

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

AGRO-TOURISM MANAGEMENT STYLES IN CHANTHABURI PROVINCE

นภดล แสงแซ ¹⁾ วราภรณ์ ศรีบัณฑิต ²⁾ นิสารัตน์ แสงแซ ³⁾ กัลยรัตน์ เจียมโฆสิต ⁴⁾ รมิดา กาญจนวงศ์ ⁵⁾

^{1),2),3),4),5)} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Nopdol Sankae¹⁾, Waraporn Sornbandit²⁾, Nisarar Saengkae³⁾, Kanyarat Chiamkosit⁴⁾, Ramida Karnchanawong⁵⁾

^{1),2),3),4),5)} Faculty of Management Sciences, RambhaiBarni Rajabhat University

Received: January 17, 2020

Revised : February 4, 2020

Accepted : March 15, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการจำแนกตามรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี และ(2) เพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี การศึกษาครั้งนี้ การสำรวจโดยใช้แบบประเมินสภาวะอย่างเร่งด่วน (Rural Rapid Appraisal : RRA) ในพื้นที่ การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ในรูปแบบการเจาะลึก และการจัดเวทีระดมสมอง/ประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แล้วทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การวิเคราะห์โดยจำแนกเป็นกลุ่ม (Typological Analysis) และวิธีการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ (Systematic Inventive Thinking) เพื่อสังเคราะห์ให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มชาวสวนที่เข้าร่วมโครงการ “อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน” ปี 2559 และต้องมียุทธศาสตร์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จึงมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 14 สวน และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 หน่วยงาน

ผลการวิจัยในสถานการณ์ปัจจุบันพบว่า

1. การบริหารจัดการจำแนกตามรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ 2 รูปแบบ 1) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ซึ่งการเปิดให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะมีกิจกรรมเฉพาะ และ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีรูปแบบวิสาหกิจชุมชนประเภทคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล มีการจัดการท่องเที่ยวสมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในชุมชนสังคมเดียวกัน จากการวิเคราะห์การบริหารจัดการ 4 มิติ พบว่า มิติด้านบุคลากร : ยังขาดแคลนบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ มิติด้านผลผลิต : ในช่วงผลไม้ไม่เพียงพอ ต้องซื้อผลไม้จากแหล่งอื่นที่ไม่สามารถรับรองคุณภาพได้ มิติด้านการตลาด : กิจกรรมมีรูปแบบใกล้เคียงกันทุกสวน ขาดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ มิติด้านการเงิน : การจัดเก็บเอกสารไม่เป็นระบบ จึงไม่สามารถใช้ข้อมูลทางการเงินมาวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจของธุรกิจได้

2. การเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี โดยการนำข้อมูลการจัดการทั้ง 4 มิติมาแยกออกเป็นส่วน ๆ แล้วนำมาประกอบใหม่ให้กลายเป็นวิธีการใหม่ ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ได้ 3 รูปแบบนั่นคือ 1) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้น

ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Style) 2) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (Zoning Style) 3) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร (Learning Style)

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

ABSTRACT

This study aimed: (1) to study the classification of Agro-tourism Management Pattern in Chanthaburi Province and (2) to present styles of Agro-tourism Management in Chanthaburi Province. Qualitative analysis was undertaken, using 14 agricultural groups which were selected through purposive sampling from agricultural group who participated in the program “Delicious all the farms testing to every garden” in 2016 and involved with the management of agro-tourism in Chanthaburi province. The sample also included 8 the staff from public and private sectors who were involved in the management of agro-tourism in Chanthaburi province. The study was performed using Rural Rapid Appraisal. Synthesis analysis was conducted through in-depth interviews, group discussion and brainstorming/stakeholder meetings for qualitative study. The results revealed the significant issues via SWOT Analysis, Typological Analysis and Systematic Inventive Thinking as follows:

1. There were two types of Agro-tourism business management in Chanthaburi Province which were 1) the proprietorship who owned orchards and opening of ago-tourism with special activities and 2) community enterprise which was an ordinary partnership or non-corporate groups and managed Agro-tourism in the joint operating characteristics within the same social community. Four dimensional analysis revealed: (1) human dimension; lack of personnel either Agro-tour leaders and Agro-tourism service providers in both quantity and quality, (2) productivity dimension; when the products were not enough for tourists, the Argo-tourism owners had to buy from other sources but the problem was that fruit lacked quality, (3) marketing dimension; activities of Argo-tourism in Chanthaburi Province were similar in orchards. Meanwhile, the Argo-tourism owners lacked the public relation skills specifically, through social media online, (4) financial dimension; the collecting financial document was not systematic, therefore, financial data could not be used as a business decision making.

2. For presenting Agro-tourism Management styles in Chanthaburi Province, the implementing of the 4-dimension management would be divided into separated activities and regrouped to make new styles of Argo-tourism. Thus, there were 3 styles of Agro-tourism management in Chanthaburi province, namely 1) Niche Market Style of Agro-tourism management, 2) Zoning Style of Agro-tourism management, and 3) Learning style of Agro-tourism management.

Keywords : Tourism Management Styles, Argo-Tourism, Chanthaburi Province

บทนำ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยจังหวัดจันทบุรีอยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกและเขตพื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เนื่องจากจังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยมีบทบาทเด่นชัดทางเศรษฐกิจโดยรวม ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางผลไม้คุณภาพ เป็นเมืองเกษตรกรรมและเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุเรียน เงาะ มังคุด และลองกอง

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจาก แนวความคิดที่ต้องการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) อันเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการดำเนินการอยู่บ้างแล้ว และแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอนาคตต่อไป (นิริศรา สุธนเสาวภาคย์, 2545)

ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกษตร กรมวิชาการเกษตร (อ้างถึงในเดชา ไต๋สูงเนิน, 2543) ได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่ามี 6 รูปแบบ คือ

1) การแสดงสินค้าหรือสาธิตแปลงสาธิตพันธุ์พืช สวยงามและหลากหลาย รวมถึง การแสดงขั้นตอน

การปฏิบัติต่าง ๆ ทางการเกษตร และการแสดง ประเพณีวัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีตที่ผ่านมา

2) ให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้นในการเข้าชมสวนเกษตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเก็บผลผลิต กินเองจากต้นในสวน หรือการซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บเอง

3) ให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของชาวเกษตรในชนบท

4) การอบรมให้ความรู้การเกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านด้วยการฝึกหัดปฏิบัติเกี่ยวกับการทำการเกษตรในสมัยใหม่

5) จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยเฉพาะสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปที่หลากหลาย สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผักสด ผลไม้สด ดอกไม้สด ต้นพันธุ์พืช เมล็ดพืช ที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูกเอง

6) ให้รู้ทางด้านธุรกิจการเกษตร ในช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาเนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี จึงเป็นการบูรณาการศักยภาพความเป็นศูนย์กลางผลไม้คุณภาพร่วมกับการท่องเที่ยวที่สามารถเพิ่มรายได้มาสู่เกษตรกรชาวสวนผลไม้ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือกลุ่มชุมชน นักท่องเที่ยวยังสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ นอกจากนี้ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้สามารถลดปัญหาการว่างงานในชุมชน และทำให้เกษตรกรมีรายได้และมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้นต่อไป

พิมพา ทิรัญกิตติ และคณะ (2557: 362-384) ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วย ว่าควรจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งซื้อสินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจคลายความเครียด ความสวยงาม ของสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉลี่ย นักท่องเที่ยวเคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรรวมครั้งนี้ จำนวน 4 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,500 บาท โดยเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ มากกว่า นักท่องเที่ยวพักค้างแรม โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยว พักค้างแรม จำนวน 1 คืน ในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวรูปแบบ สวนผลไม้ รองลงมา คือ รูปแบบเกษตรแบบผสมผสาน และรูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ ตามลำดับ

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความ ยั่งยืน : โครงการหลวงปางตะ พบว่า ศักยภาพชุมชน มีความพร้อมในการพัฒนาด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วม ควรมุ่งเน้น 1) ต้องจัดในรูปแบบ ของกิจกรรมชุมชน การบริหารงานต้องมีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่ยอมรับและรับรู้กันโดยทั่ว 2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่น ของชุมชน ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) แสวงหา โอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ โดยเฉพาะ

ตลาดในประเทศ และขยายเครือข่ายการตลาด จากตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัด จันทบุรียังค้นพบปัญหาอุปสรรคด้านการบริหารจัดการ มากมาย ดังส่วนหนึ่งของข้อสรุปที่ได้จากการประชุม ร่วมคณะผู้วิจัยกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในจังหวัดจันทบุรี พบว่า 1) ผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพ ดินฟ้าอากาศ ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและ ปริมาณของผลผลิตได้ 2) ผู้ประกอบการบางราย เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน มีการตัดราคาแข่งขันกับ ผู้ประกอบการรายอื่น โดยลดต้นทุนโดยการนำผลไม้ ที่ไม่มีคุณภาพมาบริการนักท่องเที่ยว 3) ขาดการ จัดการที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ขาดการพัฒนา ในด้านการให้บริการที่ดี 4) ขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะในฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลา เดียวกับการจัดการท่องเที่ยว 5) ลูกค้าขาดความเข้าใจ ในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การ เลือกมังคุดโดยการบีบ การเด็ดผลไม้จากต้น 6) ผลผลิตมีคุณภาพไม่แน่นอนเนื่องจากเกษตรกร บางรายเก็บผลไม้ที่ยังไม่ถึงกำหนดเก็บเกี่ยวมาจำหน่าย 7) ความไม่แน่นอนของจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้เกิด ความคลาดเคลื่อนในการจัดเตรียมผลผลิตไว้รองรับ นักท่องเที่ยว 8) ผลผลิตมีไม่เพียงพอ ทำให้ต้องนำ ผลผลิตจากภายนอกมาให้บริการนักท่องเที่ยว

จากประเด็นปัญหาเบื้องต้นจึงนำไปสู่ความสนใจ ศึกษาแบบแผนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ตามองค์ประกอบหลักของการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งในมิติทรัพยากรมนุษย์ สถานที่ท่องเที่ยว คุณภาพของผลผลิต กิจกรรมบริการ และการสนับสนุนส่งเสริม รวมทั้งระบบบัญชี (Accounting System) ซึ่งหมายถึง ระบบการจัดเก็บ รวบรวมข้อมูลทางการเงิน เพื่อให้กิจการสามารถ ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสนอข้อมูล

แก่บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น เจ้าของกิจการ เจ้าหน้าที่ส่วนราชการ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมสร้างพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความเข้มแข็งต่อไป

วัตถุประสงค์ของวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการจำแนกตามรูปแบบการจัดการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่ในการศึกษาเป็นการเลือกเจาะจง นั่นคือพื้นที่ภาคีเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี เฉพาะกรณีสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีหลักเกณฑ์ คือ กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำแนกบุคคลสำคัญ (Key-persons) โดยอาศัยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) ต่างคน ต่างสถานที่ ต่างเวลา โดยการใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกชมรมสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี กอปรกับเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีโดยตรงจึงมีทั้งหมด 14 สวน และกลุ่มบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี จำนวน 8 หน่วยงาน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้ 1) การศึกษาเอกสาร (Document Study) เป็นการวิจัยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary

data) ที่เก็บรวบรวมไว้แล้วโดยบุคคล หรือหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ในการวิจัยครั้งนี้ 2) การวิจัยภาคสนาม เป็นการวิจัยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key-informant) ซึ่งได้แก่ เกษตรกรชาวสวนผลไม้ที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 14 สวน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากภาครัฐและเอกชน 8 หน่วยงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในภาพรวมของการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) การสำรวจโดยใช้แบบประเมินสภาวะอย่างเร่งด่วน (Rural Rapid Appraisal: RRA) ในพื้นที่เพื่อนำมากำหนดแนวประเด็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (Interview Guide) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ปรากฏในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งจัดกลุ่มโดยจำแนกตามการดำเนินงานธุรกิจ
- 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key-informant) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการจัดการบุคลากร การจัดการ ด้านการตลาด การจัดการด้านผลผลิต และการจัดการด้านการเงิน

2.2) จัดเวทีระดมสมอง/ประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับภาพรวมของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งด้านการจัดการบุคลากร ด้านการตลาด ด้านผลผลิต และด้านระบบการเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis) ที่เกิดขึ้นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบัน และการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แบบจำแนกออกเป็นกลุ่ม (Typological Analysis) จัดทำเป็นตารางและการนำสกัดข้อมูลออกจากกันด้วยวิธีการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ (Systematic Inventive Thinking) ของบอยด์ และโกลเดนเบิร์ก (Boyd and Goldenberg, 2013) แล้วสังเคราะห์ (Synthesis Analysis) เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์เบื้องต้น ด้วยการจำแนกหมวดหมู่ (Category) ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยหลักตรรกะเทียบเคียงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย ควบคุมบริบทตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาความถี่ และร้อยละ มาประกอบเพื่อความชัดเจนและสมบูรณ์ในการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

1. การศึกษาการบริหารจัดการโดยแบ่งตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบ 1) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ที่มีลักษณะเป็นสวนผลไม้ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ มีลักษณะการให้บริการท่องเที่ยวมีการระบุเฉพาะเป็นรายกิจกรรม โดยกำหนดเป็นจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพียงบางส่วนของสวน เจ้าของสวนเป็นผู้ดำเนินงานบริหารจัดการด้วยตนเอง และ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นรูปแบบวิสาหกิจชุมชนประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล

ซึ่งจะมีลักษณะเกษตรกรต่างรับผิดชอบดูแลพืชผลและผลผลิตทางการเกษตรของตน แต่มีการจัดการท่องเที่ยวเป็นไปในลักษณะการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในชุมชนสังคมเดียวกัน

พื้นที่ของ 14 สวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน โดยแบ่งออกเป็น 2 โซน คือ โซนที่ 1 อำเภอท่าใหม่ จำนวน 7 สวน และอำเภอมะขาม จำนวน 1 สวน และโซนที่ 2 อำเภอขลุง จำนวน 1 สวน อำเภอแหลมสิงห์ จำนวน 3 สวน และอำเภอเมือง จำนวน 2 สวน ซึ่งพบว่าสวนที่อยู่ในโซนเดียวกัน หรือพื้นที่ใกล้เคียงกันจะมีความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน 14 สวน คือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวชมสวน โดยนักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น ในขณะที่เข้าชมสวนเกษตร เช่น นักท่องเที่ยวสามารถเก็บผลผลิตรับประทานเองจากต้น บริการบุฟเฟต์ผลไม้ในสวน บริการอาหารกลางวัน และการซื้อผลไม้หน้าสวน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมรองเพื่อเป็นส่วนเติมเต็มที่สนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวมากขึ้น นั่นคือ 1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบช้อปปิ้งสินค้าชุมชน พบว่า มีการให้บริการเฉพาะรูปแบบนี้มีจำนวน 7 สวน 2) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเที่ยวพักโฮมสเตย์ มีจำนวน 3 สวน และรูปแบบโฮมสเตย์มีจำนวน 1 สวน 3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการให้บริการอื่น ๆ เช่น ซั่มมา ซั้จกรยานและบริการรถ ATV มีจำนวน 2 สวน

จากการพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันว่าธุรกิจมีการดำเนินการอย่างไร ใน 4 มิติ คือ ด้านบุคลากร ด้านผลผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน โดยการสัมภาษณ์ในรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure interview) เกี่ยวกับการดำเนินงานการท่องเที่ยวภายในสวน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านของบุคลากร พบว่า สวนทั้ง 14 สวน ยังขาดแคลนบุคลากรทั้งผู้นำท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือมัคคุเทศก์และผู้ให้บริการที่เข้ามาช่วยด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งส่วนมากผู้ให้บริการที่มาช่วยงานด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ กลุ่มเครือญาติ ส่วนผู้นำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ เจ้าของสวนที่ให้การต้อนรับและการดำเนินกิจกรรมพบว่า เจ้าของสวนมีความรู้และประสบการณ์ดีแต่ขาดทักษะการสื่อสารที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้และวิถีชีวิตชาวสวน และหลักการมัคคุเทศก์ที่ดี

2) ด้านผลผลิต พบว่า ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายไปยังแหล่งรับซื้อ และอีกส่วนหนึ่งจะขายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสวน ทั้งรูปแบบบุฟเฟต์ การขายผลไม้หน้าสวน และขายผลิตภัณฑ์แปรรูป มีรูปแบบเดียวกันของสวนทั้ง 14 สวน ผลไม้ในสวนเป็นผลไม้ที่คัดมา มีคุณภาพและจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการจัดเตรียมผลไม้ภายในสวนให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งการขายแบบบุฟเฟต์และการขายผลไม้หน้าสวนอาจไม่เพียงพอจึงต้องซื้อผลไม้จากแหล่งอื่นซึ่งไม่สามารถรับรองได้แน่ชัดว่าเป็นผลไม้ที่คุณภาพ เนื่องจากบางครั้งพบผลไม้มีการเน่าเสียจากการโดนหนอนเจาะข้างในผล ผลไม้อ่อนเกินไป ผลไม้มีรสชาติไม่อร่อยหรือเมล็ดมีความไม่สมบูรณ์

3) ด้านการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้สวนที่เข้าร่วมโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ แต่ละสวนก็มีการประชาสัมพันธ์ของตนเองด้วย อย่างไรก็ตามความรู้ความสามารถของแต่ละสวนในการประชาสัมพันธ์ไม่เท่ากันโดยเฉพาะผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดในขณะนี้ ทำให้ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ไม่หลากหลายและไม่เป็นปัจจุบันด้านราคาพบว่า จัดบุฟเฟต์ผลไม้ห้วละ 300 บาท แต่เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่าง

นักท่องเที่ยวและเจ้าของสวน เช่น การไม่จำกัดการรับประทานผลไม้อื่นๆ ยกเว้นทุเรียนเนื่องจากทุเรียนมีราคาแพงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ส่วนกิจกรรมพบว่ามีกิจกรรมหลักคือการเที่ยวชมสวนและชิมผลไม้ การทานบุฟเฟต์ผลไม้ และการขายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปหน้าสวน ส่วนกิจกรรมรองอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละสวน เช่น การสาธิตและให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำ เช่น การเก็บผลไม้ และการทำผลไม้แปรรูป เป็นต้น การมีอุปกรณ์เสริมที่สนับสนุนการเดินทางภายในสวน เช่น การขี่จักรยาน การนั่งรถซาเล้ง และการขี่รถ ATV รวมทั้งการขี่ม้ารอบ ๆ สวน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริการที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งเป็นแบบบ้านพักพร้อมครัว หรือห้องพักร่วมอาหารเช้า

4) ด้านการเงิน พบว่า เจ้าของสวนมีการจัดทำระบบบัญชีแบบง่าย ๆ ด้วยระบบมือ เอกสารที่ใช้มีเพียงบิลเงินสด การจัดเก็บเอกสารไม่เป็นระบบ ที่ถูกต้องตามหลักบัญชี ทำให้อาจเกิดการสูญหาย ไม่สามารถนำมาอ้างอิงในการบันทึกบัญชีได้ รวมทั้งการใช้สมุดบัญชีบันทึกรายการที่เกิดขึ้นมีเพียงการลงบัญชีรายรับ-รายจ่ายเท่านั้น ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงิน จึงไม่สามารถนำตัวเลขจากการดำเนินงานมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในธุรกิจได้ รวมทั้ง ไม่เห็นความจำเป็นการทำบัญชีเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 14 สวน มีรูปแบบเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวและวิสาหกิจชุมชนประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ซึ่งมีสถานะทางกฎหมายเป็นบุคคลธรรมดาที่ไม่ต้องมีหน้าที่จัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี 2543 เหมือนกับกิจการที่มีสถานะนิติบุคคล

2. การเสนอรูปแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

จากการประชุมกลุ่มย่อย และจากเวทีสนทนา กลุ่มซึ่งประกอบด้วยเจ้าของสวนหรือผู้แทนจากสวน ที่จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 14 สวน และผู้แทนจาก หน่วยงาน 8 หน่วยงาน เพื่อทำการวิเคราะห์โดยการ ระดมสมอง (Brainstorming) เกี่ยวกับสถานการณ์ ปัจจุบันในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในจังหวัดจันทบุรี ร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ใน 4 มิติ คือ ด้านบุคลากร ด้านผลผลิต ด้านการตลาด และ ด้านการเงิน ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตารางที่ 1

ส่วนการค้นหารูปแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีซึ่งมีความเห็น ว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องมีความ โดดเด่นมีความเป็นลักษณะเฉพาะและต้องตรง ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้นำวิธีการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ (Systematic Inventive Thinking) ของบอยด์และ โกลเดนเบิร์ก (Boyd and Goldenberg, 2013) มาใช้ ในการประชุมกลุ่มย่อยนั้นคือ การใช้เทคนิคเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ เพื่อไปสู่การ สร้างนวัตกรรม โดยเลือกใช้วิธีการแยกส่วนคือ การแยกผลผลิตและกิจกรรม หรือการบริการที่มีอยู่ทั้ง 14 สวน ภายใต้อายุ 4 มิติ (มิติด้านบุคลากร มิติด้าน ผลผลิต มิติด้านการตลาด และมิติด้านการเงิน) ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1) การแจกแจงองค์ประกอบทั้งหมดของผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป และกิจกรรมที่มีอยู่ในการท่องเที่ยว เชิงเกษตร

2) การแบ่งผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป และ กิจกรรมที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มา ดำเนินการตามวิธีการที่เหมาะสม คือ

2.1) การแยกหน้าที่ โดยนำองค์ประกอบ กิจกรรมที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาจัด ตำแหน่งหรือลำดับเวลาใหม่

2.2) การแยกชิ้นส่วน การหั่น ส่วน ของกิจกรรมที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น ส่วน ๆ แล้วมาจัดเรียงใหม่

2.3) การชอยย่อย การแบ่งกิจกรรมที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีขนาดเล็กลง โดยส่วน ที่แบ่งออกมายังมีคุณลักษณะเหมือนเดิมทุกประการ

3) ได้รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เชิงเกษตรแบบใหม่ ที่มีการจัดโครงสร้างของผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ใหม่ที่ต้องแสดงถึงลักษณะเฉพาะกิจกรรมที่มีอยู่ในการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวรองรับ ที่ชัดเจน

ดังนั้น การใช้เทคนิคการแยกส่วนโดยนำการ จัดการทั้ง 4 มิติ (มิติด้านบุคลากร มิติด้านผลผลิต มิติด้านการตลาด และมิติด้านการเงิน) ของทั้ง 14 สวน มาแยกออกเป็น ส่วน ๆ แล้วนำมาประกอบใหม่ ให้กลายเป็นวิธีการใหม่ ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบการ บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ได้ 3 รูปแบบ นั่นคือ (1) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Style) (2) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบ การจัดการพื้นที่ (Zoning Style) (3) รูปแบบการ จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร (Learning Style) ดังแสดงในตารางที่ 2

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริม การเกษตร (อึ้งใน นริศรา สุธนเสาวภาคย์, 2545) ซึ่งนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยจำแนก

ตามคน หรือกลุ่มที่ทำหน้าที่ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตร ดำเนินการในลักษณะเป็นการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน

2) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเฉพาะรายบุคคล หรือรายกิจกรรม เป็นจุดท่องเที่ยวเกษตรที่เป็นสวน หรือไร่ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ

3) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ เป็นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดงานเทศกาล หรือมหกรรมทางด้านการเกษตรที่น่าสนใจ

ผลการศึกษาจากการประชุมกลุ่มย่อยและสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า สวนผลไม้ที่เปิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี มีทั้งรูปแบบ 1) รูปแบบเจ้าของคนเดียวซึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยแบ่งพื้นที่บางส่วนเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และ 2) รูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการดำเนินการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะการทำงานร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม โดยผลประโยชน์หรือรายได้จะมีการจัดสรรให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ขณะเดียวกัน พบว่า สภาวการณ์ปัจจุบันการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสวนผลไม้มีรูปแบบใกล้เคียงกันทั้ง 14 สวนใน 4 มิติ พบว่า 1) ยังมีความขาดแคลนบุคลากรทั้งมีคุณวุฒิและผู้ให้บริการ 2) ผลไม้ในสวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงต้องซื้อผลไม้จากแหล่งอื่นซึ่งไม่สามารถรับรองด้านคุณภาพ 3) ช่องทางการประชาสัมพันธ์น้อยและไม่เป็นปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง 4) การจัดเก็บ

เอกสารไม่เป็นไปตามระบบบัญชีอาจสูญหาย จึงไม่สามารถนำมาอ้างอิงในการวางแผนการเงินได้ ในขณะที่รูปแบบการบริหารจัดการยังไม่มีลักษณะโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ตลอดจนไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ครบทุกกลุ่ม จึงได้ทำการค้นหารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี ที่มีความโดดเด่น แตกต่าง และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และอยู่บนพื้นฐานในสิ่งที่มีอยู่ โดยการใช้เทคนิควิธีการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ (Systematic Inventive Thinking) (Boyd and Goldenberg, 2013) จึงทำให้เกิดรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี 3 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Style) เป็นการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) โดยใช้กิจกรรมที่สร้างความหลากหลาย และสามารถทำให้จัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (Zoning Style) เป็นรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่/การจัดโซนนิ่ง มีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในสวนที่ได้จัดขึ้น เริ่มตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว (ตามฤดูกาล) เป็นการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว จึงเป็นการจัดการอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

3. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร (Learning Style) เป็นรูปแบบ

ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร เน้นการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ในการทำสวนผลไม้ นำเสนอความเป็นมา เรื่องราวความโดดเด่นของผลผลิตภายในสวน ภูมิปัญญาในการทำสวนผลไม้เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และสามารถนำความรู้ไปต่อยอดสร้างอาชีพการทำอาชีพกสิกรรมด้านสวนผลไม้ได้

ข้อเสนอแนะ

การสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นชาวสวนผลไม้ จึงขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรจัดทำหลักสูตรระยะสั้นให้การอบรมมัคคุเทศก์และหลักสูตรหลักการบริการ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้ง รับสมัครมัคคุเทศก์น้อย ซึ่งเป็นนักเรียนหรือเยาวชนในชุมชนพื้นที่นั้นเข้ามาเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากลดปัญหาการขาดแคลนผู้ให้บริการแล้วยังเป็นการสนับสนุนเยาวชนรักบ้านเกิด นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในแหล่งพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ (Best Practise) เพื่อเพิ่มประสบการณ์และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

2. ควรมีการจัดทำระบบการจองและจ่ายมัดจำ เพื่อให้ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวที่ชัดเจน จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมกิจกรรมและผลไม้ไว้รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ และเสนอกิจกรรมตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว การจัดทำระบบการจองและประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชัน ควรได้รับการ

สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรสร้างความแตกต่าง เช่น การสร้างตราสินค้า (Brand) ของตนเอง รวมทั้ง การสร้างเรื่องราวของสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น ที่มาของผลไม้ที่มีในสวน วิธีการผลิตที่มาจากวิถีชาวสวนแบบธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีหรือสิ่งเจือปน เป็นต้น

3. ควรมีการอบรมเพื่อสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชี เพื่อใช้จัดเก็บข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วนให้แก่เจ้าของส่วน หรือผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนตามผลการดำเนินงานที่แท้จริงมาใช้ประกอบการวางแผนตัดสินใจ และปรับปรุงแก้ไขพัฒนาในการดำเนินงานของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

4. นำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ทั้ง 4 รูปแบบที่มีความเป็นลักษณะเฉพาะและต้องตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มแก่เจ้าของสวน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลักดันรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง 4 รูปแบบให้เป็นกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องประกอบด้วย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ให้มีความชัดเจนและการสร้างความโดดเด่นของจังหวัดจันทบุรี รวมทั้งลดความซ้ำซ้อนของการทำเสนอที่ใกล้เคียงกันในแต่ละสวน หรือจังหวัดใกล้เคียง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี

1. มิติ บุคลากร	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treat)
	- เจ้าของสวนมีความรู้ด้านการเกษตร มีข้อมูลที่มาจากประสบการณ์ตรง - เจ้าของสวนมีใจรักบริการ ความเป็นกันเองตามวิถีชาวสวน และดูแลเหมือนญาติ - เจ้าของสวนสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ - บุคลากรที่เข้ามาช่วยงานไว้วางใจได้ เพราะเป็นระบบเครือญาติ - สร้างทายาทของเกษตรกรรุ่นสู่รุ่นในอีกรูปแบบหนึ่ง - สามารถพัฒนาตนเองได้	- ขาดกำลังคนในการบริหารจัดการให้เพียงพอต่อการต้องการของนักท่องเที่ยว - บุคลากรขาดความเข้าใจในการบริการ ยังคงมีลักษณะของความเป็นผู้ผลิตมากกว่าผู้บริการ - มักคุเทศก์น้อยหายาก มีแต่คนรุ่นเก่าเข้ามาดำเนินกิจการ - ขาดระบบการแบ่งงานที่ดี และไม่มีการกระจายอำนาจ การตัดสินใจ เจ้าของสวนตัดสินใจเพียงคนเดียว - การดำเนินงานธุรกิจเจ้าของคนเดียวจึงขาดการรวมตัวหรือช่วยเหลือระหว่างกลุ่ม	- นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นทางเลือกในอาชีพเกษตรกรอีกทางหนึ่ง - มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมพัฒนาให้กับผู้ประกอบการหรือเจ้าของสวน	- หน่วยงานต่างๆ ไม่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และไม่ตรงกับความต้องการชาวสวนอย่างแท้จริง - ผู้ประกอบการบางรายขาดความซื่อสัตย์ในการขายสินค้าทางการเกษตร ที่มีคุณภาพทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางลบทั้งระบบ - ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ต่างคนต่างทำ ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีแนวทางที่ชัดเจน - คนรุ่นใหม่ไม่สนใจในการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะมองว่าเป็นงานที่หนัก เหนื่อย
2. มิติด้าน ผลผลิต	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treat)
	- สามารถขายผลไม้ได้ราคา มากกว่าท้องตลาด - ผลไม้เน้นเกษตรอินทรีย์ และมีการรับรองคุณภาพผลไม้ในสวน	- ผลผลิตเสียหายเนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดความรู้เข้าใจในการเดินชมและเก็บผลไม้ในสวน - การเตรียมผลผลิตและผลิตภัณฑ์แปรรูปไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (ผลผลิตไม่เพียงพอ/มากเกินไป/ความต้องการ) - ผลไม้มีจำหน่ายไม่ตลอดทั้งปี (เมษายน-กรกฎาคม) ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาเที่ยวช่วงเวลาอื่น - มีขยะจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น	- ผลผลิตมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว - การจัดบุฟเฟต์ผลไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ และต้องการเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น	- ผลผลิตมีน้อยหรือมากขึ้น กับ ภูมิอากาศทำให้ไม่สามารถประมาณการจำนวนผลผลิตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวก่อนล่วงหน้าได้ถูกต้อง

3. มิติ การตลาด	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treat)
	- มีกิจกรรมหลากหลาย มีทั้งการสาธิตและเข้าร่วมกิจกรรม - เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว และการถ่ายทอดเรื่องราว - สถานที่สวยงาม มีการต้อนรับท่ามกลางบรรยากาศสวน - มีระบบสร้างความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เช่น ปลอดภัย มีช่วงระยะเวลาท่องเที่ยว, ผลไม้และอาหารอร่อย สะอาด และปลอดภัย - มีระบบการจองและจ่ายมัดจำล่วงหน้า - มีผลไม้หลายชนิด และหลากหลายพันธุ์ให้เรียนรู้และได้ชิม - มีการอนุรักษ์พันธุ์พืชให้คนรุ่นหลังได้ศึกษา เช่น มังคุดอายุ 100 ปี - เส้นทางเดินเท้าเข้ามาเที่ยวแต่ละสวนสะดวก - ระยะทางเชื่อมแต่ละสวนไม่ไกลและสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ง่าย เช่น ทะเล น้ำตก	- มีการประชาสัมพันธ์น้อยและไม่ต่อเนื่อง - ขาดการจัดรูปแบบและลำดับกิจกรรมให้เหมาะสมและต่อเนื่องตลอดทั้งปี - ขาดความรู้และการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยในสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ - กิจกรรมในแต่ละสวนมีรูปแบบคล้ายกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ไม่มีรูปแบบเฉพาะของจังหวัดจันทบุรีที่เป็นจุดน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว - ความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่ตรงกับการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวไม่ต้องการความรู้เกี่ยวกับสวนผลไม้ ต้องการเฉพาะเดินชมและชิมผลไม้เท่านั้น - แนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบบุฟเฟต์ ไม่สอดคล้องกับกลไกตลาดผลไม้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจกับราคาที่จ่ายต่อเงื่อนไขของคำว่าบุฟเฟต์ - ขาดการสร้างความเข้าใจด้านราคาผลไม้ที่ขายหน้าสวนมีราคาแพงกว่าท้องตลาด เนื่องจากผลไม้สุกน้ำหนักเบากว่า จึงทำให้มีราคาต่อกิโลกรัมแพง - ขาดระบบการบริการหลังการขายให้แก่ผู้บริโภค เช่น การบริการส่งสินค้า หรือการรับคืนสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	- จังหวัดจันทบุรีมีอากาศสดชื่น ปลอดจากเขตอุตสาหกรรม เป็นจังหวัดที่ “ปลอดกอดอากาศ” - จันทบุรีมีความหลากหลายทั้งด้านธรรมชาติ มีภูเขา ทะเล และน้ำตกที่มีชื่อเสียง วัฒนธรรมหลากหลาย และมีแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญ - แหล่งท่องเที่ยวยังคงความเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับกระแสการลดภาวะโลกร้อนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - ภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจของจังหวัดอีกประเภทหนึ่ง - สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวและสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีเข้มแข็งในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร - มีกระแสการท่องเที่ยวแบบเชิงประสบการณ์ เน้นการทำกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยว - กระแสสังคม word of mouth ในonline ทำให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น - เส้นทางเดินเท้าสะดวกสามารถนำทางเข้าในแหล่งท่องเที่ยวด้วยระบบGPS	- ระบบจองล่วงหน้าไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว - การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีมีภาพลบ เพราะมีเหตุการณ์การขายผลไม้ไม่มีคุณภาพ - นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจวิถีชาวสวน ทำให้ความคาดหวังไม่ตรงกับกิจกรรมที่นำเสนอ - มีระยะทางจากกรุงเทพไกลกว่าจังหวัดระยอง ไม่สามารถเที่ยวและเดินทางภายในวันเดียวได้ - นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันทำให้กิจกรรมไม่สามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม - หน่วยงานขาดการประสานงานกับผู้ประกอบการ ทำให้มีการประชาสัมพันธ์ด้วยข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง - สื่อ online มีความรวดเร็วในการนำเสนอทั้งข้อเท็จจริงและไม่จริง และนักท่องเที่ยวส่วนมากเชื่อโดยปราศจากการตรวจสอบความถูกต้อง - ทั้งสัญญาณ เครือข่ายโทรศัพท์ และ wifi ยังเข้าไม่ถึงถึงแหล่งท่องเที่ยว - ภาพยนตร์หรืออุปกรณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาแพง

4. มิติการเงิน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treat)
	- เจ้าของสวนมีที่ดินเป็นของตัวเองทำให้ง่ายต่อการพัฒนา - เจ้าของสวนเห็นความสำคัญของการจัดทำระบบทางการเงิน - เจ้าของสวนหรือผู้ที่ดูแลระบบการบัญชีการเงินผ่านการอบรมในการจัดทำบัญชีจากหน่วยงานต่างๆ - การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่เกษตรกร	- สวนมีขนาดเล็ก เงินทุนน้อยในการปรับเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร - ไม่มีการจัดเก็บ เอกสารและข้อมูลทางการเงินที่เป็นระบบ - ขาดการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง ทำให้ไม่สามารถทราบผลการดำเนินงานที่แท้จริง - ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการจัดทำบัญชีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งานจริง	- สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำนักท่องเที่ยวตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าและราคาถูก การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นตัวเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว	- ขาดการเข้าถึงและสนับสนุนจากแหล่งเงินทุน เพื่อการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตารางที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง 3 รูปแบบ ใน 4 มิติ

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Style)	2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่ (Zoning Style)	3 การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร (Learning Style)
1. ด้านบุคลากร	1. จำนวนผู้ให้บริการต้องมีความหลากหลายทั้งด้านทักษะและประสบการณ์ 2. ต้องการบุคลากรที่มีคุณวุฒิ/มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะในด้านการบริการ 3. กำหนดและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว	1. จำนวนผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีประจำโซน ในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว อาจใช้วิธีการสื่อสารความหมาย/อธิบายเรื่องราวในช่วงแรกของการทำงานก่อน และให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว/ชมวิทัศน์/มีป้ายสื่อความหมาย 2. ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ความเชี่ยวชาญของแนะนำกฎกติกาและการสร้างความรู้ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว 3. เหมะกะกับการนำมัคคุเทศก์น้อยเข้ามาเป็นผู้ให้บริการและแนะนำข้อมูลทั่วไปแก่นักท่องเที่ยว	1. จำนวนผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีประจำฐานกิจกรรม 2. ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญวิถีชีวิตวิถีเกษตรได้ดี 3. เพื่อให้การให้บริการที่ทั่วถึงแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นคณะศึกษาดูงาน จึงต้องการมัคคุเทศก์น้อยเพื่อให้บริการและแนะนำข้อมูลพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว
2. ด้านผลผลิต	1. ผลผลิตอาจไม่ใช่ประเด็นหลักของการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ แต่จะเน้นกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวน 2. ผลผลิตที่จำหน่ายในสวนแก่นักท่องเที่ยว จะแพร่กระจายความรู้ความเข้าใจและเห็นคุณค่าของผลผลิต มากกว่าการซื้อจากพ่อค้าคนกลาง 3. ควรมีการจำหน่ายผลผลิตแปรรูปที่สอดคล้องกับผลผลิตในสวนหรือของชุมชน	1. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทานและเก็บผลผลิตจากต้นด้วยตนเอง 2. ผลผลิตต้องมีความหลากหลายตามการจัดแบ่ง zoning 3. ควรมีการจำหน่ายผลผลิตแปรรูปที่สอดคล้องกับผลผลิตในสวนหรือของชุมชน	1. ถ่ายทอดความรู้วิธีการสังเกต และเก็บผลไม้แต่ละประเภท แล้วเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเก็บผลผลิตจากต้นด้วยตนเอง 2. ควรมีการจำหน่ายผลผลิตแปรรูปที่สอดคล้องกับผลผลิตในสวนหรือของชุมชน
3. ด้านการตลาด (4P's)	1. เน้นการเปิดรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และมีการกำหนดรอบการเข้าชมและกิจกรรมที่ชัดเจน 2. ต้องมีกิจกรรมที่หลากหลาย แต่สอดคล้องและสัมพันธ์กัน (เป็นเรื่องราวเกี่ยวเนื่องกัน) ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3. การประชาสัมพันธ์จะเน้นเฉพาะกลุ่มที่มีความชอบหรือความสนใจเดียวกัน 4. ประเมินการตลาดขึ้นอยู่กับกิจกรรม (ต่อหัว)	1. กิจกรรมที่แบ่งตามพื้นที่ zoning พื้นที่ที่พืช พื้นที่ที่พัก พื้นที่อนุรักษ์ ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเก็บผลไม้ ชิมผลไม้ตามการจัด Zoning 2. การจัดระเบียบพื้นที่ให้ชัดเจน และมีกำหนดเส้นทางการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก 3. การประชาสัมพันธ์เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป 4. ประเมินการตลาดขึ้นอยู่กับกิจกรรม การชม และการร่วมกิจกรรม	1. กลุ่มนักท่องเที่ยวจะเน้นการศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวมาเป็นคณะหรือกลุ่มใหญ่ 2. กิจกรรมเน้นการถ่ายทอดและการเล่าเรื่องราวของสวนและวิถีชีวิตชาวสวน 3. ถ่ายทอดความรู้วิถี การสังเกต และเก็บผลไม้แต่ละประเภท ด้วยเอกสารอัด แล้วเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเก็บผลผลิตจากต้นด้วยตนเอง 4. ประเมินการตลาดในการเข้าชม การชม การร่วมกิจกรรม และการเรียนรู้จากวิทยากร
4. ด้านการเงิน	มีการออกแบบระบบบัญชี เพื่อการจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน และคู่มือจัดทำระบบบัญชีเฉพาะในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม	มีการออกแบบระบบบัญชี เพื่อการจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน และคู่มือจัดทำระบบบัญชีเฉพาะในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบการจัดการพื้นที่	มีการออกแบบระบบบัญชี เพื่อการจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน และคู่มือจัดทำระบบบัญชีเฉพาะในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เรียนรู้วิถีเกษตร

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2541). **โครงการท่องเที่ยวเกษตร ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เดชา ไต๋สูงเนิน. (2543). **การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษา บ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยงอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิชาการจัดการมนุษย์ กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นริศรา สุธนเสาวภาคย์. (2545). **การวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นที่มาของรายได้นอกภาคเกษตรกรรม**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ, อุดม สายะพันธุ์, เกยูร ไยบัวกลิ่น, สุพรรณิ อินทร์แก้ว, สมชาย หิรัญกิตติ. (2557). พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 28 (88), 362-384.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2558). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน : โครงการหลวงปางตะ**. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี**, 9(1), 19-35.
- Boyd, D. and Goldenberg, J. (2013). **Inside the Box Creativity: A systematic method for yielding extraordinary innovation**. New York: Simon & Schuster.