศึกษาพบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นที่สูง : สวนกุหลาบ อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และด้านการมีส่วนร่วม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 กิจกรรมสำคัญในการสร้างความคุณค่าให้กับชุมชนเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง ได้แก่ กิจกรรมสืบสานประเพณีชนเผ่า อนุรักษ์ศิลปการใช้ปุ๋ยเคมี การรับรู้เข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และร่วมกันปลูกต้นไม้ ดูแลทรัพยากรธรรมชาติ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรมุ่งเน้น 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสร้างจิตสำนึกคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และธรรมาภิบาล และให้ความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกๆ ฝ่าย ทั้งภายนอกและภายในองค์กร และ 2. ส่งเสริมการสร้างประสบการณ์เชิงพื้นที่ ผ่านการสื่อสารข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตที่จะส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนด้วยกิจกรรมต่างๆ ในการอนุรักษ์ท้องถิ่น

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางดะ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนของพื้นที่โครงการหลวงปางดะที่จะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของโครงการหลวงปางดะอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกษตรและวิถีชีวิตท้องถิ่น ส่วนองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีการพัฒนาต่อไป โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ควรมุ่งเน้น 1) ต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมชุมชน การบริหารงานต้องมีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่ยอมรับและรับรู้กันโดยทั่วไป สามารถตรวจสอบได้ มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเป็นระยะเพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดอำนาจ 2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน รูปแบบเชิงเกษตรเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) แสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ โดยเฉพาะตลาดในประเทศ และขยายเครือข่ายการตลาดจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

อนุรักษ์ ปานสีด้า (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ห่วงโซ่คุณค่าการเกษตรที่สนับสนุนโดยชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มเกษตรกร “โครงการผักประสาใจ” อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาวิธีการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกร “โครงการผักประสาใจ” ที่นำแนวคิดของการเกษตรที่สนับสนุนโดยชุมชนมาประยุกต์ใช้ ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการของสมาชิก และศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการเข้าร่วมโครงการ ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรเป็นไปตามหลักของการเกษตรที่สนับสนุนโดยชุมชน และมีกิจกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ครบตามหมวดกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ การนำเข้าวัตถุดิบ การปฏิบัติการ การนำสินค้าออก การตลาดและการขาย การบริการ โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดซื้อ สำหรับการสร้างแรงจูงใจพบว่า ประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วมลดมลพิษจากการใช้สารเคมีในการทำเกษตร และการสามารถทราบถึงแหล่งที่มาของผักที่บริโภค ส่วนความพึงพอใจที่สมาชิกมีต่อโครงการพบว่า ประเด็นที่สมาชิกมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ รูปแบบและวิธีการที่ใช้ในการเพาะปลูกด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จและดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ รูปแบบการรวมกลุ่มที่เกิดจากความต้องการของเกษตรกร การกำหนดและเลือกใช้หลักในการดำเนินงานของกลุ่มที่มีศักยภาพ การเลือกดำเนินกิจการตามแนวโน้มความเป็นไปของตลาด การมีกิจกรรมในการดำเนินงานที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าครบองค์ประกอบของกิจกรรมตามห่วงโซ่คุณค่า และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของสมาชิก

พันทิพา มาลา และคณะ (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) การท่องเที่ยวเทศบาล ตำบลบ้านแพรง อำเภอบ้านแพรง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลตำบลบ้านแพรงบนพื้นฐานข้อมูลและยุทธศาสตร์ ด้วยกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน และข้อจำกัดจากกระบวนการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยว และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของเทศบาลตำบลบ้านแพรงในการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลตำบลบ้านแพรง ทำให้ได้ยุทธศาสตร์ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านบ้านเมืองน่าอยู่อาศัย ด้านเศรษฐกิจ ด้านชุมชนเข้มแข็ง ด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ด้านการบริการและภาระหน้าที่ และด้านการศึกษา ผลการใช้ห่วงโซ่คุณค่าในการจัดทำแผนทำให้ได้โครงการที่สามารถบรรจุในแผนพัฒนาของเทศบาลในระยะต่อไป คือ การปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดกลุ่มชุมชนการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อบริการการท่องเที่ยว พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน และข้อจำกัดจากกระบวนการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวพบว่า จุดแข็ง ได้แก่ ชุมชนและภาคราชการให้ความสนใจ และเห็นความสำคัญของการจัดทำแผนพัฒนา มีความเข้าใจในการเชื่อมโยงแผนและโครงการเพียงพอ เทศบาลมีความสัมพันธ์อันดีกับภาคประชาสังคม ผู้แทนชุมชนทุกฝ่าย จุดอ่อน คือ ระบบข้อมูลเพื่อการวางแผนด้านการท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ยุทธศาสตร์ที่จะตอบสนองการพัฒนาการท่องเที่ยวมีน้อย การเตรียมกลุ่มเป้าหมายในการจัดทำประชุมทำแผนเน้นไปที่ภาคราชการมากกว่าภาคประชาชน ข้อจำกัดคือ ชุมชนเข้าร่วมประชุมน้อย และมีงบประมาณจำกัดสำหรับแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของเทศบาลในการจัดทำแผนมี 2 แนวทางคือ การพัฒนาขีด

ความสามารถของทีมทำแผนของเทศบาล และแนวทางกลไกในการจัดทำแผน ได้แก่ ควรเน้นกระบวนการได้มาซึ่งกรรมการจากชุมชน ควรกำหนดทิศทางที่จะดำเนินการได้อย่างชัดเจน และหน่วยงานในพื้นที่ที่เป็นภาคีควรมีการจัดทำข้อมูล

ชนิตา พันธุ์ณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย : การประยุกต์ใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตของเกษตรกรและการตลาดในห่วงโซ่คุณค่าของกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าในพื้นที่เป้าหมาย 4 พื้นที่ที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า แต่มีกระบวนการทางการตลาดที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรคือ การผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและการจัดจำหน่าย และปัจจัยส่งเสริมทางด้านสภาพแวดล้อม สำหรับความเป็นไปได้ในการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตพบว่า มีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน ส่วนแนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทยคือ การเพิ่มศักยภาพทางด้านการจัดการการผลิต การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกร

ญาลิสฐ์ ต้นสอน (2558) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของบริษัทน้ำดื่มของไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของบริษัทน้ำดื่มของไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการทำงานในห่วงโซ่คุณค่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นอันดับหนึ่งคือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ รองลงมาคือ การตลาดและการขาย การบริการลูกค้า โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท การพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยนำเข้า การจัดหาเพื่อนำมาบริการ กระบวนการปฏิบัติงาน และคุณภาพงานก่อนส่งมอบการบริการให้ลูกค้า ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทน้ำดื่ม อันดับหนึ่งคือ ความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่า รองลงมาคือ ความสามารถหลักด้านบริการ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ การพัฒนาเว็บไซต์ที่เข้าถึงง่ายและน่าสนใจ ความร่วมมือเครือข่าย/พันธมิตร และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มประเทศอาเซียน ตามลำดับ สำหรับแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของบริษัทน้ำดื่มมี 4 ด้าน คือ การบริการที่เป็นเลิศ การสร้างสรรค์นวัตกรรมเชิงคุณค่า การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน และการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของกิจกรรม/งาน

## 2.4 งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลินจง โพชารี (2554) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านชำตารมย์ ตำบลตระกาจ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัด เพื่อยืนยันองค์ประกอบและตัวชี้วัด เพื่อทดสอบและประเมินผลตัวชี้วัดในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านชำตารมย์ และเพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านชำตารมย์ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบและตัวชี้วัดในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านชำตารมย์ ตำบลตระกาจ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ มี 4 องค์ประกอบหลัก คือ ด้านการบริการจัดการ 10 ตัวชี้วัด ด้านการรองรับ 7 ตัวชี้วัด ด้านการให้บริการ 9 ตัวชี้วัด และด้านการดึงดูดใจ 8 ตัวชี้วัด ซึ่งสอดคล้องกับหลักการกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวไทย รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์ประกอบที่ 1 ถึงองค์ประกอบที่ 4 มีความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์ยืนยันอันดับสอง ตัวชี้วัดทุกตัวสามารถวัดองค์ประกอบหลักได้ ผู้นำชุมชนได้ประเมินรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยรวมและรายด้าน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากและแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมี 29 แนวทาง 41 กิจกรรม

วารุณี เกตุสะอาด และปรณัฐ สุวานิช (2554) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่เขตทวีวัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่เกษตรกรรมในเขตทวีวัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อค้นหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพพื้นที่เกษตรกรรมตามความเหมาะสมของแหล่งเกษตรกรรมนั้นๆ ผลการศึกษาพบว่า มีแหล่งเกษตรกรรมที่มีผลการประเมินศักยภาพรวมในระดับสูงถึงร้อยละ 67 และมีแหล่งเกษตรกรรมที่มีผลการประเมินศักยภาพรวมในระดับต่ำเพียงร้อยละ 37 สำหรับการประเมินผลในภาพรวมทั้ง 8 ราย พบว่า มีศักยภาพสูงในด้านความเชื่อมโยง ความใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก ด้านความปลอดภัยของแหล่งเกษตรกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ตามลำดับ และศักยภาพต่ำที่จะต้องปรับปรุงในด้านป้ายบอกทางเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านการบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านความรู้และงบประมาณจากภาครัฐในการจัดตั้งศูนย์ประสานงาน และการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว การจัดการพื้นที่ลานจอดรถ ห้องน้ำ การจัดทำป้ายบอกทาง และสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และเกษตรกรรมมีรายได้จากการขายสินค้าเกษตรมากขึ้น พบว่า ชุมชนมีความพร้อมและความต้องการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งมีทรัพยากรการเกษตรเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

พิมพ์ หิรัญกิตติ และคณะ (2557) ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มุมเหตุจุดใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากตัวอย่างของสวนเกษตรผลไม้ในจังหวัดระยอง โดยวิธีการจับฉลากจาก 13 แห่ง เหลือ 9 แห่ง ประกอบด้วย สวนยายดา สวนปาทัน สวนลุงทองใบ สวนไพบูลย์ สวนผู้ใหญ่สมควร สวนมังคุดไทย (คุณปัญญา) สวนประสมทรัพย์ สวนกำนันพงษ์ สวนลำตวน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 1,600 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยว่าควรจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งซื้อสินค้าเกษตร/

ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงาม ความเหมาะสมของสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรรวมครั้งนี้ จำนวน 4 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,500 บาท โดยเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ มากกว่านักท่องเที่ยวพักค้างแรม โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวพักค้างแรม จำนวน 1 คืน ในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวรูปแบบสวนผลไม้ รองลงมา คือ รูปแบบเกษตรแบบผสมผสาน และรูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ ตามลำดับ

ราณี อธิชัยกุล และ วรณา ศิลปะอาษา. (2558). ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาตัวต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย พบว่ามีการรวมตัวกันในรูปแบบสหกรณ์โดยมีหน่วยงานหลักที่สนับสนุนการทำงานในรูปแบบสหกรณ์ คือ สหกรณ์การเกษตรญี่ปุ่นเข้ามาร่วมกับเกษตรกรในการรับผิดชอบด้านการตลาด และระบบการประกันราคา ที่เอื้อต่อสมาชิกในแง่ของการตลาด การกระจายสินค้า นอกจากนี้มีหน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา และสถาบันการเงินเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกร โดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทย โดยมีตัวอย่างต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ การจัดการสหกรณ์ระดับท้องถิ่น ในจังหวัดโอซาก้า ซึ่งเป็นสหกรณ์ที่สมาชิกร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง 2 แห่ง คือ ตลาดกลางขายผักและไม้ประดับหมู่บ้านคานัน (Kanan Village) และ สหกรณ์ของสวนเกษตรซาโว (Savor Farm) มีรายละเอียดดังนี้ 1) ตลาดกลางขายผักและไม้ประดับหมู่บ้านคานัน เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรแห่งหนึ่งอยู่ในตำบลคานัน มีการนำผลผลิตทางการเกษตรในหมู่บ้านประเภทไม้ประดับ ดอกไม้ ผักสดนานาชนิดมาจัดเป็นโซน และจัดเรียงบนชั้นสินค้าอย่างเป็นระเบียบ โดยมีการติดสลากสินค้าในรูปแบบแตกต่างกันซึ่งเป็นการระบุแหล่งที่มาของสินค้าและหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อกับผู้ขาย (สหกรณ์) ซึ่งสินค้าที่เป็นผักพื้นเมืองจะใช้ภาษาคันจิ (Kanji) ในขณะที่ผักต่างชาติจะใช้ภาษาคาตากานะ 2) สหกรณ์ของสวนเกษตรซาโว อยู่ด้านหน้าของสวนเกษตรซาโว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญของจังหวัดโอซาก้า สหกรณ์แห่งนี้จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรที่สมาชิกสหกรณ์ผลิตได้ ภายในสหกรณ์วางสินค้าแบบง่ายๆ คือ ของสดและของแห้ง โดยเสนอในภาพของสินค้าว่า “พืชผักที่นี่ เก็บจากสวน สดจากฟาร์ม เจ้าของสวนขายเอง ไม่ผ่านคนกลาง” ผักส่วนใหญ่ที่วางขายในสหกรณ์จะมีป้ายชื่อแสดงชื่อผักและแสดงแหล่งที่มาของสินค้า การบริหารงานภายในสหกรณ์จะใช้คนไม่มากนัก โดยสมาชิก 1 คน จะสามารถจัดการงานได้หลายอย่าง สินค้าที่วางบนชั้นจะมีสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งเป็นเจ้าของสินค้านำสินค้าที่ผลิตได้มาส่งสหกรณ์ และทำหน้าที่จัดวางสินค้ายก่อนที่สหกรณ์จะเปิดบริการ

คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จของภาคเกษตรกรรมที่เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดระยอง ศึกษาพื้นที่ศักยภาพและประเมินความเป็นไปได้ของตัวอย่างการพัฒนาแบบการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม โดยการจัดการท่องเที่ยว และพัฒนาข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ในการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมเชิงบูรณาการการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบหลักในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) คน/บุคคลากรที่ใช้ในการต้อนรับ 2) สถานที่ที่ใช้ในการ

ต้อนรับนักท่องเที่ยว 3) คุณภาพและความเพียงพอของผลผลิตที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว 4) กิจกรรมและการบริการ และ 5) การสนับสนุน/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการศึกษาได้จำแนกรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม ในพื้นที่จังหวัดระยอง ออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเน้นการทำงานแบบเครือข่าย/ กลุ่ม เป็นรูปแบบที่มีการนำทุนทางสังคม (Social Capital) ที่มีอยู่ในชุมชน มาใช้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงาน กล่าวคือ ได้มีการนำทุนในเรื่องของกลุ่ม /เครือข่าย มาใช้เป็นฐานสำคัญต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว อาทิเช่น การนำผลไม้จากสวนที่เป็นสมาชิกมาเสริม การนำสินค้า OTOP ของกลุ่ม/ชุมชน เข้ามาขายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ สวนประเพณี จะให้ความสำคัญกับสถานที่/ พื้นที่ ที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว อาทิ บริเวณสำหรับนั่งพัก ถ่ายรูป เส้นทางเดินชมสวน และห้องน้ำ เป็นต้น อีกทั้งยังมีจุดเรียนรู้/ ศึกษาดูงาน สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวที่เน้นในเรื่องของการเรียนรู้ทักษะ หรือเทคนิคการทำเกษตร ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้สวนประเพณีสามารถที่จะเปิดให้บริการนักท่องเที่ยวได้ทั้งปี (นอกเหนือจากช่วงเทศกาลผลไม้ เม.ย. - มิ.ย.) โดยจะมีลูกค้าที่แวะเวียนมาใช้บริการด้วยกันอยู่ 2 ประเภท คือ 1) กินผลไม้บุฟเฟ่ และ 2) เข้ามาศึกษาดูงาน 2) รูปแบบโฮมสเตย์ "สอดคล้องวิถีชีวิต อิงแอบธรรมชาติ" รูปแบบนี้เน้นการทำงานแบบครอบครัวและหรือเครือญาติ โดยมีการรวมกลุ่มกันเพื่อเปิดให้บริการที่พัก หรือที่เรียกว่า "โฮมสเตย์" สำหรับไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวประเภทที่ต้องการมาเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนชาวสวน ทั้งนี้ สวนในรูปแบบที่ 2 นี้ จะมีเงื่อนไข/ปัจจัยในเรื่องของพื้นที่ที่น้อย จึงทำให้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดโฮมสเตย์ไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว สำหรับกลไกสำคัญที่ใช้ในการดำเนินงาน คือ การมีส่วนร่วมของคนในครอบครัว และของกลุ่มโฮมสเตย์ ที่พร้อมต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว กล่าวคือ มีการจัดพื้นที่ในการให้บริการ (ที่พัก) อย่างเป็นสัดส่วน รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมที่ได้มีการดึงเอาจุดเด่นของชุมชน อาทิ ป่าไม้ ภูเขา วัด รวมทั้งสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของชุมชน มาจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวไว้สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักโฮมสเตย์ รูปแบบนี้จึงมีลักษณะของกิจกรรมที่ความหลากหลาย และสามารถสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นและอิงแอบธรรมชาติอย่างแท้จริง 3) รูปแบบ "การตลาดเชิงรุก" มีรูปแบบการทำงานที่เป็นสวนเดี่ยวเอกเทศ ไม่ได้มีการนำสินค้าจากสวนอื่นมาขายในสวนตน เนื่องจากจะเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของสินค้า/ผลผลิตที่สะอาด สด ใหม่ และปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นหลัก (Fruit Fresh Healthy) อีกทั้งยังมีการคำนึงถึงคุณภาพ และความทั่วถึงในการให้บริการต่อลูกค้า ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของสวนในรูปแบบที่ 3 นี้ ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวพร้อม ๆ กันได้มากนัก สวนในรูปแบบที่ 3 นี้ ยังให้ความสำคัญกับเรื่องของการจัดการพื้นที่กล่าว คือ มีการตกแต่งภูมิทัศน์ของสถานที่ที่มีความสวยงาม มีการกำหนดเส้นทางในการเดินชมสวน จุดสำหรับเลือกซื้อสินค้า จุดถ่ายรูป ที่นั่งพัก ห้องน้ำสะอาด และมีความมิดชิด รวมทั้งยังมีการคิดหากิจกรรมใหม่ ๆ มาไว้สำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ ในการทำงาน/ขับเคลื่อนงาน ของสวนในรูปแบบนี้ เจ้าของสวนและคนในครอบครัวจะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากจะต้องควบคุมในเรื่องของคุณภาพของสินค้า เพื่อสร้างแบรนด์ของสินค้า ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่าหัวใจสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบที่ 3 นี้ ก็คือ การควบคุมคุณภาพ/ มาตรฐานของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งได้มีการนำกลไกการจัดการตลาดมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า/ผลผลิต สำหรับกลุ่ม/ประเภทของลูกค้า มักเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยมสินค้าที่มีคุณภาพ สด ใหม่ สะอาด โดยคำนึงถึงสุขภาพเป็นหลัก อีกทั้งยังเป็นลูกค้าที่กำลังในซื้อที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้การศึกษาดังกล่าวยังมีข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมเชิงบูรณาการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์ศูนย์กลางตลาดผลไม้ที่มีคุณภาพของ

ประเทศไทย สู้ตลาดอาเซียน 2) ยุทธศาสตร์สร้างมาตรฐานการบริการและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ยุทธศาสตร์ “Fruit Direct Sale” 4) ยุทธศาสตร์พัฒนาระบบฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เป็นระบบ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โปรโมชันสินค้า และ 5) ยุทธศาสตร์เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบบูรณาการ

### บทที่ 3

#### การดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาในแผนงานวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ จังหวัดจันทบุรี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย 4 ข้อ ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 2) ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 3) ศึกษาแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 4) เสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นในบทนี้จึงมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยมีประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่จัดโปรแกรมนำเที่ยวมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี
- 3) นักทัศนาที่นำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี
- 4) บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี หมายถึง เกษตรกรผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวภายในพื้นที่ของตน ในจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2559 ซึ่งมีจำนวน 58 ราย ตามทำเนียบรายชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ที่มาแจ้งกับสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และมีการปรับปรุงโดยผู้วิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ได้แก่

- กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงชันโรง (ผึ้งจิ๋ว) บ้านต้นเลียบ
- กลุ่มแปรรูปบ้านปลายคลอง
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดและแปรรูปเห็ดบ้านไร่เก่า

- หุ่นเพลย์โฮมสเตย์
- บ้านชนารีสอร์ท
- บ้านสวนพอเพียง
- สวนนายคำนึง
- สวนบุญเรือน
- สวนใบเฟิร์น
- สวนพอรวย
- สวนรดาโฮมสเตย์
- สวนราตรี
- สวนลำไยนิโรจน์
- บ้านสวนสวรรค์
- บ้านสวนอาเก่า
- สวนวรารัตน์
- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปลายคลอง (สวนคุณยาย)
- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอเสื่อกก หมู่ 10
- วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม
- วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล่อน ตำบลเทพนิมิต
- ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) อ.ขลุง
- ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) อ.นายายอาม
- ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลกระแจะ
- ศูนย์เรียนรู้ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลสองพี่น้อง
- ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ
- ศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร จันทบุรี
- ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจันทบุรี
- สวนศิลปเวช
- สวนสายฝน
- สวนแสนรัก
- สวนอำไพ
- สวนอินทรีย์กลุ่มนายรัฐไท 9 สวน
- สวนอุฎารัตน์
- สวนพุดผัด
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์เขาบายศรี
- สวนป่าเกลบ
- สวนสละเสียดีก
- สวนอิสริย์ ฟาร์มม้าไทย
- สวนวดี
- สวนการ์ตูน

- สวนเกษตรตำบลทุ่งขนาน
- สวนรินรดี
- สวนลุงฉลวย
- สวนเค พี การ์เด็น
- สวนคณาญาติ
- สวนคุณติ่ม
- สวนภูทิพย์ธารา
- สวนคุณพัชรินทร์
- สวนโถทอง
- สวนลุงฉัตร
- สวนซากใหญ่
- สวนต้นพลั่ว
- สวนเจริญชัย
- สวนนรีรัตน์
- สวนสาวสุดใจ
- สวนน้องยอย
- สวนประนอม

2) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ บริษัท Chill Chan Leisure และบริษัทลีโอทัวร์

3) นักคุเทศก์ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ คุณเดชณรงค์ วงษ์ภักดี คุณพนพรรณ บุณยสิทธิ และคุณจุรีรัตน์ จันทร์เลื่อน

4) กลุ่มบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีความสำคัญและมีความจำเป็นต้องนำข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ ตลอดจนต้องประสานให้หน่วยงานดังกล่าว เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานระยอง (ระยอง-จันทบุรี) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และชมรมสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรี

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 2.1 การสัมภาษณ์เจาะลึก(In-depth Interview)

โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จำนวน 58 แห่ง โดยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structured Interview) ในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละพื้นที่ ซึ่งแบบสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ตอนที่ 2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ตอนที่ 3 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ตอนที่ 4 มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

### 2.2 การประชุมระดมสมอง (Workshop/Brainstorming)

เพื่อระดมความคิด จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ในการค้นหาคุณค่า (Value) ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำคุณค่าที่ได้มาใช้ในการกำหนดทิศทางการทำงานโดยภาพรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

### 2.3 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จากการระดมความคิดของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

1) การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมความคิดจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ในการกำหนดรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการสร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดอื่นๆ รวมทั้งสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

2) การประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีการจัดเวทีประชุมกลุ่มย่อย แบ่งกลุ่มตามรูปแบบที่แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมและความต้องการที่จะพัฒนาเพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตามรูปแบบต่างๆ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ที่เก็บรวบรวมไว้แล้วโดยบุคคล หรือหน่วยงานต่างๆ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย เช่น แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิ ห้องสมุด ฐานข้อมูลออนไลน์ รวมทั้งตัวอย่างระบบบัญชีของหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งนำเอาผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยมีประเด็นที่นำมาใช้ในการศึกษา ดังนี้

โครงการย่อยที่ 1 ประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว รวมถึงข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

โครงการย่อยที่ 2 ประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 ด้าน คือ ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โครงการย่อยที่ 3 ประเด็นที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ระบบการจัดเก็บและการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จาก การสัมภาษณ์เจาะลึก การจัดเวทีระดมสมอง / ประชุมกลุ่มย่อยนำเสนอข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ คุณค่าของจังหวัดจันทบุรี ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และรายละเอียดต่างๆ ของแต่ละต้นแบบ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมด มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในภาพรวมของการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study)

เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา และ นำเอาข้อมูลได้จากการศึกษาใน 3 โครงการย่อย ซึ่งประกอบไปด้วยความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี มาจำแนกหมวดหมู่ (Category) ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชิงพรรณนา เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 4.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาใน 3 วัตถุประสงค์แรก ประกอบกับข้อสรุปที่ได้จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็น และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ผ่านกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation) ที่ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก ได้แก่ การจัดเตรียมวัตถุดิบ (Inbound Logistics) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Operations) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว (Outbound Logistics) การตลาดและการขาย (Marketing & Sale) และการบริการ (Services) กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ การจัดหา (Procurement) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) และโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) เพื่อสังเคราะห์เป็นแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ มีแนวทางในการบริหารจัดการเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ภายใต้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี รวมถึงยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เพื่อจะได้นำเสนอและส่งเสริมสิ่งที่ดี มีคุณภาพ ประสบการณ์แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดความประทับใจ อันจะนำไปสู่การยกระดับให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น นำไปสู่การสร้างรายได้และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างยั่งยืน

โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ในการศึกษาวิจัยนี้ได้นำข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย มาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1) วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ และข้อเสนอการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.2) วิเคราะห์ลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม การเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง ความความพึงพอใจและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดย การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ดังนี้

- ลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม และการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่าย ข้อมูลเกี่ยวกับการ

เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนที่ 1 และตอนที่ 3 มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ ความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะให้แหล่งท่องเที่ยวนำไปปรับปรุง โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนที่ 2 มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended)

2) วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่ออธิบายศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยจึงรวบรวมองค์ความรู้ ข้อมูลต่างๆ ที่ทำการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลบริบทพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จากการสัมภาษณ์และการประเมินศักยภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 ท่าน ข้อมูลมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และข้อมูลแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จากการประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่ได้มาข้างต้นมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

3) วัตถุประสงค์ที่ 3 รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่ออธิบายรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากเวทีระดมความคิดเห็น (Brain Storming) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) มาวิเคราะห์ ด้วยการจำแนกหมวดหมู่ (Category) ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยหลักตรรกะเทียบเคียงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย ควบคุมบริบท ตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ มาประกอบเพื่อความชัดเจนและสมบูรณ์ในการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

4) วัตถุประสงค์ที่ 4 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยให้นำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เบื้องต้น ที่ได้จากการศึกษาใน 3 วัตถุประสงค์แรก ซึ่งประกอบไปด้วยความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี มาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็น (Brain Storming) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 2) ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 3) ศึกษาแบบแผนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และ 4) เสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยผู้วิจัยได้นำเอาผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ โครงการย่อยที่ 1 โครงการ “การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี” โครงการย่อยที่ 2 โครงการ “ศักยภาพการจัดการแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี” และโครงการย่อยที่ 3 โครงการ “รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ดังนี้

- 1.ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
- 2.ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
- 3.รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี
- 4.แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

#### 1. ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีประเด็นที่พิจารณา ประกอบด้วย ลักษณะ พฤติกรรม ความพึงพอใจ ความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และเสนอแนะแนวทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่า

##### 1.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จากการใช้หลัก 6Ws 1H ซึ่งประกอบด้วย 1) ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who) 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) 3) ทำไมจึงซื้อ (Why) 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) 5) ซื้อเมื่อใด (when) 6) ซื้อที่ไหน (where) และ 7) ซื้ออย่างไร (how) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี พบว่า

1) **ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who)** จากการศึกษาสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัว เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ โดยใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่มาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีความรู้ ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการค้นหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก โดยส่วนใหญ่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรับประทานบุฟเฟต์ผลไม้ และเที่ยวชมสวนผลไม้ของเกษตรกร นอกจากจะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีแล้วยังมีโปรแกรมที่จะท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี และส่วนใหญ่พักค้างในจังหวัดจันทบุรี นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทดแทนหากไม่ได้เดินทางมาจันทบุรี เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัว โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นผู้กำหนดว่าจะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรใด โดยจะท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่บริษัทนำเที่ยวจัดไว้ สำหรับการเดินทางจะเดินทางมาครั้งละ 7-10 คน หรือ 1 รถตู้ การมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานบุฟเฟต์ผลไม้ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนค่อนข้างน้อย

- นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมกับหน่วยงานหรือมากับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน โดยบางส่วนนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้จัดโปรแกรมท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน บางส่วนกำหนดโดยหน่วยงาน และบางส่วนให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดโปรแกรมท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางโดยรถบัสขนาดใหญ่ การมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประทานบุฟเฟต์ผลไม้ และบางกลุ่มมีการเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตร

2) **ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมารับประทานผลไม้ รองลงมาคือเพื่อเที่ยวชมสวนของเกษตรกร และเพื่อซื้อผลผลิตทางการเกษตร

3) **ทำไมจึงซื้อ (Why)** จากภาพลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นเมืองผลไม้ ผลไม้มีคุณภาพ รสชาติอร่อย มีประเภทและสายพันธุ์ที่หลากหลาย ประกอบกับจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีนอกจากจะได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้ว ยังสามารถท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรีที่มีอยู่มากมาย

4) **ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom)** การตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกิดจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเอง โดยได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์กูเกิล (Google) เฟสบุ๊ก (Facebook) และการบอกต่อจากคนรู้จัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ผู้ที่ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ โดยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาจากเส้นทางของโปรแกรมนำเที่ยวที่บริษัทจัดขึ้นเป็นหลัก และพิจารณาจากความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เช่น เข้าถึงได้สะดวก มีที่จอดรถเพียงพอสามารถจอดรถสัณฐานขนาดใหญ่ได้ มีจำนวนห้องน้ำเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ความรู้และภูมิปัญญาของผู้นำชม

หรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการบรรยายให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้ร่วมลงมือทำ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางส่วนกำหนดโดยหน่วยงาน และบางส่วนให้บริษัทนำเที่ยวเสนอแนะ และประสานติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

**5) ชื่อเมื่อใด (When)** นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่จะมาในช่วงฤดูผลไม้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อรับประทานผลไม้ เที่ยวชมสวนของเกษตรกร และซื้อผลผลิต ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน จะมีการเดินทางมาศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลอดทั้งปี

**6) ชื่อที่ไหน (Where)** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาที่แหล่งท่องเที่ยวและตัดสินใจซื้อ ณ แหล่งท่องเที่ยว เมื่อรับประทานเสร็จจะซื้อผลผลิต ณ แหล่งท่องเที่ยวกลับไป มีบางส่วนที่จะติดต่อจองล่วงหน้ากับผู้ประกอบการ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน จะทำการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวและจองล่วงหน้า

**7) ชื่ออย่างไร (How)** นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว โดยการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาข้อมูลมาก่อนล่วงหน้า ทั้งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และการบอกต่อจากคนรู้จัก

## 1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จากการสอบถามในประเด็นคำถามตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในมุมมองของผู้บริโภค แบบ 4C's ประกอบด้วย ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Consumer's Need) ด้านความเหมาะสม/ความพึงพอใจ (Cost of Appreciation) ด้านความสะดวกในการซื้อ (Convenience to Buy) และ ด้านการสื่อสาร/การนำเสนอ (Communication) โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (Expected Value) และคุณค่าการรับรู้ (Perceived Value) พบว่า ค่าเฉลี่ยของค่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ค่าเฉลี่ยของคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับมากในทุกด้านเช่นกัน โดยค่าเฉลี่ยของค่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยของคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในทุกด้าน เมื่อทำการทดสอบค่าเฉลี่ยของค่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและคุณค่าที่รับรู้ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวยังไม่มี ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากมีคุณค่าที่รับรู้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้

## 1.3 ความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในด้านต่างๆ ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ดังแสดงในตารางที่ 4.1

**ตารางที่ 4.1** ความต้องการของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

|                                  | ความต้องการนักท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                                                             | จุดด้อยของแหล่งท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับบริการด้วยผลผลิตที่มีคุณภาพ</li> <li>- ปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ</li> <li>- มีผลผลิตที่หลากหลายไว้บริการ</li> <li>- มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ</li> <li>- มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว</li> <li>- มีกิจกรรมหลากหลาย</li> <li>- นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกิจกรรม</li> <li>- คงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี</li> <li>- มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ</li> <li>-</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณภาพของผลผลิต</li> <li>- ความเพียงพอของผลผลิต</li> <li>-</li> <li>- การให้บริการด้วยความเป็นกันเอง</li> <li>- มีการให้ความรู้</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอ</li> <li>- ผลผลิตไม่หลากหลาย</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>- ไม่แตกต่างจากที่อื่น</li> </ul> |
| ด้านราคา (Price)                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาถูกกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาสูงเกินไป</li> </ul>                                                                                                                                                               |
| ด้านสถานที่ (Place)              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- มีบรรยากาศที่ดีมีความเป็นธรรมชาติ</li> <li>- มีความสะอาด</li> <li>- มีจุดจำหน่ายผลผลิต</li> <li>- มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>- แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ</li> <li>- ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>- ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>-</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>- ที่จอดรถไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ</li> </ul>                                                                |
| ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- กำหนดพิกัด จีพีเอส (GPS) ตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย</li> <li>- มีการสื่อสารนำเสนอที่ชัดเจน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายบอกทางมีน้อยเกินไป</li> <li>-</li> <li>-</li> <li>- การบริการไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ไว้</li> </ul>                                                                               |

ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จุดเด่น ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและเป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และจุดด้อย ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงและเป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ในด้านต่างๆ ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะได้รับบริการด้วยผลผลิตที่มีคุณภาพ ด้วยปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ มีผลผลิตที่หลากหลายไว้บริการ มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่หลากหลายและเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม คงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี และมีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี โดยมีจุดเด่น ในเรื่องคุณภาพของผลผลิต การให้บริการด้วยความเป็นกันเองของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ความเพียงพอของผลผลิต การให้ความรู้ของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว และมีจุดด้อย ในเรื่องปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ผลผลิตไม่หลากหลาย ไม่มีความแตกต่างจากที่อื่น

- ด้านราคา (Price) นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีการกำหนดราคาถูกกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยมีจุดด้อยในเรื่อง ราคาที่สูงเกินไป

- ด้านสถานที่ (Place) นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะได้รับความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศดีมีความเป็นธรรมชาติ มีความสะอาด มีจุดจำหน่ายผลผลิต และมีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีจุดเด่น คือ มีความเป็นธรรมชาติ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว แต่มีจุดด้อยในเรื่องที่จอดรถไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ

- ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีการกำหนดพิกัด จีพีเอส (GPS) แสดงจุดตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวลงบนแผนที่ มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีการสื่อสารนำเสนอที่ชัดเจน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีจุดด้อยในมุมมองของนักท่องเที่ยวในเรื่องป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป และมีการบริการไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ไว้

จากข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยว จุดเด่นและจุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี สามารถวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีศักยภาพหลายด้านที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีอีกหลายด้านที่นักท่องเที่ยวยังไม่ประทับใจ กล่าวคือ

**1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีศักยภาพที่ดีเป็นที่รับรู้และเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องของการที่มีผลผลิตที่มีคุณภาพยังเป็นการเน้นย้ำถึงความเป็นมหานครแห่งผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีที่เป็นแหล่งผลิตผลไม้คุณภาพ มีความเอาใจใส่ในการให้บริการที่มีการให้บริการด้วยความเป็นกันเองของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวสอดแทรกผ่านกิจกรรมต่างๆ แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการแต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรียังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ปริมาณผลผลิต

ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ผลผลิตไม่หลากหลาย แสดงให้เห็นถึงการที่แหล่งท่องเที่ยวอาจจะรับนักท่องเที่ยวมากเกินไปเกินกว่าความสามารถในการรองรับได้ในวันนั้น

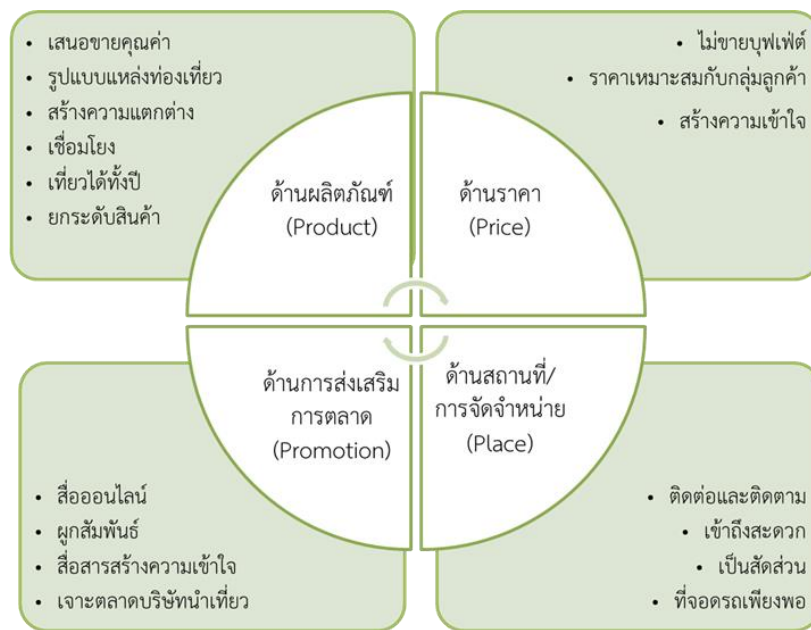
**2) ด้านราคา (Price)** การกำหนดราคาในปี 2559 ยังไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดที่ว่าราคาควรจะถูกกว่าที่เป็นอยู่ จากผลการศึกษาในโครงการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีเป็นสินค้ากิฟเฟ่น (Giffen Goods) ซึ่งเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ชนิดหนึ่ง การที่ราคาถูกลงจะทำให้ส่วนเกินผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวมีค่าเพิ่มขึ้น (ติดลบน้อยลง) นักท่องเที่ยวจึงต้องการให้ราคาถูกลง

**3) ด้านสถานที่ (Place)** การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีศักยภาพที่จัดว่าเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดมากกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดการณ์ไว้ และนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกรู้สีกว่าภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย แต่สิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีจะต้องปรับปรุงคือการจัดที่จอดรถให้เพียงพอและมีความเหมาะสม

**4) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion)** การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีจะต้องปรับปรุงในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจาก ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป และจะต้องปรับปรุงควบคุมดูแลข้อมูลการประชาสัมพันธ์ให้มีความเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจะต้องปรับปรุง

#### 1.4 ข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีศักยภาพที่เป็นจุดเด่นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และมีหลายด้านที่ต้องปรับปรุงเพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบกับการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยใช้หลัก 6Ws 1H สามารถเสนอแนะทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จากการส่งเสริมจุดเด่น แกไขจุดด้อย โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ดังนี้



ภาพที่ 4.1 ข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

#### 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- **เสนอขายคุณค่า (Value)** ควรเน้นการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการนำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของคุณภาพผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เรื่องราวความเป็นมา องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาในการทำเกษตร วิถีชีวิตของเกษตรกรชาวสวนผลไม้ของชาวจันทบุรี ความจริงใจในการนำเสนอและให้บริการ และนำเสนอความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่มีหลากหลายของชนิดและสายพันธุ์ของผลผลิต

- **จำแนกแหล่งท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว** ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) โดยการจัดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้หลากหลายตรงตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- **สร้างความแตกต่าง** ควรมีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งที่มีผลผลิตในลักษณะเดียวกัน เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดจันทบุรีมากขึ้น

- **เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ** ควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้เข้ากับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัด

- **จัดกิจกรรมให้สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี** เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีจะจัดเฉพาะในช่วงฤดูผลไม้ ซึ่งในหนึ่งปีมีระยะเวลาเพียง 3-4 เดือน ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ควรเน้นการทำการกิจกรรมเพื่อการสร้างประสบการณ์การมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน

และเกิดความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว นอกเหนือจากการเยี่ยมชมเพียงอย่างเดียว และควรเป็นกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถจัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และควรกำหนดปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทราบช่วงเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ได้สะดวก

- **ยกระดับผลผลิต** การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีควรเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การขายจากเดิมที่เน้นปริมาณมาเป็นการนำเสนอขายคุณค่า(Value) ให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิตที่ผลิตได้ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจันทบุรีให้เป็นแหล่งขายผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพสูง (Premium) จะทำให้จันทบุรีมีจุดขายที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ และยังได้ลูกค้าที่มีคุณภาพ

## 2) ด้านราคา (Price)

- **ไม่ควรกำหนดราคาแบบรายหัว** ไม่ควรกำหนดราคาในลักษณะเป็นบุฟเฟต์ (Buffet) อาจปรับเปลี่ยนเป็นการกำหนดราคาแบบเหมา (Package) เช่น เก็บจากการเข้าชมต่อคนหรือต่อกลุ่ม โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมภายในสวนผลไม้พร้อมรับประทานอาหารผลไม้ที่ทางสวนจัดไว้ให้ตามความเหมาะสม หรือใช้วิธีการจำหน่ายผลผลิตให้กับนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลไม้จากในสวนได้ตามความต้องการ โดยอาจเลือกซื้อกลับไปหรือรับประทานในสวนก็ได้พร้อมมีบริการที่สะดวกเป็นที่น่าประทับใจ

- **กำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า** ควรกำหนดราคาจากต่ำขึ้นสูง (Price Penetration) เพื่อสร้างฐานลูกค้า ยอดขาย และส่วนแบ่งการตลาดให้เพิ่มขึ้น

- **ชี้แจงและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวเรื่องราคาผลผลิต** ควรกำหนดราคาให้ชัดเจน และอธิบายชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวเรื่องราคาผลผลิตให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจ เช่น เพราะเหตุใดราคาผลผลิตภายในแหล่งท่องเที่ยวจึงมีราคาไม่แตกต่างจากภายนอก

## 3) ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย (Place)

- **ติดต่อ และติดตามนักท่องเที่ยว** เพิ่มช่องทางการติดต่อกับนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ อีเมล (E-mail) เฟสบุ๊ก(Facebook) ไลน์(Line) มีระบบการจองและจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้า เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัญหาการให้บริการนักท่องเที่ยวได้ไม่ทั่วถึง

- **เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว** ควรมีป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน และแผนที่ที่ตั้งของสวน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

- **จัดสถานที่ให้เหมาะสมและเป็นสัดส่วน** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรจัดแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบ ร่มรื่น สะอาด ปลอดภัย และคงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี โดยจัดแหล่งท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติ สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวสวนให้มากที่สุด ไม่ควรมีสสิ่งปลูกสร้างมากเกินไป เพื่อให้ยังคงคุณค่าด้านการเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

- **มีที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม** ควรจัดให้มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ และหากแหล่งท่องเที่ยวใดที่รับนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงาน หรือบริษัทนำเที่ยว ควรมีสถานที่จอดรถที่กว้างขวางพอที่รถบัสจะเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

#### 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- **เน้นการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีเว็บไซต์ หรือเฟสบุ๊ก เป็นของตนเอง มีผู้ดูแลข้อมูลต่างๆ ให้มีความเป็นปัจจุบัน มีการจัดกิจกรรมบนเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และมีรายละเอียดต่างๆ เช่น แผนที่การเดินทาง กิจกรรมต่างๆ ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยว มีคลิปวิดีโอหรือรูปภาพประกอบเพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว

- **สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี บริการนักท่องเที่ยวด้วยผลผลิตที่มีคุณภาพ ปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว จะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวจะได้นำไปบอกต่อ

- **พัฒนาและจัดทำสื่อที่สร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** สื่อประชาสัมพันธ์ ควรพัฒนารูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยว (สะดวก) มีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ สถานที่ ราคา ที่ชัดเจน บ่งบอกคุณภาพให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

- **เจาะตลาดบริษัทนำเที่ยว** ควรประสานความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวที่มีชื่อเสียง หรือบริษัทชั้นนำในระดับประเทศ ตลอดจนวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้บริษัทนำเที่ยวได้ทราบถึงการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

## 2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

### 2.1 บริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมีรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทกิจกรรม ส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการเป็นสวนผลไม้ มีภูมิทัศน์ที่สวยงามและเป็นธรรมชาติ เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว เช่น สวนผลไม้ ทะเล ภูเขา น้ำตก วัฒนธรรม วิถีชีวิต เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าควรแก่การเยี่ยมชม มีการดำเนินงานโดยผู้ประกอบการซึ่งเป็นเกษตรกรที่มีใจรักในงานบริการด้านการท่องเที่ยว สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้จากความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะที่เป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรม เช่น การผลิตพืชแบบไม่ใช้ดิน การเกษตรแบบพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพเพื่อกำจัดศัตรูพืช การทำปุ๋ยหมัก การเลี้ยงไส้เดือนเพื่อประโยชน์ทาง

การเกษตร การผสมเกสร การเลี้ยงม้าอาชาบาบัด การเลี้ยงชันโรง เป็นต้น ซึ่งมีการถ่ายทอดความรู้ให้นักท่องเที่ยวโดยการบรรยายโดยที่บางกิจกรรมนักท่องเที่ยวสามารถลงมือทดลองปฏิบัติได้ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งได้เปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมาเป็นเวลานาน และมีระบบการจัดการที่ดีทำให้ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานจนได้รับรางวัลและเกียรติบัตรที่แสดงถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น รางวัลกินรี รางวัลโลกสีเขียว ตราสัญลักษณ์ A (Agro tourism) ใบรับรอง GAP จากกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวใช้เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรที่มีอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับสิ่งที่ดีที่สุดกลับไปเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อาทิเช่น การให้บริการบุฟเฟต์ผลไม้ การจำหน่ายผลไม้หน้าสวน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนใกล้เคียง การชมสวนผลไม้ ประกอบด้วย ทุเรียน ลองกอง มังคุด เงาะ ฯลฯ การถ่ายทอดความรู้โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่มีการจัดเตรียมไว้รองรับนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีบริการอื่นๆ เพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวหมูเลียง ส้มตำ ฯลฯ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการให้บริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องทำการติดต่อ จอง และมัดจำล่วงหน้า โดยรายการอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรี เช่น ไก่ต้มกระวาน ก๋วยเตี๋ยวหมูเลียง หมูชะมวง เส้นจันทน์ผัดกุ้ง เป็นต้น

การบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวดำเนินการโดยเกษตรกรซึ่งเป็นชาวสวน การดำเนินงาน การวางแผน การควบคุมดูแล และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงยังไม่เป็นระบบ เช่น ยังไม่มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการองค์รวมอย่างชัดเจน ไม่มีการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ไม่มีการเตรียมพร้อมในการจัดการด้านความปลอดภัยเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมของบุคลากรในการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยว เนื่องจากการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีเป็นการให้บริการโดยเกษตรกรชาวสวนและมีการบริหารงานในกลุ่มเครือญาติ ซึ่งช่วงเวลาที่เปิดให้บริการท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับที่เกษตรกรต้องเก็บเกี่ยวผลผลิตไปจำหน่าย ทำให้ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว สำหรับการจัดการของเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการบางรายมีการจัดการในเบื้องต้น เช่น นำเปลือกผลไม้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวมาทำเป็นปุ๋ยหมักสำหรับบำรุงต้นไม้ เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและเข้าถึงได้ตลอดทั้งปี มีป้ายสื่อความหมายในการบอกเส้นทาง ที่ให้ข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถโทรสอบถามได้ รวมทั้งความพร้อมด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เตรียมไว้รองรับนักท่องเที่ยวเช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ ที่จอดรถ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น แม้ว่าบางแห่งอาจจะยังไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตแต่ในอนาคตมีแนวทางในการพัฒนาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีโฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจากกรมการท่องเที่ยวไว้รองรับนักท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีทำให้เกิดความร่วมมือกันของคนในชุมชน ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ ให้กับคนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง เกิดการยอมรับและความร่วมมือ จากชุมชนโดยรอบ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ส่งผลให้มีการสร้าง เครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเกษตรจังหวัด สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น โดยหน่วยงานเหล่านี้เข้ามาช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ของ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น และยังให้การสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการ จัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ใกล้เคียง ซึ่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ และอื่นๆ อีกมากมาย เช่น หาดเจ้าหลาว หาดคั้งวิมาน หาดแหลมสิงห์ ตึกแดง คุกขี้ไก่ เจดีย์อิสรภาพ ค่ายเนินวง น้ำตกพลิ้ว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ วัด เขาสุกิม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ยังไม่มีมาตรการและการ ดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ หรือส่งต่อ นักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นในกรณีที่นักท่องเที่ยวเกินกว่าศักยภาพการรองรับ

## 2.2 ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่เข้าร่วมกับการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 14 แห่ง ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์เขาบายศรี 2) สวนป่าเกลบ 3) สวนเคพี การ์เด็น 4) สวนรินรดี 5) สวนอิสริย์ ฟาร์มม้าไทย 6) สวนสละเสียดิถี 7) สวนสาวสุดใจ 8) สวนวดี 9) สวนโกลทอง 10) สวนลุงฉัตร 11) สวนภูทิพย์ธารา 12) บ้านสวนลุงฉลุย 13) สวนประนอม และ 14) สวนเจริญชัย โดยประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามคู่มือการประเมินมาตรฐาน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา ซึ่งทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬา ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพในระดับดี โดยมีผล การประเมินศักยภาพในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

1) **ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** ผลการประเมินโดย ภาพรวมไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ โดยมีตัวชี้วัดที่ไม่ผ่านมาตรฐานด้านการบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยว คือ โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดแผนการบริหาร จัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การบำรุงรักษาระบบ สาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการจำหน่ายการเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกษตร

2) **ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** ผลการประเมินโดยภาพรวม ผ่านเกณฑ์ประเมินมาตรฐาน โดยมีตัวชี้วัดที่ไม่ผ่านมาตรฐานด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คือ ความพร้อมด้านอาหารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว และการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่

3) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการประเมินภาพรวมไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินมาตรฐาน โดยมีตัวชี้วัดที่ไม่ผ่านมาตรฐานด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายของใช้ประจำวันของฝากและของที่ระลึก การให้บริการด้านยานพาหนะนำชมสำหรับนักท่องเที่ยว และการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ

4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการประเมินภาพรวม ผ่านเกณฑ์ประเมินมาตรฐาน โดยมีตัวชี้วัดที่ไม่ผ่านมาตรฐานด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การได้รับรางวัลใบรับรองหรือใบประกาศเกียรติคุณ ความโดดเด่นและหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

## 2.3 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ดังกล่าวข้างต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีควรมีการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อให้ผ่านเกณฑ์การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

### 1) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการกำหนดโครงสร้างการทำงาน แบ่งหน้าที่รับผิดชอบให้ชัดเจน
- จัดทำแผนบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภค และทรัพยากรการท่องเที่ยวประจำปี และดำเนินงานตามแผนการบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้มีความพร้อมและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว
- เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีการประสานความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวกับทุกภาคส่วนทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภาค ระดับ ประเทศและระดับนานาชาติ หรือจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี
- จัดทำปฏิทินแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามช่วงเวลาต่างๆ กำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เป็นสัดส่วน เพื่อจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จัดกิจกรรมที่เน้นการสร้างความรู้ และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกที่ดีต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว และสามารถจัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี
- จัดทำป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับการบริหารจัดการพื้นที่ จัดทำป้ายขั้นตอนการมาใช้บริการ

- การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ในเบื้องต้นควรมียาสามัญประจำบ้าน ป้ายเตือน หรือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เพื่อดูแลในเรื่องความปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยวภายในสวนผลไม้
- มีระบบจัดการขยะและน้ำเสียในสวนเกษตรที่เหมาะสม ไม่สร้างมลภาวะให้กับนักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น เพื่อให้ข้อมูลที่ออกไปสู่นักท่องเที่ยวเป็นข้อมูลปัจจุบันและเป็นข้อเท็จจริงมากที่สุด
- จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทอื่น และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

## 2) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- จัดเตรียมผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ และมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลาในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคมของทุกปี)
- จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน โดยคำนึงถึงความพร้อมของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ผลผลิต ขนาดพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พร้อมจะรองรับนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวอาจใช้วิธีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวโดยอาจจัดการนำชมเป็นรอบ และกำหนดเวลาการให้บริการในแต่ละรอบ เพื่อให้สามารถบริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้ยังเป็นการปกป้องแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ยังคงสวยงาม มากด้วยคุณค่าและประสบการณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำในปีต่อไป
- แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการจัดทำป้ายบอกทางให้ชัดเจน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของป้ายอย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงเส้นทางที่เป็นเส้นทางสัญจรให้มีความสะดวกและปลอดภัยสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล
- มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ สะอาดและปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว
- จัดเตรียมที่พัก หรือข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้กับนักท่องเที่ยว ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวมีที่พักภายในแหล่งท่องเที่ยว ควรพัฒนาที่พักให้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และมีการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เช่น กิจกรรมทำอาหารพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และเรียนรู้ เป็นต้น ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวไม่มีที่พักให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรมีการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ หรือที่พักอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง และให้ข้อมูลที่พักเครือข่ายแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกด้านที่พักให้กับนักท่องเที่ยว
- ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับข้อกำหนดในการให้บริการ เช่น นักท่องเที่ยวต้องติดต่อจองล่วงหน้า ตกลงเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและมัดจำก่อนทุกครั้ง รวมทั้งประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว กำหนดช่วงฤดูกาล หรือระยะเวลา เปิด-ปิด ของแหล่งท่องเที่ยว

## 3) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- มีการรวบรวมองค์ความรู้ เรื่องราว ภูมิปัญญาต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น

จัดทำคู่มือองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แผ่นพับ ป้ายแสดงข้อมูลความรู้ด้านการเกษตร รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ๆ

- การต้อนรับนักท่องเที่ยวควรมีการบรรยาย แนะนำสถานที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกติกาและการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวขณะเยี่ยมชมหรือพักอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

- ผู้นำชมควรมีการพัฒนาตนเองโดยการอบรมเพิ่มทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษากัมพูชา เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการถ่ายทอดความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และควรมีการฝึกอบรมยุวมัคคุเทศก์เพื่อให้ลูกหลานได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีจิตสำนึกรักบ้านเกิด

- กิจกรรมที่ใช้รองรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีหลากหลายประเภท และมีความโดดเด่น เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อสร้างความเพลิดเพลินและประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว

- ยานพาหนะในการนำชมหรือทำกิจกรรมต่างๆ ควรยึดถึงหลักการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพียงพอนักท่องเที่ยว และเข้มงวดเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีการตรวจสอบสภาพการพร้อมใช้งานของยานพาหนะทุกๆ ครั้ง ก่อนที่จะบริการให้นักท่องเที่ยว

- จัดทำช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้หลากหลายช่องทาง เพื่อใช้เป็นช่องทางในการชี้แจงข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด

- จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ 5 ประการ ตามมติคณะรัฐมนตรี คือ ทางลาด ที่จอดรถ ป้ายและสัญลักษณ์ ห้องน้ำ และบริการข้อมูลข่าวสาร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

#### 4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรดำเนินการสำรวจเกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในแหล่งท่องเที่ยวของตน และทำการรวบรวมองค์ความรู้ที่สำคัญทางการเกษตรเพื่อใช้ในการถ่ายทอดความรู้แก่นักท่องเที่ยว

- พัฒนาคัดแต่งภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามกลมกลืนกับธรรมชาติ มีความสะอาด เป็นระเบียบ

- สร้างกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีที่พักโฮมสเตย์ ต้องมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวิถีเกษตร สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวสวนผลไม้จริงๆ รวมถึงเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงอื่นๆ ใกล้เคียงในระยะรัศมี 20 กิโลเมตร เช่น หาดเจ้าหลาว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ หาดคันทวีมาน จุดชมวิวนางพญา ตึกแดง คุชชีไก่อ ค่ายเนินวง เป็นต้น หากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรใดไม่มีที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกรได้จากการเดินชมสวนและฟังการบรรยายถึงกระบวนการต่างๆ ในการทำสวนเกษตรผลไม้ ชมการสาธิต และมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติได้

- มีการพัฒนาผลผลิตภายในสวนให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ เน้นคุณภาพเป็นหลัก ให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก และต้องมีการพัฒนาตนเองและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยการใช้รางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศ

เกียรติคุณ จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องหมายแสดงถึงคุณภาพของสวน ซึ่งในอนาคตแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีแนวโน้มในการพัฒนาการเกษตรให้เป็นแบบเกษตรอินทรีย์ เน้นการทำการเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียงและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

นอกจากนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี มีความประทับใจ ได้รับความรู้ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และรู้สึกความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอื่นๆ จึงควรนำคุณค่าของจังหวัดจันทบุรีที่ได้จากการระดมความคิดเห็นจากภาคส่วนต่างๆ มาพัฒนาจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี โดยเพิ่มการประเมินศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว และเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

### 3. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็น (Brain Storming) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) สามารถอธิบายรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ได้ดังนี้

#### 3.1 การบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

##### 3.1.1 ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

รูปแบบการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี สามารถจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว เป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ดำเนินอยู่ เป็นการดำเนินธุรกิจที่มีลักษณะเป็นสวนผลไม้ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ มีลักษณะการให้บริการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้ดำเนินงานบริหารจัดการด้วยตนเอง และ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะมีลักษณะเกษตรกรต่างรับผิดชอบดูแลพืชผลและผลผลิตทางการเกษตรของตน เป็นรูปแบบวิสาหกิจชุมชนประเภททำหัตถ์สามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล จึงมีการจัดการท่องเที่ยว เป็นไปในลักษณะการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในชุมชนสังคมเดียวกัน

กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวชมสวน โดยนักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้นในขณะที่เข้าชมสวนผลไม้ เช่น เก็บผลในสวนรับประทานเองจากต้น, บริการบุฟเฟต์ผลไม้ในสวนและอาหาร และการซื้อผลไม้หน้าสวน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมรองเพื่อเป็นส่วนเติมเต็มที่สนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวมากขึ้น นั่นคือ

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบช้อปปิ้งสินค้าชุมชน โดยนักท่องเที่ยวจะมีการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร เช่น ทุเรียนกวน, ทอฟฟี่ทุเรียน, มังคุดกวน, ทุเรียนทอด เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวพักโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นบริการที่พักแก่นักท่องเที่ยว ได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านและนอนใกล้ชิดกับสวนผลไม้ พบว่ามีที่พักและโฮมสเตย์ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการให้บริการอื่นๆเช่น ชิม้า อาซาบ๊าด ชมการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ชีจักรยาน และบริการรถ ATV ทำให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินกับกิจกรรมท่ามกลางสวนผลไม้

### 3.1.2 สภาพการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

การพิจารณาสภาพการณ์ปัจจุบันว่าธุรกิจมีการดำเนินการอย่างไร มีจุดเด่น จุดด้อยหรือจุดที่ควรพัฒนาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในมุมมองของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการสัมภาษณ์ในรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure interview) เกี่ยวกับดำเนินการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

**1) มิติด้านบุคลากร** พบว่าจุดเด่นของบุคลากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ ความเป็นกันเองและมีใจในการให้บริการ ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้มีความรู้และความสามารถเพียงพอในการให้ความรู้ทางด้านการเกษตร รวมทั้งมีระบบเครือข่ายที่เปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นเจ้าของกิจการมาช่วยในการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงไว้วางใจได้ในการบริหารจัดการ ขณะที่ข้อด้อยซึ่งต้องการพัฒนาด้านบุคลากรทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ นั่นคือเชิงปริมาณพบว่ายังขาดแคลนบุคลากรทั้งผู้นำท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือมัคคุเทศก์และผู้ให้บริการที่เข้ามาช่วยด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะช่วงเวลาเปิดสวนเพื่อการท่องเที่ยวตรงกับช่วงเวลาการขายผลไม้ในสวนทำให้แรงงานบางส่วนต้องแบ่งไปดำเนินงานในสวน ขณะที่เชิงคุณภาพพบว่าส่วนมากผู้นำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้การต้อนรับและการดำเนินกิจกรรมโดยอาศัยประสบการณ์จากการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความรู้และประสบการณ์ดีแต่ขาดทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้และวิถีชีวิตชาวสวนให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนขาดความเข้าใจในหลักการมัคคุเทศก์ที่ดี ในขณะที่ผู้ให้บริการที่เข้ามาช่วยงานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดการความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบริการที่ดี ตลอดจนการแบ่งบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคลในส่วนงานยังไม่ชัดเจนทำให้เกิดความสับสนในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้ทันทั่วทั้ง

**2) มิติด้านผลผลิต** พบว่าผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายไปยังแหล่งรับซื้อ และอีกส่วนหนึ่งจะขายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสวน ทั้งรูปแบบบุฟเฟต์, การขายผลไม้หน้าสวน และขายผลิตภัณฑ์แปรรูป ในรูปแบบเดียวกัน จุดเด่นของผลผลิตการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ ผลไม้ในสวนเป็นผลไม้ที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรับรองคุณภาพสำหรับจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว โดยพยายามเน้นความเป็นเกษตรอินทรีย์ อย่างไรก็ตามจุดด้อยของการจัดการด้านผลผลิตเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือปริมาณผลผลิตภายในสวนขึ้นกับสภาพอากาศทำให้ไม่สามารถกำหนดปริมาณการผลิตได้ ส่งผลให้การจัดเตรียมผลไม้ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งการขายแบบบุฟเฟต์และการขายผลไม้หน้าสวน คือ 1) พบว่ามีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงแก้ปัญหาโดยการจัดซื้อผลไม้จากแหล่งอื่นๆ ผลกระทบคือไม่สามารถรับรองได้ว่าเป็นผลไม้ที่คุณภาพ ซึ่งปัญหาด้านคุณภาพที่พบเช่น ผลไม้มีการเน่าเสียจากการโดนหนอนเจาะเฉพาะข้างในผล, ผลไม้อ่อนเกินไป, ผลไม้มีรสชาติไม่อร่อยหรือเมล็ดมีความไม่สมบูรณ์ เป็นต้น ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ยอมเพิ่มค่าใช้จ่ายสูงในการซื้อผลไม้จากแหล่งอื่น ที่รับรองคุณภาพ 2) พบว่าการจัดเตรียมผลผลิตมีปริมาณมากกว่าความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ผลผลิตเหลือจำนวนมากก่อให้เกิดความเสียหายเพราะผลไม้

ส่วนมากไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน จึงเกิดการเน่าเสียหรือด้อยคุณภาพในด้านรสชาติและความสดของผลไม้ลดลง

**3) มิติด้านการตลาด** พบว่าศักยภาพการจัดการด้านตลาดคือ 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์การทำสวนผลไม้สูง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรีสามารถเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาศึกษาดูงาน 2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีเน้นที่ความเป็นธรรมชาติ ด้วยมีสถานที่ที่มีบรรยากาศดีและเป็นมรดกตกทอดจากรุ่นสู่รุ่นจึงมีความสมบูรณ์ด้วยผลไม้เก่าแก่หลากหลายพันธุ์ ที่มีเรื่องราวน่าสนใจและสามารถถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยวได้ 3) พบว่านอกจากแต่ละสวนมีการประชาสัมพันธ์ของตนเองแล้ว ยังมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่นๆ สนับสนุนหลากหลายช่องทาง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และหน่วยงานอื่นๆ ได้สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 4) สวนผลไม้บางสวนมีระบบให้นักท่องเที่ยวจองและจ่ายมัดจำล่วงหน้า 5) สถานที่ของแต่ละสวนผลไม้ จังหวัดจันทบุรีมีเส้นทางเดินทางสะดวก และสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ง่าย แต่ละสวนจึงมีการบอกเส้นทางผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งการติดป้ายบอกเส้นทางเดินทางในจุดสำคัญ ส่วนประเด็นที่ต้องการพัฒนาของการจัดการด้านตลาดคือ 1) ความรู้ความสามารถของแต่ละสวนในการประชาสัมพันธ์ไม่เท่ากันโดยเฉพาะผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดในขณะนี้ บางสวนจึงขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางนี้ รวมทั้งขาดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ที่ดี ข้อมูลจึงไม่มีความหลากหลายและไม่เป็นปัจจุบัน 2) ช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีจำกัด 3) การสื่อความหมายขาดความชัดเจนทำให้เกิดปัญหาการกำหนดด้านราคา เช่น ในปี 2559 พบว่าจัดกิจกรรม “บุฟเฟต์ผลไม้ หัวละ 300 บาท” แต่เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการจำกัดจำนวนการรับประทานทุเรียน, การขายผลไม้หน้าสวนที่มีราคาแพงเนื่องจากเป็นผลไม้สุกรับประทานได้ทันทีจะมีน้ำหนักเบากว่าผลไม้ที่ขายในท้องตลาด เป็นต้น 4) การจัดกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมีรูปแบบเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ขาดความโดดเด่นและไม่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี 5) การจัดกิจกรรมไม่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว 6) รูปแบบของกิจกรรมไม่สามารถสื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

**4) มิติด้านการเงิน** พบว่าผู้ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการด้านการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินส่วนมากคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยบันทึกรายรับ-รายจ่ายแบบง่ายๆ ด้วยมือ ส่วนประเด็นที่ต้องพัฒนาการบริหารจัดการด้านการเงินคือ 1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่มีการจัดทำเอกสารการรับเงินจากการขายหรือเมื่อมีรายได้เกิดขึ้น และไม่มีการจัดเก็บเอกสารการจ่ายเงินหรือไม่ได้รับเอกสารการจ่ายเงินทุกครั้งสำหรับรายจ่ายที่เกิดขึ้น ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงในการบันทึกบัญชีได้ข้อมูลครบถ้วนถูกต้องตามหลักการบัญชี 2) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่ายที่เกิดขึ้นในสมุดเท่านั้น ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงิน จึงไม่มีการนำตัวเลขรายรับ-รายจ่ายจากผลการดำเนินงานมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในธุรกิจ 3) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดความรู้ความเข้าใจทางบัญชี และไม่เห็นความสำคัญของการบันทึกบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี รวมทั้งมองว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยาก ซ้ำซ้อนและต้องใช้เวลา จึงทำให้ไม่สามารถทราบผลการดำเนินงานแท้จริงของธุรกิจที่เกิดขึ้นว่ามีผลกำไรหรือขาดทุนจำนวนเท่าใด 4) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางส่วนแม้เคยได้รับการอบรมการจัดทำบัญชีจากหน่วยงานต่างๆ แต่ก็ไม่มีความสามารถที่จะเข้าใจบัญชีเพียงพอต่อการที่จะนำความรู้ทางบัญชีที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ให้

เหมาะสมกับการใช้งานในธุรกิจของตนเองได้จริง 5) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการจัดทำบัญชีในกิจการ เนื่องจากธุรกิจที่มีการดำเนินงานในรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว และรูปแบบวิสาหกิจชุมชนประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโชติบุคคล จะมีสถานะทางกฎหมายเป็นบุคคลธรรมดา จึงไม่ต้องมีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี 2543 ซึ่งจะใช้บังคับเฉพาะกับธุรกิจที่มีการดำเนินงานในรูปแบบที่มีสถานะทางกฎหมายเป็นนิติบุคคลเท่านั้น

โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่านโยบายของทุกภาคส่วน เช่น นโยบายรัฐบาล, นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และนโยบายของจังหวัด ต่างให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่คุ้มค่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นตัวเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันกระแสการท่องเที่ยวแบบเชิงประสบการณ์ เน้นการทำกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทำให้จังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอากาศสะอาดปราศโรงงานอุตสาหกรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรียังคงเน้นรูปแบบวิถีชีวิตชาวสวนที่ชาวสวนเองเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างแท้จริง ที่ไม่มีระบบนายทุนมาให้การสนับสนุนหรือเข้ามาบริหารจัดการที่เน้นการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจแบบเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมีทางเลือกการท่องเที่ยวที่หลากหลายในจังหวัดภาคตะวันออก ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ส่วนมากดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียวทำให้ขาดการเข้าถึงและสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งทุนเพื่อการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพื่อให้ทันต่อการแข่งขันที่มีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

### 3.1.3 แนวทางแก้ปัญหาและพัฒนาสภาพการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

การนำเสนอผลการวิจัยและการอภิปรายผลในการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จากการประชุมกลุ่มย่อย และจากเวทีสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือผู้แทนจากสวนที่จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงาน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี, สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรี เพื่อทำการวิเคราะห์โดยการระดมสมอง (Brainstorming) เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในสภาพการณ์ปัจจุบันของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี และหาแนวทางร่วมกันในการแก้ปัญหาในแต่ละมิติ ดังนี้

1) **มิติด้านบุคลากร** พบว่าการบริหารจัดการด้านบุคลากรยังคงมีปัญหาทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ ดังนั้นเพื่อสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จึงมีข้อเสนอดังนี้

- เนื่องจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีมาจากการเป็นชาวสวนผลไม้ทำให้ขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงควรมีการจัดทำหลักสูตรระยะสั้นให้การอบรมมััคคุเทศก์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และหลักสูตรหลักการบริหารเพื่อการท่องเที่ยว ให้กับผู้ประกอบการและผู้สนใจในสายอาชีพการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีการศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการอื่นๆ ในแหล่งพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ

(Best Practise) เพื่อเพิ่มประสบการณ์และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม โดยสถาบันการศึกษา เช่น หลักสูตรการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดจันทบุรี ควรสนับสนุนในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรประชาสัมพันธ์ในชุมชน สถานศึกษา และวัดในชุมชน เพื่อเปิดรับสมัครมัคคุเทศก์น้อยซึ่งเป็นนักเรียนหรือเยาวชนในชุมชนพื้นที่นั้นเข้ามาเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากลดปัญหาการขาดแคลนผู้ให้บริการแล้วยังเป็นการสนับสนุนเยาวชนรักบ้านเกิดและภูมิใจในอาชีพถิ่นกำเนิดและเป็นการสร้างรายได้และอาชีพให้แก่คนในชุมชนด้วย

**2) มิติด้านผลผลิต** การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านผลผลิต ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลไม้ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นแนวทางการพัฒนาด้านผลผลิตที่ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ มีข้อเสนอแนะดังนี้

- ควรมีการจัดทำระบบการจองและจ่ายมัดจำของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสวน เพื่อให้ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวที่ชัดเจน จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมกิจกรรมและผลไม้ไว้รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอและเสนอกิจกรรมตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดทำระบบการจองผ่านแอปพลิเคชัน ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี

- สำหรับกรณีผลไม้ในสวนของผู้ประกอบการ รวมทั้งผลผลิตภัณฑ์แปรรูปไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแม้ว่าในแต่ละปีผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่สามารถทำนายนถึงปริมาณผลผลิตภายในสวนได้ เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกเช่น สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงกลไกราคาตลาด ควรมีการจัดตั้งกลุ่มภาคีสวนผลไม้และผลผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีมาตรฐาน หรือรับรองคุณภาพผลไม้ของกลุ่มเพื่อจัดซื้อผลไม้และผลผลิตภัณฑ์แปรรูปเพิ่มจากแหล่งที่เชื่อถือได้ โดยจะต้องมีหน่วยงานจากภาครัฐมาช่วยในการผลักดันให้มีการจัดตั้งเครือข่าย เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี

- ผลผลิตและผลผลิตภัณฑ์แปรรูปไม่มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆในจังหวัดใกล้เคียง ผู้ประกอบการจึงควรมีการสร้างความแตกต่าง เช่น การสร้างตราสินค้า (Brand) ของตนเอง รวมทั้งการสร้างเรื่องราวของสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น ที่มาของผลไม้ที่มีในสวน, วิธีการผลิตที่มาจากวิถีชาวสวนแบบธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีหรือสิ่งเจือปน เป็นต้น ทั้งนี้อาจได้รับการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดในการสร้างแบรนด์ เช่น จากนักวิชาการสถาบันการศึกษา

**3) มิติด้านการตลาด** พบว่ากระแสการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีมากขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดข้างเคียง ซึ่งการแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านราคาซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรลดลง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีควรลงนามการแข่งขันด้วยคุณภาพทั้งคุณภาพของผลผลิตและการบริการ รวมทั้งการแสดงความโดดเด่นไม่เหมือนใครด้วยการสอดแทรกวิถีชีวิตชาวสวนและการสร้างคุณค่าผ่านการนำเสนอด้วยรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มี

ลักษณะเฉพาะหรือแสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและตัดสินใจเลือกมาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งแนวทางการจัดการด้านการตลาด มีดังนี้

- เนื่องจากผู้ประกอบการขาดทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมาก ดังนั้นควรมีการจัดอบรมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งแนะนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เช่น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือร่วมกับโรงแรม, รีสอร์ท และร้านอาหารของฝาก จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดใกล้เคียง ในการแนะนำนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในเครือข่ายที่มีพื้นที่ที่ใกล้เคียง ซึ่งสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่พัฒนาศักยภาพบุคลากร เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดจันทบุรี ให้การฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือผู้ที่สนใจ

- การวางแผนกลยุทธ์ด้านการขายที่เหมาะสมโดยการตกลงการกำหนดราคาร่วมกันในกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี รวมทั้งการสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนเช่น ปรับเปลี่ยนจาก“บุฟเฟต์ผลไม้ หัวละ 300 บาท” เป็น “อัมละ 300 บาท” หรือ “ตะกร้าละ 300 บาท” การกำหนดราคาตามการชั่งน้ำหนักที่นักท่องเที่ยวเลือกรับประทาน เป็นต้น ตลอดจนการชี้แจงหรือการให้ข้อมูลที่ชัดเจนทั้งในเรื่องกติกาการเข้าชมและชิมผลไม้ในสวน และการกำหนดราคาของแต่ละกิจกรรม

- กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละสวนมีรูปแบบใกล้เคียงกัน จึงควรมีการวางแผนร่วมกันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผลไม้หรือผู้ประกอบการในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความโดดเด่นของแต่ละสวนแต่ต้องไปในทิศทางเดียวกันที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี โดยควรแยกกลุ่มรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังคงรักษาวิถีการเป็นชาวสวนผลไม้ที่สามารถสื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

**4) มิติด้านการเงิน** การบริหารจัดการทางการเงินจะพบว่ารายได้จากการขายผลไม้ในแหล่งรับซื้อถือว่าเป็นรายได้หลักของสวนผลไม้ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นรายได้เสริมให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละสวนไม่มีการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินและจัดทำระบบบัญชีที่ถูกต้อง จึงไม่สามารถอธิบายได้ว่าการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นมีความคุ้มค่ากับต้นทุนหรือรายจ่ายลงทุนหรือไม่ และควรทำธุรกิจต่อไปหรือเลิกทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้นเพื่อให้การจัดการด้านการเงินมีศักยภาพ จึงเสนอแนวทางการบริหารจัดการดังต่อไปนี้

- ควรมีการอบรมเพื่อสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชีเพื่อใช้จัดเก็บข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้องครบถ้วนให้แก่เจ้าของสวน หรือผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนตามผลการดำเนินงานที่แท้จริงมาใช้ประกอบการวางแผน ตัดสินใจ และปรับปรุงแก้ไขพัฒนาในการดำเนินงานของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- ควรมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการจัดทำบัญชี โดยให้มีส่วนร่วมในการออกแบบระบบบัญชีเฉพาะที่เหมาะสมกับสวนผลไม้ในนั้นเพื่อสามารถนำระบบบัญชีไปใช้งานได้อย่างสอดคล้องกับการดำเนินงานจริง ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการบันทึกข้อมูลและเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

- มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมีหน้าที่โดยตรงให้บริการวิชาการแก่ชุมชน และสังคมพื้นที่ที่รับผิดชอบ ดังนั้นคณาจารย์และนักศึกษาหลักสูตรการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ควรเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการทางการเงินและการจัดทำระบบการเงิน

### 3.2 ระบบการจัดเก็บและการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการศึกษาข้อมูลทางการเงินของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า แหล่งที่มาของรายได้ แบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆคือ 1.รายได้จากการขายผลไม้ในสวนที่แหล่งรับซื้อ 2.รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในสวนจะขึ้นอยู่กับกิจกรรมของสวนที่น่าสนใจ ซึ่งรายได้โดยภาพรวมมาจาก 1) การจัดบุฟเฟต์ผลไม้ 2) การชมและชิมสวนผลไม้ 3) การขายผลไม้หน้าสวน 4) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป 5) การให้บริการที่พัก 6) การบริการรถเช่าเล็ก รถ ATV และขี่ม้าภายในสวน 7) การให้บริการบุฟเฟต์อาหารพื้นเมือง

ในขณะที่รายจ่ายของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะมีความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับ โดยภาพรวม คือ 1) ค่าแรงงานทั้งดูแลสวน ให้บริการนำชมสวน และแม่บ้านทำความสะอาด 2) ค่าสาธารณูปโภค 3) ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ในการรับรองนักท่องเที่ยว เช่น ค่าน้ำดื่ม กระดาษทิชชู จาน แก้ว ถังขยะ 4) ค่ายาบำรุงพืช ค่าปุ๋ย 5) ค่าโฆษณา และป้ายบอกทาง 6) ค่าน้ำมัน 7) ค่าซ่อมแซม ดูแลพื้นที่ 8) ค่าต้นทุนผลไม้สดและผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูป

ขณะที่ในส่วนของสินทรัพย์ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัดส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้นต่อสินทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 100 แสดงถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีฐานะทางการเงินมั่นคงมาก เป็นเจ้าของที่ดินทำให้มีโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวได้ง่าย และหนี้สินส่วนมากจะเป็นหนี้สินระยะสั้น จำนวนเงินไม่มาก

### 3.3 รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการประชุมกลุ่มย่อย และจากเวทีสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการ หรือผู้แทนจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงาน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรี เพื่อทำการวิเคราะห์โดยการระดมสมอง (Brainstorming) เกี่ยวกับสถานการณ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี และการค้นหารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่ปรากฏ ซึ่งได้เชิญวิทยากรจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) จากโดยใช้เครื่องมือ Systematic Innovative Thinking โดยการพิจารณาจากการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ในมิติของบุคลากร มิติผลผลิต มิติการตลาด และมิติการเงิน จากการประชุมระดมความคิดเห็นพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อนำมาสังเคราะห์สามารถแยกรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

### 3.3.1 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีลักษณะ

- ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการต้องมีเพียงพอและดูแลฐานสำหรับกิจกรรมที่กำหนด รวมทั้งมัคคุเทศก์/มัคคุเทศก์น้อยที่ต้องมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะในกิจกรรมที่กำหนดและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

- ด้านผลผลิต จะเน้นกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวน โดยแทรกด้วยความรู้ความเข้าใจและเห็นคุณค่าของผลผลิต มากกว่าการซื้อจากท้องตลาดทั่วไป รวมทั้งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สอดคล้องกับผลผลิตในสวนหรือของชุมชน

- ด้านการตลาด เน้นการเปิดรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และมีการกำหนดรอบการเข้าชมและกิจกรรมที่ชัดเจน มีกิจกรรมที่หลากหลาย แต่สอดคล้องและสัมพันธ์กัน (เป็นเรื่องราวเกี่ยวเนื่องกัน) ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์จะเน้นเฉพาะกลุ่มที่มีความชอบหรือความต้องการเดียวกัน โดยการประมาณการราคา รูปแบบขึ้นอยู่กับกิจกรรม (ต่อหัว)

- ด้านการเงินจะมีรูปแบบการบันทึกบัญชีและการวิเคราะห์บัญชีตามรายรับและค่าใช้จ่ายของกิจกรรมที่เกิดขึ้น

### 3.3.2 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง)

เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีลักษณะ

- ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีประจำกิจกรรม แต่ในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวจะใช้วิธีการสื่อความหมาย/อธิบายเรื่องราว ในช่วงแรกจะมีการกล่าวต้อนรับและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว/มีป้ายสื่อความหมาย (อาจเป็นภาพหรือข้อความที่อธิบายสั้นๆแต่ได้ใจความและน่าสนใจ) ซึ่งมัคคุเทศก์ต้องมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะในช่วงแนะนำกฎกติกาและการสร้างความรู้ ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว เหมาะกับการนำมัคคุเทศก์น้อยเข้ามาให้บริการและแนะนำข้อมูลทั่วไปแก่นักท่องเที่ยว

- ด้านผลผลิต การจัดการแบบนี้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เก็บและชิมผลผลิตจากต้นด้วยตนเอง โดยผลผลิตจะมีความหลากหลายตามการจัดแบ่งพื้นที่ และควรมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สอดคล้องกับผลผลิตในสวนหรือของชุมชน

- ด้านการตลาดนั้น มีการจัดกิจกรรมโดยแบ่งตามพื้นที่ชัดเจน เช่น มีพื้นที่ทำกิจกรรม พื้นที่ที่พัก พื้นที่อนุรักษ์ ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในพื้นที่สำหรับการเข้ามาเก็บผลไม้ชิมผลไม้ตามการจัดพื้นที่ โดยการจัดระเบียบพื้นที่ให้ชัดเจน และมีกำหนดเส้นทางการเดินชมแหล่งท่องเที่ยว เน้นการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยประมาณการราคาของรูปแบบนี้ (ต่อหัว) สำหรับการเข้าชม การชิม และการร่วมกิจกรรม

- ด้านการเงิน จะมีบันทึกข้อมูลรายการของธุรกิจที่เกิดขึ้น และทำการวิเคราะห์รายการเพื่อบันทึกงบบัญชีตามประเภทรายการรายรับและค่าใช้จ่ายของการเข้าชม การชิม และการร่วมกิจกรรมที่เกิดขึ้น

### 3.3.3 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร

เป็นรูปแบบการ

จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีลักษณะ

- ด้านบุคลากร พบว่ารูปแบบนี้จำนวนผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีประจำฐาน แต่ต้องการมัคคุเทศก์/มัคคุเทศก์น้อยที่ต้องมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญและสามารถถ่ายทอด

องค์ความรู้ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตเกษตรได้ดีเพื่อการให้บริการที่ทั่วถึงแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นคณะศึกษาดูงาน รวมทั้งสามารถแนะนำข้อมูลทั่วไปแก่นักท่องเที่ยวได้

- ด้านผลผลิตจะเริ่มต้นด้วยการถ่ายทอดความรู้วิธีการสังเกต และการเก็บผลไม้แต่ละประเภท แล้วเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเก็บผลผลิตจากต้นด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สอดคล้องกับผลผลิตในสวนหรือของชุมชน

- ด้านการตลาดพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจะเน้นการศึกษาดูงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะมาเป็นคณะหรือกลุ่มใหญ่ โดยกิจกรรมเน้นการถ่ายทอดและการเล่าเรื่องราวของสวนและวิถีชีวิตชาวสวน การถ่ายทอดความรู้วิธีการสังเกต และการเก็บผลไม้แต่ละประเภท ด้วยการสาธิต แล้วเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเก็บผลผลิตจากต้นด้วยตนเอง ส่วนด้านราคาจะประมาณการราคาของรูปแบบนี้จาก (ต่อหัว) การเข้าชม การชิม การร่วมกิจกรรม และการเรียนรู้จากวิทยากร

- ด้านการเงินจะมีรูปแบบการบันทึกบัญชีและการวิเคราะห์บัญชีตามรายรับและค่าใช้จ่ายของการเข้าชม การชิม และการร่วมกิจกรรมที่เกิดขึ้น

#### 4. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

สำหรับแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำไปสังเคราะห์ร่วมกับคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ที่ได้จากเวทีการระดมความคิดเห็น (Brain Storming) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) มากำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี DEE Model จากนั้นนำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกำหนดแนวทางหรือนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ดังต่อไปนี้

##### 4.1 ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ เกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบปัญหาดังนี้

###### 4.1.1 ด้านบุคลากร

- ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว
- ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการมัคคุเทศก์ที่ดี
- ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการ

สื่อสาร

- ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวขาดทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ขาดการเข้าร่วมเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว จึงขาดโอกาสการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ
- ขาดการรวบรวมองค์ความรู้ทางด้านการเกษตร และการจัดทำฐานข้อมูล
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่ไม่มีการจัดโครงสร้างองค์กร หรือการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในการบริหารจัดการ เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางรายทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวน บรรยายให้ความรู้ รวมถึงจำหน่ายผลผลิตให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

#### 4.1.2 ด้านผลผลิต

- ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอสำหรับการบริการและการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากในบางปีผลผลิตมีราคาสูงทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีข้อจำกัดในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจำกัดปริมาณทุเรียนในการให้บริการบุฟเฟต์
- ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอสำหรับการบริการและการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางรายไม่มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้เกินขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่
- ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ตามที่ต้องการ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ไม่เพียงพอ ทำให้ต้องซื้อผลผลิตจากแหล่งผลิตอื่นมาให้บริการนักท่องเที่ยว
- ชนิดของผลผลิตที่ให้บริการไม่หลากหลาย เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยผลผลิตเพียงไม่กี่ชนิด ทำให้ไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- ผลผลิตไม่มีจุดเด่น ไม่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้า (Brand) ของตนเอง และขาดการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีความหลากหลายแตกต่างจากพื้นที่อื่น
- ผลผลิตทางการเกษตรไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากผลผลิตที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นผลผลิตที่ออกตามฤดูกาลไม่สามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดทั้งปี
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาในแต่ละครั้ง ทำให้ไม่สามารถจัดเตรียมผลผลิตได้ตรงตามความต้องการ เช่น กรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก ผลผลิตจะไม่เพียงพอ แต่ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อย ผลผลิตที่เตรียมไว้จะได้รับความเสียหาย เพราะผลผลิตจะไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน จึงเกิดการเน่าเสีย หรือมีคุณภาพลดลง

#### 4.1.3 ด้านการตลาด

- ราคาของผลผลิตเป็นไปตามกลไกราคาของตลาด ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในแต่ละปี ทำให้ราคาผลผลิตในแต่ละปีแตกต่างกัน
  - นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่า ราคาผลผลิตที่จำหน่ายในสวนน่าจะมีราคาต่ำกว่าราคาผลผลิตที่จำหน่ายในตลาด
  - ราคาและการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ไว้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางรายไม่กำหนดราคาตามที่มีการตกลงไว้ จึงทำให้ราคาและรูปแบบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งไม่มีการปรับปรุงข้อมูลในสื่อออนไลน์ให้เป็นปัจจุบัน และการสื่อความหมายขาดความชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสน
  - การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้ไม่มีความโดดเด่นหรือแตกต่างกัน
  - ความรู้ ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งแตกต่างกัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ขาดโอกาสในการรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการค้นหาและติดต่อข้อมูลกับแหล่งท่องเที่ยว
  - ป้ายบอกทางมีจำนวนน้อยและไม่ชัดเจน ทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ยาก
  - แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่เหมาะสม
- เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีพื้นที่ขนาดเล็ก แต่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก ทำให้ที่จอดรถที่จัดเตรียมไว้ไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวต้องไปจอดรถตามริมถนน หรือไหล่ทางทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้สัญจร

#### 4.1.4 ด้านการเงิน

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่มีการจัดทำเอกสารการรับเงินจากการขายหรือเมื่อมีรายได้เกิดขึ้น และไม่มีการจัดเก็บเอกสารการจ่ายเงินหรือไม่ได้รับเอกสารการจ่ายเงินทุกครั้งสำหรับรายจ่ายที่เกิดขึ้น ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงในการบันทึกบัญชีได้ข้อมูลครบถ้วนถูกต้องตามหลักการบัญชี
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่ายที่เกิดขึ้นในสมุดเท่านั้น ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงิน จึงไม่มีการนำตัวเลขรายรับ-รายจ่ายจากการดำเนินงานมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในธุรกิจ
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดความรู้ความเข้าใจทางบัญชี และไม่เห็นความสำคัญของการบันทึกบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี รวมทั้งมองว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากซับซ้อนและต้องใช้เวลา จึงทำให้ไม่สามารถทราบผลการดำเนินงานแท้จริงของธุรกิจที่เกิดขึ้นว่ามีผลกำไรหรือขาดทุนจำนวนเท่าใด
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางส่วนแม้เคยได้รับการอบรมการจัดทำบัญชีจากหน่วยงานต่างๆ แต่ก็ไม่สามารถที่จะเข้าใจบัญชีเพียงพอต่อการที่จะนำความรู้ทางบัญชีที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งานในธุรกิจของตนเองได้จริง

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการจัดทำบัญชีในกิจการ เนื่องจากธุรกิจที่มีการดำเนินงานในรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว และรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล จะมีสถานะทางกฎหมายเป็นบุคคลธรรมดา จึงไม่ต้องมีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี 2543 ซึ่งจะใช้บังคับเฉพาะกับธุรกิจที่มีการดำเนินงานในรูปแบบที่มีสถานะทางกฎหมายเป็นนิติบุคคลเท่านั้น
- การได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความซ้ำซ้อนและไม่ทั่วถึง เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานพร้อมกัน ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานใดเลย

#### 4.2 การกำหนดคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยได้ระดมความคิดเห็นจากการจัดเวทีระดมความคิดเห็น ในวันที่ 19 ธันวาคม 2559 ณ โรงแรมนิวเทรเวลลอร์ด จังหวัดจันทบุรี โดยมีภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องเข้าร่วม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการสวนผลไม้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีวิทยากรจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) สำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งนำวิธีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อค้นหาแนวทางแก้ปัญหา (Systematic Inventive Thinking ; SIT) มาใช้เป็นเครื่องมือในการค้นหา “คุณค่า (Value)” ของจังหวัดจันทบุรี เพื่อค้นหาจุดเด่นของจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำมาเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้สึกแตกต่างและมีประสบการณ์แปลกใหม่เมื่อมาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังจังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.2 การประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมกันกำหนดคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี

ผลจากการประชุมระดมความคิดเห็น ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนดคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี อันจะนำไปสู่การสร้างจุดขายหรือจุดเด่นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 6 ด้าน คือ

**1) ปอดตะวันออก** เป็นคุณค่าที่สะท้อนให้เห็นถึงการที่อยู่ห่างไกลจากเขตอุตสาหกรรม จึงทำให้มีอากาศที่สะอาด เนื่องจากจันทบุรีมีสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเพาะปลูก ทำให้พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้และพื้นที่เกษตรกรรม ทำให้จังหวัดจันทบุรีมีอากาศดี และได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งโอโซนชั้นดีที่สุดแห่งหนึ่ง

**2) เมืองผลไม้** เป็นคุณค่าที่สะท้อนถึงความเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพหลากหลายทั้งชนิดและสายพันธุ์ ของจังหวัดจันทบุรี เช่น ทูเรียน มังคุด เงาะ สละ ลองกอง เป็นต้น และเป็นแหล่งของทุเรียนอีกหลากหลายพันธุ์ เช่น พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ชะนี พันธุ์พวงมณี พันธุ์กระดุม พันธุ์กบสุวรรณ พันธุ์นกกระจิบ พันธุ์นกหยิบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีต้นทุเรียนและต้นมังคุดโบราณอายุกว่าร้อยปี แสดงถึงองค์ความรู้ ภูมิปัญญาในการเพาะปลูก ที่มีการอนุรักษ์สืบทอดต่อกันมา

**3) ความหลากหลาย** เป็นคุณค่าที่สะท้อนให้เห็นว่าจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ ทั้งภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล กล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวจากยอดเขาสู่ท้องทะเล นอกจากนี้ จังหวัดจันทบุรียังมี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ที่เอื้อประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยว

**4) ความเป็นกันเอง** เป็นคุณค่าที่สะท้อนถึงอุปนิสัยของคนจันทบุรีส่วนใหญ่มีความจริงใจ และมีความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี เช่น การทักทาย การต้อนรับ การพูดคุย ในแบบของชาวจันทบุรี นำมาซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

**5) เรื่องราว ความเป็นมา** เป็นคุณค่าที่สะท้อนถึงความเป็นมาที่ยาวนานของจังหวัดจันทบุรี ที่มีประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่า เช่น เป็นพื้นที่ซึ่งพระเจ้าตากสินมหาราชรวบรวมไพร่พลเพื่อกอบกู้เอกราชของชาติไทย รัชกาลที่ 5 ทรงเสด็จประพาสหลายครั้ง โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น อนุสาวรีย์สมเด็จพระนางเจ้าสุนันทากุมารีรัตน์ (ปิรามิดพระนางเรือล่ม) ซึ่งเป็นปิรามิดแห่งเดียวในประเทศไทย เป็นต้น เป็นที่ตั้งของวังสวนบ้านแก้วซึ่งเป็นประทับของสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7 นอกจากนี้ในแต่พื้นที่ซึ่งเป็นสวนผลไม้ยังมีประวัติ/เรื่องราว ที่น่าสนใจชวนให้ค้นหาที่แตกต่างกันไป เช่น ที่มาของชื่อต้นไม้โบราณแต่ละต้น อุโมงค์เก็บน้ำ น้ำร่อง ซึ่งเป็นการชลประทานแบบดั้งเดิม ฯลฯ

**6) การเพิ่มมูลค่า** เป็นคุณค่าที่สะท้อนถึงองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ที่นำมาใช้ในการแปรรูป การพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางการเกษตรเป็นจำนวนมาก ในบางช่วงผลผลิตมากเกินกว่าความต้องการของตลาด จึงนำผลผลิตดังกล่าวมาแปรรูป โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิต เป็นของฝาก ของที่ระลึก สามารถนำกลับไปเป็นที่ระลึก โดยมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.3 คุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

#### 4.3 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี “ดี โมเดล (DEE Model)”

จากผลการศึกษาจากโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการพบว่า ควรมีการกำหนดรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีความสอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละพื้นที่ และสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นนักวิจัยจึงได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยจากโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ ประกอบด้วย ความต้องการของนักท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกำหนดรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยเรียกว่า “ดี โมเดล” (DEE Model) ซึ่งมีกระบวนการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ดังนี้

ในการประชุมระดมความคิดเห็นจากภาคส่วนต่างๆ ในวันที่ 20 ธันวาคม 2559 ณ โรงแรมนิวแตรเวิลลอร์ดจ จังหวัดจันทบุรี เป็นการนำคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบด้วย ปอดตะวันออก เมืองผลไม้ ความหลากหลาย ความเป็นกันเอง เรื่องราวความเป็นมา และการเพิ่มมูลค่า ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ร่วมกันกำหนดขึ้น มาแปรเปลี่ยน ให้มีหรือให้เป็นสินค้าร่วมกับการบริการ และการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยใช้แผนผังการเดินทาง (Service & Experience Journey Map) และการสร้างตัวแบบ (Model) เป็นเครื่องมือช่วยในการออกแบบบริการ (Service Design Tools) มาสร้างเป็นตัวแบบ (Model) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

ภายใต้แนวคิด “From Farm to Table” ที่สื่อถึงวิถีชีวิตของความเป็นชาวสวนจันทบุรี ที่เน้นการผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพ โดยให้นักท่องเที่ยวได้เห็น ได้เรียนรู้ ตั้งแต่กระบวนการผลิต กระบวนการดูแล กระบวนการเก็บเกี่ยวผลผลิต จนถึงมือของผู้บริโภค ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองปฏิบัติในขั้นตอนต่างๆ เช่น การผลิตและการแปรรูป เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและเห็นคุณค่าของผลผลิตทางการเกษตรที่ชาวสวนจันทบุรีดูแลเอาใจใส่ผลผลิตในทุกขั้นตอนจนกระทั่งผลผลิตออกจากสวนไปให้ผู้บริโภคได้ลิ้มรสผลไม้คุณภาพจากสวนจันทบุรี ภายใต้แนวคิดดังกล่าว มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษา 3 วัตถุประสงค์แรก ซึ่งเป็นผลการศึกษาจากโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ โดยการแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมออกเป็น 6 กลุ่ม เพื่อสร้างตัวแบบ (Model) การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ทำให้ได้ตัวแบบ(Model) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น 6 ตัวแบบ และเมื่อทำการสังเคราะห์บริบทของตัวแบบทั้งหมด สามารถจัดกลุ่มตัวแบบได้เป็น 3 ตัวแบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 3 ที่จำแนกรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีได้เป็น 3 ตัวแบบ ได้แก่ 1) ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) 2) ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง) และ 3) ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร



ภาพที่ 4.4 การประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

เพื่อให้ได้แนวคิดนำไปสู่การปฏิบัติจริง จึงได้จัดการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเลือกรูปแบบที่ต้องการจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตน เพื่อร่วมกันกำหนดรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีในรูปแบบเลือก



ภาพที่ 4.5 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อร่วมกันกำหนดรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

จากกระบวนการที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถสร้างรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสมได้เป็น 3 ตัวแบบ ที่เรียกว่า “ดี โมเดล” (DEE Model) ประกอบด้วย สนุกดี โมเดล (Design for Niche) หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning) และ เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience) ดังนี้

#### 4.3.1 สนุกดีโมเดล (Design for Niche)

เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มีการให้บริการจัดกิจกรรมให้แก่กลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มครอบครัว เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเรียนรู้ และสนุกสนานไปกับกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยจัดเป็นกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม เช่น แคมป์เรียนรู้ภาษาอังกฤษในสวนผลไม้ แคมป์ทำอาหารจากวัตถุดิบภายในสวนผลไม้ แคมป์อาชบาบัด เป็นต้น

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ โดยใช้กิจกรรมเสริมที่สร้างความหลากหลายให้แก่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสามารถทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ตัวอย่างเช่น แนวคิดการจัดการสวนให้เป็นสวนสำหรับครอบครัว เน้นการจัดกิจกรรมเรียนรู้ธรรมชาติ โดยมีการจัดแบ่งโซนกิจกรรมแยกออกเป็น กิจกรรมสำหรับผู้ปกครอง และกิจกรรมสำหรับเด็ก เช่น กิจกรรมทำอาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่น โดยเริ่มจากการเที่ยวชมสวนผลไม้ แปลงพืชผักสมุนไพร เก็บไข่ไก่ในฟาร์มเลี้ยงไก่ ศึกษาเรียนรู้การทำปุ๋ยชีวภาพ พร้อมทั้งเก็บวัตถุดิบหลากหลายจากในสวนเพื่อมาประกอบ

อาหารและรับประทานอาหารร่วมกัน สำหรับเด็กๆ จะมีกิจกรรมการขี่ม้า กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษจากในสวน

สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์บริการข้อมูล สนามเด็กเล่น สนามขี่ม้า บ้านพัก ห้องน้ำ ห้องน้ำสำหรับคนพิการ ห้องพยาบาลครัว ประกอบอาหาร พื้นที่รับประทานอาหารและผลไม้ ที่นั่งพักผ่อน จุดถ่ายรูป บริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก

การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรจัดเป็นแพ็คเกจ (กิจกรรมเฉพาะกลุ่ม) เน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ และต้องมีการจองล่วงหน้า โดยมีการจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ทั้งในและนอกฤดูกาลผลไม้ ทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

#### 4.3.2 หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning)

เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง) มีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวนั้น มีเส้นทางภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรม โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้น

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้นตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว (ตามฤดูกาล) เป็นการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว

การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนในการทำกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วย

- พื้นที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวและลงทะเบียน ซึ่งเป็นพื้นที่ต้อนรับ ลงทะเบียน และชำระค่าบริการ (นักท่องเที่ยวต้องจองมาก่อนล่วงหน้า ซึ่งทางสวนจะทำระบบการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้) โดยพื้นที่นี้ควรอยู่บริเวณด้านหน้าของสวนติดกับลานจอดรถ และมีห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยว
- พื้นที่ให้ข้อมูล มีข้อมูลแสดงให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำสวน การให้ความรู้เกี่ยวกับการบำรุงดูแลต้นไม้ การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้อง มีการบรรยายเพื่อแนะนำข้อมูลในสวน โดยพื้นที่นี้ควรอยู่ถัดจากพื้นที่ต้อนรับและลงทะเบียน ข้อมูลที่ให้บริการอาจอยู่ในรูปแบบของป้ายสื่อความหมาย วิดีทัศน์ หรือการบรรยายจากผู้นำชมของสวน
- พื้นที่จัดกิจกรรมเดินชมสวนผลไม้ เช่น สวนทุเรียน สวนมังคุด สวนสละ สวนเงาะ เป็นต้น ซึ่งจะมีผู้นำชมของสวนบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว สำหรับสวนที่มีพื้นที่มากอาจใช้การนั่งรถชมสวน การขี่จักรยานชมสวน
- พื้นที่ร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น เทียวชมแปลงปลูกผักออร์แกนิกส์ แปลงปลูกผักสวนครัว สวนดอกไม้ พื้นที่เลี้ยงสัตว์ บ่อเลี้ยงปลา ร่วมทำกิจกรรมผสมเกสรดอกสละ สาธิตการเก็บทุเรียน ให้นักท่องเที่ยวทดลองเก็บมังคุด เก็บเงาะทานสดๆ จากต้น สาธิตการแปรรูป เช่น กวนทุเรียน ห่อทองฟักทุเรียน โดยมีผู้นำเที่ยวและบรรยายตามพื้นที่กิจกรรม ถ้าเป็นช่วงนอกฤดูกาลผลไม้ อาจมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้จองต้น (ทุเรียน สละ) เพื่อเป็นเจ้าของ โดยให้ผู้จองมีส่วนร่วมในการดูแลต้น เช่น การผสมเกสรด้วยตนเอง ซึ่งทางสวนจะติดป้ายชื่อไว้เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของ จากนั้นจะมีการ

บันทึกภาพการเจริญเติบโตในแต่ละระยะ คอยส่งให้ลูกค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ เมื่อผลผลิตพร้อมเก็บเกี่ยว ทางสวนจะมีบริการจัดส่งไปยังลูกค้า ซึ่งทำให้ทางสวนสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี

- พื้นที่รับประทานผลไม้ / อาหาร สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการรับประทานผลไม้ / อาหารในสวน

- พื้นที่แคมป์ หรือ บ้านพัก สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน โดยบ้านพักจะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นสัดส่วนแยกต่างหากจากพื้นที่กิจกรรม เพื่อความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสวนเพื่อเป็นของฝากก่อนเดินทางกลับ โดยพื้นที่นี้ควรตั้งอยู่บริเวณทางออกของสวนและใกล้กับพื้นที่ลานจอดรถ

สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลานจอดรถ ลานกิจกรรม ลานแคมป์ ป้ายสื่อความหมาย พื้นที่ให้ข้อมูล บ้านพัก ห้องน้ำ ห้องน้ำสำหรับคนพิการ ที่นั่งพักผ่อน พื้นที่รับประทาน อาหารและผลไม้ เต้นท์ WIFI จุดถ่ายรูป รถยนต์/รถเอทีวี/รถซาเล้ง/รถจักรยานให้บริการนำเที่ยวภายในสวน ร้านจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป เป็นต้น

การจัดการท่องเที่ยวตามรูปแบบนี้ ผู้ให้บริการจะมีการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวภายในสวนให้มีความเหมาะสมกับกิจกรรมที่กำหนดไว้ และมีการทำการตลาดผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อออนไลน์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ทั้งในและนอกฤดูกาลผลไม้ ทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

#### 4.3.3 เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience)

เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร เน้นการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ในการทำสวนผลไม้ นำเสนอความเป็นมา เรื่องราว ความโดดเด่นของผลผลิตภายในสวน ภูมิปัญญาในการทำสวนผลไม้ เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เป็นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ พร้อมทั้งนำเสนอจุดเด่นของสวน เช่น ต้นทุเรียน 100 ปี ต้นมังคุด 100 ปี ผลไม้ที่เคยพุดเกล้าฯ ถวาย ผลไม้คุณภาพที่ได้รับรางวัลจากการประกวด ความเป็นสวนเกษตรอินทรีย์ ประวัติ/เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสวน ระบบชลประทานแบบโบราณ เช่น อุโมงค์น้ำ น้ำร่อง เป็นต้น

การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เน้นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในการทำสวนผลไม้ ตั้งแต่วิธีการเพาะปลูก การดูแล การบำรุงรักษา และการเก็บเกี่ยวผลผลิตให้นักท่องเที่ยว มีการนำเสนอเรื่องราวความเป็นมา เรื่องราวความโดดเด่นของผลผลิตภายในสวน ภูมิปัญญาในการทำสวนให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวนเริ่มจาก นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงสวนจะมีจุดต้อนรับลงทะเบียน และชำระค่าบริการ มีการบรรยายให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวนแก่นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมาของสวน แผนที่ภายในสวน ข้อปฏิบัติในการเดินชมสวน จากนั้นนำนักท่องเที่ยวเดินชมสวนพร้อมบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลผลิตภายในสวน เช่น ข้อมูลสวน ความรู้ในการทำสวนผลไม้ การขยายพันธุ์ไม้ การจัดการสวน การเลือกซื้อผลไม้แต่ละชนิด เป็นต้น ระหว่างเดินชมสวนนักท่องเที่ยวสามารถชิมผลไม้ หลังจากเที่ยวชมสวน นักท่องเที่ยวจะได้รับประทานผลไม้ที่มีไว้ให้บริการ ก่อนเดินทาง

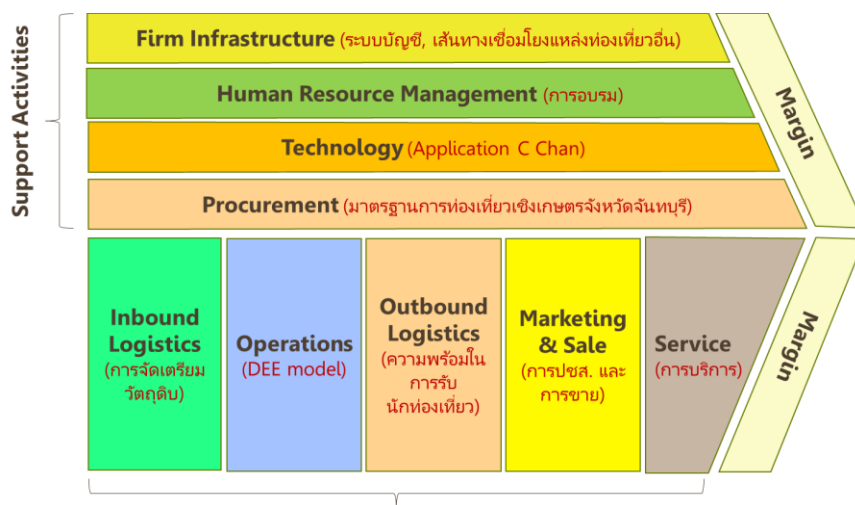
กลับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสวนทั้งผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปที่จัดไว้จำหน่ายให้แก่ นักท่องเที่ยวซึ่งทางสวนจะเน้นเรื่องคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ลานจอดรถ ห้องน้ำ ห้องน้ำสำหรับคนพิการ ที่พัก จุดให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ที่นั่งพักผ่อน จุดถ่ายรูป ร้านจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป พาหนะที่ให้บริการพานักท่องเที่ยวชมสวน ร้านจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป จุดจำหน่ายพันธุ์พืช พื้นที่รับประทานอาหารและผลไม้

#### 4.4 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อื่นๆ จึงควรพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และยกระดับ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยนำคุณค่า (Value) ที่ร่วมกัน กำหนดขึ้น ส่งต่อไปให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดความประทับใจ ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เน้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างสิ่งที่เป็นคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นเหนือกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ จังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาใน 3 วัตถุประสงค์แรก ประกอบกับข้อสรุปที่ได้จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็น และการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี อันจะนำไปสู่การยกระดับให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพให้มากขึ้น นำไปสู่การสร้างรายได้และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ผ่านกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ดังนี้



ภาพที่ 4.6 ห่วงโซ่คุณค่า สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
ที่มา : (ปรับปรุงจาก Michael E. Porter, 1985)

#### 4.4.1 กิจกรรมหลัก

1) **การจัดเตรียมวัตถุดิบ (Inbound Logistics)** วัตถุดิบหลักของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย ผลผลิตทางการเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ บุคลากร ดังนั้นในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบนี้ จึงเป็นกิจกรรมในการจัดเตรียมผลผลิตทางการเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว จัดเตรียมพื้นที่สวนให้มีความพร้อม และจัดบุคลากรที่ทำหน้าที่ต่างๆ เพื่อไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาชม สัมผัส และเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวภายในสวนผลไม้ รวมทั้งการจัดเตรียมผลไม้ตามฤดูกาลไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อหรือรับประทานภายในสวน ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้

- **การคัดสรรผลผลิต** จังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงเรื่องเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่มีความหลากหลาย ผลผลิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของท้องตลาด เนื่องจากสวนเกษตรส่วนใหญ่ทำการเกษตรแบบผสมผสาน มีการปลูกผลไม้หลากหลายชนิด เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ เป็นต้น อีกทั้งเกษตรกรมีความรู้และประสบการณ์ในการทำเกษตร มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทำเกษตรจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตได้มีคุณภาพ รวมถึงในปัจจุบันเกษตรกรมีความนิยมในการทำเกษตรแบบอินทรีย์มากขึ้น ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตได้ปราศจากสารพิษ ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย ซึ่งในช่วงฤดูกาลผลไม้สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีขนาดใหญ่จะมีผลผลิตเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่เกิดปัญหาเรื่องคุณภาพและปริมาณผลผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถควบคุมคุณภาพผลไม้ในสวนของตนเองได้ ในขณะที่สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรขนาดเล็กอาจประสบปัญหาผลผลิตไม่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำเป็นต้องซื้อผลไม้จากสวนเกษตรอื่นๆ มาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่จะมีการสร้างเครือข่ายกับสวนเกษตรอื่นๆ โดยการคัดเลือกผลผลิตจากสวนที่มีคุณภาพมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจากผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการคือผลผลิตที่มีคุณภาพ ในทรรศนะของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าผลผลิตของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีคุณภาพดี รสชาติอร่อย แต่สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือปริมาณและชนิดของผลผลิตที่นำมาให้บริการมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องคำนึงถึงในเรื่องการคัดสรรผลผลิตก็คือคุณภาพและความปลอดภัยของผลผลิต โดยการรักษามาตรฐานการผลิตของตนเองให้เป็นที่ยอมรับ และการสร้างเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าคุณภาพเพื่อรองรับปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยว

- **กิจกรรมการท่องเที่ยว** ซึ่งหมายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการจัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมหลัก ได้แก่ การให้บริการบุฟเฟต์ผลไม้ การนำชมสวน และการขายผลไม้หน้าสวนสำหรับให้นักท่องเที่ยวซื้อกลับบ้าน ส่วนการให้บริการบุฟเฟต์ผลไม้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีการคัดสรรผลไม้ที่มีคุณภาพ และการจัดเตรียมผลไม้ไว้หลากหลายชนิด เช่น มังคุด เงาะ ทุเรียน ลองกอง สละ เป็นต้น เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รูปแบบในการให้บริการบุฟเฟต์ผลไม้มีทั้งการจัดวางผลไม้ไว้ในเรือหรือวางไว้บนโต๊ะให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานด้วยตนเอง หรือการจัดเตรียมผลไม้ใส่ภาชนะ เช่น ขันโตก ตะกร้า ฯลฯ เสิร์ฟให้นักท่องเที่ยวตามโต๊ะ และสามารถขอผลไม้เพิ่มได้ ยกเว้นทุเรียนที่มีการจำกัดปริมาณ

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการเดินชมสวน ซึ่งจะมีการจัดเตรียมผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยวเดินชมสวน พร้อมทั้งการบรรยายให้ความรู้ทางการเกษตรแก่นักท่องเที่ยว บางสวนจะมีการจัดเตรียมยานพาหนะในการพานักท่องเที่ยวเที่ยวชมสวน เช่น รถจักรยาน รถเอวีที รถรางนำเที่ยว รถกระบะ เป็นต้น นอกจากนี้กิจกรรมที่กล่าวมา สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลายแห่งยังมีการจัดเตรียมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมอาซาฮาบัต กิจกรรมผสมเกสรสละ กิจกรรมการแปรรูปผลไม้ เป็นต้น ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ในการทำเกษตร และได้รับความเพลิดเพลินจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ของสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวน ควรเน้นการจัดกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวิธีการทำการเกษตรที่เกิดขึ้นหมุนเวียนกันตามช่วงเวลาต่างๆ ตลอดทั้งฤดูกาลผลิต ตั้งแต่ ช่วงการเพาะปลูก ช่วงการดูแล บำรุงรักษา ช่วงการผสมเกสร ช่วงออกดอก ช่วงที่ผลไม้ติดผล ช่วงผลไม้สุก ช่วงการเก็บเกี่ยว เป็นต้น โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมตามช่วงเวลาของผลผลิต ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วม ได้สัมผัส ได้เรียนรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวประทับใจ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยว บอกต่อ ตลอดจนกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสต่อไป นอกจากนี้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจจัดให้มีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบที่สอดคล้องกับศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยวของตน เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและมีลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกันไป

- **สถานที่** การจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ เป็นกิจกรรมในการเตรียมพื้นที่ภายในสวน ที่แต่ละสวนจัดเตรียมขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ ที่มีจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม มีความเป็นธรรมชาติ มีสภาพภูมิประเทศ และอากาศที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสวนผลไม้ให้คงไว้ให้มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด โดยอาจมีการจัดสถานที่บางส่วนเพิ่มเติมในการรองรับความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ สถานที่พักผ่อน จุติรับประทานผลไม้ เป็นต้น แต่ต้องคงความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด

- **การคัดสรรบุคลากร** สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีโดยส่วนใหญ่ดำเนินการในรูปเจ้าของธุรกิจคนเดียว จำนวนบุคลากรขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ของสวน สวนขนาดเล็กและขนาดกลางจะนิยมใช้แรงงานในครอบครัวเป็นหลัก ทั้งในการทำสวนและการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับสวนที่มีขนาดใหญ่จะมีการจ้างแรงงานเพื่อช่วยในการบริหารจัดการสวน ในช่วงฤดูกาลผลไม้ สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีความต้องการผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวนผลไม้จะประกอบด้วยผู้ให้บริการในส่วนของบุฟเฟต์ผลไม้ การจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร และผู้นำชม สำหรับผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวควรมีความรู้และประสบการณ์ในการทำเกษตร สามารถถ่ายทอดเรื่องราว ให้ความรู้ หรือตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยวได้ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวควรเป็นคนที่จิตใจบริการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และมีอัธยาศัยดี สำหรับผู้นำชมนอกจากคุณสมบัติที่กล่าวถึงไปแล้ว ผู้นำชมควรมีความสามารถด้านการติดต่อสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการเตรียมความพร้อมในด้านบุคลากร โดยการพัฒนาความรู้ในเรื่องการต้อนรับ การให้บริการนักท่องเที่ยว ให้แก่ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาทักษะ

ด้านภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ให้บริการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถพูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษหรือภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อให้สามารถสื่อสารนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้ทำหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง ตั้งแต่การต้อนรับ การนำชม การบรรยายถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ ตลอดจนการจำหน่ายผลผลิตให้นักท่องเที่ยว ด้วยอรรถาธิบายมีความเป็นกันเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดี และบริการนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ ซึ่งแตกต่างจากการบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งอื่นๆ ที่มีการบริการเน้นไปในเชิงธุรกิจ นักท่องเที่ยวไม่ได้ปฏิสัมพันธ์กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเท่าที่ควร ซึ่งจุดเด่นด้านบุคลากรนี้ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้นได้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีควรรักษาความเป็นเอกลักษณ์ด้านนี้ไว้

**2) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Operations)** ขั้นตอนนี้เป็นกิจกรรมในการเตรียมความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ให้สอดคล้องกับศักยภาพภายในแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตามประเภทของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและมีลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ตาม “ดี โมเดล” (DEE Model) ที่ประกอบด้วย 1) สนุกดีโมเดล (Design for Niche) 2) หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning) และ 3) เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience) ดังนี้

- **สนุกดีโมเดล (Design for Niche)** เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) มีการให้บริการจัดกิจกรรมที่สร้างความหลากหลายให้แก่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้แก่ กลุ่มลูกค้าเฉพาะ เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเรียนรู้ และสนุกสนานไปกับกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยจัดเป็นกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม เช่น แคมป์เรียนรู้ภาษาอังกฤษในสวนผลไม้ แคมป์ทำอาหารจากวัตถุดิบภายในสวนผลไม้ แคมป์อาซาฮาบัต เป็นต้น โดยจัดเป็นคอร์สที่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวและให้นักท่องเที่ยวจองล่วงหน้า ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ทั้งในและนอกฤดูกาลผลไม้ ทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

- **หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning)** เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว มีเส้นทางภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรม โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้น เป็นการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว มีการทำการตลาดผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ทั้งในและนอกฤดูกาลผลไม้ ทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

- **เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience)** เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร เน้นการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ในการทำสวนผลไม้ ตั้งแต่วิธีการเพาะปลูก การดูแล การบำรุงรักษา และการเก็บเกี่ยวผลผลิตแก่นักท่องเที่ยว ในลักษณะของศูนย์เรียนรู้หรือแหล่งศึกษาดูงาน โดยนำเสนอความเป็นมา เรื่องราว ความโดดเด่นของผลผลิตภายในแหล่งท่องเที่ยว ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างคุณค่าและสร้าง

ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถจัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

**3) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว (Outbound Logistics)** ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมในกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ จัดระบบบริการให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือ มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย และรู้สึกถึงคุณค่าจากการบริการ

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรเตรียมความพร้อมในระบบการบริการ เพื่อส่งมอบการบริการที่สะดวก รวดเร็ว นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ไม่ยุ่งยาก ตลอดจนความพร้อมในบริการอย่างครบวงจร ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญมากสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อนำเสนอวัตถุดิบหรือสินค้าทางการเกษตรสู่สายตานักท่องเที่ยว หากมีการจัดการที่ดี ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ ได้ลงมือปฏิบัติ ได้ชื่นชมความสวยงาม พร้อมกันนั้นยังได้รับความรู้และประสบการณ์ที่สะท้อนถึงคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี จะส่งผลให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประสบความสำเร็จ ซึ่ง การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรับจอง จอดรถ จุดต้อนรับนักท่องเที่ยว ผู้นำชม จุดบริการนักท่องเที่ยวในการทานผลไม้ และจุดจำหน่ายสินค้าของฝาก ของที่ระลึก

- **การรับจอง** ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ต้องมีการจองล่วงหน้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ และส่งผลกระทบต่อคือนักท่องเที่ยวไม่พอใจที่โดนปฏิเสธ กอรปกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บางแห่งพึ่งเปิดให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในสวน จึงยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ยังไม่มีระบบการจองและการมัดจำ รับนักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผลที่ตามมาคือ ผลผลิตไม่เพียงพอในการรองรับ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ผลผลิตที่นำมาให้บริการไม่ได้คุณภาพ เนื่องจากไปนำผลผลิตมาจากแหล่งอื่นที่ไม่ทราบคุณภาพของผลผลิตมารับนักท่องเที่ยว ผู้นำชมไม่เพียงพอ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนของการรับจองนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องมีการทำการประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยว ได้รับทราบถึงช่วงเวลาของการเปิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งชี้แจงระเบียบวิธีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต้องมีการติดต่อจองล่วงหน้า คือ นักท่องเที่ยวต้องทำการติดต่อจองโดยระบุ วัน เวลา กิจกรรม จำนวนคน หมายเลขโทรศัพท์ผู้ติดต่อ ชื่อผู้ติดต่อ หน่วยงานใด เป็นต้น ให้แก่ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวจะได้ลงรายการจอง คำนวนราคาและแจ้งวิธีการและจำนวนเงินในการมัดจำ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะได้นำเงินใช้ในการเตรียมความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว และป้องกันการยกเลิกการจองกะทันหัน ซึ่งส่งผลเสียต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และก่อนถึงวันที่นักท่องเที่ยวทำการจองไว้ 2-3 วัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องทำการโทรแจ้งหรือเตือนนักท่องเที่ยว และให้ข้อมูลการเดินทางรวมทั้งหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่

- **จุดจอดรถ** จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการปรับปรุงในเรื่องที่จอดรถให้มีปริมาณที่เพียงพอและเหมาะสม ซึ่งจากสภาพในปัจจุบันแหล่ง

ห้องเที่ยวเชิงเกษตรยังคงมีปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวต้องจอดรถตามริมถนน สร้างปัญหาการสัญจรให้กับผู้สัญจรไป มา และสภาพพื้นที่ไม่เหมาะกับการนำยานพาหนะที่มีขนาดใหญ่เข้าไปถึงในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ เนื่องจากอดีตเป็นพื้นที่สวนทำให้เส้นทางการสัญจรไปมาคับแคบมากเมื่อต้องจัดให้เป็นเส้นทางสัญจรเพื่อการท่องเที่ยว และหากทำการขยายพื้นที่เพื่อทำถนนเป็นไปได้น้อยมากเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้หากต้องสร้างถนนเพิ่มอาจต้องตัดต้นไม้ และปัญหาที่สำคัญคือขาดงบประมาณในการสนับสนุน และไม่มีระบบการจัดการที่จอดรถให้เพียงพอ ควรมีการจัดระบบและเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนที่รับจองนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน มีความปลอดภัย และไม่เป็นการล่วงล้ำเขตพื้นที่ของผู้อื่น และควรมีระบบในการจอดรถ เมื่อถึงวันเดินทางท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวทำการติดต่อจองไว้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องให้ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวทำการเตรียมสถานที่จอดรถไว้รอให้นักท่องเที่ยว อาจทำเป็นป้ายหมายเลขโดยแจ้งนักท่องเที่ยวให้จอดที่จอดตามหมายเลขที่ระบุไว้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจในครั้งแรกที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- **จุดต้อนรับนักท่องเที่ยว** ในปัจจุบันจุดต้อนรับนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรใดที่เคยเปิดให้บริการทางการท่องเที่ยวมาหลายปี จะมีจุดต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการต้อนรับลงทะเบียน อธิบายชี้แจงวิธีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ติดสติ๊กเกอร์เพื่อนับจำนวนคนและชำระค่าบริการ ก่อนที่ผู้นำชมจะพาเที่ยวชมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีขั้นตอนที่เป็นระบบ หากแต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งที่พึ่งทำการเข้าร่วมเปิดสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ยังขาดประสบการณ์ ไม่มีจุดต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ส่งผลให้ไม่มีระบบการจ่ายค่าบริการ ทำให้ได้รับผลกระทบเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไม่จ่ายค่าบริการ และจ่ายค่าบริการไม่ครบตามจำนวนที่ตกลงไว้ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีจุดต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการลงทะเบียนเข้ารับบริการ อธิบายชี้แจงวิธีการ กฎระเบียบในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นับจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน และเรียกเก็บค่าบริการส่วนที่เหลือจากการมัดจำ ซึ่งจุดนี้เปรียบเสมือน แหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อถามข้อมูลได้ทั้งก่อนเดินทางมาเยี่ยมชม ระหว่างเยี่ยมชม และหลังการเยี่ยมชม มีผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวคอยอำนวยความสะดวกตลอดเวลา ซึ่งผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ควรเป็นคนที่มีความรู้รอบรู้ สามารถตอบทุกคำถามของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง รวมถึงให้คำแนะนำ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นທີ່ประทับใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้มีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว และเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือแนะนำไปยังนักท่องเที่ยวรายอื่นๆต่อไปได้อีก นอกจากนี้ จุดต้อนรับนักท่องเที่ยวควรมีข้อมูลแผนผังของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงสร้างการบริหารจัดการ รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ประวัติความเป็นมา แหล่งท่องเที่ยวภายในและใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรม ภาพประกอบกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล กฎระเบียบ เวลาในการให้บริการ ราคา ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น โดยอาจจัดทำเป็นสื่อวีดิทัศน์ข้อมูลองค์ความรู้ทางการเกษตร ทำป้ายสื่อความหมายต่างๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาควรกำหนดข้อปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วย

- **ผู้นำชม** ในปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนใหญ่ผู้นำชมเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งบางแห่งผู้นำชมทำหน้าที่ 2 อย่าง ทั้งนำชมและผู้ให้บริการ

นักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อมีการรับนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่งผลให้การบริการนักท่องเที่ยวไม่ดีเท่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ดังนั้น การบริหารจัดการควรมีการสรรหาผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวเพิ่มให้เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงจุดคุ้มทุนด้วย ควรมีการแบ่งหน้าที่การทำงานให้ชัดเจน เช่น ผู้นำชม และ ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ก้ำก่ายหน้าที่กัน และกัน ทำงานตามที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด สำหรับผู้นำชมควรเป็นผู้ที่มีความรู้ทางการเกษตร มีเกร็ดความรู้เล็กน้อย มีความสามารถในการถ่ายทอด การเล่าเรื่องราว และการนำนักท่องเที่ยวชมสวนได้เป็นอย่างดี สำหรับการจัดเส้นทางพานำชมนั้นควรจัดเป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยรอบ และไม่เป็นการเดินสวนทางกันกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ และเส้นทางระหว่างพานำชมควรมีจุดสาธิต และจัดผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวเตรียมการสาธิตให้นักท่องเที่ยวได้ชม ได้ทดลองทำ และได้พักผ่อน เพลิดเพลินไปกับกิจกรรมที่ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวเตรียมไว้บริการนักท่องเที่ยว

- **จุดบริการนักท่องเที่ยวในการทานผลไม้** เมื่อนักท่องเที่ยวเดินเที่ยวชม เรียนรู้วิถีชีวิตการเกษตรภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้ว ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวจะจัดเตรียมผลไม้ไว้บริการนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวจะมีการให้บริการผลไม้หลายแบบ มีทั้งแบบบุฟเฟต์โดยไม่จำกัดชนิดและจำนวนของผลไม้ แบบชั่งขายและรับประทานในสวน

ดังนั้นจุดบริการนักท่องเที่ยวในการรับประทานทานผลไม้ ควรมีการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวดังนี้

- o มุมสถานที่พักผ่อนนั่งทานผลไม้ ภาชนะใส่ผลไม้
- o มุมบริการอาหาร ซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี มีภาชนะที่สะอาด และมีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ
- o ห้องน้ำสะอาด และมีจำนวนเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว
- o จุดทำความสะอาดล้างมือ อาจใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถดับกลิ่นได้ หรืออาจผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นสมุนไพรเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้
- o จุดทิ้งขยะ โดยแยกเป็นขยะเปียกและขยะแห้ง
- o น้ำดื่ม ผ้าเช็ดปาก ที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว ใช้กระดาษทิชชูเพราะจะสิ้นเปลืองมาก
- o ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ที่มีอัธยาศัยดี เอาใจใส่ มีความพร้อมบริการนักท่องเที่ยว

o ป้ายสื่อความหมายต่างๆ เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายบอกจุดบริการต่างๆ

o เครื่องมือในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

- **จุดจำหน่ายสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก** ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีจุดขายสินค้าของที่ระลึก ทั้งของในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเองและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นผลไม้ซึ่งเป็นผลผลิตภายในสวน เช่น ทุเรียน ลองกอง มังคุด เงาะ และขายผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ทุเรียนทอดกรอบ ทอฟฟี่ทุเรียน มังคุดกวน ทุเรียนกวน ดังนั้นด้านการจำหน่ายสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก ควรมีการพัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างรายได้เสริมให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก อาจเป็นพันธุ์ไม้ต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ อาจตั้งชื่อ หรือเพิ่มเติมเรื่องราว สรรพคุณ เพื่อจูงใจให้

นักท่องเที่ยวซื้อ หรือ บรรจุเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำหรับให้นักท่องเที่ยวทำการเพาะปลูก และซื้อกลับบ้าน ได้ โดยมีระบบการรับรองคุณภาพของสินค้าเพื่อเป็นการการันตีคุณภาพของผลผลิต

**4) การตลาดและการขาย (Marketing & Sale)** เป็นกิจกรรมที่เป็นเครื่องบ่งบอกศักยภาพการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดและความสามารถในการทำกำไร เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจและเป็นที่ยอมรับให้แก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ

- **การประชาสัมพันธ์** เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่มีวัตถุประสงค์ในการเชื่อมโยงการสื่อสารจากผู้ประกอบการหรือธุรกิจไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการท่องเที่ยว สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลจากสวนท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล รายการโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกทาง เป็นต้น

- o **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ไลน์ ยูทูบ เป็นต้น เป็นสื่อที่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มีการใช้การสื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อิน스타그램 เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลของสวน และทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งสื่อออนไลน์ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับนักท่องเที่ยวสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและติดต่อกันได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการพัฒนาข้อมูลบนสื่อออนไลน์ให้มีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลที่เป็นจริง และสามารถสื่อสารผ่านช่องทางของสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อการจองล่วงหน้า หรือการสั่งซื้อสินค้าจากสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างสะดวก ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และยังเป็นช่องทางที่ลงทุนน้อยหรือเสียค่าใช้จ่ายไม่มากนัก มีความสะดวกและรวดเร็วต่อการเข้าถึงแหล่งข้อมูล

- o **สื่อบุคคล** เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพอีกอย่างหนึ่ง เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งต่างๆ โดยรับฟังข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยมาในแหล่งท่องเที่ยว การที่จะให้บุคคลนำข้อมูลความประทับใจไปสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องบริการนักท่องเที่ยวทุกคนด้วยความเอาใจใส่ ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีผลผลิตที่มีคุณภาพไว้ให้บริการ มีการถ่ายทอดเรื่องราว และมีกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์แปลกใหม่ ฯลฯ ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและจดจำสิ่งดีๆ ที่ได้รับไปบอกต่อกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ

- o **รายการโทรทัศน์** เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งภาพและเสียงที่สามารถถ่ายทอดการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถได้ชมและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อมๆ กัน ในอดีตการที่จะสามารถถ่ายทอดบริการของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ได้ ต้องมีรายการโทรทัศน์มาถ่ายทอดรายการ แต่ในปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นอีกสื่อหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดภาพและเสียงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน เช่น เฟสบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ยูทูบ (You Tube) เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวสวนมากขึ้น

○ **ป้ายประชาสัมพันธ์** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ซึ่งมีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่ตั้งของสวน ช่วงเวลาที่ให้บริการ ช่องทางการติดต่อราคาค่าบริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวนพร้อมภาพประกอบ เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในสวน ป้ายบอกทางควรมีขนาดใหญ่ มีตัวอักษรที่ชัดเจน บอกชื่อสวนและเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมสวน

- **การตั้งราคา** เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีโดยส่วนใหญ่กำหนดราคาค่าบริการบุฟเฟต์ผลไม้ 300 บาทต่อคน ซึ่งเป็นราคาที่เกิดจากการประชุมร่วมกันของสมาชิกในสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โดยราคาดังกล่าวเป็นราคาที่คิดรวมค่าบริการบุฟเฟต์ผลไม้และค่าเข้าชมสวน ในกรณีที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินชมสวนเพียงอย่างเดียว สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะคิดค่าบริการ 50 บาทต่อคน โดยจะมีผู้นำชมทำหน้าที่บรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว สำหรับสวนที่ไม่มีผู้นำชมจะไม่คิดค่าบริการเข้าชมสวน นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชมสวนตามเส้นทางที่กำหนดไว้ได้ จากการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่าการกำหนดราคาในลักษณะนี้ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีลักษณะเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) นักท่องเที่ยวเน้นการรับประทานเป็นหลัก ไม่รับรู้คุณค่าของผลผลิต แต่หากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังต้องการที่จะกำหนดราคาในลักษณะเช่นนี้ ซึ่งแต่ละสวนมีการกำหนดราคาค่าบริการไม่แตกต่างกัน ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงควรมีการสร้างจุดขายของตนเองให้แตกต่างจากที่อื่น เช่น มีกล้วยเตี้ยหมูเลี้ยงซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองของจันทบุรีบริการ มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวร่วมทำ เช่น การกวนทุเรียน การห่อหอยพิทุเรียน การจักสานจากใบระกำ เป็นต้น ส่วนกรณีที่สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการให้บริการเพิ่มเติมอีก เช่น การให้บริการอาหารกลางวัน การให้บริการจักรยาน เป็นต้น จะมีการคิดค่าบริการในราคาที่แตกต่างจากราคากลาง

- **การส่งเสริมการขาย** เพื่อใช้ในการกระตุ้นความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว เช่น การลดราคา การแจก คูปอง ชิงโชค เป็นต้น ซึ่งสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อการดึงดูดความสนใจ และทำให้ลูกค้ามีความต้องการเข้ามาเที่ยวชมสวน โดยอาจมีการให้บริการเสริม นอกเหนือจากการให้บริการบุฟเฟต์ผลไม้และการเดินชมสวน เช่น การให้บริการอาหารพื้นเมือง โดยให้นักท่องเที่ยวนำตัวหรือบัตรเข้าชมไปแลกอาหาร จัดกิจกรรมกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) เขียนความคิดเห็น (Comment) ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรับรางวัลหรือส่วนลดจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

**5) การบริการ (Services)** การบริการถือเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก หากนักท่องเที่ยวประทับใจก็จะมีการบอกต่อรวมถึงการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ เป็นการเพิ่มจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรจัดกิจกรรมและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ มีการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ตั้งแต่เริ่มติดต่อเข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยว ช่วงระหว่างและหลังการท่องเที่ยว เช่น สอบถามความพึงพอใจการเที่ยวชมสวน ติดตามสอบถามเรื่องคุณภาพของผลไม้หากมีการซื้อกลับไป เป็นต้น

- **การบริการลูกค้า** เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้ให้บริการจะมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (Service Mind) อย่างสุดความสามารถด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความเป็นกันเอง ดูแลเอาใจใส่

นักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเสมอภาคกัน หากให้บริการลูกค้าไม่ดี ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ กิจกรรมในขั้นตอนอื่นๆ ที่ได้ร่วมกันมาอย่างต่อเนื่องก็ได้รับความเสียหาย และส่งผลต่อยอดขายและภาพลักษณ์ของสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวควรให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีอัธยาศัยที่ดีกับนักท่องเที่ยว พร้อมให้การดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ โดยจะต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ภายในสวน

- **การจูง/การซื้อผลผลิตผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์** ในปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการจัดทำช่องทางการติดต่อหลายทางให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้อย่างสะดวก และเป็นประโยชน์ในการจูงเข้าชมสวนล่วงหน้า และการสั่งซื้อสินค้าจากทางสวน เช่น ทางโทรศัพท์ ทางเว็บไซต์ ทางเฟสบุ๊ก ทางไลน์ เป็นต้น พร้อมทั้งให้ผู้ที่สามารถติดต่อได้และข้อมูลเลขบัญชีธนาคารในกรณีที่มีการโอนเงินมัดจำล่วงหน้าตามข้อตกลงของแต่ละสวน ผู้ทำหน้าที่ติดต่อกับนักท่องเที่ยวควรใช้ภาษาที่สุภาพ สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว และสามารถตอบข้อซักถาม หรือข้อสงสัยของนักท่องเที่ยวได้

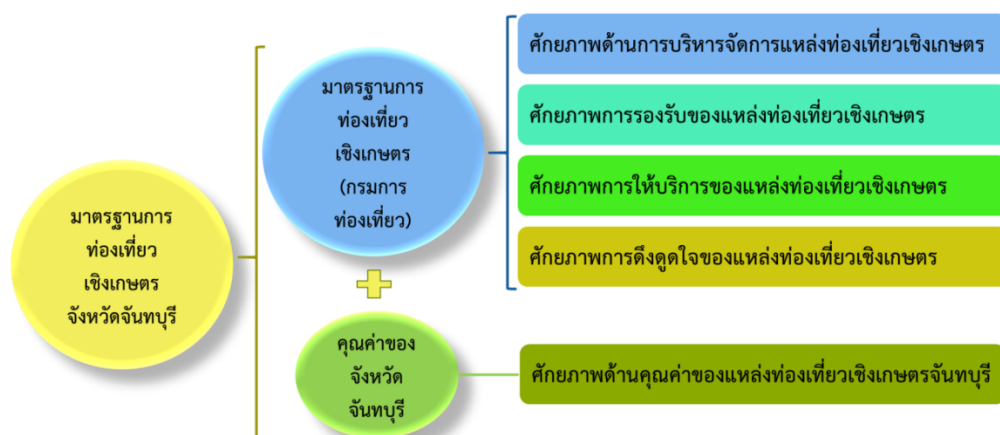
- **การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว** เพื่อเป็นการตรวจสอบความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว การมีระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับธุรกิจบริการ แต่ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังไม่มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เป็นเพียงการติดตามให้บริการจากสมุดเยี่ยมชม คำติชมของนักท่องเที่ยวขณะเที่ยวชม และผ่านการแสดงความคิดเห็นในสื่อออนไลน์ ช่องทางต่างๆ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เท่านั้น ดังนั้นควรหาวิธีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อจะได้นำผลความพึงพอใจนั้นไปปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น เช่น ก่อนเดินทางกลับให้นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจ การให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นหรือข้อควรปรับปรุงแก้ไขในสมุดเยี่ยมชม การปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือการให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจด้วยการให้คะแนน เช่น การตอบแบบประเมินความพึงพอใจ หรือใช้วิธีการประเมินแบบง่ายๆ เช่น โดยใช้วิธีนับคะแนนจากลูกบอลที่กำหนดระดับคะแนนไว้ เป็นต้น

- **การบริการหลังการขาย** การให้บริการหลังการขายหรือการติดตามผลนี้ เป็นการสร้างฐานนักท่องเที่ยวและเครือข่ายของลูกค้า เนื่องจากการให้บริการหลังการขายจะเป็นการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบการให้บริการหลังการขายที่หลากหลาย เช่น การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลาพิเศษ การส่งข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการบริการหลังการขาย โดยการสอบถามความคิดเห็นและพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่เข้ามาใช้บริการในสวน เพื่อที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะได้ นำข้อมูล ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวไปปรับปรุงการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่อไป ในกรณีที่นักท่องเที่ยวซื้อผลไม้หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอาจมีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาที่สามารถรับประทานได้ วิธีการรับประทานมังคุด วิธีการแกะสละ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีการจัดทำสติกเกอร์ที่ระบุระยะเวลาที่สามารถรับประทานผลไม้ได้ติดตรงตัวของทุเรียนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว หากผลไม้ที่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไปมีปัญหาคุณภาพไม่ดี หรือเน่าเสีย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการแสดงความรับผิดชอบ โดย การส่งผลไม้ไปให้นักท่องเที่ยวเพื่อชดเชยผลไม้ที่

มีปัญหา การโอนเงินคืนนักท่องเที่ยว การให้ผลไม้ตอบแทนเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวชมสวนในโอกาสต่อไป เป็นต้น

#### 4.4.2 กิจกรรมสนับสนุน

1) **การจัดหา (Procurement)** เป็นกิจกรรมการจัดหาจัดเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งในส่วนของการเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการ การเตรียมความพร้อมในด้านการรองรับ การเตรียมความพร้อมในด้านการให้บริการ การเตรียมความพร้อมในการจัดการส่งคืนนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และเพื่อเป็นการสร้างคุณค่าของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และเพื่อให้การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีให้มีคุณค่าแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อื่นๆ ควรค่าแก่การเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวต่อไป โดยการนำคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี 6 ด้าน ได้แก่ ปอดตะวันออก เมืองผลไม้ ความหลากหลายทางธรรมชาติ ความเป็นกันเอง เรื่องราว/ความเป็นมา และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ของจังหวัดจันทบุรี มาสร้างเป็นมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี ในการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2560 ณ ห้องประชุมแก้ววิทยากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ข้อเสนอจากการประชุมระดมความคิดเห็นมีการเพิ่มองค์ประกอบที่ 5 ศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพิ่มขึ้นจากมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มีการประเมิน เพียง 4 ด้าน คือ 1. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 5). ศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ดังแสดงในภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

**2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology)** กิจกรรมที่จะช่วยสร้างและเพิ่มคุณค่าให้เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่มีความสำคัญและถือว่ามีความจำเป็นมากที่สุดกิจกรรมหนึ่งในยุคปัจจุบัน กล่าวคือ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ ให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนมากที่สุด เน้นการนำนวัตกรรมการสื่อสารมาใช้เพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น พัฒนาระบบการจองจัดหาระบบข้อมูลของผลผลิต ข้อมูลนักท่องเที่ยว ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และควรพัฒนาเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวของตนอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการนำเอาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ เช่น ภูมิปัญญาในการผลิต การดูแลผลผลิต การแปรรูป ฯลฯ มาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนากระบวนทัศน์เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้โดยภาพรวม ให้สามารถสืบค้นเข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลและรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างละเอียด ข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นปัจจุบัน หน้าเว็บเพจมีความสวยงาม สามารถถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการต่อเชื่อมเว็บไซต์ที่มีประโยชน์ เช่น แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง หน่วยงานที่นักท่องเที่ยวอาจจำเป็นต้องติดต่อ เป็นต้น หรือในอนาคตอาจพัฒนาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีเข้ากับกระบวนทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทุกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเป็นการการหลอมรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีเข้าไว้ด้วยกัน ผู้วิจัยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากยุทธศาสตร์ของจังหวัดจันทบุรี ประจำปีงบประมาณ 2561 เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมสนับสนุนของห่วงโซ่คุณค่า เมื่อแอปพลิเคชันได้รับการพัฒนาจนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้แล้ว ควรมีการกำหนดหน้าที่ให้ผู้ดูแลเว็บไซต์เพื่อการอัปเดตข้อมูลที่เป็นปัจจุบันให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและตอบคำถามกับนักท่องเที่ยว

**3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)** บุคลากรเป็นผู้ทำหน้าที่ในการวางแผน จัดเตรียม นำเสนอข้อมูล นำชม และทำหน้าที่ในการให้บริการ ดังนั้น การพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพของบุคลากรให้มีความรู้ มีทักษะเพิ่มขึ้น โดยการอบรม การศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ให้สามารถนำมาปรับใช้กับการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบัน มีการจัดการแบบระบบครอบครัวหรือเครือญาติ ซึ่งทุกคนในครอบครัวจะมีหน้าที่แตกต่างกันไปตามความสามารถ เช่น ฝ่ายประสานงาน ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายนำชม ฝ่ายบริการปลูกผลไม้ ฝ่ายขาย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมีประมาณ 4-5 คน ในการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าน้อยมากไม่เพียงพอต่อการให้บริการ จึงทำให้บุคลากรแต่ละคนอาจทำงานหลายหน้าที่พร้อมๆ กัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการ

ด้านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดสรรให้เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว มีการคัดเลือกโดยยึดความถนัดที่เหมาะสมกับหน้าที่งานเป็นหลัก มีการประเมินการทำงานและพัฒนาทักษะต่างๆ ให้ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น อบรมทักษะภาษาอังกฤษและภาษาประเทศเพื่อนบ้าน อบรมทักษะด้านเทคโนโลยี อบรมทักษะการนำเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเน้นองค์ความรู้ทางการเกษตร เกียรติความรู้ต่างๆ และอบรมบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

4) **โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)** เป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วย ปัจจัยและระบบสนับสนุน (Support System) การดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้กิจกรรมหลักดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับกิจกรรมเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ การสร้างระบบบัญชีของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงสร้างพื้นฐาน การจัดเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นต้น

- **ระบบการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงิน** การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รับกำไร แต่จากการศึกษาพบว่าที่ผ่านมาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีมุมมองว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยาก ซับซ้อน ต้องใช้เวลา จึงไม่เห็นความสำคัญของการจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี ทำให้ไม่ทราบถึงรายรับ รายจ่ายที่แท้จริงจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจากการศึกษาผู้วิจัยได้ออกแบบจัดทำระบบบัญชีเพื่อใช้สำหรับการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และช่วยเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการบริหารจัดการทางการเงินให้ทราบถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยจัดทำระบบบัญชีอย่างง่ายให้เหมาะสมกับการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีสามารถนำไปใช้ในการบันทึกรายการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ส่งผลต่อการดำเนินกิจการของแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

- **โครงสร้างพื้นฐาน** เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ระบบไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต สัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่เป็นปัจจัยที่แหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถจัดการได้เพียงลำพัง ต้องมีการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มาดำเนินการ

- **การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น** จันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ทะเล น้ำตก สวนผลไม้ โครงการพระราชดำริ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ชุมชน รวมถึงแหล่งอัญมณีที่มีชื่อเสียง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ เป็นเพียงหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจันทบุรี หากมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ของจันทบุรี จะทำให้เส้นทางท่องเที่ยวของจันทบุรีมีความน่าสนใจมากขึ้น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมือนมาจันทบุรีที่เดียวสามารถเที่ยวได้ทั้งประเทศ อาทิเช่น การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวนผลไม้ในเขตอำเภอท่าใหม่ กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น

o นักท่องเที่ยวที่มีความชอบในการชมพิพิธภัณฑ์ สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ได้ที่ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ เส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนอ่าวคุ้งกระเบน ในพื้นที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพนาณีนาวี ในพื้นที่ค่ายเนินวง วังสวนบ้านแก้ว พิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

o นักท่องเที่ยวที่มีความชอบในการท่องเที่ยวชายทะเล สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวชายหาดเจ้าหลาว ชายหาดแหลมเสด็จ ชายหาดคุ้งวิมาน เนินนางพญา โดยขับรถไปตามเส้นทางถนนบูรพาชลทิศ

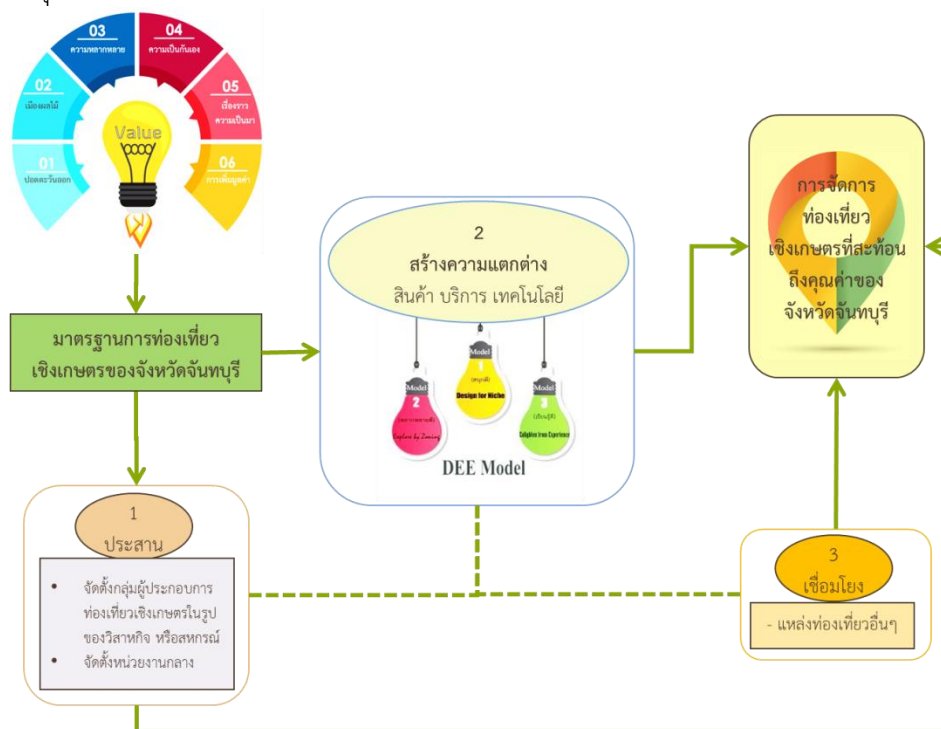
○ นักท่องเที่ยวที่มีความชอบในการเที่ยวสถานที่สำคัญทางศาสนา สามารถเดินทางไปยังสถานที่สำคัญทางศาสนาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาแวะ ได้แก่ วัดเขาสุกิม รอยพระพุทธรูปบาทเขาศิขณภูมิหรือรอยพระพุทธรูปบาทพลวง วัดไผ่ล้อม โบสถ์วัดพระแม่ปฐนิสนธิ์นิรมล เป็นต้น

○ นักท่องเที่ยวที่มีความชอบในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถเดินทางไปท่องเที่ยว สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ ในพื้นที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ศูนย์พัฒนาไม้ผลตามพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี (สวนพ่อ) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดจันทบุรี (ศูนย์ผึ้ง) ฟาร์มหอยนางรมป่าหูลุยส์ลุ่ม

○ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักค้างคืนได้ทั้งที่พักบริเวณริมทะเล หรือที่พักในตัวเมืองที่มีให้บริการอยู่อย่างมากมาย

#### 4.5 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นเหนือกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ สามารถสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ภายใต้อักษรย่อ “ABC DEE Model” (Agro-tourism Bright Chantaburi ‘s DEE Model) เพื่อส่งมอบคุณค่า(Value) ที่เกินความคาดหมายให้กับนักท่องเที่ยว นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย การประสาน ความแตกต่าง และการเชื่อมโยง ภายใต้อาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี (ภาพที่ 4.8) โดยมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 4.8 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี (ABC DEE Model)  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

**4.4.1 ขั้นที่ 1 การประสาน (Coordinate)** ประสานและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบรรลุเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ

**1) จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร** ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ร่วมกันจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่มีรูปแบบการรวมกลุ่มเป็นนิติบุคคลที่มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีกฎหมายรองรับ ในรูปแบบ กลุ่มวิสาหกิจ หรือ สหกรณ์ เพื่อให้สามารถได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ และทำให้เกิดเครือข่ายในด้านผลผลิต องค์ความรู้ และส่งต่อนักท่องเที่ยว

**2) จัดตั้งหน่วยงานกลาง** ประสานหน่วยงานต่างๆ เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อร่วมกันกำหนด/จัดตั้งหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดประชุมเพื่อร่วมกันวางแผนและกำหนดแนวทางในการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อาทิ การอบรมผู้นำชม การอบรมการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร การอบรมการใช้สื่อออนไลน์ การอบรมเรื่องการบริหารจัดการ ฯลฯ การพัฒนาปรับปรุงสาธารณูปโภคเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อาทิ ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ที่จอดรถ ฯลฯ การพัฒนาและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว เป็นต้น และประสานงานเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีโดยมีการดำเนินงานให้การสนับสนุนตามภาระกิจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน เช่น

- สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี หรือ สมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี หรือชมรมผู้ประกอบการสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรม หรืออำนวยความสะดวก เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

- สำนักงานเกษตรจังหวัด หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นศูนย์รวมในการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีในช่วงฤดูผลไม้ในเส้นทางที่เข้าสู่จังหวัดจันทบุรี โดยเฉพาะเส้นทางที่มาจากกรุงเทพและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี พัฒนาและจัดทำแอปพลิเคชัน (Application) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

- สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ส่งเสริมและจัดนิทรรศการ การอบรมเพื่อยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น

- จังหวัด กรมทางหลวง หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดทำป้ายบอก  
เส้นทางการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว และปรับปรุงเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับ  
นักท่องเที่ยว

**4.4.2 ขั้นที่ 2 สร้างความแตกต่าง (Differentiate)** จากการวิเคราะห์กิจกรรมหลัก  
(Primary Activity) ของห่วงโซ่คุณค่าการสร้างและการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเกิด  
การรับรู้ถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
อื่น โดยมีแนวทางการพัฒนาจากการสร้างเรื่องราว (Story) และจัดกิจกรรม (Activity) ภายใต้ต้นแบบการ  
จัดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 รูปแบบ ตาม DEE Model ได้แก่ สนุกดีโมเดล (Design for Niche)  
หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning) และ เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience) ให้มี  
ความแตกต่างจากองค์ประกอบดังต่อไปนี้

**1) สินค้า** การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าที่ยังคงเน้นความดั้งเดิมและเอกลักษณ์ของ  
จังหวัดจันทบุรี ควรดำเนินการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตตามแนวทางดังต่อไปนี้

- เน้นความเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่หลากหลายมีรสชาติดี มีคุณภาพ ซึ่ง  
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความใส่ใจตั้งแต่การคัดสรรผลผลิต จนถึงมือของผู้บริโภค และมีการ  
สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคโดยการติดสติ๊กเกอร์ที่ระบุแหล่งที่มาของผลผลิต วันเดือนปีที่พร้อม  
รับประทาน และควรกำหนดราคาที่บ่งบอกถึงความเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง (Premium) เหมาะสมกับ  
คุณภาพของผลไม้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในด้านความเป็นเมืองผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี

- เป็นผลผลิตที่ผลิตโดยเกษตรกรมืออาชีพ ที่เปี่ยมไปด้วยประสบการณ์ในการผลิต  
ผลไม้คุณภาพที่มีวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญากันจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อ  
สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในด้านเรื่องราว ความเป็นมา

- แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเกษตรแบบ มีการปลูกผลไม้หลากหลายชนิด เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ ฯลฯ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี อีกทั้งในปัจจุบันเกษตรกรมีความนิยมในการทำการเกษตรแบบอินทรีย์มากขึ้น ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตได้ปราศจากสารพิษผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย  
ผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จึงเป็นไปตามมาตรฐาน เป็นแหล่งผลิตผลไม้ปลอดสารพิษ เพื่อ  
สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในด้านความเป็นปอดตะวันออก และด้านความหลากหลาย

**2) บริการ** สิ่งสะท้อนอัตลักษณ์วิถีชีวิตในแบบของชาวจันทบุรี สร้างกิจกรรมที่สร้าง  
ประสบการณ์แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว และมีการให้บริการที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ได้แก่

- ให้บริการโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความรู้และประสบการณ์ใน  
การทำการเกษตร มีความพร้อมที่จะถ่ายทอดเรื่องราว (Story) ความเป็นมา ให้ความรู้ บอกเล่า  
ประสบการณ์หรือตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว ที่ให้บริการด้วยตนเองตั้งแต่การต้อนรับ การนำชม การ  
บรรยายถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา และชี้ให้เห็นว่าผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีมีคุณภาพหรือมีความ  
โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจด้วยอัตลักษณ์วิถีชีวิตในแบบของ  
ชาวจันทบุรี เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัด  
จันทบุรีที่แตกต่างจากการบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งอื่นๆ เป็นการสะท้อนถึงคุณค่าในด้าน  
ความเป็นกันเอง

- มีกิจกรรม (Activity) ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรชาวสวนจันทบุรี นำภูมิปัญญาในการทำสวนผลไม้ที่เป็นจุดเด่นมานำเสนอและสร้างเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ในการลงมือปฏิบัติ เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเรียนรู้ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแนวคิดด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นกิจกรรมหมุนเวียนไปในแต่ละช่วงเวลา ทำให้สามารถจัดได้ตลอดทั้งปี และมีปฏิทินที่แสดงถึงช่วงเวลาในจัดกิจกรรมต่างๆ ทำให้เกิดความพึงพอใจและคุ้มค่ากับการเดินทางมาเที่ยวชม เป็นการสะท้อนถึงคุณค่าในด้านการเพิ่มมูลค่า

- มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ ห้องน้ำ สถานที่พักผ่อน บ้านพัก จุดถ่ายรูป WIFI พาหนะบริการนำเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ และจัดสถานที่ให้มีความเป็นสัดส่วน เช่น พื้นที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว พื้นที่กิจกรรม พื้นที่รับประทานอาหาร พื้นที่จำหน่ายผลผลิต เป็นต้น แต่ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์ของสวนผลไม้ที่มีความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด กล่าวคือจัดสถานที่ให้เกิดความสะดวก มีความสะอาด และยังคงความเอกลักษณ์ของสวนผลไม้สะท้อนถึงคุณค่าในด้านความเป็นปอดตะวันออก และด้านความเป็นเมืองผลไม้

- สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (Service Mind) อย่างสุดความสามารถด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความเป็นกันเอง ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเสมอภาคกัน มีระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีการให้บริการหลังการขายหรือการติดตามผล เช่น สอบถามความพึงพอใจการเที่ยวชมสวน ติดตามสอบถามเรื่องคุณภาพของผลไม้หากมีการซื้อกลับไป ส่งมอบผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลาพิเศษ การส่งข้อมูลข่าวสารด้วยการโทรศัพท์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เป็นการสะท้อนถึงคุณค่าด้านความเป็นกันเอง

**3) เทคโนโลยี** เพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรนำเทคโนโลยีมาใช้ ได้แก่

- การนำนวัตกรรมการสื่อสารสมัยใหม่มาใช้เพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ พัฒนาระบบการจอง จัดทำระบบข้อมูลของผลผลิต ข้อมูลนักท่องเที่ยว ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และควรพัฒนาเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวของตนอย่างต่อเนื่อง เป็นการสะท้อนถึงคุณค่าด้านความเป็นกันเอง

- การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ เช่น ภูมิปัญญาในการผลิต การดูแลผลผลิต การแปรรูป ฯลฯ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ความดั้งเดิมไว้ เป็นการสะท้อนถึงคุณค่าในด้านการเพิ่มมูลค่า

- การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในระบบการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน เป็นการสะท้อนถึงคุณค่าในด้านการเพิ่มมูลค่า

**4.4.3 ขั้นที่ 3 การเชื่อมโยง (Link)** เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดจันทบุรีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช วังสวนบ้านแก้ว ค่ายเนินวง คุกขี้ไก่ ดึกแดง เมืองเพนียด อุทยานสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เขาพลอยแหวน แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม เช่น วัดเขาสุกิม รอยพระพุทธรูปเขาฉกรรจ์หรือรอยพระพุทธรูปหลวง โบสถ์วัดพระแม่ปฏิสนธิ์นิรมล

โบสถ์โรมันคาทอลิก  
อาสนวิหารพระนางมา리아ปฏิสนธินิรมล

ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

ศาลหลักเมือง

จันทบุรี

ศูนย์พัฒนาไม้ผลตามพระราชดำริ  
จังหวัดจันทบุรี

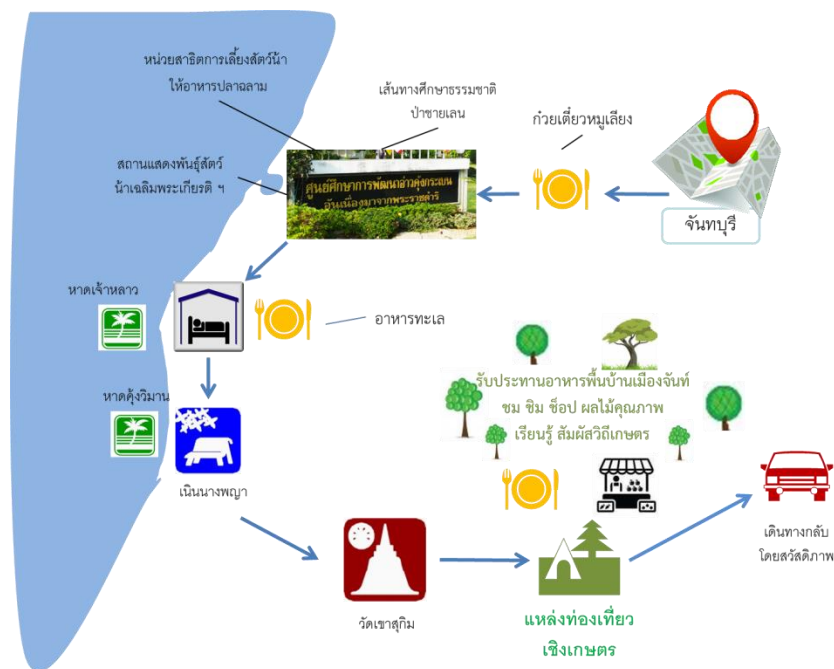
รับประทานอาหารที่บ้านเมืองจันท  
ชม ชิม ช้อป ผลไม้คุณภาพ  
เรียนรู้ สัมผัสวิถีเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ภาพที่ 4.9 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น โซนอำเภอเมือง 1 วัน  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

2) เส้นทางโชนอำเภอกำแพง (2 วัน 1 คืน) : หน่วยสาธิตการเลี้ยงสัตว์น้ำภายในอ่าว  
คุ้งกระเบน - สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ พระชนมพรรษา - ศูนย์ศึกษาการพัฒนา  
อ่าวคุ้งกระเบนฯ - ชายหาดเจ้าหลาว - หาดคุ้งวิมาน - วัดเขาสุกิม - แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัด  
จันทบุรี - ร้านของที่ระลึก (ดังแสดงในภาพที่ 4.10)



ภาพที่ 4.10 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น โชนอำเภอน่าใหม่ 2 วัน 1 คืน  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

3) เส้นทางโชนอำเภอสลิ่ง (2 วัน 1 คืน) : ศาลหลักเมืองจังหวัดจันทบุรี – ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช – วัดมังกรบุปผาราม – อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี – พุทธอุทยานวัดซากใหญ่ – ดึกแดง คุกขี้ไก่ – โอเอซิส ซีเวิลด์ - แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบางสระเก้า – อยู่ต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (ดังแสดงในภาพที่ 4.11)



ภาพที่ 4.11 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น เส้นทางอำเภอสลิ่ง 2 วัน 1 คืน  
ที่มา : (ผู้วิจัย, 2560)

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

แผนงานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 2) ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี 3) ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และ 4) เสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยผู้วิจัยมีการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารทางราชการ สิ่งพิมพ์ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาต่าง ๆ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key-informant) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จัดเวทีประชุมกลุ่มย่อย/ การระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเกี่ยวข้องกับการพัฒนายุทธศาสตร์จังหวัดจันทบุรี ฯลฯ รวมทั้งได้นำเอาผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ในบทนี้ขอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1.1. ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

###### 1.1.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์โดยใช้หลัก 6Ws 1H พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมารับประทานผลไม้ เนื่องจากภาพลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองแห่งผลไม้ ผลไม้มีคุณภาพ รสชาติอร่อย ประกอบกับจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากสื่อออนไลน์ และการบอกต่อจากคนรู้จัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ผู้ที่ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ โดยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาจากเส้นทางของ

โปรแกรมนำเที่ยวที่บริษัทจัดขึ้นเป็นหลัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางส่วนกำหนดโดยหน่วยงาน และบางส่วนให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้เสนอแนะ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาในช่วงฤดูผลไม้ เพื่อรับประทานผลไม้ เทียวชมสวนของเกษตรกร และซื้อผลผลิต โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเลย มีบางส่วนที่ติดต่ोजองล่วงหน้ากับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะเพื่อท่องเที่ยว/ศึกษาดูงาน จะทำการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวและจองล่วงหน้า โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและมีการศึกษาข้อมูลมาก่อนล่วงหน้า

### 1.1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในมุมมองของผู้บริโภค แบบ 4C's โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (Expected Value) และคุณค่าการรับรู้ (Perceived Value) พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 นั้นหมายถึง นักท่องเที่ยวยังไม่มี ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากมีคุณค่าที่รับรู้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ส่วนด้านความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพและมีปริมาณที่เพียงพอ รวมทั้งมีกิจกรรมที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ และความสนุกสนาน อีกทั้งยังมีเส้นทาง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังต้องการให้ตั้งราคาผลผลิตต่ำกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดีเป็นธรรมชาติ สะอาด มีจุดจำหน่ายผลผลิต และมีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ และด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

และจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจ และสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีมีจุดเด่นคือ ผลผลิตมีคุณภาพ การให้บริการด้วยความเป็นกันเอง และการให้ความรู้ของผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ ความสะอาด และความปลอดภัย และมีจุดด้อย คือ ผลผลิตไม่เพียงพอ ไม่หลากหลาย ไม่มีความแตกต่างจากที่อื่น ราคาสูง ที่จอดรถไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน นั่นคือในมุมมองของนักท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีศักยภาพ หลายด้านที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีอีกหลายด้านที่นักท่องเที่ยวยังไม่ประทับใจ

### 1.1.3 ข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

สำหรับข้อเสนอแนะทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4P's) จากการส่งเสริมจุดเด่น แก้ไขจุดด้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรเน้นการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จำแนกแหล่งท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งที่มีผลผลิตในลักษณะเดียวกัน เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จัดกิจกรรมให้สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ยกกระดับผลผลิตเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การขายจากเดิมที่เน้นปริมาณมาเป็นการนำเสนอขายคุณค่า (Value) ให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิต

ที่ผลิตได้ ด้านราคา (Price) ไม่ควรกำหนดราคาแบบรายหัว อาจปรับเปลี่ยนเป็นการกำหนดราคาแบบเหมา (Package) กำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า ชี้แจงและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวเรื่องราคา ผลผลิต กำหนดราคาให้ชัดเจน ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย (Place) ควรมีการติดต่อ และติดตาม นักท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการติดต่อกับนักท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน จัดสถานที่ให้เหมาะสมและเป็นสัดส่วน จัดเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอและเหมาะสม และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว พัฒนาและจัดทำสื่อที่สร้างความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรประสานความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวที่มีชื่อเสียง หรือบริษัทชั้นนำในระดับประเทศ

## 1.2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ในระดับดี ซึ่งผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์ ตามองค์ประกอบมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนี้

### 1.2.1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) มีการบริหารจัดการโดยชาวสวน โดยมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่ต้อนรับ ดูแล นำชม บรรยายถ่ายทอดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการที่ชัดเจน

2) มีการใช้ทรัพยากรที่มีคุณภาพภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเที่ยวชมสวน รับประทานผลไม้สดๆ ทดลองปฏิบัติ และเลือกซื้อสินค้าจากในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีกิจกรรมเสริมที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่อื่นๆ เพื่อใช้เป็นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยว

3) มีแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความยั่งยืน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมเรียนรู้ทางการเกษตรที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และความสนุกสนาน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการกลับมาเที่ยวซ้ำ

4) มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ประสานความร่วมมือกันของคนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และด้านอื่นๆ แต่ยังเป็นการสร้างเครือข่ายที่ขาดความต่อเนื่อง

5) มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทั้งของสดและสินค้าแปรรูป คอยให้บริการนักท่องเที่ยว

### 1.2.2 ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และสะดวก สามารถเข้าถึงได้ตลอด

ทั้งปี

2) มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำ โทรศัพท์ ห้องน้ำ ที่จอดรถ อินเทอร์เน็ต แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีไม่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องห้องน้ำสำหรับคนพิการและคนชรา บางแห่งยังไม่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ทำให้เกิดปัญหาในการใช้ระบบ จีพีเอส ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

3) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพียง 2-3 แห่งที่ให้บริการที่พักภายในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่มีบริการที่พักให้กับนักท่องเที่ยว แต่สามารถแนะนำที่พักบริเวณใกล้เคียงให้นักท่องเที่ยวได้

4) ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรและคนในครอบครัว เป็นผู้ให้บริการภายในสวนเองหากนักท่องเที่ยวมาพร้อมกันเป็นจำนวนมาก จะทำให้บุคลากรที่ให้บริการในสวนมีไม่เพียงพอ

5) มีการให้บริการอาหารภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องติดต่อสั่งจองมาล่วงหน้า โดยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการจัดอาหารท้องถิ่นไว้เป็นบริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวหมูเลี้ยง

6) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งไม่มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลให้บริการนักท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง ควรมีการชี้แจงกติกาก่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ โดยเฉพาะการโทรจองล่วงหน้าและมัดจำก่อนทุกครั้ง

### 1.2.3 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้นำชมด้วยตนเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีเกษตรภายในสวน แต่หากมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจะทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

2) มีการให้บริการรับประทานผลไม้ภายในสวน โดยมีรูปแบบการให้บริการเป็นแบบบุฟเฟต์ หรือรูปแบบการเลือกซื้อผลไม้ที่มีเตรียมไว้จำหน่าย การให้บริการแบบบุฟเฟต์จะมีการกำหนดราคาค่าบริการไว้ประมาณ 300 บาทต่อคน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการกำหนดราคาไม่เท่ากัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องโทรสอบถามข้อมูล ทำการจอง และมัดจำล่วงหน้า

3) แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งนอกจากบริการผลไม้แล้วยังมีบริการเสริมอื่นๆ เช่น ที่พัก อาหาร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

4) มีการให้บริการพาหนะนำชม เช่น รถราง รถจักรยาน รถกระบะ หรือบางแห่งมีม้าให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองขี่ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ขนาดเล็กจะใช้วิธีการเดินนำชมเท่านั้น

5) ผู้นำชมยังขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ตลอดจนขาดความรู้ด้านหลักการนำเที่ยว

### 1.2.4 ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะ มีความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรม

2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรี มีความเป็นธรรมชาติและความสะดวกกลมกลืนกับธรรมชาติ อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทอื่น และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นของจังหวัดจันทบุรีได้

### 1.3. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็น (Brain Storming) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) สามารถอธิบายรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ได้ดังนี้

การบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว และ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบหุ้นส่วนสามส่วนหรือคณะบุคคลที่มีโชตินิบุคคล ซึ่งจากการพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันพบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และหลักการมัคคุเทศก์ที่ดี ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายไปยังแหล่งรับซื้อ และอีกส่วนหนึ่งจะขายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสวน โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งก็มีการประชาสัมพันธ์ของตนเอง และด้านการเงิน พบว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่มีการจัดทำและจัดเก็บเอกสารประกอบการลงบัญชี ไม่มีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชี จะเป็นเพียงการจดบันทึกง่ายๆด้วยมือ ลงในสมุดเกี่ยวกับรายการรายรับ-รายจ่ายที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นรูปแบบ

ในส่วนของการระบบการจัดเก็บและการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีมุมมองว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากต้องใช้เวลานานในการดำเนินการ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังเห็นว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องสำคัญและมีความต้องการวิธีการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินที่เป็นระบบบัญชีแบบง่ายๆ เพื่อนำมาใช้จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินของธุรกิจอย่างครบถ้วนถูกต้องตามหลักการบัญชีเพื่อจะทำให้ทราบผลการดำเนินงานของธุรกิจว่ามีผลกำไรหรือขาดทุนที่แท้จริง รวมทั้งทราบว่า การดำเนินธุรกิจมีความคุ้มค่ากับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ลงทุนหรือไม่ และควรทำธุรกิจต่อไปหรือเลิกทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและออกแบบระบบบัญชีให้เหมาะสมกับการนำไปใช้งานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง

และเมื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาสามารถแยกรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีได้เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม 2) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง) และ 3) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร

### 1.4. การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาจากทั้ง 3 โครงการย่อย ประกอบด้วย 1) การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี 2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี และ

3) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการระดมความคิดเห็น (Brain Storming) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) เพื่อกำหนดแนวทางหรือนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เริ่มจากการค้นหาคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย คุณค่า (Value) 6 ด้าน ได้แก่ ปอดตะวันออก เมืองผลไม้ ความหลากหลาย ความเป็นกันเอง เรื่องราว ความเป็นมา และการเพิ่มมูลค่า จากนั้นทำการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างสิ่งที่เป็นคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นเหนือกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จากการวิเคราะห์กิจกรรมหลัก (Primary Activity) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ดังนี้

#### 1.4.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activity) ประกอบด้วย

1) **การจัดเตรียมวัตถุดิบ** (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมในการจัดเตรียมผลผลิตทางการเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว จัดเตรียมพื้นที่สวนให้มีความพร้อม และจัดบุคลากรที่ทำหน้าที่ต่างๆ เพื่อไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาชม สัมผัส และเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวภายในสวนผลไม้ รวมทั้งการจัดเตรียมผลไม้ตามฤดูกาลไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อหรือรับประทานภายในสวน ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องจัดเตรียมวัตถุดิบได้แก่

- **การคัดสรรผลผลิต** เพื่อคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และมีปริมาณเพียงพอที่จะรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

- **กิจกรรมการท่องเที่ยว** จัดเตรียมกิจกรรมให้สอดคล้องกับวิธีการทำการเกษตรที่เกิดขึ้นหมุนเวียนกันตามช่วงเวลาต่างๆ ตลอดทั้งฤดูกาลผลิต ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วม ได้รับความเพลิดเพลิน ได้รับความรู้และประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

- **สถานที่** เพื่อจัดเตรียมพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นสัดส่วน สะดวกสบาย สะอาด และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสวนผลไม้ให้คงไว้ให้มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด

- **การคัดสรรบุคลากร** คัดสรรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำการเกษตร สามารถถ่ายทอดเรื่องราว ให้ความรู้ หรือตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยวได้ เป็นคนที่มีจิตบริการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และมีอัธยาศัยที่ดี เสมือนกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้ให้บริการด้วยตนเอง

2) **การจัดการแหล่งท่องเที่ยว** (Operations) เป็นกิจกรรมในการเตรียมความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีที่สอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละพื้นที่ และสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ และสะท้อนถึงคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ที่มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งอื่นๆ โดยมีแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีการจัดการตาม DEE Model ดังนี้

- สนุกดีโมเดล (Design for Niche) เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มครอบครัว โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเรียนรู้ และสนุกสนานไปกับกิจกรรมที่จัดขึ้น

- หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning) เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (การจัดโซนนิ่ง) มีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ โดยการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนในการทำกิจกรรมต่างๆ มีการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นวงรอบเหมาะสมกับกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม

- เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience) เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร เน้นการถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาและประสบการณ์ในการทำสวนผลไม้ พร้อมทั้งนำเสนอจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นๆ ได้แก่ ความเป็นมา เรื่องราว ความโดดเด่นของผลผลิตภายในสวน ภูมิปัญญาในการทำสวนผลไม้ เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยว ตามความเหมาะสมไม่ทำลายเอกลักษณ์ความดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

**3) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว (Outbound Logistics)** เป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องเตรียมความพร้อมในกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ จัดระบบบริการให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือ มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย และรู้สึกถึงคุณค่าจากการบริการ เช่น

- การจัดทำระบบการจองล่วงหน้าเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดเตรียมวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอ และสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง

- จัดระบบและเตรียมที่จอดรถที่ปลอดภัย เหมาะสมและเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว

- มีจุดต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ใช้ในการลงทะเบียนเข้ารับบริการ อธิบายชี้แจงวิธีการ กฎระเบียบในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- มีผู้นำชมที่มีความรู้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยว
- มีการบริหารจัดการให้มีผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ
- มีการจัดเส้นทางพานำชม ที่เป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- มีจุดบริการนักท่องเที่ยว ที่มีการจัดเตรียมผลไม้ไว้บริการ พร้อมทั้งจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มุมสถานที่พักผ่อนนั่งทานผลไม้ ห้องน้ำสะอาด จุดทำความสะอาดล้างมือ จุดทิ้งขยะ ป้ายสื่อความหมายต่างๆ เครื่องมือในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ให้นักท่องเที่ยว

- มีจุดจำหน่ายสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างรายได้เสริมให้กับนักท่องเที่ยว

**4) การตลาดและการขาย (Marketing & Sale)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจและเป็นที่ยอมรับให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

- ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการท่องเที่ยว ผ่านสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล รายการโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกทาง เป็นต้น

- ตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิต เนื่องจากสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีโดยส่วนใหญ่กำหนดราคาค่าบริการเป็นแบบบุฟเฟต์ผลไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่รู้ถึงคุณค่าของผลผลิต

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว เช่น ให้นักท่องเที่ยวนำตัวหรือบัตรเข้าชมไปแลกอาหาร จัดกิจกรรมกดไลค์ (Like) กดแชร์ (Share) เขียนความคิดเห็น (Comment) ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรับรางวัลหรือส่วนลดจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

**5) การบริการ (Services)** เป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ มีการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวทั้งช่วงระหว่างและหลังการท่องเที่ยว เช่น

- ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีอัธยาศัยที่ดีกับนักท่องเที่ยว คำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว

- เพิ่มช่องทางการติดต่อสำหรับการจอง/การซื้อผลผลิตผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้อย่างสะดวก

- ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการปรับปรุงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

- สร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการบริการหลังการขาย

#### 1.4.2 กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity)

**1) การจัดหา (Procurement)** เป็นกิจกรรมการจัดหาจัดเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งในส่วนของการเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการ การเตรียมความพร้อมในด้านการรองรับ การเตรียมความพร้อมในด้านการให้บริการ และการเตรียมความพร้อมในการจัดการสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ที่มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 5) ศักยภาพด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2) **การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology)** เป็นกิจกรรมที่จะช่วยสร้างและเพิ่มคุณค่าให้เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ การนำนวัตกรรมการสื่อสารมาใช้เพื่อให้มีการพัฒนาคุณภาพการบริการ นำเอาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ มาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดจันทบุรี

3) **การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)** เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อม มีความสามารถในการรองรับและให้บริการนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความสามารถในการบริหารงาน

4) **โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)** เป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วย ปัจจัยและระบบสนับสนุน (Support System) การดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้กิจกรรมหลักดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

- มีระบบการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงิน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการบริหารจัดการข้อมูลทางการเงินให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ทำให้ทราบถึงผลประกอบการของการดำเนินธุรกิจในผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง
- มีการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ระบบไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต สัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น
- จัดเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจันทบุรี

### 1.5.แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ภายใต้ชื่อ “ABC DEE Model” (Agro-tourism Bright Chantaburi ‘s DEE Model) เพื่อส่งมอบคุณค่า(Value) ที่เกินความคาดหมายให้กับนักท่องเที่ยว โดยการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จากคุณค่า (Value) ของจังหวัดจันทบุรี ที่ทุกภาคส่วนได้ร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiate) ในการจัดการท่องเที่ยว การประสาน(Coordinate) ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเชื่อมโยง (Link) กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อส่งมอบคุณค่า (Value) ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี กล่าวคือ

#### 1.5.1 การประสาน (Coordinate)

ประสานและสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการจัดตั้งกลุ่มในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจ หรือสหกรณ์ และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรี

1) จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยประสานและสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการจัดตั้งกลุ่มในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจ หรือสหกรณ์

2) ในการจัดตั้งหน่วยงานกลาง โดยการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรีเพื่อเป็นทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการจัดประชุมวางแผนและกำหนดทิศทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ และ

เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนที่ชัดเจน เช่น จัดให้มีส่วนรวมในการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี การพัฒนาและจัดทำแอปพลิเคชัน (Application) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี การส่งเสริมและจัดนิทรรศการ การอบรมเพื่อยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น การจัดทำป้ายบอกเส้นทางการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว และปรับปรุงเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และประสานงานเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีโดยมีการดำเนินงานให้การสนับสนุนตามภาระกิจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน

### 1.5.2 ความแตกต่าง (Differentiate)

เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น โดยมีแนวทางการพัฒนาตามต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร DEE Model จากการสร้างเรื่องราว (Story) และจัดกิจกรรม (Activity) ให้มีความแตกต่างจากองค์ประกอบดังต่อไปนี้

**1) สินค้า** การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าที่ยังคงเน้นความดั้งเดิมและเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี โดยเน้นความเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่หลากหลายมีรสชาติดี มีคุณภาพ เป็นผลผลิตที่ผลิตโดยเกษตรกรมืออาชีพ ปราศจากสารพิษ สามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย และควรกำหนดราคาที่สูงบ่งบอกถึงความเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง (Premium) เหมาะสมกับคุณภาพของผลไม้

**2) บริการ** สิ่งที่จะทำให้อัศวัยไมตรีที่ดีในแบบของชาวจันทบุรี สร้างกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว และมีการให้บริการที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว มีถ่ายทอดเรื่องราว (Story) ความเป็นมา ให้ความรู้ บอกเล่าประสบการณ์หรือตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำเกษตร มีการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรชาวสวนจันทบุรี นำภูมิปัญญาในการทำสวนผลไม้ที่เป็นจุดเด่นมานำเสนอ และสร้างเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ในการลงมือปฏิบัติ เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเรียนรู้ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแนวคิดด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว แต่ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์ของสวนผลไม้ที่มีความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด และมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (Service Mind) อย่างสุดความสามารถด้วยอัศวัยไมตรีที่ดี มีความเป็นกันเอง ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเสมอภาคกัน

**3) เทคโนโลยี** เพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น การประชาสัมพันธ์ พัฒนาระบบการจอง จัดทำระบบข้อมูลของผลผลิต ข้อมูลนักท่องเที่ยวให้มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน มีการใช้สื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ และใช้ในระบบการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน

### 1.5.3 การเชื่อมโยง (Link)

เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดจันทบุรีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง

ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางด้านชุมชน รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวกับ ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น

## 2. อภิปรายผล

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การตั้งเอาฐานทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น กิจกรรมทางการเกษตร ต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมรวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน มาทำการจัดการ ประยุกต์ผสมผสานเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถให้ความเพลิดเพลินใจและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยถือว่าเป็นแนวทางที่สามารถสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร และทุนทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนสังคม ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ภาคเกษตรกรรม และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น การศึกษานี้ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในโครงการย่อย ได้แก่ ความต้องการของตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมาสังเคราะห์เพื่อเสนอแนะ แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ภายใต้ชื่อ “ABC DEE Model” (Agro-tourism Bright Chantaburi ‘s DEE Model) ซึ่งเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่าง (Differentiate) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี และส่งมอบคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ที่ได้รับจากกิจกรรมต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 1 ในการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้างเอกลักษณ์ และส่งมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทยภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2558)) สอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก พ.ศ. 2557-2560 ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์รายสินค้าและส่งเสริมการตลาดและช่องทางจำหน่าย (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด (มปป.)) และสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2557 – 2560 ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร โลจิสติกส์และผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการทั้งในและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม เชื่อมโยงประเทศกลุ่มอาเซียน ซึ่งมีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เป็น “เมืองน่าอยู่” โครงการชวน ชิม ช้อป OTOP ท่องเที่ยวจันทบุรีสู่เวทีโลก โครงการเพิ่มศักยภาพการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โครงการ Farm Trip Asain โครงการ Road Show ท่องเที่ยว โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, (มปป.))

โดยคุณค่าที่ส่งมอบให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เป็นคุณค่า (Value) ที่ได้จากการระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จนได้คุณค่าของจังหวัดจันทบุรี 6 คุณค่า ประกอบด้วย ปอดตะวันออก เมืองผลไม้ ความหลากหลาย ความเป็นกันเอง เรื่องราว/ความเป็นมา การเพิ่มมูลค่า ซึ่งเป็นเอกลักษณ์หรือ

จุดเด่นของจังหวัดจันทบุรี มาใช้เป็นคุณค่าที่จะส่งมอบให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางตะ ที่ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ได้ศึกษาพบว่าหนึ่งในแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การหาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน รูปแบบเชิงเกษตรเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากคุณค่าที่ได้ผู้วิจัยนำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นเครื่องมือชนิดเดียวกับที่ อนุรักษ์ ปานสีดำ (2551) นำมาใช้ในการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าการเกษตรที่สนับสนุนโดยชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มเกษตรกร “โครงการผักประสาธใจ” อำเภอตาบึง จังหวัดสุพรรณบุรี พันทิพา มาลา, และคณะ (2555) ที่นำห่วงโซ่คุณค่ามาใช้ศึกษากระบวนการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลตำบลบ้านแพรก และชนิตา พันธุ์มณี, และอัมรินทร์ ศิริแก้ว (2557) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย

ผลการศึกษา พบว่า แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ภายใต้กรอบมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiate) ในการจัดการท่องเที่ยว การประสาน (Coordinate) ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเชื่อมโยง (Link) กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อส่งมอบคุณค่า (Value) ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

การสร้างความแตกต่าง (Differentiate) ที่เกิดจากการสร้างเรื่องราว (Story) และการจัดกิจกรรม (Activity) ภายใต้รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 รูปแบบ ได้แก่ สนุกดีโมเดล (Design for Niche) หลากหลายดีโมเดล (Explore by Zoning) และ เรียนรู้ดีโมเดล (Enlighten from Experience) ให้มีความแตกต่าง กล่าวคือ 1) สร้างความแตกต่างในเรื่องสินค้า โดยเน้นการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพ รสชาติดี และปลอดภัยกับผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่จังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับศักยภาพของจังหวัดจันทบุรีที่มีความพร้อมเป็นที่รับรู้โดยทั่วไปในเรื่องความเป็นเมืองผลไม้ที่ผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีผลไม้หลากหลายชนิดและสายพันธุ์ 2) แตกต่างในเรื่องการบริการ โดยนำเสนอการบริการสะท้อนอัตลักษณ์วิถีชีวิตในแบบของชาวจันทบุรี สร้างกิจกรรมที่สะท้อนถึงวิถีและภูมิปัญญาเพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก สะอาด คงความเป็นเอกลักษณ์ของสวนผลไม้จันทบุรี และมีการให้บริการที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีความโดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยว จากการให้บริการด้วยความเป็นกันเอง และการให้ความรู้ของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเอง จึงมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวของตนเป็นอย่างดี 3) สร้างความแตกต่างในด้านเทคโนโลยี โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ พัฒนาระบบการจอง จัดทำระบบข้อมูลของผลผลิต ข้อมูลนักท่องเที่ยวให้มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน มีการใช้การสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ และใช้ในระบบการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งจากผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ประกอบกับเรื่องการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มักจะเดินทางโดยใช้ระบบ จีพีเอส ใน

การนำทาง แต่เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมองว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีควรจะต้องปรับปรุง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมีการนำเอาเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ดังกล่าวมาใช้ในการบริการเป็นจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ให้มากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว พัฒนาและจัดทำสื่อที่สร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาควิชา ภาควิชา, และธนภฤต บุญรังษี (2557) ที่พบว่าหนึ่งในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแม่อิง จังหวัดเชียงใหม่ คือส่งเสริมการสร้างประสบการณ์เชิงพื้นที่ผ่านการสื่อสารข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ที่พบว่าหนึ่งในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืนของโครงการหลวงปางดะ ควรมุ่งเน้น การส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน รูปแบบเชิงเกษตรเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สอดคล้องกับงานวิจัยของ คมพล สุวรรณภูมิ, และคณะ (2558) ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง พบว่าองค์ประกอบหลักในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) คน/บุคลากรที่ใช้ในการต้อนรับ 2) สถานที่ที่ใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว 3) คุณภาพและความเพียงพอของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว 4) กิจกรรมและการบริการ และ 5) การสนับสนุน/ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และยังสอดคล้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ อัครวิน แสงพิกุล (2546) ได้กล่าวว่า ด้านการบริการการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม การจำหน่ายพืชผลและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต่างๆ การให้บริการนำเที่ยวหรือด้านที่พักแก่นักท่องเที่ยว (Home Stay / Farm Stay) และสอดคล้องกับ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขา เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) ที่ที่มีมาตรการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ

การประสาน (Coordinate) ประสานและสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจันทบุรี ในการพัฒนาให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิชัย คุณเจตน์ (2553) เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนรักษ์เขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี พบว่า ควรมีการเพิ่มช่องทางประสานงานบริการข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการประเมินผล และตรวจสอบผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรียังไม่มีบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบ

เกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยตรง มีลักษณะของการรวมตัวกับแบบไม่เป็นทางการในชื่อ “ชมรมผู้ประกอบการสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยว” ซึ่งไม่เป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีควรมีการรวมตัวกันเป็นนิติบุคคลที่มีผลทางกฎหมาย ในลักษณะของสหกรณ์ หรือวิสาหกิจชุมชน ดังเช่นการศึกษาต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศญี่ปุ่น ของ ราณี อีสัยกุล, และ วรรณา ศิลปะอาษา (2558) ที่พบว่า การประสบความสำเร็จเกิดจากความเข้มแข็งของชุมชนในการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นสหกรณ์ คือ สหกรณ์การเกษตรญี่ปุ่นเข้ามาร่วมกับเกษตรกรในการรับผิดชอบด้านการตลาด และระบบการประกันราคา ที่เอื้อต่อสมาชิกในแง่ของการตลาด การกระจายสินค้า นอกจากนี้มีหน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา และสถาบันการเงินเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกร โดยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนซึ่งจะมีรูปแบบใกล้เคียงกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรของไทย ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรีจะมีเพียงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษะเขายาศรีที่มีการดำเนินงานจัดตั้งจากสมาชิกในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และผ่านเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และมีการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ชื่อวิสาหกิจชุมชน โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสวน ศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งชมผลผลิตทางการเกษตรภายในกลุ่มสมาชิก แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่เอื้อต่อสมาชิกในแง่ของการตลาด การกระจายผลผลิตจึงควรนำการดำเนินงานในรูปแบบสหกรณ์ของประเทศญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้เพื่อให้การดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนเป็นไปแบบครบวงจร อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีโดยส่วนมากยังคงมีรูปแบบการจัดตั้งเป็นแบบเจ้าของคนเดียวที่มีการดำเนินงานต่างคนต่างทำในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจะต้องมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการผลักดันให้เกิดการจัดตั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้น รวมทั้งมีแนวทางการดำเนินงานเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ส่วนมากแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของทั้งภาครัฐและเอกชนรายใหญ่มีศักยภาพในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสูง แต่แหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กของเกษตรกรรายย่อยและชุมชน ส่วนใหญ่ยังขาดการนำเสนอผลผลิตที่น่าสนใจและการส่งเสริมที่ครบวงจร

การเชื่อมโยง (Link) เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งจากผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสวนผลไม้ โดยใช้เวลาในการเที่ยวชมประมาณ 1-2 ชั่วโมง จากนั้นนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดจันทบุรี เช่น ชุมชนริมน้ำจันทบูร โบสถ์พระแม่มาลี โอเอซิสซีวิลิต วัดเขาสุกิม เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงควรจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อเพิ่มทางเลือกและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้น ประกอบกับในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560 มีกลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดจันทบุรี และแผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก จึงมีโครงการที่มีลักษณะของการก่อสร้างและพัฒนาเส้นทางหลายโครงการ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าเกษตรแล้ว ยังส่งผลต่อการเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัด และประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิชัย คุณเจตน์ (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนรักษะเขายาศรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ที่พบว่า ควรมีการเพิ่มช่องทางประสานงานบริการข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการ

ท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ

##### 3.1.1 ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

จากปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี สามารถนำแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี (ABC DEE Model) เพื่อส่งมอบคุณค่า (Value) ให้กับนักท่องเที่ยว นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย “ความแตกต่าง” “การประสาน” และ “การเชื่อมโยง” ภายใต้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ดังนี้

1) **ด้านบุคลากร** แนวทางแก้ไขหรือพัฒนาด้านบุคลากร เพื่อสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

- จากปัญหาผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการมัคคุเทศก์ที่ดี ขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร ขาดทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ การแก้ไขปัญหาสามารถดำเนินการได้โดย “ประสาน” สถาบันการศึกษาเช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี ทำหน้าที่จัดหลักสูตรในการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว โดยจัดทำหลักสูตรระยะสั้นให้การอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และหลักสูตรหลักการบริการเพื่อการท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร และภาษาต่างประเทศ ให้กับผู้ประกอบการและผู้สนใจในสายอาชีพการท่องเที่ยว ตลอดจนการเปิดรับสมัครมัคคุเทศก์น้อย ซึ่งเป็นนักเรียนหรือเยาวชนในชุมชนพื้นที่นั้นเข้ามาเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การดำเนินการดังกล่าวนอกจากลดปัญหาการขาดแคลนผู้ให้บริการแล้วยังเป็นการสนับสนุนเยาวชนรักบ้านเกิดและภูมิใจในอาชีพถิ่นกำเนิดและเป็นสร้างรายได้และอาชีพให้แก่คนในชุมชนด้วย

- ปัญหาผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาสามารถดำเนินการได้การจัดทำแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสร้าง “ความแตกต่าง” ในการให้บริการด้านข้อมูลการท่องเที่ยว โดยการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ เพื่อเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถระบุประเภทผลผลิตและจำนวนของผลผลิตที่ให้บริการ รวมถึงสามารถส่งจองผลผลิตล่วงหน้าได้ โดย “ประสาน” ให้มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน โดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในปีงบประมาณ 2561

- ปัญหาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่ไม่มีการจัดโครงสร้างองค์กร หรือการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในการบริหารจัดการ การแก้ไขปัญหา

สามารถดำเนินการได้โดย จัดโครงการหรือกิจกรรมศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี (Best Practice) เพื่อเป็นการเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้มีศักยภาพในด้านการบริหารจัดการที่ดีขึ้น โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรีเป็นผู้ดำเนินการ “ประสาน”

- ปัญหาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ขาดการเข้าร่วมเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว จึงขาดโอกาสการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ มีแนวทางในการแก้ไขโดยการ “ประสาน” ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เข้าร่วมเครือข่ายและร่วมกันจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่มีรูปแบบการรวมกลุ่มเป็นนิติบุคคลที่มีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีกฎหมายรองรับ และ “ประสาน” หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง (ระยอง-จันทบุรี) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวนผลไม้จังหวัดจันทบุรี และสำนักเกษตรจังหวัดจันทบุรี ร่วมกันกำหนด/จัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดประชุมเพื่อร่วมกันวางแผนและกำหนดแนวทางในการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- ปัญหาขาดการรวบรวมองค์ความรู้ทางการเกษตร และการจัดทำฐานข้อมูล มีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการสนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้ทางการเกษตรในเรื่องต่างๆให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เช่น หนังสือ วิดีทัศน์ คู่มือ แผ่นพับ ฯลฯ เพื่อใช้ในการถ่ายทอดให้กับผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวน ให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และนำองค์ความรู้ดังกล่าวมาบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป โดย “ประสาน” มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จัดทำโครงการวิจัยเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ โดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในปีงบประมาณ 2561

## 2) ด้านผลผลิต

- ปัญหาปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอสำหรับการบริการและการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาในแต่ละครั้ง ทำให้ไม่สามารถจัดเตรียมผลผลิตได้ตรงตามความต้องการมีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการจองล่วงหน้าเพื่อให้สามารถจัดเตรียมผลผลิตไว้รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอตามศักยภาพในการรองรับได้ของแต่ละพื้นที่ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การรับจองทางไลน์ เฟสบุ๊ก โทรศัพท์ อีเมล การจัดทำระบบการจองผ่านแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาในแต่ละครั้ง และสามารถจัดเตรียมผลผลิตได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดย “ประสาน” มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเป็นผู้จัดอบรมให้ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร และพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

- ปัญหาปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอสำหรับการบริการและการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว มีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการสนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อส่งต่อนักท่องเที่ยวในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง

เกินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยมีเครือข่ายที่จัดตั้งขึ้นเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการ **ประสานงาน**

- ปัญหาผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ตามที่ต้องการ และ ชนิดของผลผลิตที่ให้บริการไม่หลากหลาย มีแนวทางแก้ไขปัญหาโดยการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และชาวสวน ผลไม้ในชุมชนใกล้เคียงที่เชื่อถือได้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ตามที่ต้องการ ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและมีปริมาณผลผลิตที่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรีเป็นผู้ “ประสาน” งานการสร้างเครือข่าย

- ปัญหาผลผลิตไม่มีจุดเด่น ไม่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้า (Brand) ของตนเอง และขาดการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร แนวทางการแก้ไขปัญหาคือทำได้โดย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องนำเสนอจุดเด่นของผลผลิตในจังหวัดจันทบุรีในเรื่องของควมมีคุณภาพ มีความปลอดภัย มีวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมตามวิถีธรรมชาติ มีความหลากหลายของสายพันธุ์ ตลอดจนนำเสนอเรื่องราว ความเป็นมา ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการเกษตร และส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์เป็นตราสินค้า (Brand) ของตนเอง พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น “แตกต่าง” จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ผลผลิต โดย “ประสาน” หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาให้ความรู้ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนำไปประยุกต์ใช้ในนำเสนอจุดเด่นและเพิ่มมูลค่าของผลผลิต

- ปัญหาไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีแนวทางในการแก้ไข ปัญหาโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนำรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีตามตัวแบบ “ดี โมเดล (DEE Model)” ไปปรับใช้ให้ตรงกับบริบทของพื้นที่ เพื่อสร้างความ “แตกต่าง” และให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และ “เชื่อมโยง” แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดจันทบุรี

### 3) ด้านการตลาด

- ปัญหาราคาของผลผลิตเป็นไปตามกลไกราคาของตลาด ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในแต่ละปี ทำให้ราคาผลผลิตในแต่ละปีแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่า ราคาผลผลิตที่จำหน่ายในสวนน่าจะมีความต่ำกว่าราคาผลผลิตที่จำหน่ายในตลาด มีแนวทางในการแก้ไขปัญหโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องสื่อสาร และทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว โดยให้ข้อมูลด้านราคาที่เป็นปัจจุบัน และชี้แจงเหตุผลที่ทำให้ราคาผลผลิตที่จำหน่ายในสวนมีความแตกต่างจากที่จำหน่ายในตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมักจะตั้งราคาทุเรียนต่อกิโลกรัมสูงกว่าราคาทุเรียนที่จำหน่ายในตลาด เพราะทุเรียนที่พร้อมรับประทานจะมีน้ำหนักเบาว่าทุเรียนในท้องตลาดที่ยังต้องรอเวลาให้สุกจึงจะรับประทานได้

- ปัญหาราคาและการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ไว้ แนวทางในการแก้ไขปัญหาคือทำได้โดย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องปรับปรุงข้อมูลข่าวสารในสื่อออนไลน์ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เช่น ราคาผลผลิต ราคาค่าบริการ เป็นต้น ตลอดจนมีการ **ประสาน** ในเครือข่ายเพื่อวางแผนร่วมกันในการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้การใช้แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรียังสร้างความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการ

ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เช่น นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบจำนวนผลผลิต ราคาผลผลิต ราคา ค่าบริการ และสามารถสั่งจองผลผลิตได้ล่วงหน้า เป็นต้น เป็นการสร้างความ “แตกต่าง” ให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี โดย “ประสาน” ให้มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีทำหน้าที่ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน และหน่วยงานกลางทำหน้าที่ “ประสาน” งาน

- ปัญหาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้ไม่มีความโดดเด่นหรือแตกต่างกัน มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยการสร้างความ “แตกต่าง” ให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี จากการนำเสนอคุณค่าของจังหวัดจันทบุรีทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ปอดตะวันออก เมืองผลไม้ ความหลากหลาย ความเป็นกันเอง เรื่องราวความเป็นมา และการเพิ่มมูลค่า เพื่อสร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีให้มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วม และสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว รวมถึงมีการจัดสถานที่ที่มีความสะดวก สะอาด และคงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี นอกจากนี้ยังมีการสร้างความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

- ปัญหาความรู้ ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งแตกต่างกัน มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดย จัดอบรมหลักสูตรระยะสั้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ให้บริการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการสื่อสาร ชี้แจง และทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ กติกาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การสร้างเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก แฟนเพจ ไลน์ เป็นต้น เพื่อสร้างโอกาสในการรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการค้นหาและติดต่อข้อมูลกับแหล่งท่องเที่ยว โดย “ประสาน” มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเป็นผู้ดำเนินการ

- ปัญหาป้ายบอกทางมีจำนวนน้อยและไม่ชัดเจน ทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ยาก แนวทางการแก้ไขปัญหาคือเสนอให้จังหวัดสนับสนุนงบประมาณในการทำป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ต้องไปขออนุญาตหน่วยงานราชการในการติดตั้งป้าย และควรเป็นป้ายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง-จันทบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวนผลไม้ จังหวัดจันทบุรี และสำนักเกษตรจังหวัดจันทบุรี ทำหน้าที่ “ประสาน” กับจังหวัดในการจัดทำป้ายบอกทาง

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งมีที่จอดรถไม่เพียงพอ และเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งมีขนาดเล็ก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยรถโดยสารขนาดใหญ่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทำได้ยาก มีแนวทางแก้ไขปัญหาโดย ผู้ประกอบการควรจัดเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว หรือ “ประสาน” กับหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล วัด โรงเรียน เป็นต้น ในการขอใช้สถานที่เพื่อเป็นที่จอดรถเพิ่มเติม ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงยาก เส้นทางคับแคบ อาจมีการประสานให้นักท่องเที่ยวจอดรถ ณ จุดบริการ และมีรถบริการรับส่งนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

#### 4) ด้านการเงิน

- ปัญหาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการจัดทำบัญชีในกิจการ ไม่มีการจัดทำเอกสารการรับเงินจากการขายหรือเมื่อมีรายได้ ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงิน มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยจัดการอบรมเพื่อสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชีเพื่อใช้จัดเก็บข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้องครบถ้วนให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนตามผลการดำเนินงานที่แท้จริงมาใช้ประกอบการวางแผน ตัดสินใจ และปรับปรุงแก้ไขพัฒนาในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดย “ประสาน” มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเป็นผู้ดำเนินการ

- ปัญหาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขาดความรู้ความเข้าใจทางบัญชี และไม่เห็นความสำคัญของการบันทึกบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชี มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการจัดทำบัญชี โดยให้มีส่วนร่วมในการออกแบบระบบบัญชีเฉพาะที่เหมาะสมกับสวนผลไม้เพื่อสามารถนำระบบบัญชีไปใช้งานได้อย่างสอดคล้องกับการดำเนินงานจริง ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการบันทึกข้อมูลและเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด โดย “ประสาน” มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเป็นผู้ดำเนินการ

- ปัญหาการได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความซ้ำซ้อนและไม่ทั่วถึง มีแนวทางแก้ไขปัญหาโดย “ประสาน” หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง (ระยอง-จันทบุรี) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวนผลไม้ จังหวัดจันทบุรี และสำนักเกษตรจังหวัดจันทบุรี จัดประชุมเพื่อหาแนวทางร่วมกันในการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

#### 3.1.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อเข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีคุณค่า(Value) แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อื่นๆ สามารถยกระดับการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการ การรองรับ การให้บริการ การจัดการสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และคุณค่าของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีดังนี้

### 1) ด้านการบริหารจัดการ มีแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ

- ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร และแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายกิจกรรม ฝ่ายบริการ ฝ่ายอำนวยความสะดวก ฝ่ายการเงิน ฝ่ายจัดเตรียม เป็นต้น ซึ่งอาจดำเนินการในรูปแบบของเอกสารหรือจัดทำเป็นแผนป้ายแผนผังองค์กร เพื่อให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายในการดำเนินงาน

- ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจัดทำป้ายแผนผังแสดงการใช้พื้นที่และเส้นทางภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาก่อนเที่ยวชม ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับ ระยะทาง จุดเด่น หรือสถานที่สำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดทำป้ายแผนผังเส้นทางที่เน้นสีสัน และรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

- ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรได้รับการอบรมวิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และจัดเตรียมชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้สำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการจัดเวรยามในการดูแลความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่อาจเกิดอุบัติเหตุระหว่างเที่ยวชม

- ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการวางแผนจัดการของเสียภายในแหล่งท่องเที่ยว และคำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเรื่องขยะ เช่น การจัดเตรียมถังขยะสำหรับทำการคัดแยกขยะ การบำบัดน้ำเสียอย่างง่ายโดยการทำ EM Ball การลดการใช้พลาสติก หันมาใช้วัสดุที่ย่อยสลายง่าย เป็นต้น

- ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรให้ความสำคัญกับเรื่องการยอมรับของคนในชุมชน และให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวโดยการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนมีรายได้ เช่น พนักงานเก็บผลไม้ พนักงานต้อนรับ พนักงานบริการ หรือเป็นผู้นำชมภายในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่สร้างผลกระทบให้ชุมชน เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับจากคนในชุมชน

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ชมรมต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เพื่อร่วมเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้เพื่อช่วยในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนวิถีเกษตรแบบดั้งเดิม เช่น กิจกรรมรำวงได้ (เน้นการปลูกพืชผักสวนครัว สมุนไพรต่างๆ) กิจกรรมต้นกล้าด้วยมือคุณ (ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือเพาะพันธุ์กล้าไม้ด้วยตนเอง) กิจกรรมธรรมชาติบริสุทธิ์ (เน้นปั่นจักรยาน /เดินชมสวน แทนการใช้รถยนต์) เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกและเสริมสร้างแนวคิการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว

- ควรวางแผนการบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการจัดทำตารางกำหนดรอบของการบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า ห้องน้ำ ถนน รวมถึงป้ายต่างๆ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

- ควรพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชน ที่เป็นเอกลักษณ์ แปลก ใหม่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น พายทุเรียน กาแฟทุเรียน ไอศกรีมทุเรียน เค้กทุเรียน เบียร์ลองกอง เบียร์มังคุด สปามังคุด ชากะวาน สบู่ผ้าฝ้ายชันโรง เป็นต้น เพื่อจำหน่ายเป็นของ

ฝากหรือของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวได้นำกลับไป และยังช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน สร้างรายได้เสริมที่เกิดจากการท่องเที่ยวได้อีกช่องทางหนึ่ง

- ควรพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งของตนเอง เช่น การสร้างเฟสบุ๊คเพื่อใช้ในการติดต่อ ชี้แจง หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับนักท่องเที่ยว

## 2) การรองรับ มีแนวทางในการพัฒนา คือ

- ควรปรับปรุงเส้นทางการเดินทางเข้าถึงและเส้นทางสัญจรภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความปลอดภัย และง่ายต่อการเข้าถึง เช่น การพัฒนาพื้นที่เส้นทางให้สะอาดไม่รกรุงรัง มีป้ายบอกทางชัดเจน และหากเส้นทางที่เป็นเส้นทางหลวงชำรุด เสียหาย ถนนมีลักษณะเป็นหลุมเป็นบ่อ ต้องรีบดำเนินการประสานแจ้งเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรีบปรับปรุงแก้ไข นอกจากนี้ควรจัดการเส้นทางสัญจรภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัย และมีป้ายบอกถึงเส้นทางเดินที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินชมเองสามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

- ควรมีการจัดระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานไว้รองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และคำนึงถึงการประหยัดพลังงาน เช่น มีระบบไฟฟ้าที่เพียงพอต่อการใช้งาน มีระบบการแยกระหว่างน้ำใช้ในครัวเรือนกับน้ำใช้บริการนักท่องเที่ยวให้เป็นสัดส่วน จัดทำป้ายเพื่อสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงการประหยัดและอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น

- ควรมีโฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ไว้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างแรม หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่พร้อมที่จะมีบริการโฮมสเตย์ ควรมีการจัดทำคู่มือแนะนำสถานที่พักใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวไว้เพื่อบริการข้อมูลเรื่องที่พักให้กับนักท่องเที่ยว

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการบริการด้านอาหาร ควรมีรายการอาหารท้องถิ่นเช่น หมูชะมวง ไก่ต้มกระวาน กว๋ายเตี้ยหมูเสียง เป็นต้น ไว้บริการนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวไม่มีบริการด้านอาหาร ควรมีข้อมูลร้านอาหารไว้คอยแนะนำนักท่องเที่ยว

- การรับนักท่องเที่ยว ควรจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าชม โดยคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และจะต้องจัดเตรียมผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว

- ควรกำหนดช่วงเวลาที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน โดยจัดทำเป็นปฏิทินการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่ทางแหล่งท่องเที่ยวจัดเตรียมไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการชมและชิมผลไม้ตามฤดูกาล สามารถท่องเที่ยวได้ระหว่างเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน กิจกรรมการผสมเกสรสละ สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี หรือกิจกรรมการบำรุงรักษา ตัดแต่งดอก สามารถท่องเที่ยวได้ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม เป็นต้น

## 3) ด้านการให้บริการ มีแนวทางในการพัฒนา คือ

- ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรเตรียมความพร้อมในด้านการให้บริการ โดยบริการนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี มีความเป็นกันเอง เช่น มีการกล่าวต้อนรับเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง แนะนำสถานที่และกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัส และบอกกฎ กติกาในการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้มีความเข้าใจถูกต้องตรงกัน และสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวนำไปบอกต่อแล้วกลับมาเที่ยวซ้ำ

- ควรจัดเตรียมผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และควรพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพ เช่น ความรู้ทางการเกษตร ความรู้ด้านภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ ที่ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาจีน และภาษากัมพูชา ทักษะในการบรรยาย เพื่ออธิบายและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

- ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีผลผลิตและผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ที่มาจากในท้องถิ่นหรือชุมชน ไว้จำหน่ายภายในแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลับไปเป็นของฝากของที่ระลึก กรณีที่แหล่งท่องเที่ยวมีที่พักหรือโฮมสเตย์ ควรมีสินค้าจำเป็นประเภทของใช้ประจำวัน สำหรับการพักผ่อน เช่น สบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ยาสระผม ไว้จำหน่ายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

- ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมที่หลากหลายที่สอดคล้องกับตัวแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (DEE Model) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เช่น การเดิน/ปั่นจักรยาน/นั่งรถชมบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยว การชมแปลงปลูกผักหรือผลไม้ต่างๆ การสาธิตวิธีการเก็บผลไม้ การให้อาหารสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม การทำน้ำหมักชีวภาพ การบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูก เป็นต้น

- ควรมีการจัดทำป้ายข้อมูลองค์ความรู้ทางการเกษตร โดยอาจจะจัดทำเป็นแผ่นป้ายหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น QR Code แสดงไว้บริเวณต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขนาดใหญ่ ที่มีพื้นที่จำนวนมาก ควรจัดเตรียมยานพาหนะไว้บริการนักท่องเที่ยวในการเข้าชมบรรยากาศหรือทำกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- ควรพัฒนาเรื่องการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยเพิ่มช่องทางการติดต่อให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากขึ้น ตอบสนองการดำเนินชีวิต (Life Style) ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ปัจจุบันที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสืบค้นและติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น เช่น โทรศัพท์ โลกออนไลน์ เฟสบุ๊ก อีเมลล์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

- ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ทางเกษตร โดยจัดเป็นสถานที่อบรมหรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ด้านเศรษฐกิจพอเพียง หรือการทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการการเรียนรู้ เป็นต้น

- ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้รองรับผู้สูงอายุ เด็ก และคนพิการ เช่น ห้องน้ำ ทางลาดเอียง สื่อสำหรับผู้พิการทางสายตา เป็นต้น

#### 4) ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ มีแนวทางในการพัฒนาคือ

- ควรมีการรวบรวมองค์ความรู้ และภูมิปัญญาต่างๆ ที่สะท้อนวิถีการเกษตรที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ของชาวจันทบุรี เช่น ภูมิปัญญาในการอนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชพื้นเมืองที่หายาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุเรียนพันธุ์ต่างๆ เพื่อถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป

- ควรจัดพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด สะดวก และปลอดภัยในการท่องเที่ยว และตกแต่งให้สถานที่ให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม คงความเป็นธรรมชาติตามแบบวิถีเกษตรดั้งเดิม อันเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม

- จัดเตรียมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ไว้คอยแนะนำแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อสร้างเส้นทางให้มีความหลากหลาย เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร กิจกรรมทางการเกษตร และบุคลากรผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวในสวน ให้มีความโดดเด่น เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเข้าร่วมการแข่งขันในเวทีการประกวดต่างๆ เพื่อใช้เป็นสิ่งกระตุ้นความรู้ความสามารถ ความมีคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้

#### 5) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จันทบุรี มีแนวทางในการพัฒนาคือ

- พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องอยู่นอกเขตอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ได้สัมผัสอากาศบริสุทธิ์ ปราศจากมลพิษ และรู้สึกปลอดภัยจากการท่องเที่ยว

- จัดพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ให้สะท้อนถึงความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ภายในพื้นที่ เช่น ลำธาร บ่อน้ำ ไม้ผลนานาชนิด เนินเขา จุดชมวิว ไม้ดอก ไม้ประดับ พืชผักสวนครัว และเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ผสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ และคงความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างคุณค่าและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม

- ควรมีการอนุรักษ์สายพันธุ์ผลไม้ดั้งเดิมไว้ เพื่อรักษาคุณค่าของการเป็นเมืองแห่งผลไม้ เช่น การปรับปรุงและขยายสายพันธุ์ไม้ให้สูญหาย การถ่ายทอดความรู้หรือภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ โดยการบรรยายให้ความรู้ ให้ลงมือปฏิบัติ หรือการจัดทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้เป็นต้น

- ควรเน้นการบริการนักท่องเที่ยวให้มีความประทับใจและพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว โดยผู้ให้บริการต้องมีอัธยาศัยไมตรี มีความเป็นกันเอง คอยดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวดุจญาติมิตร มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจและให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมเยือนตลอดไป และมีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ

- มีการถ่ายทอดเรื่องราว ความเป็นมา องค์กรความรู้และภูมิปัญญาที่สะท้อนวิถีการเกษตรที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว

- ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นของตนเอง เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ โดยนำเอาภูมิปัญญาและความโดดเด่นของทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนให้มีความหลากหลาย เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างตราสินค้าของตนเอง การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยสวยงาม จัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน เป็นต้น

#### 3.1.3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ

- ควรมีการแต่งตั้งและมอบหมายให้มีหน่วยงานกลางทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง-จันทบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวน

ผลไม้ จังหวัดจันทบุรี และสำนักเกษตรจังหวัดจันทบุรี ฯลฯ ให้มีการร่วมกันวางแผนและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาพบว่า แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนในการให้การสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีมีลักษณะการให้การสนับสนุนตามที่แต่ละหน่วยงานจะจัดขึ้น ต่างคนต่างทำ การให้การสนับสนุนบางครั้งมีความซ้ำซ้อนกัน บางครั้งการให้การสนับสนุนไม่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดความสับสนในทิศทางการพัฒนา

- การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการรวมกลุ่มกันในลักษณะที่เป็นนิติบุคคล เช่น สหกรณ์ หรือกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อให้การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นไปอย่างครบวงจร

- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำเป็นต้องมีการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามที่ได้ร่วมกันประชุมตกลงกันไว้ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบ

- ปรับเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการเป็นคู่แข่งกันมาเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ และเป็นหุ้นส่วนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เพื่อร่วมกันพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้มีความยั่งยืน

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

- 1) ควรมีศึกษาและพัฒนาต้นแบบ (Prototype) สวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอื่นๆ และมีความเหมาะสมกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี (DEE Model) เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นๆ สามารถเข้าศึกษาเรียนรู้และนำไปปรับใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตน และเกิดการขยายผลตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชั้นนำระดับประเทศ

- 2) ควรศึกษาเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ที่เกี่ยวข้องกับสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอยู่มากมาย เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้อง จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ซึ่งถือว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวในด้านของข้อมูล เรื่องราวความเป็นมาต่างๆ รวมถึงเป็นวัตถุดิบที่สามารถสร้างมูลค่าหรือเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว และนำมาถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว

- 3) ควรมีการศึกษาแนวทางและจัดการพัฒนาบุคลากรซึ่งเป็นผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความพร้อมและมีความเข้มแข็งทั้งทักษะและความรู้ในด้านการเกษตร การบริหารจัดการ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ เพื่อที่จะยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

- 4) ควรมีการศึกษาพัฒนาเทคโนโลยีที่รองรับการจัดการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของการประชาสัมพันธ์ การส่งจองการใช้บริการ การประเมินความพึงพอใจการเที่ยวชม การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ รวมไปถึงการนำสื่อมัลติมีเดียมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของการจัดการท่องเที่ยว

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว.(2559). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวภาคตะวันออก(จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด). สืบค้นออนไลน์. <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24329>. สืบค้นเมื่อ 10 ส.ค. 2559.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2541). **โครงการท่องเที่ยวเกษตร ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542**.กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นออนไลน์. [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114). สืบค้นเมื่อ 7 ส.ค. 2558.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (มปป.). **ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2559**. สืบค้นออนไลน์. <http://agrotourism.doae.go.th>. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2559.
- กอบชัย ล้อเพ็ญภพ. (2549). **ความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เกวลิน มะลิ.(2549). **ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี**. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ. (2558). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- จอมขวัญ เวียงเงิน.(2549). **ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ศูนย์วิจัยพืชสวนแพร่**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จำรัส มาศวรรณ. (2538). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของ ธ.ก.ส. สาขาโสธร**. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตติ รัชมิตรธรรมโชติ. (2552). **Value Chain : ชุมพลังแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน**. บทความพิเศษวารสาร Productivity World.
- จิรวดี ปิวัญญา. (2549). **ทัศนคติและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ**. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร และคณะ. (2551). **ความรู้และเจตคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จุฑามาศ ทะแก้วพันธ์ และคณะ. (2550) . **การจัดทำเส้นทางกรท่องเที่ยวเชิงเกษตรประจำท้องถิ่น กรณีศึกษา อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี**. คณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) ภายใต้โครงการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ชนิตา พันธุ์มณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว. (2557). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย : การประยุกต์ใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชรีณี เดชจินดา. (2530). **ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริหารกำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร**.กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ชัยวุฒิ ชัยอนันต์. (2542). การจัดการ การเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาลิสาส์ ต้นสอน. (2558). แนวทางการพัฒนาโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้า ตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2557). รูปแบบและกระบวนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. กรุงเทพมหานคร : วารสารวิชาการ Veridian E – Journal. ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม 2557).
- เดชา ไต๋สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา บ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2535). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ธนิกันต์ ประไกรวัน. 2549. การพัฒนาการจัดการสวนเกษตรสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาสวนยอ “รอยัล ทโรปาร์ค”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธีระ อินทรเรือง. 2546. ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นริศรา สอนเสาวภาคย์. (2545). การวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นที่มาของรายได้นอกภาคเกษตรกรรม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นำชัย ทนผล และคณะ. (2543). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เนตรพัฒนา ยาวีราช. (2550). การจัดการสมัยใหม่ : Modern Management. กรุงเทพฯ : บริษัททริปปี้เกิ้ลกรุ๊ป.
- ประภากร แก้ววรรณ. (2551). กรอบแนวคิดการจัดการความรู้. ใน การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. ค้นวันที่ 11 กรกฎาคม 2558 จาก <http://www.udru.ac.th/website/attachments/elearning/10/03.pdf>
- พรทิพย์ บุญทรง. (2556). การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างธุรกิจใหม่. กรุงเทพฯ : ทริปปี้เกิ้ล กรุ๊ป จำกัด.
- พันทิพา มาลา และคณะ. (2555). ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) การท่องเที่ยวเทศบาล ตำบลบ้านแพรง อำเภอบ้านแพรง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา : สถาบันอยุธยาศึกษา และมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พิมพา หิรัญกิตติ และคณะ. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพมหานคร : วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 28 ฉบับที่ 88 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2557.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. 2538. ECO-TOURISM: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 14,3 (กรกฎาคม-กันยายน):50-58
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร ภาคภูมิ ภาควิภาส และธนภฤต บุญรังสี. (2557) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ : สวนกุหลาบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาฯ เชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมศัพท์ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน.

- ราณี อีสัยกุล. (2557). **นโยบายพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว**.  
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ราณี อีสัยกุล และ วรณา ศิลปะอาษา. (2558). **นโยบายการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน**. งานวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.): กรุงเทพมหานคร.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติเมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี วันที่ 24 พฤศจิกายน 2543.
- วันทนา นิมนต์ดอน. (2552). **การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตำบลบางไผ่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี**.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารุณี เกตุสะอาด และปรณ สุวานิช.(2553). “**การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่เขตทวิพัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร**” สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม คณะสิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา จังหวัดนครปฐม.
- วิทยา สุทธิดำรง. (2550). **ความรู้โลจิสติกส์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.
- วุฒิชัย คุณเจตน์. (2553). **ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนรักษ์เขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี**. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาธุรกิจการเกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร. (2543).**การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)**. รายงานฉบับร่าง. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2544). **การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agrotourism)**.กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายบริการอุตสาหกรรมและที่ปรึกษา.
- สำนักงานค้าบริการและการลงทุนกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). **ข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน**. ค้นวันที่ 11 กรกฎาคม 2558 จาก <http://asit.kkc.rmuti.ac.th/2558/asean/.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.). (2558). **ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12**. ค้นวันที่ 11 สิงหาคม 2558 จาก [http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/P12/Book\\_Plan12.pdf](http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/P12/Book_Plan12.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2556).**ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2555-2559)**.กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (มปป.). **แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี (พ.ศ.๒๕๕๗ – ๒๕๖๐)**(ฉบับทบทวน). เอกสารอัดสำเนา.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด (มปป.). **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด (พ.ศ. ๒๕๕๗ – พ.ศ. ๒๕๖๐)**. ค้นวันที่ 11 สิงหาคม 2558 จาก <http://www.eastosm.com/tabid/967/language/th-TH/Default.aspx?PageContentID=137>

- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2541). **วิสัยทัศน์การจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ**. รายงานการฝึกอบรมหลักสูตรการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร : ส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
- อนุรักษ์ ปานสีด้า. (2551). **ห้วงโซ่คุณค่าการเกษตรที่สนับสนุนโดยชุมชนกรณีศึกษา : กลุ่มเกษตรกร “โครงการผักประสาธใจ” อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี**. กรุงเทพฯ : วารสารร่มพฤกษ์ ปีที่ 27 ฉบับที่ 1 ตุลาคม 2551-มกราคม 2552.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2546). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร :เที่ยวสวนผลไม้ไทย หนึ่งในกิจกรรม Unseen in Thailand ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย. **เศรษฐกิจ ปรัชน์**.14-16 สิงหาคม 2546
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). **Marketing Management**. 12<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River ,NJ : Prentice Hall.
- Porter, Michael E. (1985). **Competitive advantage : Creating and sustaining superior performance**. New York : Free press. Retrieved September 9, 2013

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

สัมมนาเชิงปฏิบัติการการเพิ่มทักษะเกษตรกรในการจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยววิถีเกษตร  
 โดยร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี  
 วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรม เค พี แกรนด์ จังหวัดจันทบุรี



นำเสนอผลการวิจัย

ที่ อบ ๐๐๐๘-๒๒๗๐

ศาลากลางจังหวัดจันทบุรี  
ถนนเลียบริมแม่น้ำจันทบุรี ๒๒๐๐๐

๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพิ่มทักษะเกษตรกรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
เดือน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีบุญใจ

ถึงที่ส่งมาด้วย กำหนดการสัมมนา

จำนวน ๓ ฉบับ

ด้วยจังหวัดจันทบุรี โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต ๔ ระยอง-จันทบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี วิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี และองค์กรเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี กำหนดจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพิ่มทักษะเกษตรกรในการจัดทำแผนบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปี ๒๕๖๐ ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เกษตรกรรมแปลงใหญ่ วิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวนผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี รวม ๓๒๐ คน ในวันที่ ๒๖-๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ณ โรงแรม เคที แกรนด์ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการของทุกภาคส่วนในภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ได้ร่วมกันวางแผนการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ให้มีมาตรฐาน สามารถจัดการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามศักยภาพของผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดจันทบุรี

ดังนั้น จังหวัดจันทบุรีจึงขอเรียนเชิญท่านและคณะ เข้าร่วมสัมมนาดังกล่าว ทั้งนี้ใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการนำเสนอผลการประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรีแก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้และปรับปรุงองค์การด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี รายละเอียดความสิ่งที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณ ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายท้าววิเชียร) เนื่องประชุม  
เกษตรจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน  
ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี

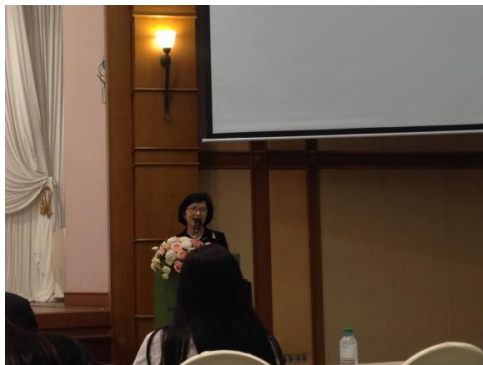
สำนักงานเกษตรจังหวัด  
กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร  
โทร ๐๙๙-๖๒๕๕๕๘ ต่อ ๑๔  
โทรสาร ๐๙๙-๖๒๕๕๕๘ ต่อ ๒๕  
e-mail: chanthaburi@doae.go.th

กำหนดการ  
สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพิ่มทักษะเกษตรกรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
วันอังคารที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐  
ณ โรงแรม เคพี แกรนด์ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี  
\*\*\*\*\*

|      |                  |                                                                                                                                                                                                                        |
|------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เวลา | ๐๘.๓๐ - ๐๙.๐๐ น. | - ลงทะเบียน                                                                                                                                                                                                            |
|      | ๐๙.๐๐ - ๑๐.๐๐ น. | - พิธีเปิดการสัมมนา<br>โดย นายวิฑูรย์ ศรีนาม ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี                                                                                                                                               |
|      | ๑๐.๐๐ - ๑๐.๔๕ น. | - กล่าวรายงานโดย นายอาชวีชัยชาญ เลี้ยงประยูร                                                                                                                                                                           |
|      | ๑๐.๔๕ - ๑๑.๐๐ น. | - บรรยายพิเศษ เรื่อง การบริหารจัดการผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี<br>โดย เกษตรจังหวัดจันทบุรี                                                                                                                                |
|      | ๑๑.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. | - พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม<br>- สรุปผลการประชุมระดมความคิดเห็นและแนวทางการบริหารจัดการ<br>การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี<br>โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย ศรีบุญโขทัย<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
|      | ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น. | - พักรับประทานอาหารกลางวัน                                                                                                                                                                                             |
|      | ๑๓.๐๐ - ๑๔.๐๐ น. | - การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามมาตรฐาน<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>โดย ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>สำนักงานภาคกลาง เขต ๕ ระยอง-จันทบุรี                          |
|      | ๑๔.๐๐ - ๑๔.๔๕ น. | - การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี<br>โดย นายเอกชัย ลิทธิโชค หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร<br>สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี                                                                       |
|      | ๑๔.๔๕ - ๑๕.๐๐ น. | - พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม                                                                                                                                                                                  |
|      | ๑๕.๐๐ - ๑๖.๓๐ น. | - สรุปผลการสัมมนาและการจัดทำแผนบริหารจัดการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมของจังหวัดจันทบุรี                                                                                                                           |

\*\*\*\*\*

การประชุมเพื่อบูรณาการงานวิจัยมุ่งเป้าด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว  
และวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)  
วันพฤหัสบดีที่ 20 เมษายน 2560 ณ โรงแรมณีนิจันท์



### เสวนาเชิงวิชาการ

เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิถีเกษตรในจังหวัดจันทบุรี”  
 ในโครงการอบรมสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรจังหวัดจันทบุรี  
 จัดโดยสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรีร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี  
 วันที่ 14 กันยายน 2560 ณ โรงแรม นิวแพรวาวิลเลจ จันทบุรี





|                   |            |
|-------------------|------------|
| คณะวิทยาการจัดการ |            |
| เลขรับที่         | 0864       |
| วันที่            | 13 ก.ย. 60 |
| เวลา              | 15.18 น.   |

ที่ จบ ๐๐๐๘/๕๐๕

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี  
สนามกีฬาจังหวัดจันทบุรี จบ ๒๕๐๐๐

๑๑ กันยายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบเชิญเข้าร่วมโครงการอบรมสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรจังหวัดจันทบุรี  
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

เรียน คณะบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ จำนวน ๓ ฉบับ  
๒. แบบตอบรับ จำนวน ๓ ฉบับ

ด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี จะดำเนินการจัดโครงการอบรมสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรจังหวัดจันทบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐ ณ โรงแรมนิวแตรเวสต์ลอดจ์ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรในจังหวัดจันทบุรีให้มีความพร้อมและมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตร ส่งเสริมให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ การยกระดับคุณภาพสินค้า และมุ่งเน้นการกระจายรายได้ให้กับเกษตรกรและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยววิถีเกษตรให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี จึงขอเรียนเชิญ อาจารย์ธงชัย ศรีบุญโขติ ร่วมเป็นวิทยากรเสวนาขอเชิญเข้าร่วมโครงการอบรมสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรจังหวัดจันทบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ พร้อมคณะ ในระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐ ณ โรงแรมนิวแตรเวสต์ลอดจ์ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดระยองโดยมอบหมายให้ นางสาวปณิตดา พานิชอิตรว เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โทรศัพท์ ๐๙ ๒๔๙๑ ๑๗๙๙ เป็นผู้ประสานงานโครงการฯ รายละเอียดดังกล่าวแนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางดวงเดือน สดแสงจันทร์)  
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรีกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว  
โทร / โทรสาร ๐-๓๙๓๙-๓๒๖๐  
E-mail : Chanthaburi@mots.go.th

**กำหนดการ**  
**“โครงการอบรมสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรจังหวัดจันทบุรี”**  
**ในวันที่ ๑๔ – ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐**  
**ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมนิวแควร์เวลลอดจ์ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี**  
**และ จังหวัดระยอง**

\*\*\*\*\*

**วันพฤหัสบดีที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๐**

- ๐๘.๐๐ น. – ๐๙.๐๐ น. ลงทะเบียน
- ๐๙.๐๐ น. – ๐๙.๑๕ น. พิธีเปิดการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตร จังหวัดจันทบุรี” โดย นางดวงเดือน สดแสงจันทร์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี
- ๐๙.๑๕ น. – ๑๐.๑๕ น. การบรรยายเรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีเกษตร”  
โดย วิทยากรจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ๑๐.๑๕ น. – ๑๐.๓๐ น. พักรับประทานอาหารว่าง
- ๑๐.๓๐ น. – ๑๒.๐๐ น. การเสวนาเชิงวิชาการ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิถีเกษตรในจังหวัดจันทบุรี” และการนำเสนอข้อมูลชุมชนที่เป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice) ของการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิถีเกษตรในจังหวัดจันทบุรี
- นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
  - ชุมชนรักษาราชายศริ อำเภอบ้านใหม่ จังหวัดจันทบุรี
  - ชุมชนบ้านบางสระเก้า อำเภอแหลมงสิงห์ จังหวัดจันทบุรี
  - วิทยากรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
  - ผู้แทนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
  - ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ปิดการประชุม
- ๑๒.๐๐ น. – ๑๓.๐๐ น. รับประทานอาหารกลางวัน

**วันศุกร์ที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐**

- ๐๙.๓๐ น. - ลงทะเบียนพร้อมกันที่จุดนัดพบ.....
- ๐๘.๐๐ น. - ออกเดินทางสู่จังหวัดระยอง
- ๐๙.๓๐ น. - ชุมชนบ้านจารุรง (มหาวิทยาลัยบ้านนอก)  
แบ่งกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นการบริหารจัดการของชุมชน
- แบ่งกลุ่มศึกษาดูงานภายในชุมชน
- ๑๒.๐๐ น. - รับประทานอาหารกลางวัน
- ๑๓.๐๐ น. - ศึกษาดูงานภายในชุมชน (ต่อ)/สรุปผลการศึกษาดูงาน
- ๑๕.๐๐ น. - อนุสาวรีย์สุนทรภู่/ตลาดบ้านเพ จังหวัดระยอง
- ๑๖.๓๐ น. - ออกเดินทางกลับจังหวัดจันทบุรี

**หมายเหตุ** กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม  
 รับประทานอาหารว่างเพิ่มเติม เวลา ๑๐.๓๐ น./ช่วงบ่าย เวลา ๑๔.๓๐ น.

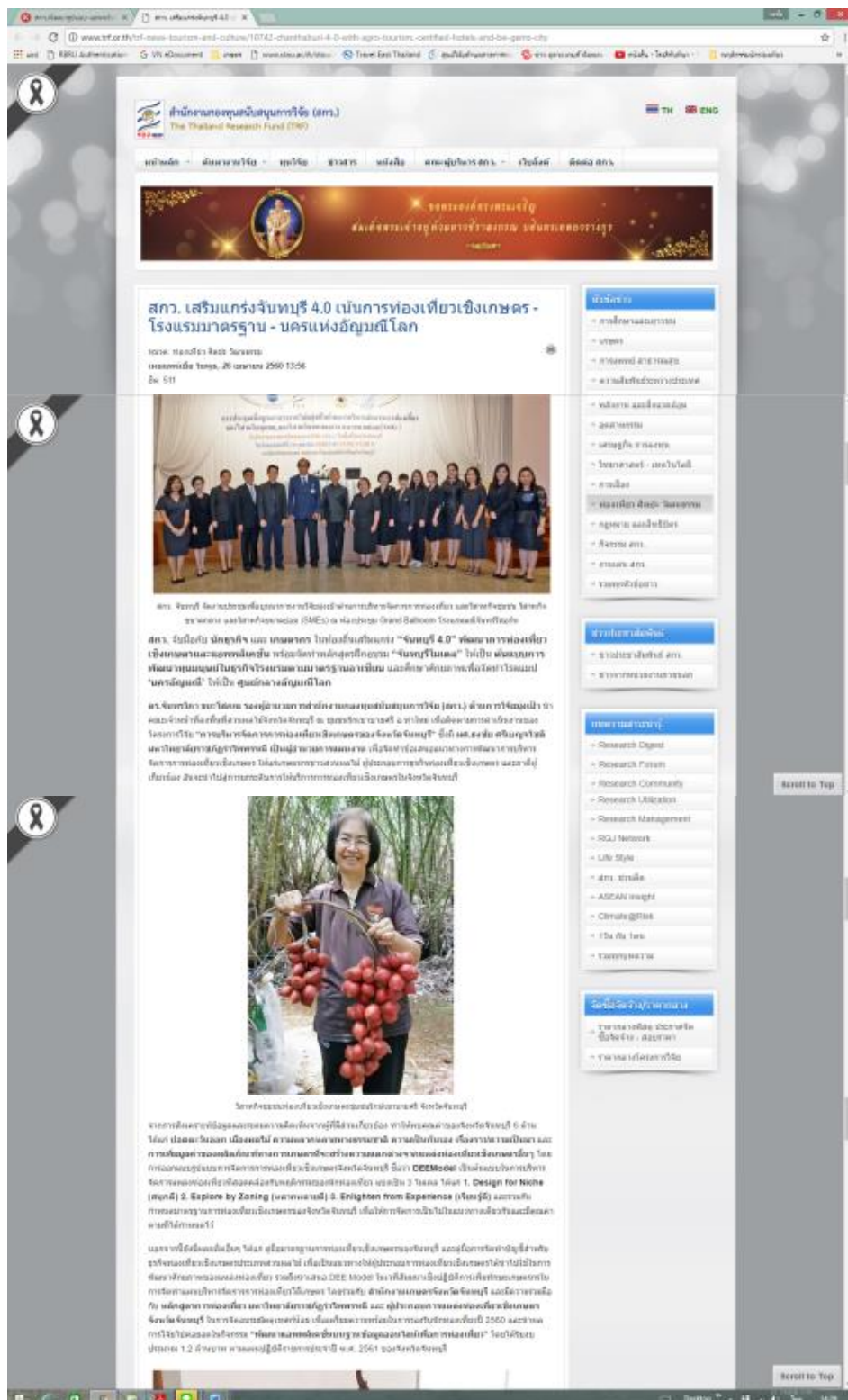
ที่มา : [http://www.kehakaset.com/newsactivities\\_details.php?view\\_item=279](http://www.kehakaset.com/newsactivities_details.php?view_item=279)

## เผยแพร่ใน กรุงเทพธุรกิจออนไลน์



ที่มา : <http://daily.bangkokbiznews.com/detail/293730>

เผยแพร่ในเว็บไซต์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



ที่มา : <http://www.trf.or.th/trf-news-tourism-and-culture/10742-chanthaburi-4-0-with-agro-tourism,-certified-hotels-and-be-gems-city>

## เผยแพร่ในเว็บไซต์ เดลินิวส์

จันทบุรี 4.0 | เดลินิวส์

← → ↻ | ปกติ | https://www.dailynews.co.th/article/571013 | RBRU Authentication | VN eDocument | เกษตร | www.stou.ac.th/stou | Travel East Thailand | ศูนย์วิจัยด้านเทคโนโลยี | ช่าง อุดม งามดี | หนึ่งสั้น - ไรต์กับเน้า - Y | พฤศจิกายน 2560

**เดลินิวส์** อ่านความจริง อ่านเดลินิวส์  
ศุกร์ที่ 26 พฤษภาคม 2560

Contact us | 🔍 | 📧 | 📱 | 📺 | 📷 | 📖

เลือกจัดหน้าของคุณ

🏠 ข่าวเดลินิวส์ 📁 สถานีเดลินิวส์ 📄 บทความ

หน้าแรก / บทความ / ไลฟ์สไตล์ / พืชพันธุ์

### จันทบุรี 4.0

มุมมองของนักวิจัยที่ระดมความเห็นของผู้เกี่ยวข้องเอะอะ เห็นคุณค่าของเมืองจันท 6 ด้าน ได้แก่ ปอดตะวันออก, เมืองผลไม้, ความหลากหลายทางธรรมชาติ,ความเป็นกันเอง,เรื่องราว ความเป็นมา, การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากที่อื่น

อาทิตย์ที่ 30 เมษายน 2560 เวลา 03.40 น.



การท่องเที่ยวเป็นตัวสร้างรายได้ในท้องถิ่นด้วยต้นทุนต่ำที่สุด ใช้สภาพแวดล้อม ธรรมชาติ วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม เป็นจุดขาย แต่ถ้าจะจัดของเก่ามาดะบัตินะไม่อวด ไม่ยอมทบทวน ไม่คิดปรับปรุง ก็คงอยู่ได้ไม่กี่น้ำ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ด้านการวิจัยมุ่งเป้ายุคใหม่ จ.จันทบุรี ติดตามงานวิจัยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัด ซึ่ง ศศ.ธชัย ศรีบุญโชติ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เป็นหัวหน้าทีม เพื่อทำข้อเสนอการพัฒนา

มุมมองของนักวิจัยที่ระดมความเห็นของผู้เกี่ยวข้องเอะอะ เห็นคุณค่าของเมืองจันท 6 ด้าน ได้แก่ ปอดตะวันออก, เมืองผลไม้, ความหลากหลายทางธรรมชาติ,ความเป็นกันเอง,เรื่องราว ความเป็นมา, การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากที่อื่น



11 SMART PHONE 50% OFF

ซื้อเลย ▶

คำสำคัญ

เที่ยวจันทบุรี จันทบุรี 4.0 ของดีเมืองจันทบุรี ยุค 4.0 เดลินิวส์

บอกต่อ : 3

f 1 t 1 g 1

ข่าวเด่นในหมวดพืชพันธุ์

เล่าเรื่องเครื่องปั้นไทย

จันทบุรี 4.0

ศาลาดิน

ดูทั้งหมด ▶▶



## ฉบับวันอาทิตย์ที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2560

จันทบุรี 4.0

4.0 อธิบายว่า จันทบุรีมีความโดดเด่นเป็นจุดเริ่มและ  
พร้อมจะเป็นจังหวัด 4.0 อยู่แล้ว ซึ่งเมืองเกษตร

ที่จะโคจรตามโลกออนไลน์มา.

ວິຣະພິນັດ ໂຕພິບຸນ  
veeraphant@dailynews.co.th

ภาคผนวก ข.

ตารางเปรียบเทียบ

วัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ

## ตารางเปรียบเทียบ

วัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ

| วัตถุประสงค์                                                         | กิจกรรมที่วางแผนไว้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | กิจกรรมที่ดำเนินการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ผลที่ได้รับ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี | <p>1. ศึกษาเอกสาร สื่อต่างๆ การสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์</p> <p>2. ศึกษาและวิเคราะห์จากข้อมูลเชิงปริมาณในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านความพึงพอใจ ด้านความต้องการ ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ โดยจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักวิจัยโครงการย่อย1</p> <p>3. วิเคราะห์จากข้อมูลส่วนเกินผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี เฉลี่ยต่อครั้ง (ACS) ผลที่ได้จากการสอบถามจากนักท่องเที่ยว</p> <p>4. วิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เกี่ยวกับการสนับสนุน นโยบาย และความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี</p> | <p>1. ดำเนินการรวบรวมและสรุปข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสาร สื่อต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จากการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักวิจัยโครงการย่อย1</p> <p>2. วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านความพึงพอใจ ด้านความต้องการ ในมุมมองของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์</p> <p>3. สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลจากส่วนเกินผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เฉลี่ยต่อครั้ง (ACS) ผลที่ได้จากการสอบถามจากนักท่องเที่ยว</p> <p>4. สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุน นโยบาย และความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี</p> | <p>1. ทราบข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ในมุมมองของนักท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์</p> <p>2. ทราบส่วนเกินผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี เฉลี่ยต่อครั้ง (ACS)</p> <p>3. ทราบสถานการณ์ปัจจุบันของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี</p> |

| วัตถุประสงค์                                                                          | กิจกรรมที่วางแผนไว้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | กิจกรรมที่ดำเนินการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ผลที่ได้รับ                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. เพื่อศึกษา<br>ศักยภาพของ<br>แหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรจังหวัด<br>จันทบุรี        | 1. ศึกษาองค์ประกอบ<br>ทรัพยากรการท่องเที่ยว จาก<br>การสำรวจแหล่งท่องเที่ยว<br>เที่ยวเชิงเกษตรประเภทสวน<br>ผลไม้ของจังหวัดจันทบุรีจัด<br>ประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้<br>ระหว่างนักวิจัยโครงการย่อย 2<br>2. ศึกษาและวิเคราะห์ ข้อมูล<br>ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรของแหล่ง<br>ท่องเที่ยวสวนผลไม้ในจังหวัด<br>จันทบุรี<br>3. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล<br>ในแนวทางการพัฒนา<br>ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร                                                         | 1. รวบรวมและสรุป<br>ข้อมูลในองค์ประกอบ<br>ทรัพยากรการท่องเที่ยว<br>จากการสำรวจแหล่ง<br>ท่องเที่ยวเที่ยวเชิงเกษตร<br>ประเภทสวนผลไม้ของ<br>จังหวัดจันทบุรี จากการ<br>จัดประชุมแลกเปลี่ยน<br>เรียนรู้ ระหว่างนักวิจัย<br>โครงการย่อย 2<br>2. สรุปและวิเคราะห์จาก<br>ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพ<br>ของแหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรในสวนผลไม้<br>จังหวัดจันทบุรี<br>3. วิเคราะห์การเสนอ<br>แนวทางการพัฒนา<br>ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตร | 1. ทราบภาพรวมของ<br>องค์ประกอบทรัพยากร<br>การท่องเที่ยว จากการ<br>สำรวจแหล่งท่องเที่ยว<br>เที่ยวเชิงเกษตรประเภท<br>สวนผลไม้ของจังหวัด<br>จันทบุรี<br>2. ทราบศักยภาพของ<br>แหล่งท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรในสวนผลไม้<br>จังหวัดจันทบุรี<br>3. ทราบแนวทางการ<br>พัฒนาศักยภาพแหล่ง<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรี |
| 3. เพื่อศึกษา<br>รูปแบบการ<br>จัดการการ<br>ท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรจังหวัด<br>จันทบุรี | 1. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ<br>รูปแบบการดำเนินธุรกิจการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดย<br>ภาพรวมของสวนผลไม้ใน<br>จังหวัดจันทบุรีจัดประชุม<br>แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่าง<br>นักวิจัยโครงการย่อย 3<br>2. ศึกษาและรวบรวมรูปแบบ<br>การบริหารจัดการและระบบ<br>บัญชีของท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรีจัดประชุม<br>แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่าง<br>นักวิจัยโครงการย่อย 3<br>3. วิเคราะห์ผลจากข้อมูลที่ได้<br>รูปแบบ (Style) การบริหาร<br>จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรี | 1. สรุปและวิเคราะห์ผล<br>ของรูปแบบการดำเนิน<br>ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรของสวนผลไม้การ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จำนวน 14 สวนและ<br>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จาก<br>การจัดประชุมแลกเปลี่ยน<br>เรียนรู้ ระหว่างนักวิจัย<br>โครงการย่อย 3<br>2. การรวบรวมและ<br>สรุปผลรูปแบบการบริหาร<br>จัดการและระบบบัญชี<br>ของท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรีจากการจัด<br>ประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้<br>ระหว่างนักวิจัยโครงการ               | 1. ทราบรูปแบบการ<br>ดำเนินธุรกิจการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ<br>สวนผลไม้<br>2. ทราบรูปแบบ<br>(Style) การบริหาร<br>จัดการท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรจังหวัดจันทบุรี<br>3. ทราบระบบบัญชี<br>ตามรูปแบบ (Style)<br>การบริหารจัดการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรีจังหวัด<br>จันทบุรี                               |

| วัตถุประสงค์                                                                                           | กิจกรรมที่วางแผนไว้                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | กิจกรรมที่ดำเนินการ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ผลที่ได้รับ                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ย่อย 3<br>3. วิเคราะห์ข้อมูลจาก<br>สรุปรูปแบบ (Style) การ<br>บริหารจัดการ และระบบ<br>บัญชีของท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตร ในสวนผลไม้ของ<br>จังหวัดจันทบุรี                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |
| 4. เพื่อเสนอแนว<br>ทางการ<br>พัฒนาการบริหาร<br>จัดการการ<br>ท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรจังหวัด<br>จันทบุรี | 1. จัดประชุมแลกเปลี่ยน<br>เรียนรู้ ระหว่างนักวิจัย<br>ผู้ประกอบการ ภาคส่วนที่<br>เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและ<br>เอกชนผู้ประกอบการ ภาค<br>ส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและ<br>เอกชน ฯลฯ ร่วมกับ<br>โครงการวิจัยย่อย 1 ย่อย 2<br>และย่อย 3 เพื่อกำกับ<br>ติดตามการดำเนิน<br>โครงการวิจัยย่อย ครั้งที่ 2 3<br>และ 4<br>2. รวบรวมข้อมูลด้านตลาด<br>ศักยภาพ และรูปแบบการ<br>บริหารจัดการการท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี<br>จากโครงการวิจัยย่อยที่ 1<br>ย่อย 2 และย่อย 3<br>3. จัดเวทีประชุมกลุ่มย่อย/<br>การระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้<br>ส่วนเสีย (Stakeholder) ต่อ<br>การบริหารจัดการท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตร ในด้าน<br><ul style="list-style-type: none"> <li>● ความต้องการของ<br/>ตลาดการท่องเที่ยวเชิง<br/>เกษตรจังหวัดจันทบุรี</li> <li>● ศักยภาพของแหล่ง<br/>ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัด<br/>จันทบุรี</li> </ul> | 1. ประชุมแลกเปลี่ยน<br>เรียนรู้ ระหว่างนักวิจัย<br>เจ้าของสวนผลไม้เพื่อการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จันทบุรี ภาครัฐและ<br>เอกชนที่เกี่ยวข้องการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน<br>ด้านการตลาด ศักยภาพ<br>และรูปแบบการบริหาร<br>จัดการการท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรจังหวัดจันทบุรี<br>2. จัดเวทีประชุมกลุ่ม<br>ย่อย/ การระดมความคิดผู้<br>มีส่วนได้ส่วนเสีย<br>(Stakeholder) ต่อการ<br>บริหารจัดการท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรจัดการประชุม<br>แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะ<br>จัดขึ้นในวันที่ 19-20<br>ธันวาคม 2559<br>3. เพื่อหาแนวทางการ<br>พัฒนาการบริหารจัดการ<br>การท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรี | 1. ทราบภาพรวมของ<br>การท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ในด้านการตลาด<br>ศักยภาพ และรูปแบบ<br>การบริหารจัดการการ<br>ท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>จังหวัดจันทบุรี<br>2. ได้แนวทางการ<br>พัฒนาการบริหาร<br>จัดการการท่องเที่ยวเชิง<br>เกษตรจังหวัดจันทบุรี |

| วัตถุประสงค์ | กิจกรรมที่วางแผนไว้                                                                                                                                                                           | กิจกรรมที่ดำเนินการ | ผลที่ได้รับ |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------|
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี</li> <li>● เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี</li> </ul> |                     |             |

ภาคผนวก ค.

ภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย



ภาพการลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ภาพการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว



ภาพการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์



ภาพการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



ภาพการลงพื้นที่ประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ภาพการลงพื้นที่ประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ภาพการจัดเวทีระดมความคิดเห็นและประชุมกลุ่มย่อย