



การศึกษา แนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
กันยายน 2568

REGIONAL OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS 10
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES
SEPTEMBER 2025

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โดย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการจัดประชุมระดมความเห็นจากเกษตรกร ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อได้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะนำไปจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยศึกษาแหล่งท่องเที่ยว 3 แห่ง 3 จังหวัด ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม (ตลาดในสวน) 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี (ตลาดปิ่นรักษ์) 3) ไร่เกษมสุข อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 90 ราย โดยนำข้อมูลจากการสำรวจ และการระดมความคิดเห็น (Focus Group) มาวิเคราะห์ SWOT Analysis, ปัจจัยภายในใช้ 7Ps และปัจจัยภายนอกใช้ Pestel เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรได้รับประโยชน์ โดยมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเพื่อวางแผนการบริหารจัดการผลผลิตเกษตรอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์ของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวในชุมชน และหน่วยงานทั้งในและนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อมูลเพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภค และเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

ผลการศึกษาได้แนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีองค์ประกอบหลักด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมหรือ SWOT Analysis และใช้ TOWS Matrix ประกอบด้วยทางเลือก 4 ด้าน ได้แก่ 1) ทางเลือกเชิงรุก (SO) 2) ทางเลือกเชิงแก้ไข (WO) 3) ทางเลือกเชิงรับ (ST) และ 4) ทางเลือกเชิงป้องกัน (WT) ซึ่งได้แนวทางการพัฒนาดังนี้

แนวทางการพัฒนาที่ 1 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้โดดเด่นและมีความหลากหลาย เนื่องจากการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นแนวทางที่ผสมผสานระหว่างการผลิตอาหารปลอดภัย ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างยั่งยืน โดยสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และบริการที่เกี่ยวข้อง สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชน และสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่

แนวทางการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาด้านการเกษตรและการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการยกระดับเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพของผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และยังสามารถสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เกิดความประทับใจมากขึ้นด้วย

แนวทางการพัฒนาที่ 3 การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตทางเกษตรอินทรีย์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาที่ 4 การสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากการสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นรากฐานสำคัญ เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเฉพาะตัวเกษตรกรเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต วิถีชีวิตของคนทุกกลุ่มในชุมชน สิ่งแวดล้อม และคุณค่าทางจิตใจที่เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ 1) การส่งเสริมและการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวในภาคเกษตร ให้มีความเติบโตสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ใช้เป็นแรงจูงใจในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น 2) ควรสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ทันสมัย ในยุคดิจิทัล โดยเน้นการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว หรือ Database ให้เป็นระบบ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสำคัญมากขึ้น 3) ควรมีการเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด พร้อมทั้งขยายตลาดรองรับผลผลิตอินทรีย์ให้เด่นชัด และสร้างความเชื่อมั่น ส่งเสริมการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับโดยมี QR Code และประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง 4) เชื่อมโยงเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์กับเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ และเว็บไซต์อื่นที่เชื่อถือได้ เพื่อเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ 5) สนับสนุนการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อไปโดยพิจารณาจากเกษตรกร หรือกลุ่มที่มีความพร้อม และมีศักยภาพในการแปรรูป รวมทั้งสนับสนุนเครื่องจักรแปรรูปที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับรูปแบบหรือรสนิยมของผู้บริโภค 6) พัฒนาการทำตลาด ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (Branding) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการสร้างและประชาสัมพันธ์ โดยการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling) ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube และผ่านช่องทางออฟไลน์ จากหน้าร้าน และการออกบูธงานต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค 7) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และตราสัญลักษณ์ การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand และผลักดันให้ขอการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และต่อไปรับรองให้มากขึ้น ควบคู่กับการหาช่องทางการตลาดและการเพิ่มมูลค่าผลผลิตโดยเน้นถึงคุณประโยชน์ คุณค่าของสินค้าอินทรีย์ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์สาธารณะให้กับผู้บริโภคในวงกว้าง 8) เติบโตและยกระดับยูวเกษตรกรให้เป็นเจ้าของกิจการในพื้นที่การเกษตร และสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้เป็นไกด์นำเที่ยวและวิทยากรท้องถิ่น เพื่อแนะนำและถ่ายทอดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน 9) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องให้ความสำคัญในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

คำนำ

เกษตรอินทรีย์เป็นแนวทางการผลิตที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสโลกในปัจจุบัน ความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่สื่อถึงความยั่งยืน วิถีท้องถิ่น และความปลอดภัยของอาหาร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 เล็งเห็นความสำคัญในการจัดทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทาง และมาตรการด้านการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพิ่มโอกาสในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจการเกษตรให้แก่ชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งให้เกษตรกรมีฐานะมั่นคง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการจัดทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10

กันยายน 2568

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 วิธีการศึกษา	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี	7
2.1 การตรวจเอกสาร	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	19
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	31
3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (ตลาดในสวน)	31
3.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี (ตลาดปิ่นรักษ์)	38
3.3 ข้อมูลทั่วไปของไร่เกษมสุข อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	51
4.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	51
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	66
4.3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	68
4.4 ผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	70
4.5 แนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	74

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	76
5.1 สรุปผลการศึกษา	76
5.2 ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	84
ภาคผนวกที่ 1 ภาพผู้เข้าร่วมประชุม Focus Group วันที่ 18 กรกฎาคม 2568 ณ ที่ว่าการอำเภอ สามพราน จังหวัดนครปฐม	85
ภาคผนวกที่ 2 ภาพการสำรวจข้อมูลเกษตรกร/นักท่องเที่ยว	86
ภาคผนวกที่ 3 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ใช้ในการศึกษา	87

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	TOWS Matrix: Threats – Opportunities – Weaknesses – Strengths	29
ตารางที่ 3.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงานของตลาดในสวน จังหวัดนครปฐม	36
ตารางที่ 3.2	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงานของตลาดปิ่นรักษ์ จังหวัดเพชรบุรี	43
ตารางที่ 3.3	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงานของไร่เกษมสุข จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	49
ตารางที่ 4.1	ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครปฐม	53
ตารางที่ 4.2	ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดเพชรบุรี	58
ตารางที่ 4.3	ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	63
ตารางที่ 4.4	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ตามกรอบแนวคิด 7P Model	68
ตารางที่ 4.5	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดย PESTEL Analysis	69
ตารางที่ 4.6	สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก SWOT Analysis และ TOWS Matrix สินค้าเกษตรอินทรีย์และการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	70
ตารางที่ 4.7	กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมด้วย TOWS Matrix เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	72

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 - 2570	13
ภาพที่ 3.1	จุดเช็คอิน “วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง” หรือตลาดในสวนจังหวัดนครปฐม	31
ภาพที่ 3.2	ผลไม้และพืชผักตามฤดูกาล	32
ภาพที่ 3.3	กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม	33
ภาพที่ 3.4	สินค้าที่มาจำหน่ายในตลาดในสวน	33
ภาพที่ 3.5	จุดเช็คอิน “วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง” หรือตลาดปันรักษ์ จังหวัดเพชรบุรี	38
ภาพที่ 3.6	ผักสลัดและผักตามฤดูกาล	39
ภาพที่ 3.7	กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม	39
ภาพที่ 3.8	สินค้าที่มาจำหน่ายในตลาดปันรักษ์	40
ภาพที่ 3.9	สวนลี้คักกีฟาร์มสเตย์	40
ภาพที่ 3.10	จุดเช็คอิน “ไร่เกษมสุข” จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	45
ภาพที่ 3.11	ผักสลัดในโรงเรือนและสินค้าแปรรูป	46
ภาพที่ 3.12	อาหารจากครัวไร่เกษมสุข	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

เกษตรอินทรีย์เป็นแนวทางการผลิตที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสโลกในปัจจุบันรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญในการผลักดันเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติ โดยคณะรัฐมนตรีมีมติมอบหมายให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) เพื่อผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศดำเนินการบูรณาการแนวทางมาตรการ แผนงานและงบประมาณ กับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2560 – 2565 สิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2565 คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ จึงได้มีการทบทวนโดยแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 – 2570 ทำหน้าที่ในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 – 2570 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประกอบการจัดทำแผนงาน/โครงการนำไปสู่การจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

จากข้อมูลผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปีงบประมาณ 2567 (ระบบตรวจสอบรับรองแหล่งผลิตพืชอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร สืบค้นจาก <http://organic.doa.go.th/homepage>) พบว่าภาคตะวันตกมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ใน 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม รวมจำนวน 1,285.46 ไร่ เกษตรกร 151 ราย โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ได้รับการรับรองทั้งหมดมากที่สุด จำนวน 488.04 ไร่ เกษตรกร 38 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 38.00 ของพื้นที่เกษตรอินทรีย์ภาคตะวันตก รองลงมา คือ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 349.48 ไร่ เกษตรกร 36 ราย จังหวัดนครปฐม จำนวน 230.82 ไร่ เกษตรกร 50 ราย จังหวัดราชบุรี จำนวน 208.06 ไร่ เกษตรกร 21 ราย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 6.29 ไร่ เกษตรกร 4 ราย จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 2.13 ไร่ เกษตรกร 1 ราย และจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 0.64 ไร่ เกษตรกร 1 ราย

อย่างไรก็ตาม แม้พื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันตกจะมีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้อต่อการทำเกษตรกรรม โดยเฉพาะการผลิตพืชเศรษฐกิจเขตร้อน เช่น มะพร้าว ข้าว ผักสลัด พืชสมุนไพรที่มีศักยภาพในการเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น แต่จำนวนเกษตรกรที่เข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ยังถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับศักยภาพของพื้นที่ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ยังไม่ทั่วถึง ต้นทุนการเปลี่ยนผ่านระบบการผลิตจากเกษตรเคมีสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนปัญหาด้านตลาดและระบบการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวซึ่งยังไม่มั่นคงเพียงพอจะจูงใจให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) ในขณะเดียวกันด้านวิถีชีวิตของเกษตรกรอินทรีย์ในพื้นที่ พบว่ามีความผูกพันกับทรัพยากรในท้องถิ่น มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตแบบยั่งยืน เช่น การใช้ปุ๋ยหมักจากเศษวัสดุธรรมชาติ การปลูกพืชผสมผสาน การใช้พืชสมุนไพรทดแทนสารเคมี รวมถึงความสัมพันธ์ในครัวเรือนและชุมชนที่ยังคงเข้มแข็ง เป็นต้น แต่เกษตรกรจำนวนมากยังคงขาดการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการแปรรูป การตลาด และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือเกษตรเชิงสุขภาพ (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย, 2565) อนึ่ง ในบริบทของการตลาด สินค้าเกษตรอินทรีย์จากเกษตรกรรายย่อยในพื้นที่มักเผชิญข้อจำกัดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยยังขาดระบบตลาดเฉพาะทางหรือกลไกกลางที่ทำหน้าที่รวบรวม คัดแยก และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง แม้ในบางจังหวัดจะเริ่มมีการรวมกลุ่มเกษตรกร เช่น วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิต หรือฟาร์มอินทรีย์เชิงท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการขับเคลื่อนเชิงระบบที่บูรณาการการผลิต การท่องเที่ยว และการตลาดเข้าด้วยกันอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่สื่อถึงความยั่งยืน วิถีท้องถิ่น และความปลอดภัยของอาหาร ซึ่งล้วนเป็นโอกาสสำคัญของเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันตกมีการพัฒนาเชิงระบบที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการผลิต การส่งเสริมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน การจัดการตลาดอย่างมืออาชีพ มีการเชื่อมโยง “เกษตรอินทรีย์” กับ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ดังนั้นจึงควรพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ท่องเที่ยว เช่น การเปิดสวนให้เยี่ยมชมการจัดกิจกรรมเชิงเรียนรู้ หรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบอินทรีย์ในฟาร์มท่องเที่ยว ล้วนเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร และกระจายผลประโยชน์จากภาคท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างทั่วถึงและยั่งยืน จากที่กล่าวมาในข้างต้น สำหรับประเด็นเรื่องการท่องเที่ยว พบว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ (Wellness Tourism) ได้เปิดโอกาสใหม่ให้กับภาคการเกษตร โดยเฉพาะเกษตรอินทรีย์ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับฟาร์ม เช่น การเรียนรู้วิถีการผลิต การทดลองเก็บเกี่ยว การชิมผลผลิตสดจากแปลง และการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นของฝากกลับบ้าน ทั้งนี้ หากสามารถพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างเหมาะสม ย่อมจะสามารถยกระดับรายได้ของเกษตรกรและสร้างแบรนด์สินค้าอินทรีย์ของภูมิภาคให้มีความยั่งยืนในระยะยาว โดยพื้นที่ 7 จังหวัดภาคตะวันตก ได้แก่ ราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ยังมีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยในปี พ.ศ. 2567 ทั้ง 7 จังหวัดดังกล่าวมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมกว่า 4.78 ล้านคน แบ่งเป็นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 1.08 ล้านคน (นักท่องเที่ยวไทย 1.01 ล้านคน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 0.07 ล้านคน) เพชรบุรี 0.98 ล้านคน (ไทย 0.95 ล้านคน ต่างชาติ 0.03 ล้านคน) กาญจนบุรี 1.41 ล้านคน (ไทย 1.37 ล้านคน ต่างชาติ 0.04 ล้านคน) สมุทรสงคราม 0.51 ล้านคน (ไทย 0.50 ล้านคน ต่างชาติ 0.01 ล้านคน) นครปฐม 0.42 ล้านคน (ไทย 0.41 ล้านคน ต่างชาติ 0.01 ล้านคน) ราชบุรี 0.25 ล้านคน (ไทย 0.24 ล้านคน ต่างชาติ 0.01 ล้านคน) และสมุทรสาคร 0.14 ล้านคน (ไทย 0.13 ล้านคน ต่างชาติ 0.01 ล้านคน) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

ในระดับนโยบาย แม้แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 – 2570 ได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศ แต่การบูรณาการนโยบายในระดับพื้นที่ยังต้องการการปรับปรุง โดยเฉพาะการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับภาคเกษตรกรและเอกชน ท้องถิ่น การสนับสนุนทุนหมุนเวียนสำหรับเกษตรกรขนาดเล็ก และการสร้างระบบรับรองที่เข้าถึงง่าย เช่น ระบบ PGS (Participatory Guarantee System) ที่เอื้อให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าระบบได้โดยไม่ต้องพึ่งพาหน่วยตรวจรับรองภายนอก (IFOAM, 2021) และแม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบายสนับสนุนเกษตรอินทรีย์

ในระดับประเทศอย่างต่อเนื่อง แต่การกระจายทรัพยากรสนับสนุนจากภาครัฐมายังกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในพื้นที่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงองค์ความรู้ เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น และระบบการรับรองมาตรฐานที่มีต้นทุนสูง ส่งผลให้เกษตรกรส่วนใหญ่ในพื้นที่ 7 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงเลือกทำเกษตรเคมีเชิงพาณิชย์ เนื่องจากมีตลาดรองรับชัดเจนและความเสี่ยงต่ำกว่า ด้วยเหตุผลดังกล่าว การศึกษานี้จึงมีความจำเป็นเร่งด่วน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับบริบทของเกษตรกรอินทรีย์ในพื้นที่ 7 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะการประเมินศักยภาพ ข้อจำกัดและความต้องการของเกษตรกร ตลอดจนการพัฒนาแนวทางเชิงรูปธรรมที่สามารถนำไปใช้สนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรอินทรีย์กับภาคการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การวางแผนเชิงนโยบายที่ตอบโจทย์ทั้งในมิติของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงของชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

จากประเด็นที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาคของไทย มีภารกิจสำคัญในการเสนอแนะนโยบาย และจัดทำแนวทางการจัดการทางการเกษตร รวมทั้งจัดทำและบริการข้อมูลสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตร ทั้งในระดับจังหวัด และกลุ่มจังหวัด เล็งเห็นความสำคัญในการจัดทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทาง และมาตรการด้านการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเพิ่มโอกาสในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจการเกษตรให้แก่ชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งให้เกษตรกรมีฐานะมั่นคง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 1.2.2 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย

- 1) เกษตรกร/เจ้าของฟาร์มที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญของจังหวัด
- 2) นักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) หน่วยงานรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรบริหารส่วนตำบล ที่มีการจัดทำแผนส่งเสริม/พัฒนาเกษตรอินทรีย์/ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1.3.2 ระยะเวลาข้อมูล ปี 2567 - 2568

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 เกษตรอินทรีย์ หมายถึง ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบองค์รวมที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุอันตรายจากการสังเคราะห์ และไม่ใช้พืช สัตว์หรือจุลินทรีย์ ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรมหรือพันธุวิศวกรรม มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวัง เพื่อรักษาสุขภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน

1.4.2 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชนบท โดยมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในชุมชนและตัวเกษตรกร นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตร

1.4.3 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งผลิต รับประทาน หรือรวบรวมจากฟาร์มของตนเอง หรือจากเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ก็ได้ การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในรูปแบบผลผลิตสดหรือแปรรูป

1.4.4 นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เข้าไปท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศึกษา และยินดีและเต็มใจให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ และได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

1.4.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศึกษา ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการรับรู้ การวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการแสดงออกของนักท่องเที่ยว

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้มีการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดดังนี้

1.1) เกษตรกร/เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เกษตรกร/เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand/GPS) ในพื้นที่รับผิดชอบของ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 โดยคัดเลือกจากเกษตรกรที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพของจังหวัดนครปฐม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดละ 1 แห่ง รวม 3 แห่ง เพื่อให้สามารถรวบรวมข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนพฤติกรรม ความต้องการ และแนวโน้มการบริโภคสินค้าทางเลือกด้านสุขภาพได้อย่างตรงประเด็น

1.2) นักท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์มีคำถามทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) นักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวและซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศึกษาในข้อที่ 1.1) ทั้ง 3 แห่ง สถานที่ท่องเที่ยวละ 30 ราย รวม 90 ราย

1.3) หน่วยงานรัฐ/ผู้บริหารในท้องถิ่น รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามหน่วยงานรัฐ/ผู้บริหารในท้องถิ่นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับอำเภอ/จังหวัด และแนวทางการสนับสนุนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับจังหวัด (สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) รวม 3 หน่วยงาน/จังหวัด

1.4) ประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) โดยการระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน จำนวน 1 ครั้ง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากเกษตรกร/เจ้าของฟาร์มท่องเที่ยวเชิงเกษตร หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และตัวแทนเกษตรกร

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหน่วยงานที่ภาครัฐเอกชน สถาบันการศึกษา ข้อมูลจากเอกสารวิชาการ รายงานการวิจัย วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่าง ๆ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Website) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ หรือสัดส่วน สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร/เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร รูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์และบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เกณฑ์การวัดทัศนคติของลิเกิร์ต (Likert Scale) วิเคราะห์ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการมากที่สุด

4 คะแนน ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการมาก

3 คะแนน ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการปานกลาง

2 คะแนน ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการน้อย

1 คะแนน ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการน้อยที่สุด

การแบ่งช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น

ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในช่วงดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ	ความหมาย
1.00 – 1.80	1.00 - 20.00	มีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพของสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	21.00 - 40.00	มีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพของสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการน้อย
2.61 – 3.40	41.00 - 60.00	มีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพของสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการปานกลาง
3.41 – 4.20	61.00 - 80.00	มีระดับความคิดเห็นต่อสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการมาก
4.21 – 5.00	81.00 - 100.00	มีระดับความคิดเห็นต่อสถานที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการบริการมากที่สุด

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยนำข้อมูลจากการสำรวจ และการระดมความคิดเห็น (Focus Group) มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยการวิเคราะห์ SWOT และ 7 Ps (Extended Marketing Mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) จากนั้นนำมาประกอบการจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเพื่อวางแผนการบริหารจัดการ ผลผลิตเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวในชุมชน

1.6.2 หน่วยงานทั้งในและนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อมูลเพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภค และเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อไป

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

2.1.1 ภาพรวมของแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์

การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 - 2570 ได้จัดทำภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความสมดุล พอประมาณ มีเหตุผล และภูมิคุ้มกัน สอดคล้องกับภูมิสังคมแต่ละพื้นที่และวิถีดั้งเดิม เป็นการพัฒนาตามลำดับขั้น โดยพัฒนาเกษตรอินทรีย์วิถีชาวบ้านที่เป็นระบบการผลิตที่พึ่งพาตนเองเป็นหลักยึดตามวิถีธรรมชาติ และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ได้การรับรองตามมาตรฐานระดับประเทศ และเน้นให้มีการเทียบเคียงมาตรฐานและระบบตรวจสอบรับรองที่เท่าเทียมในระดับสากล ซึ่งมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยภายในด้วยการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วยการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในอนาคตที่ส่งผลต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งพิจารณาความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ คือ แผนปฏิบัติการด้านการเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2566 - 2570 แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 - 2570 แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2562 - 2570) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) และแผนปฏิบัติการด้านการจัดการด้านอาหารของประเทศไทย ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2566 - 2570) รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยนำมาวิเคราะห์ เชื่อมโยงถ่ายทอดลงมาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 - 2570 (ภาพที่ 2.1) รายละเอียดความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ มีดังนี้

แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 มีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” กำหนดเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติ และในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่งและมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ โดยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ จำนวน 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (หลัก) โดยมีเป้าหมาย คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ประเด็นยุทธศาสตร์ การเกษตรสร้างมูลค่า โดยเฉพาะเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคทั่วโลกในเรื่องความสำคัญของมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ใส่ใจและวางกรอบให้เกษตรกรและผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับมาตรฐาน และเข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งให้ความรู้เกษตรกรด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐานสากลเพื่อมุ่งสู่การเลิกใช้สารเคมีในภาคเกษตร

การเพิ่มพื้นที่และปริมาณการผลิตเกษตรอินทรีย์ในระยะต่อไป โดยส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ แก่เกษตรกรในการทำเกษตรปลอดสาร และเปลี่ยนผ่านไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนสนับสนุนกลไกทางการตลาดแก่เกษตรกรที่ต้องการทำการเกษตรอินทรีย์ การพัฒนาระบบการตรวจ รับรองคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย รวมถึงระบบตรวจสอบย้อนกลับ และเกษตรชีวภาพ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต และนำไปสู่การผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากฐานเกษตรกรรม และฐานทรัพยากรชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของประเทศทั้งด้านอาหารและสุขภาพ

2) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมาย คือ การอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืนมีสมดุล พื้นฟูและสร้างใหม่ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบทางลบจากการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของประเทศ และใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโตบนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุลภายในขีดความสามารถของระบบนิเวศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจให้เติบโตและมีความเป็นธรรมบนความสมดุลของฐานทรัพยากรและคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีด้วยเศรษฐกิจฐานชีวภาพ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต สามารถลดความเสี่ยงของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและลดปัญหาความขาดแคลนของทรัพยากร โดยมีเป้าหมายสู่สังคมที่มีระดับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำลง ผ่านแนวทางและมาตรการต่าง ๆ เช่น การบริโภคและการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีความเอื้ออาทร และเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ ด้วยการส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมการบริโภคและผลิตสีเขียวอย่างยั่งยืน รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคและการผลิต สร้างจิตสำนึกในการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์และมาตรการทางสังคมจูงใจผู้บริโภคและผู้ผลิต มาตรการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ รวมถึงจัดการการปล่อยมลพิษจากภาคการผลิตเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมลพิษต่ำโดยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวทั้งระบบ รวมถึงสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานของรัฐมีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ภาคเอกชนใช้สินค้าและบริการจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เป็นกรอบในการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาของประเทศตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติภายในปี 2580 โดยแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ มีทั้งหมด 23 ฉบับ โดยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ (03) การเกษตร (05) การท่องเที่ยว (18) การเติบโตอย่างยั่งยืน และ (23) การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม รายละเอียดดังนี้

1) ประเด็นการเกษตร แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1.1) เกษตรปลอดภัย แนวทางการพัฒนา มีดังนี้

(1) สนับสนุนการบริหารจัดการฐานทรัพยากรทางเกษตรและระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการผลิตในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน อาทิ เกษตรอินทรีย์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายในสินค้าเกษตรและอาหาร และสร้างความปลอดภัยและความมั่นคงด้านอาหารในระดับครัวเรือน

(2) พัฒนาระบบคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัยและระบบการตรวจรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลผลิต สถาบันเกษตรกรและเกษตรกรที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาคุณค่าทางโภชนาการของสินค้าเกษตรและอาหาร ตลอดจนพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

(3) ส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกร ชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐาน ทั้งมาตรฐานที่เป็นขั้นพื้นฐานตามหลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และพัฒนาต่อยอดไปจนถึงมาตรฐานขั้นสูง เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ตลอดจนแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 - 2570 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสินค้า พร้อมทั้งดูแลการผลิตอาหารภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย และการคุ้มครองผู้บริโภคและการค้าระดับสากล

(4) สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของความปลอดภัยเพื่อสุขภาพและโภชนาการที่เหมาะสม และส่งเสริมด้านการขยายตลาดการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย

(5) สนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์วิถีชาวบ้าน เพื่อต่อยอดสู่เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ควบคู่กับการขยายตลาดเกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ

1.2) เกษตรชีวภาพ แนวทางการพัฒนา มีดังนี้

(1) ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต การแปรรูป และการพัฒนาสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์จากฐานเกษตรกรรม และฐานทรัพยากรชีวภาพ ตลอดจนมีการใช้ฐานจากการทำเกษตรกรรมยั่งยืนซึ่งเป็นระบบการผลิตที่คำนึงถึงระบบนิเวศ สภาพแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อใช้ประโยชน์และต่อยอดไปสู่สินค้าเกษตรชีวภาพ

(2) ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ มุ่งแปรรูปเพื่อป้อนในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สินค้าประเภทโภชนาเภสัช ผลิตภัณฑ์ประเภทเวชสำอาง และผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(3) ส่งเสริมการทำตลาดผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเกษตรชีวภาพ ตลอดจนประโยชน์และสรรพคุณของสมุนไพรไทย โดยใช้โอกาสจากความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพ และการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

2) ประเด็นการท่องเที่ยว แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

2.1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม แนวทางการพัฒนา โดยสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อนำมาสร้างสรรค์คุณค่าและมูลค่าผ่านองค์ความรู้ นวัตกรรมเทคโนโลยี และการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์

เป็นสินค้า รวมถึงการพัฒนากิจกรรมและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

2.2) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย แนวทางการพัฒนา โดยพัฒนาระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มีมาตรฐานระดับสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการวิจัย พัฒนานวัตกรรมต่อยอดให้เกิดสินค้าใหม่ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พร้อมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์การแพทย์แผนไทย

3) การเติบโตอย่างยั่งยืน แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1) การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว แนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยพัฒนาและส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรม และเมืองอุตสาหกรรม ตามแนวทางอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ที่ช่วยสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งการขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืน ทั้งการเพาะปลูก ปศุสัตว์ และประมง ตลอดห่วงโซ่คุณค่าและกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมติดฉลากสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการขับเคลื่อนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนในระดับประเทศ ทั้งด้านการพัฒนาเครือข่ายที่ประกอบด้วยสมาชิกจากทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้อง การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านฐานข้อมูลตลอด วัฏจักรชีวิต เครื่องมือ วิธีการ ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยการใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์ มาตรการทางสังคม และการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

4) การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

4.1) การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ด้านสิ่งแวดล้อม แนวทางการพัฒนา โดยพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดการมลพิษ เพื่อส่งเสริมภาคการผลิตทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีประเด็นการวิจัยที่สำคัญ อาทิ การผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) มีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” โดยมีมติและหมุดหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ 2 มิติ 3 หมุดหมาย ได้แก่

1) มิติการพัฒนาที่ 1 ภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย ประกอบด้วย

1.1) หมุดหมายที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง (หลัก) ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนา ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาดของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง กลยุทธ์ที่ 3 การขยายผลรูปแบบเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีมูลค่าเพิ่มสูงจากแบบอย่างความสำเร็จในประเทศ กลยุทธ์ที่ 6 การสนับสนุนระบบประกันภัยและรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปที่เกษตรกรเข้าถึงได้ กลยุทธ์ที่ 9 การพัฒนาฐานข้อมูลและคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร รวมทั้งผลักดันให้มีการใช้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์ที่ 11 การยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร

1.2) หมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน กลยุทธ์การพัฒนา มีกลยุทธ์ทั้งหมด 6 กลยุทธ์ เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ 1 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวทั่วไป สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวในเมืองรอง ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม

2) มิติการพัฒนาที่ 3 ความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หมวดหมู่ที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ (รอง) กลยุทธ์การพัฒนา ดังนี้กลยุทธ์ที่ 3 การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดบนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และกลยุทธ์ที่ 5 การปรับตัวกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการดำรงชีพเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่อย่างยั่งยืน

แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

1) แผนปฏิบัติการด้านการเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2566-2570 มีวิสัยทัศน์ คือ “เกษตรไทยสู่เกษตรมูลค่าสูง เกษตรกรมีรายได้สูง มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ” โดยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ทั้ง 4 ประเด็นการพัฒนา ได้แก่

1.1) ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ยกระดับศักยภาพเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรสู่ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรสมัยใหม่ มุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นเกษตรกรมืออาชีพ (Smart Farmer) สร้างและพัฒนากำลังคนคุณภาพในภาคเกษตร สนับสนุนคนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคการเกษตร (Young Smart Farmer)

1.2) ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนากิจการผลิตสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ให้ความสำคัญกับการยกระดับการผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์และบริการมูลค่าสูง ที่มีศักยภาพทางการตลาดในอนาคต โดยพัฒนาและยกระดับการผลิต การแปรรูปสินค้าเกษตร และบริการมูลค่าสูง ยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรและพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ โดยส่งเสริมและพัฒนากิจการผลิตสินค้าเกษตร ที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอนาคต สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตร ที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคเกิดความตระหนักในการทำการเกษตรที่มีคุณภาพและปลอดภัย

1.3) ประเด็นการพัฒนาที่ 3 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรทางการเกษตร โดยส่งเสริมการผลิตและบริโภคสินค้าเกษตรที่รักษาระบบนิเวศและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรอย่างเต็มประสิทธิภาพ (Zero Waste) สร้างความสมดุลในการใช้ทรัพยากรทางการเกษตร และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

1.4) ประเด็นการพัฒนาที่ 4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเกษตร มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศการเกษตรที่สนับสนุนการผลิต การแปรรูป การตลาด และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน ทั้งการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เกษตร รวมถึงการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคเกษตรด้วยงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเกษตร พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์เกษตรสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นคงทางการเกษตร

2) แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 - 2570 โดยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

2.1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความยั่งยืนของฐานทรัพยากร ความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรม ด้วยการจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ เน้นการนำความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปบริหารจัดการให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์เพื่อความยั่งยืนของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ และการเพิ่มทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรให้แก่ชุมชนและคนรุ่นใหม่

2.2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งด้วยทุนทรัพยากร อัตลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ เน้นการใช้ประโยชน์จากความเข้มแข็งของชุมชน ความหลากหลายทางชีวภาพ มาต่อยอดยกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตสินค้าให้มีมูลค่าสูงขึ้น

ให้ความสำคัญกับการนำความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมายกระดับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

2.3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมามาตรการผลิตที่ยั่งยืนเทียบเท่ามาตรฐานสากล

2.4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก เน้นสร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เพื่อนำไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทางด้านคุณภาพ สำหรับวิเคราะห์ทดสอบสารตกค้าง ในผลิตภัณฑ์เกษตร เพื่อสนับสนุนการยกระดับประเทศไทย เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัยโดยการตรวจวิเคราะห์ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล

แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ระยะ 5 ปี ฉบับล่าสุด พ.ศ. 2566 - 2570 มีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยเป็นผู้นำเกษตรอินทรีย์ของภูมิภาคอาเซียน บนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายในปี 2570” และมีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อส่งเสริมระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับวิถีธรรมชาติ รักษาความสมดุลให้กับระบบนิเวศ มีความปลอดภัย นำไปสู่ความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดีของผู้ผลิตและผู้บริโภค
- 2) เพื่อยกระดับการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้ได้มาตรฐานในระดับชุมชน ระดับประเทศ และระดับสากล ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร

เป้าหมาย คือ สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยมีคุณภาพและมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับชุมชน ระดับประเทศ และระดับสากล สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรและยกระดับรายได้ให้เกษตรกรนำไปสู่ความเป็นอยู่ และสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย คือ อัตราการขยายตัวของมูลค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี

ประเด็นการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 พัฒนาศักยภาพการผลิต และการบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทาน มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ตลอดโซ่อุปทานให้แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ที่เกี่ยวข้อง เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพด้านเกษตรอินทรีย์ให้กับบุคลากร ผู้นำเกษตรกรในระดับชุมชนและท้องถิ่น ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำหลักสูตรความรู้พื้นฐานด้านเกษตรอินทรีย์ พัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่สู่เกษตรอินทรีย์ (Young Organic Smart Farmer) สร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มเกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมและสนับสนุนปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร พัฒนาและยกระดับการผลิต การแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสนับสนุนการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ยกระดับมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ยกระดับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทยให้เทียบเท่ามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับภูมิภาค ยกระดับการตรวจสอบรับรองตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Traceability System)

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 พัฒนาการตลาดและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมและเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ในประชาคมอาเซียน และประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Branding) ให้กับผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และฐานข้อมูล มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมตลอดโซ่อุปทาน พัฒนาและจัดการฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์

แผนภาพความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566-2570						
ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
เป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ	ประเทศไทยเป็นประเทศ ที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโต อย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน	ประเทศไทยมีขีดความสามารถ ในการแข่งขันสูงขึ้น		อนุรักษ์และรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้ อย่างยั่งยืน มีสมดุล	ฟื้นฟูและสร้างใหม่ ฐานทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบ ทางลบจากการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจของประเทศ	ใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโต บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมให้สมดุล ภายในขีดความสามารถของ ระบบนิเวศ
ประเด็นที่เกี่ยวข้องยุทธศาสตร์ชาติ	การเกษตรสร้างมูลค่า		สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว		สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว	
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็น (03) การเกษตร		ประเด็น (05) การท่องเที่ยว		ประเด็น (18) การเติบโตอย่างยั่งยืน	ประเด็น (23) การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
เป้าหมายระดับประเด็น การพัฒนา	1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ สาขาเกษตรเพิ่มขึ้น 2. ผลผลิตทางการผลิตของภาคเกษตรเพิ่มขึ้น		ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศเพิ่มขึ้น		สภาพแวดล้อมของประเทศไทย มีคุณภาพดีขึ้นอย่างยั่งยืน	มูลค่าการลงทุนวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น
แผนแม่บทย่อย	เกษตรปลอดภัย	เกษตรชีวภาพ	การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์และ วัฒนธรรม	การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย	การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน บนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว	การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ด้านสิ่งแวดล้อม
เป้าหมายแผนแม่บทย่อย	1. สินค้าเกษตรปลอดภัย มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 2. ผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ของไทยได้รับการยอมรับ ด้านคุณภาพความปลอดภัย และคุณค่าทางโภชนาการสูงขึ้น	สินค้าเกษตร ชีวภาพ มีมูลค่า เพิ่มขึ้น	รายได้จาก การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม เพิ่มขึ้น	รายได้จาก การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย เพิ่มขึ้น	การบริโภคและการผลิตของประเทศ มีความยั่งยืนสูงขึ้น	การประยุกต์ใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่า ของเศรษฐกิจสีเขียวอย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้น
แผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 13	มิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย				มิติความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	
	หมวดหมู่ที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำ ด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง (หลัก)		หมวดหมู่ที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของ การท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน (รอง)		หมวดหมู่ที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและ สังคมคาร์บอนต่ำ (รอง)	
เป้าหมายและตัวชี้วัด แผนพัฒนาเศรษฐกิจ	เป้าหมาย : มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและ เกษตรแปรรูปสูงขึ้น ตัวชี้วัด : พื้นที่เกษตรอินทรีย์ เพิ่มขึ้นเป็น 2.0 ล้านไร่ เมื่อสิ้นสุดแผน		เป้าหมาย : การเปลี่ยนการท่องเที่ยวไทยเป็น การท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงกับ อุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพอื่น		เป้าหมาย : การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	
แผนระดับ 3	แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อน การพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดล เศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570		แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนา อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2562-2570)		แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)	แผนปฏิบัติการด้านการเกษตร และสหกรณ์ พ.ศ. 2566-2570
						แผนปฏิบัติการด้านการจัดการ ด้านอาหารของประเทศไทย ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2566-2570)

ภาพที่ 2.1 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 - 2570
ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2565

2.1.2 เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เบญจวรรณ บวรกุลภา และคณะ (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาลาดท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตรจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาลาดตามความต้องการของผู้นำและกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบเป็นแนวทางเสนอแนะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและคุณภาพใช้การสำรวจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน และประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนเกษตร จังหวัดนครปฐม จำนวน 78 คน สถิติในการวิจัยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรจังหวัดนครปฐม จำนวน 7 คน และผู้นำชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลระดับชาติแหลมสัก จังหวัดกระบี่ จำนวน 1 คน ได้ผลการวิจัยดังนี้ความต้องการในการพัฒนาลาดพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการพัฒนาลาดเชิงรุกสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ 2 วัน 1 คืน และนักท่องเที่ยวทั่วไป รวมทั้งจัดกลุ่มเที่ยวชมเพื่อเรียนรู้งานเกษตรอินทรีย์

ผลการสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ความต้องการพัฒนาแนวทางการกิจกรรมเพื่อจัดรูปแบบทัวร์สามารถดำเนินการได้ในการจัดโปรแกรมฟรีอาหาร และกิจกรรม สำหรับโปรแกรม 2 วัน 1 คืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้งานเกษตรอินทรีย์ในการชม และเรียนรู้งานครึ่งวัน และสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปควรทำการส่งเสริมการตลาดด้านที่พัก กลยุทธ์ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีระดับความคิดเห็นในระดับมากทุกรายการ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจชุมชน ประเด็นสำคัญคือการทำให้เกิดรายได้จริงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการให้ชุมชนมีส่วนร่วม รวมทั้งสามารถบูรณาการทุกภาคส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงจากองค์กรภายในสู่ภายนอกในหลากหลายมิติการประเมินผลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในพื้นที่ครอบคลุมส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน พบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยพอใจสูงสุดคือด้านนวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีเกษตรเพื่อทำการเกษตรอินทรีย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เดือนเพ็ญ คำพวง (2559) ได้ศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่เกษตรเพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อประเมินศักยภาพของพื้นที่เกษตรในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และหากลยุทธ์ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สำหรับเกษตรกรจำนวน 88 ราย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม การประชุมรับฟังความคิดเห็น การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และวิเคราะห์หากกลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่เกษตร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยเทคนิค TOWS Matrix ผลการประเมินศักยภาพพื้นที่เกษตร โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดและตัวชี้วัดตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกรมการท่องเที่ยว พบว่ามีพื้นที่เกษตรที่มีศักยภาพจำนวน 88 แห่ง และพื้นที่ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมีจำนวน 9 แห่ง ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับดี จำนวน 3 แห่ง ระดับดีมาก 2 แห่ง และดีเยี่ยม 4 แห่ง สำหรับผลการวิเคราะห์หากกลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่เกษตร พบว่า กลยุทธ์

ที่เหมาะสมในการพัฒนา ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก ซึ่งประกอบด้วย การทำ Road Map การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับอำเภอ การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับที่พักและร้านอาหาร การสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานสินค้าเกษตร การสร้างสรรค์กิจกรรมให้หลากหลาย การนำเสนอเอกลักษณ์ และคุณค่าที่มีต่อนักท่องเที่ยว การส่งเสริมให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งใหม่เพิ่มมากขึ้น และการบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่ และอีกกลยุทธ์ที่ควรดำเนินการควบคู่กัน คือ กลยุทธ์เชิงป้องกัน ประกอบด้วย การจัดตั้งองค์กรตัวแทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำปฏิทินกิจกรรมรายปี เป็นต้น

อัญญา ปอนันต์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง 2) สำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง 3) สำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง และ 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง การวิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ แบบทราบดีโอกาส และเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบไม่ทราบดีโอกาส โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานโดยใช้วิธีการหาจำนวนร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบไคสแควร์ การทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวผลวิจัยพบว่า การทำธุรกิจท่องเที่ยว เชิงเกษตรสามารถทำได้ทั้งขนาดเล็ก กลางจนไปถึงขนาดใหญ่ โดยผู้ประกอบการต้องการให้มีกิจกรรมเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้ยังไม่ได้รับการสนับสนุน จากภาครัฐเท่าที่ควร และนอกจากนั้น ผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 54 : ร้อยละ 45) อยู่ในช่วงอายุ 41 - 45 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 29) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบปริญญาตรี (ร้อยละ 80) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 46) โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท (ร้อยละ 50) ในเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจภายในที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ ด้านความต้องการรับประทานผลไม้สดๆ ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านแรงจูงใจภายนอกที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ ความสวยงามของสถานที่ในระดับมากที่สุด ด้านความพึงพอใจ พบว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ผลไม้สด สะอาด อร่อย รongลงมาคือ ผลไม้หลากหลายชนิด และเจ้าหน้าที่มีความรู้ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงเกษตร ได้อย่างเหมาะสม ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน (ร้อยละ 76) การเดินทางท่องเที่ยวมักเดินทางกับเพื่อนบ้าน/คนรู้จัก (ร้อยละ 61) โดยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4 - 6 คน (ร้อยละ 45) และระยะเวลาเดินทางโดยเฉลี่ยครึ่งวัน (ร้อยละ 52) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 48) และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45) ในส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือ การรับประทานบุฟเฟต์ผลไม้ (ร้อยละ 81) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรให้ความสำคัญกับการดูแลสภาพแวดล้อมภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์สวยงามเพื่อเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง และควรมีการทำประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อจะได้ตอบสนองตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

อนาภรณ์ วงศ์สถาน และคณะ (2567) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้นตำบลแม่ณาจร อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ บ้านห้วยขมิ้น 2) เพื่อประเมินการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้น 3) เพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้น โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้นทั้งหมด 63 คน ใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้น ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 2.30 โดยมีทรัพยากรทางการเกษตรอินทรีย์มีศักยภาพมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 ส่วนการตลาดเกษตรอินทรีย์ การบริการท่องเที่ยว การรองรับของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง การจัดการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.70 โดยมีด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสำคัญต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านการบริการที่พัก อยู่ในระดับมาก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้นพบว่า 1) กำหนดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์อย่างเหมาะสม 2) กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ให้สอดคล้องกับทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ให้สอดคล้องกับทรัพยากรในทุกฤดูกาลผลิต โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้น 1) พัฒนาด้านการตลาดเกษตรอินทรีย์ ด้านการบริการท่องเที่ยวด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 2) การจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านความสะดวกในการเดินทาง และด้านที่พัก เป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การมีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์

ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2557) ศึกษารูปแบบและกระบวนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีหลายรูปแบบ เช่น การชมสวนผลไม้ การศึกษาการเพาะปลูก เป็นต้น ซึ่งการแบ่งเกณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าสามารถแบ่งได้ตามขนาดพื้นที่ ลักษณะเจ้าของกิจการ ลักษณะกิจกรรมการเกษตร และลักษณะของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งเกษตรกรที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถเลือกรูปแบบตามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ตามขนาดพื้นที่ และเงินทุน แหล่งที่ตั้ง การตลาด ผลผลิตทางการเกษตรที่มี ซึ่งการเริ่มประกอบกิจการนั้นสามารถดำเนินการและสามารถประเมินความเป็นไปได้ด้วยตนเอง ตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยผลสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือการสร้างรายได้เพิ่มเติม จากการประกอบเกษตรกรรมหลักในปัจจุบัน

กรกัญญา สุขจันทร์ (2562) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอแม่ริมจำนวน 246 ตัวอย่าง และนอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเชิงพรรณนา มาตรวัดแบบ likert scale วิเคราะห์และสรุปผลด้วยเชิงสถิติเชิงพรรณนา จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 25 ปี เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ วิทยาลัยเชียงใหม่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวประเภท

นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น มีความสนใจกิจกรรมชมบริเวณสวนผลไม้ เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอแม่ริมมากที่สุด คือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอแม่ริม โดยตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริมด้วยตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอแม่ริม ในฤดูหนาว ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริม 1 ครั้ง ใช้เวลาในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริม 1 วัน ส่วนใหญ่ชื่นชอบท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแม่ริมที่ม่อนแจ่ม โครงการหลวงหนองหอย และส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริม โดยรถยนต์ส่วนตัว ทัศนคติต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ในรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ โดยด้านผลิตภัณฑ์ (product) ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นด้วยมากที่สุดต่อประเด็นชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริมได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวด้านราคา (price) ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นด้วยมากต่อประเด็นที่พักมีหลายระดับราคาให้นักท่องเที่ยว เลือกตามความสนใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นด้วยมาก ต่อประเด็นทำเลที่ตั้ง และประเด็นย่อยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีที่จอดรถเพียงพอต่อการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากต่อประเด็นในอำเภอแม่ริม มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลายตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น มีความสนใจกิจกรรมชมบริเวณสวนผลไม้ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอแม่ริม 1 วัน ดังนั้นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงควรมีกิจกรรมเชิงเกษตรที่หลากหลายเหมาะสมกับช่วงฤดูกาล ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการร่วมกิจกรรมภายในระยะเวลา 1 วัน และควรจัดสถานที่รองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่จอดรถ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยรถยนต์ส่วนตัว

หทัยชนก รัตนถาวรกิติ และคณะ (2566) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบัวขุนจง ตำบลบัวเขต อำเภอบัวเขต จังหวัดสุรินทร์ การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบัวขุนจง ตำบลบัวเขต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชนและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน 2) ประเมินศักยภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน 3) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณที่เก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม ร่วมกับ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยใช้การสำรวจ แบบสัมภาษณ์ การประชุมย่อย กับผู้นำชุมชนและคนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการวิจัยพบว่า บ้านบัวขุนจงเป็นชุมชนที่มีการปลูกพืชผักอินทรีย์ มีการจัดการแปลงผักอินทรีย์ร่วมกันของคนในชุมชน และมีสวนผลไม้ของเกษตรกรในพื้นที่ ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ใช้การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามศักยภาพทั้ง 5 ด้าน พบว่า มีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพผู้นำเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านบัวขุนจง ตำบลบัวเขต อำเภอบัวเขตจังหวัดสุรินทร์ มีแนวทาง ดังนี้ 1) พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยจัดเป็นฐานกิจกรรมการท่องเที่ยว ฐานกิจกรรมการปลูกพืชเศรษฐกิจและสมุนไพรท้องถิ่น ฐานกิจกรรม

การชมสวนผลไม้อินทรีย์ และฐานกิจกรรมการทำอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น และนำกิจกรรมการท่องเที่ยวมาพัฒนา เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) เสริมศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้และทักษะในด้านการบริหารและการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและภาคีเครือข่าย เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนต่อไป

อารีวรรณ บัวเฟื่อน (2561) ศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย การค้นคว้าอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย : กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ Independent Samples t-test, One-way ANOVA วิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดย Least Significant Difference la Pearson correlation ผลการศึกษา พบว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Produce) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evident and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี

ชวิน เจริญชัย และกฤษฎา เขียววัฒนสุข (2565) ศึกษากลยุทธ์การตลาดในยุคปกติใหม่สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในด้านการกำหนดกลยุทธ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีทางการตลาดมาทำการวิเคราะห์ปัญหาร่วมกับการบูรณาการข้อมูลทางสื่อ และการเผยแพร่ตามความเป็นจริง หรือตามปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทำให้เกิดการยอมรับสำหรับการก้าวไปกับยุควิถีชีวิตใหม่ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 นั้น ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างมาก ผลจากวิกฤตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมือนเดิมที่เรียกกันว่าความปกติใหม่ นอกจากนี้ยังส่งผลทำให้การจับจ่ายใช้สอย และกำลังการซื้อของประชาชนลดลง รวมทั้งหลายธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมและบริการต้องหยุดชะงักลง แม้ว่าภาครัฐจะมีมาตรการออกมาช่วยเหลือแต่ผู้ประกอบการก็ยังคงมีความจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ของตนเพื่อให้ธุรกิจดำเนินกิจการต่อไปได้ สำหรับการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลังสถานการณ์แพร่ระบาด ผู้ประกอบการสามารถนำรูปแบบการดำเนินการ ที่หลากหลายมาใช้ตามศักยภาพและความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ รวมถึงการนำนวัตกรรม มาใช้สร้างความแตกต่างให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น การสร้างจุดขายผ่านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด 5A ตลอดจนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเชื่อมโยง ภาคการเกษตรและวิถีชุมชนให้เข้ากันกับการท่องเที่ยว

วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์ สิปวิชัย วงศ์สุวรรณ และทิพวรรณ จันทมนิโชติ (2565) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์ โดยฐานทรัพยากรท้องถิ่น ชุมชนท่าสะบ้า อำเภอวังวิเศษ จังหวัดตรัง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของพื้นที่และฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่าสะบ้า 2) ศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่าสะบ้า และ 3) ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว

เชิงเกษตรเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์ โดยฐานทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนท่าสะบ้า อำเภอวังพิเศษ จังหวัดตรัง ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาบริบทฐานทรัพยากรท้องถิ่นและศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 ราย ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนท่าสะบ้า จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ฐานทรัพยากรทางการเกษตร ของชุมชนเป็นทรัพยากรที่มีความโดดเด่น นอกจากนี้ ศักยภาพทางการท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมของชุมชนอยู่ในระดับมาก สามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ได้ ภายใต้ชื่อ “ท่องเที่ยวโลเคิลเที่ยวเลาะค่า กับ 1 วันท่าสะบ้า วิถีชีวิตเชิงเกษตร” โดยในส่วนของข้อเสนอแนะ ควรส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความเพียงพอและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการส่งเสริมจุดเด่นจุดขายของฐานทรัพยากรทางการเกษตรที่สำคัญของชุมชน

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์

สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movement : IFOAM) ได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่า “ระบบการเกษตรที่ผลิตอาหารและเส้นใยด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและนิเวศการเกษตร” เกษตรอินทรีย์จึงลดการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ แต่ในขณะเดียวกันก็พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรค ของพืชและสัตว์เลี้ยง หลักการทางเกษตรอินทรีย์เป็นหลักการสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ให้คำนิยามของเกษตรอินทรีย์ว่า “ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบองค์รวมที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึง ความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุจากการสังเคราะห์ และไม่ใช้พืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรม หรือพันธุวิศวกรรม มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวัง เพื่อรักษาสภาพ การเป็นเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน

“เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบองค์รวม ที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุจากการสังเคราะห์ และไม่ใช้พืช สัตว์หรือจุลินทรีย์ ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรมหรือพันธุวิศวกรรม มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวัง เพื่อรักษาสภาพ การเป็นเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน” (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ประกาศมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง เกษตรอินทรีย์ เล่ม 1 : การผลิต การแปรรูป แสดงฉลาก และจำหน่ายผลิตผล และผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์: มกษ. 9000 เล่ม 1 - 2552)

กนกวรรณ มะโนรมย์ (2547) ได้กล่าวว่า เกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture) มุ่งเน้นการผลิตเพื่อรักษาระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ การพึ่งตนเองของเกษตรกร โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย รวมทั้งการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคด้านอาหารและสุขภาพ ให้มีความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในความพยายามที่รักษาและเพิ่มพูนความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) ตลอดจนเป็นกลไกบรรเทาปัญหาความยากจนของเกษตรกรรายย่อยเพราะเกษตรอินทรีย์ มีแนวโน้มในการลดต้นทุนการผลิตและให้ผลคุ้มค่าในระยะยาว

ชวน รัตนวราหะ (2550) ได้ให้แนวคิดเกษตรอินทรีย์ว่า การเกษตรอินทรีย์เป็นระบบการเกษตรที่ใช้พื้นฐานของหลักการทางนิเวศวิทยามาประยุกต์ใช้เพื่อการเกษตร ในบางโอกาสเรียกว่าการทำฟาร์มโดยชีวภาพ (Biological Farming) หรือการทำฟาร์มทางนิเวศวิทยา (Ecological Farming) โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะสร้างสมให้ได้ ระบบการเกษตรที่ยั่งยืน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม

วิเชียร ฝอยพิกุล (2550) ได้กล่าวถึงแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์ว่า การที่ประเทศไทยต้องประสบกับสภาวะเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จึงทำให้มีการหันมาสนใจ เศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงมีพระดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต แก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอด เศรษฐกิจพอเพียงมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเอง ไม่ต้องการพึ่งพาปัจจัยจากภายนอกมาก และในสถานการณ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 รัฐบาลของประเทศต่างๆ ในยุโรปหลายประเทศได้ตั้งเป้าหมายการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ไว้ค่อนข้างสูง เช่น เดนมาร์กได้ตั้งเป้าหมายผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ปลอดภัยเพื่อบริโภคภายในประเทศให้ได้ถึงร้อยละ 40 ของสินค้าเกษตรทั้งหมดของประเทศ ขณะที่สวีเดนตั้งเป้าว่าการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จะทำให้ได้ถึงร้อยละ 10 ส่วนสวิสเซอร์แลนด์ ได้ตั้งเป้าการผลิตสินค้าอินทรีย์และสินค้าจากระบบการผลิตที่ใช้สารเคมีน้อยทั้งหมดในสหรัฐอเมริกา กลุ่ม Living Farms เป็นกลุ่มธุรกิจ ที่จัดหาผลิตผลเกษตรอินทรีย์จากสมาชิกเกษตรกรสำหรับป้อนตลาดทั่วประเทศ ผลิตภัณฑ์อาหารตรา Living Farms จัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัยจากสารพิษเพราะ Living Farms ได้กำหนดมาตรฐานการผลิตโดยเน้นถึงการไม่ใช้สารอินทรีย์ในทุกขั้นตอนการผลิต และได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ คือ การเกษตรกรรมที่พึ่งพาอาศัยธรรมชาติ ลด ละ เลิกการใช้สารอินทรีย์ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผลผลิตที่ออกมาได้ผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษ ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคปลอดภัย

ธารรงค์ พันธูตะ (2552) ได้กล่าวว่า เกษตรอินทรีย์ เป็นระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจโดยเน้นที่หลักการปรับปรุงและบำรุงดิน การเคารพต่อศักยภาพทางธรรมชาติของพืชและนิเวศการเกษตร ลดการใช้ปัจจัยภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ยเคมี สารกำจัดศัตรูพืช และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ แต่ในขณะเดียวกันก็พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืช และสัตว์เลี้ยง

รัฐบาลยังผลักดันให้ระบบการผลิตสินค้าเกษตรอาหารเป็นเกษตรอินทรีย์ จะเห็นได้จากการที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551 - 2554 ขึ้นเมื่อวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2551 ย่อมสะท้อนให้เห็นว่าการประกอบอาชีพของเกษตรกรส่วนใหญ่ของประเทศกำลังได้รับความสนใจอย่างยิ่งและจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตของตนเอง

สุพจน์ บุญแรง (2552) สรุปความสำคัญของเกษตรอินทรีย์ไว้ ดังนี้ 1) ระบบเกษตรอินทรีย์เน้นความสำคัญ คือ การสร้างความสมดุลของระบบนิเวศ และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีความหลากหลายทางชีวภาพ มุ่งการอนุรักษ์พันธุ์พืช ที่หลากหลาย ดังนั้น การทำการเกษตรจึงต้องมีการปรับปรุงดินให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสม มีการอนุรักษ์ดิน น้ำและป่าไม้เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน 2) การทำเกษตรอินทรีย์ให้ประสบความสำเร็จเกษตรกรต้องมีความขยันหมั่นเพียร อดทน ดูแลเอาใจใส่แปลงเกษตรอย่างใกล้ชิด เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่ทำให้เกษตรกรลด ละ เลิก อบายมุข เพราะเวลาที่จะไปมั่วสุมแหล่งอบายมุขมีน้อยลง 3) ผลิตผลเกษตรอินทรีย์มีความปลอดภัยสูง จึงส่งผลดีต่อสุขภาพทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค

เพราะไม่มีการใช้สารเคมีสังเคราะห์ในการผลิตและไม่มีสารเคมีหรือสารพิษปนเปื้อนในผลผลิต ช่วยลดความเสี่ยงด้านสุขภาพ ระบบการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะป้องกัน การสารเคมีตกค้าง ทั้งเกษตรกร ผู้ปฏิบัติงานในแปลง ผู้บริโภคและยังป้องกันไม่ให้สารเคมีแพร่กระจายสู่ดิน น้ำ และอากาศ

4) ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองเป็นข้อกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวด จึงถือได้ว่าเป็นการรับประกันคุณภาพเชิงสาธารณะทางหนึ่ง เพราะมาตรการรับรองจะพิจารณา ตั้งแต่ขั้นตอนการเพาะปลูก การผลิต การแปรรูป การขนส่งเคลื่อนย้าย ซึ่งมีวิธีการปฏิบัติที่เข้มงวดเมื่อเทียบกับมาตรฐานอื่นๆ 5) อาหารอินทรีย์ มีรสชาติที่ดีเนื่องจากการสร้างความสมดุลของดินเป็นอย่างดี ทำให้ผลิตผลมีความสมบูรณ์ จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยปริมาณแร่ธาตุ 21 ชนิด ที่พบในผลิตภัณท์อินทรีย์สูงกว่าผลิตภัณท์จากเกษตรแบบใช้สารเคมี ซึ่งผลที่ชัดเจน คือ มีวิตามินซี แมกนีเซียมเหล็ก และฟอสฟอรัส มากกว่า 27%, 29%, 21% และ 14% ตามลำดับ (Belicka and Bleidere, 2005) 6) เกษตรอินทรีย์ใช้พลังงานและปลดปล่อยก๊าซที่ส่งผลต่อภาวะโลกร้อนได้น้อยกว่าเกษตรเคมี ซึ่งผลจากการศึกษาของ Meisterling, Samaras and Schweizer (2008) พบว่า การผลิตข้าวสาลีที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิต พลังงานในการเพาะปลูกและการขนส่งสำหรับแบ่งข้าวสาลี 670 กรัม เพื่อผลิตเป็นขนมปัง 1 กิโลกรัม ตลอดจนการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์นั้น ผลการวิจัยพบว่าการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์จะใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เท่ากับ 3,346 จูลล์ และ 329 gCO₂-eq (ผลจากการปล่อยก๊าซที่ก่อปัญหาโลกร้อนวัดค่าออกมาในรูปของกรัมสมมูลของคาร์บอนไดออกไซด์ในรอบระยะเวลา 100 ปี) ตามลำดับ ในขณะที่การผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์จะใช้พลังงาน และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เท่ากับ 2,687 จูลล์ และ 300 g CO₂-eq ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าโดยรวมการผลิตแบบเกษตรเคมีใช้พลังงานและปล่อยก๊าซมากกว่าการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ ดังนั้น หากมีการส่งเสริมให้ทำเกษตรอินทรีย์ และให้เกิดการบริโภคในชุมชนหรือท้องถิ่นก็จะช่วยลดปัญหาด้านนี้ได้มาก

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง แหล่ง ท่องเที่ยวที่เสริมสร้างความรู้ด้านการเกษตร ควบคู่กับการพักผ่อนและความบันเทิง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมสัมผัสวิถีชีวิต เกษตรกร ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรม การเกษตรที่หลากหลาย เพื่อสร้างทักษะ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเกษตรและ ได้รับความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ รวมทั้ง สามารถซื้อผลผลิตทางการเกษตร และผลิตภัณท์ของชุมชนกลับสู่ภูมิลำเนา (กรมการท่องเที่ยว, 2553)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศให้มีความสำคัญในการสร้างจิตสำนึกมากกว่าให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตของนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตร และวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัว และ ชุมชน (กรมการท่องเที่ยว, 2553)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มาเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ในเรื่องการเกษตร รวมถึงได้สัมผัสทัศนียภาพที่สวยงามของชุมชน ทั้งนี้ เกษตรกรและชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตัวเอง และมีทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชนให้มีความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรและ ชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2545)

หลักเกณฑ์การคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมส่งเสริมการเกษตร

1. ดำเนินการในรูปวิสาหกิจชุมชน กลุ่ม ชุมชน หมู่บ้าน
2. มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพพื้นที่ ภูมิทัศน์ การคมนาคม ความพร้อมชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ฯลฯ
3. มีกิจกรรมการเกษตรที่โดดเด่น หรือมีนวัตกรรมด้านการเกษตรเป็นจุดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางการเกษตร วนเกษตร การทำนา การผลิตพืช การเลี้ยงผึ้ง การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ศิลปหัตถกรรม การแปรรูปสินค้าเกษตร หรือมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ฯลฯ
4. มีความปลอดภัยทั้งในด้านการเดินทาง การอยู่พักค้าง การร่วมกิจกรรม และอื่นๆ
5. การคมนาคมสะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปถึงหมู่บ้านได้ง่าย
6. ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลักหรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น น้ำตก ถ้ำ วัด ฯลฯ
7. ชุมชนและนักท่องเที่ยวร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การเปิดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สิ่งสำคัญที่ใช้พิจารณาคือต้นทุนและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งต้นทุนนั้นได้แก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรการเกษตร ประเภทเกษตรกรรม (สวน ไร่ นา) การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม ความสุนทรีย์ภาพ ความแปลกใหม่ ความดึงดูด ความเข้าใจให้เกิดความสนุกสนาน นอกจากนี้กลุ่มชุมชนเป้าหมาย ก็มีความสำคัญ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ มีภูมิความรู้ที่ดี เป็นกลุ่มชุมชนร่วมมือร่วมใจกันจริงๆ มีความเชื่อมโยงกันเป็นชุมชนเครือข่าย และกลุ่มชุมชนมีความต้องการที่อยากพัฒนาอย่างแท้จริง ในการพิจารณาต้นทุน และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรคำนึงถึงปัจจัย 3 ส่วน ดังนี้

1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นมา มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันออกไป ดึงดูดใจให้ผู้เข้าไปเยี่ยมชม

- 1.1) ปัจจัยการเกษตรที่พัฒนาได้ เช่น ระบบการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 1.2) ความงดงามของสภาพภูมิประเทศ ลักษณะตามธรรมชาติของ ไร่ นา สวน
- 1.3) วิถีชีวิต วัฒนธรรมการเกษตรที่น่าสนใจ
- 1.4) อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

2) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สิ่งที่ต้องจัดไว้รองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการ และให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

- 2.1) ด้านคมนาคม เดินทางสะดวก ปลอดภัย เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ตลอดปี มีป้ายบอกทางชัดเจน
- 2.2) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร รถรับส่งในแหล่งท่องเที่ยวร้านจำหน่ายสินค้า
- 2.3) กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม
- 2.4) ระบบสาธารณูปโภค เช่น มีบริการห้องน้ำ มีที่นั่งพักผ่อน มีที่จอดรถ เพียงพอ
- 2.5) ผู้นำชมแหล่งท่องเที่ยวในการให้ความรู้ เช่น ผู้รู้ ปราชญ์ท้องถิ่น มัคคุเทศก์

3) การตลาด เป็นการดึงให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว สามารถทำได้ ดังนี้

- 3.1) คำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 3.2) ราคามีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 3.3) การประชาสัมพันธ์ การตลาดหลัก คือตลาดดิจิทัล

3.4) การสร้างเพจ เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์อื่น การตลาดรองคือ แผ่นพับ โบชัวร์การออกงานแสดงสินค้า

3.5) การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ หรือขายร่วมกับแหล่งท่องเที่ยว อื่นๆ ที่มีชื่อเสียง

กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมจุดเด่นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1.1) สร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน/ชุมชน/กลุ่ม เกษตรกร เพิ่มทักษะการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

1.2) พัฒนาเอกลักษณ์/จุดสนใจด้านการท่องเที่ยว

1.3) ปรับปรุงภูมิทัศน์ และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

1.4) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว/กิจกรรมการมีส่วนร่วม

1.5) สร้าง Story ในเชิงท่องเที่ยว

1.6) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.1) สร้างเวทีการมีส่วนร่วมของชุมชน และองค์กรท้องถิ่น

2.2) เชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (เที่ยว – กิน – นอน – ช้อปปิ้ง)

2.3) ส่งเสริมเครือข่ายในเชิงธุรกิจกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2.4) บูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการท่องเที่ยว

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

3.1) สร้างค่านิยม (Trend) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร สร้าง เรื่องราว (Story)

3.2) ประชาสัมพันธ์สู่ลูกค้าเป้าหมายผ่านสื่อ Social ต่างๆ ดารา และเน็ตไอดอล

3.3) พัฒนาของฝาก/ของที่ระลึก และสินค้ามีการรับรองมาตรฐาน

3.4) ร่วมกิจกรรมการจัดงานตามเทศกาลต่างๆ

การจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) แผนการพัฒนา

แผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ แผนที่เกิดจากความคิดของผู้นำ และสมาชิกร่วมกันคิดและจัดทำเพื่อพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

1.1) คำนึงถึง เน้น ถาวรวัตถุ ที่ดิน สิ่งก่อสร้าง

- สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง ได้แก่ ถนน ป้ายบอกทาง ลานจอดรถ ห้องน้ำ ระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า น้ำประปา

- การติดต่อสื่อสารภายในภายนอก

- ตำแหน่งที่ตั้ง ฟาร์ม แปลงสาธิต ไร่นาสวนผสม คูคลอง หนองบึง ระบบน้ำ ทิศทางลม ฝน สภาพดิน

- อาคารโรงเรือน สิ่งก่อสร้างที่เป็นถาวรวัตถุต่างๆ เครื่องจักร เครื่องทุนแรง ภูมิปัญญา แหล่งพลังงานลม/น้ำ วัสดุอุปกรณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

1.2) ใช้ทุนทางสังคมให้มากที่สุด

- คงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมชุมชน
- ประหยัดพลังงาน ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน
- ส่งเสริมการใช้วัสดุธรรมชาติ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ใช้ภูมิปัญญาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผนวกองค์ความรู้ของคนรุ่นเก่า คนรุ่นใหม่ พัฒนาเป็นนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่
- ลดต้นทุน เพื่อเพิ่มกำไร สามารถแข่งขันการตลาดได้

2) แผนพัฒนากิจกรรม

คำนึงถึง บุคคลภายนอกเข้ามาในชุมชน

- กระตุ้นให้เกิดการจับจ่ายใช้สอย เงินหมุนเวียนในชุมชน
- มีรายได้จากภายนอกทั้งในและต่างประเทศเข้าชุมชน เสริมสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ
- เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่ผู้มาเยือน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และได้มิตรภาพ
- คงไว้ซึ่งคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และวัฒนธรรมวิถีชีวิตที่เป็นปัจจัยเอื้อเพื่อลดต้นทุน ค่าใช้จ่าย เพิ่มกำไร และการมีส่วนร่วม เกิดเป็นแรงจูงใจให้ผู้มาเยือนหรือลูกค้าที่ได้มาร่วมกิจกรรม

3) แผนพัฒนาบริการ

โดยการสร้างความประทับใจ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเป็น มาตราฐานสินค้าและบริการ การรับรองคุณภาพสินค้า และให้กลุ่มเป้าหมายกลับมา ใช้บริการอีกครั้ง มุ่งเน้น

- การพัฒนาบุคลากร สร้างองค์ความรู้ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แปรรูป ฯลฯ เพื่อเพิ่มมูลค่า ลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขีดความสามารถแข่งขันในตลาดได้
- เพิ่มองค์ความรู้บุคลากรด้านวิชาการ และเสริมสร้างประสบการณ์ การทดสอบ ทดลอง
- ฝึกอบรมพัฒนาอาชีพเกี่ยวเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งพัฒนา กิจกรรม การบริการ การตลาด การบริหารจัดการ

4) แผนการตลาด

คำนึงถึง การสื่อสารสู่บุคคลภายในเพื่อเกิดจิตสำนึกการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พัฒนาตนเอง การสื่อสารสู่บุคคลสาธารณะภายใน ภายนอก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ ขาย และเกิดการหมุนเวียนรายได้ทางด้านเศรษฐกิจ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สะดวกรวดเร็ว ทันสมัย ประหยัดคุ้มค่า ปรับเปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการ ของตลาด โดย

- เพิ่มพันธมิตรคู่ผลิต คู่ค้า แสวงหาผลกำไรร่วม
 - สินค้าหลัก สินค้ารอง สินค้าขายควบ
 - แรงจูงใจ เช่น จัดโปรโมชั่น
 - กิจกรรมการตลาดภายในและภายนอก เช่น การเสนอขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์
- ผลิตสื่ออุปกรณ์โฆษณา

5) แผนการบริหารจัดการ

การวางแผนทางการดำเนินกิจการ โดยคำนึงถึง

- การพัฒนาส่งเสริมมุ่งสู่ความยั่งยืน (ช่วยเหลือพึ่งพาตนเองได้)
- มีความสุขอย่างพอเพียง
- เกิดความเข้มแข็งขององค์กร หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ในชุมชน
- เสริมสร้างองค์ความรู้ด้วยการศึกษาวิจัย และการรับรองคุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์

วิจัยเชิงการตลาด เศรษฐศาสตร์

- ข้อมูลส่งเสริมการลงทุน
- การบริหารความเสี่ยง
- การติดตามประเมินผล
- การปรับปรุงแก้ไข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสัมฤทธิ์ผล

2.2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด

Kotler (2000) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์หรือส่วนผสมทางการตลาด ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาด ที่องค์กรธุรกิจต้องใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ส่วน (4P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด อย่างไรก็ตามการบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าทั่วไป ซึ่ง Boom and Bitner (1981) และ Donnelly and George (1981) ได้แนะนำ P อีก 3 ตัว เพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการตลาด คือ People (บุคลากร) Physical evidence (สภาพแวดล้อม) และ Process (กระบวนการ) สำหรับ Payne (1993) กล่าวถึง การผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะใช้ส่วนผสมการตลาด 4 P's แต่ในธุรกิจการให้บริการมีความจำเป็นต้องมีส่วนผสมการตลาดเพิ่มขึ้นอีก ได้แก่ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) หรือเรียกว่า 7 P's กล่าวคือ กลยุทธ์การตลาด 7 P's (Service Marketing Mix Strategy) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product/ Service Strategies) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/ Channel Strategies) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Promotion/ Integrated Marketing Communication Strategies) กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategies) กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ (Process Strategies) และกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence Strategies) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และเวลา การส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า บุคลากร กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ของ Lovelock and Wirtz (2011)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดย (ชนันธร เพ็ญน้อย, 2562) กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่า (ศิริวรรณ และคณะ, 2541) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการบริการ (Market mix) ไว้ในหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่ว่าขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) ของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน ตามส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps องค์ประกอบสำคัญในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์หลัก (Core product) และองค์ประกอบเสริมในส่วนที่เป็นบริการควบคู่กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งที่คุณบริหารต้องพิจารณา คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ของคุณแข่งขันว่าทำได้ดี มากน้อยเพียงใด (Lovelock and Wirtz, 2011) ดังนั้น การใช้กลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระยะยาว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอยู่เสมอ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจ

เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือเพื่อยืดอายุในวงจรอายุผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเพื่อสร้างกำไร กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เป็นการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม หรือด้านประชากร จะทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หากร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถทำความเข้าใจในความต้องการที่เกิดขึ้นก็จะทำให้เห็นโอกาสทางการตลาดเมื่อมีโอกาสทางการตลาดก็จะมีโอกาสที่จะเกิดผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการต้องเลือกผลิตภัณฑ์และทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ที่เลือกจะต้องมีเอกลักษณ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นนวัตกรรมใหม่หรือได้จากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อทำให้สินค้าและบริการของการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ประสบความสำเร็จ ซึ่งรวมถึงความสามารถทางการตลาด (Market Ability) ความสามารถทางการผลิต (Manufacture Ability) และความสามารถด้านการบริการ (Service Ability)

2) ด้านราคา (Price) ราคา เป็นองค์ประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากลูกค้าได้รับคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ในรูปบริการ ความรับผิดชอบไม่จำกัดอยู่ที่งานการตั้งราคาเพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเหล่านั้น ยังรวมถึงการตั้งกำไรจากการค้าและตั้งข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อด้วย นอกจากนี้ผู้จัดการบริการยังต้องตระหนักถึงวิธีการปฏิบัติเพื่อหาวิธีลดต้นทุน และสิ่งอื่นที่ลูกค้ารับภาระไว้ใน การซื้อและส่งผลให้เกิดการใช้บริการน้อยลง ต้นทุนเหล่านี้ รวมถึงค่าใช้จ่ายทางการเงิน ความพยายามในรูปวัตถุและจิตใจ รวมไปถึงประสบการณ์ของลูกค้าในอดีตที่อาจจะเป็นลบหรือไม่พอใจต่อรูปแบบบริการก็ได้ (Lovelock and Wirtz, 2011) ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler and Armstrong (2014) ที่กล่าวว่า จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นจำนวนเงินที่ต้องชำระเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นการแลกเปลี่ยนกับประโยชน์ที่ได้รับจากการมีหรือการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของสินค้าออกมาในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์และราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น โดยถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ

3) ด้านสถานที่ (Place) สถานที่และเวลาในการส่งมอบองค์ประกอบของสินค้าไปสู่ลูกค้า นั้นเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่รวมถึงช่องทางการจำหน่ายซึ่งเป็นได้ทั้งช่องทางทั่วไปและใช้อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบไปยังลูกค้าเวลาที่ต้องการ โดยผ่านโทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์อาจส่งมอบผลิตภัณฑ์ถึงลูกค้าโดยตรง หรือใช้การผ่านตัวกลางซึ่งเป็นองค์กรอื่นได้ เช่น ร้านค้าปลีกของผู้ประกอบการอื่น โดยจะได้รับค่าธรรมเนียมหรือเปอร์เซ็นต์จากราคาขายและการติดต่อกับลูกค้า สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านนี้ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ (Lovelock and Wirtz, 2011) นอกจากนี้ Kotler and Armstrong (2014) นักการตลาดยังกล่าวต่ออีกว่า การใช้สื่อ การกระจายสินค้าไปยังลูกค้าให้ตรงตามพฤติกรรม ลักษณะนิสัยความต้องการ คือ สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดการซื้อขายต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับองค์กรตลอดไป และสอดคล้องกับ Kotler and Keller (2006) ที่กล่าวว่า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาและให้ความสำคัญ ในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ดังนั้น กลยุทธ์ด้านสถานที่และเวลา เป็นการเชื่อมโยงร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ และลูกค้า เพื่อนำไปสู่การตลาดบรรลุเป้าหมาย และเป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้บริโภคเพื่อการใช้หรือการบริโภค

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โปรแกรมการตลาดใดจะสำเร็จลงได้โดยปราศจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบนี้มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ให้ข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันควร ในการสื่อสารตลาด บริการส่วนมากมีลักษณะคล้ายกับการอบรม (Lovelock and Wirtz, 2011) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าใหม่ของร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์อาจต้องให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของบริการ สถานที่และเวลาที่จะใช้บริการ รวมถึงวิธีการเข้าร่วมในกระบวนการส่งมอบบริการอย่างได้ผล การสื่อสารอาจทำโดยตัวบุคคล เช่น พนักงานจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถให้ข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็นในรายละเอียดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ หรือข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอื่นๆ นอกจากนี้ร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ และเว็บไซต์ ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดเป็นการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ชักจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และช่วยเตือนความจำแก่ลูกค้า นักการตลาดจำเป็นต้องรู้จักเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกิจการ การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารระหว่างร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมีเป้าหมายที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติที่ดี ต่อสินค้าและบริการ และมีความสนใจซื้อ

การส่งเสริมทางการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าโดยเครื่องมือที่ใช้ ในการสื่อสารการตลาด บริการในการส่งเสริมทางการตลาด อาจทำได้ 4 รูปแบบ ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication mix) ประกอบไปด้วย

4.1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคลโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์วิทยุโทรทัศน์ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

4.2) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำการอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4) การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงานการนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5) ด้านบุคลากร (People) ผลิตภัณฑ์บริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับคนที่บุคคลปฏิบัติต่อกัน สองฝ่ายคือระหว่างลูกค้ากับพนักงานของผู้ประกอบการ สภาพของการปฏิบัติต่อกันสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านสุขภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่ได้รับจากการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการรับและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจพนักงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า (Lovelock and Wirtz, 2011) ดังนั้น การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคนทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับ

บุคลากรเป็นสำคัญ ตั้งแต่การสรรหา ฝึกอบรม กระตุ้นพนักงาน บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจ ดึงลูกค้ากลับมา หรือไล่ลูกค้าไปได้จากการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับลูกค้าเพียงครั้งเดียว การบริหารพนักงาน ซึ่งลูกค้าต้องได้รับบริการที่ดี มีคุณภาพ ไม่ขาดตกบกพร่อง หากเกิดปัญหา ลูกค้าย่อมตำหนิพนักงานที่ให้บริการอย่างแน่อน พนักงานที่ทำงานพบกับลูกค้าโดยตรง กับพนักงานที่ทำงานสนับสนุน ต้องให้สมบูรณ์ สอดประสานกันอย่างราบรื่น เพื่อให้พนักงานส่วนให้บริการส่งมอบบริการอย่างมีคุณค่าให้ลูกค้า

6) ด้านกระบวนการ (Process) ในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้านั้นต้องมีการออกแบบและจัดการกระบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพกระบวนการนั้น สามารถอธิบายได้ว่า เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไปกระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้ลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมากและมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะเดียวกันกระบวนการผลิตบริการที่ไม่ดี ก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิต ในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด (Lovelock and Wirtz, 2011) ดังนั้น ความแตกต่างระหว่างบริการสินค้า จำแนกออกได้ 5 ประการดังนี้ บริการไม่สามารถจับต้องได้ บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ บริการไม่มีความแน่นอน บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ สำหรับการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้น กระบวนการให้บริการเพื่อส่งสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างรวดเร็วและตรงจุดนั้น ร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์จำเป็นต้องมีระบบกระบวนการให้บริการหรือลำดับขั้นตอนที่รวดเร็วและชัดเจน เช่น การให้ข้อมูล ระบบการชำระเงิน เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการบริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) Lovelock and Wirtz (2011) กล่าวว่า รูปร่างของรูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พานะ เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องมือ สมาชิกที่เป็นพนักงาน ป้าย วัสดุ สิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดนี้ เป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านบริการจำเป็นต้องบริหารหลักฐาน ที่เป็นตัววัดอยู่อย่างรอบคอบ เนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึก ของลูกค้าได้ สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการเนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องทำให้ลูกค้าเห็นได้ชัด และสิ่งที่จะแสดงให้ลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม สำหรับการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้น ลักษณะทางกายภาพ อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น ปัจจัยด้านความสะอาด ความสะดวก ระบบรักษาความปลอดภัย หรือผลประโยชน์อื่นๆ ซึ่งจำเป็น ต้องให้ความสำคัญ เพราะมีส่วนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า

2.2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities and Threats Analysis) และ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix เป็นวิธีการหรือเครื่องมือสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในกิจการต่าง ๆ กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จะทำให้ทราบสถานภาพปัจจุบันขององค์กรว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้แก่องค์กรนั้น ๆ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และพรรณนะ บุญขวัญ, 2551)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมที่ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อนขององค์กร (Weakness) ซึ่งจะช่วยให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาส (Opportunities) และหลบหลีกจากอุปสรรค (Threats) ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนยังช่วยระบุถึงจุดแข็งที่ซ่อนอยู่ และจุดอ่อนที่ถูกละเลย องค์กรจะต้องสามารถระบุ

ปัจจัยภายในขององค์กรที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ เนื่องจากจุดแข็งนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นสิ่งซึ่งองค์กรมีอยู่หรือสามารถทำได้ดีกว่า คู่แข่งขันจุดอ่อน คือ สิ่งซึ่งองค์กรมีหรือทำหรือไม่มีเลย ซึ่งในขณะที่คู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่า การพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็งสามารถเปรียบเทียบได้กับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตขององค์กร (Past Performance) คู่แข่งขันที่สำคัญขององค์กร (Key Competition) และอุตสาหกรรมทั้งหมด

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าวว่าเป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอกก็ส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจแต่ละแห่งในลักษณะที่แตกต่างกัน เปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับองค์กรบางแห่งอาจจะกลายเป็นข้อกำหนดขององค์กรอื่นหรือถึงแม้ องค์กรธุรกิจหลายแห่งอาจจะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นคล้าย ๆ กัน แต่บางแห่งก็อาจจะได้รับ ประโยชน์มากกว่าแห่งอื่น เนื่องจากลักษณะที่แตกต่างกันขององค์กรธุรกิจ และความสามารถของผู้บริหาร ในการที่จะกำหนดกลยุทธ์ให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น

สำหรับแนวคิดการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นแมทริกซ์ที่แสดงถึงโอกาสและอุปสรรค จากภายนอกองค์กรที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรโดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนี้

ตารางที่ 2.1 TOWS Matrix: Threats– Opportunities –Weaknesses – Strengths

TOWS Matrix		
	S	W
O	S – O Strategies ใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส	W – O Strategies แก้ไขจุดอ่อน เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส
T	S – T Strategies ใช้จุดแข็งหลีกเลี่ยง ลดอุปสรรค	W – T Strategies ลดความอ่อนแอ หลีกเลี่ยงอุปสรรค อาจเลิกกิจการ

ที่มา : อ้างอิงจากเอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงชนะ บุญขวัญ การจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management) ของ Michael A.Hitt, R.Duane Ireland and Robert E.Hoskisson

กลยุทธ์เชิงรุก SO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะใช้จุดแข็ง ภายในองค์กรอาศัยประโยชน์จากโอกาส ณ ภายนอกที่เปิดโอกาสให้ ซึ่งทุกองค์กรต่างมีความต้องการจะสร้างความเข้มแข็งภายในเพื่อสามารถอาศัยประโยชน์จากสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ณ ภายนอก ซึ่งมีหลาย องค์กรใช้กลยุทธ์ WO ST SO เพื่อจะกลับเข้าสู่สถานการณ์ที่สามารถใช้กลยุทธ์ SO ได้อีกหมายความว่า เมื่อองค์กรมีความอ่อนแอภายใน ก็จะพยายามปรับปรุงให้องค์กรภายในเข้มแข็งขึ้น และเมื่อองค์กรประสบกับ อุปสรรค ณ ภายนอกก็จะพยายามหลีกเลี่ยงและมุ่งเข้าหาโอกาสต่อองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่จะใช้ ความเข้มแข็งภายในองค์กรหลีกเลี่ยงหรือลดอุปสรรค ณ ภายนอกทั้งจากคู่แข่งหรือปัจจัยอื่น ๆ

กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กร จะปรับปรุงแก้ไขความอ่อนแอภายในองค์กรโดยอาศัยประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่เปิดโอกาสให้ถึงแม้ว่า สิ่งแวดล้อมภายนอกดีมาก แต่หากองค์กรมีปัญหาภายในเองก็อาจทำให้ไม่ได้รับประโยชน์จากโอกาสภายนอก ที่มีอยู่ เพราะจุดอ่อนอาจทำให้องค์กรไม่สามารถอยู่ได้ จึงควรวางวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะ ยังมีโอกาสหรือช่องทาง ในการดำเนินงานในองค์กรต่อไปได้

กลูทธีเซิงรับ WT หรือเรียกว่า กลูทธีจุดอ่อนกับอุปสรรค ได้แก่ กลูทธีที่ปกป้ององค์กร
อย่างที่สุด คือ พยายามลดความอ่อนแอภายใน และหลีกเลี่ยงสภาวะแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคให้ได้มาก
ที่สุด หากองค์กรเผชิญกับอุปสรรคภายนอกและภายในก็ยังอ่อนแอ องค์กรก็จะตกอยู่ในสถานการณ์

บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (ตลาดในสวน)

3.1.1 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/สถานที่ท่องเที่ยว

1) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว

ตั้งอยู่เลขที่ 37/1 หมู่ที่ 5 ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวม 23 ราย โดยนางประหยัด ปานเจริญ เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2558 เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งชุมชนเริ่มต้นจากการเป็นหมู่บ้านรางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงจากกระทรวงมหาดไทย ประจำปี 2557 โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับชุมชนและเกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง ซึ่งดำเนินการเป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงได้รับรางวัลล่าสุด ได้แก่ ชุมชนอุดมสุขที่ยั่งยืน ยอดเยี่ยมได้ลำดับ 1 ระดับภูมิภาค และได้ลำดับ 4 ของประเทศ จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่มีการจัดทำแผนธุรกิจและขับเคลื่อนการทำเกษตรสมัยใหม่ภายใต้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบองค์รวม (BCG Model) โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น ภายในฟาร์มยังเป็นศูนย์เรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรม และมีตลาดในสวนเป็นแหล่งซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยใกล้กรุง เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกสินค้าปลอดภัยได้อย่างหลากหลายมากขึ้น มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผลไม้อินทรีย์ สินค้าแปรรูปและอาหารพร้อมทั้งขนมต่างๆ เปิดทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.30 - 14.00 น. เป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพ



ภาพที่ 3.1 จุดเช็คอิน “วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง” หรือตลาดในสวน จังหวัดนครปฐม

2) กิจกรรมผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร

การผลิตสินค้าภายในฟาร์มเป็นการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ออร์แกนิกไทยแลนด์และ PGS และแหล่งน้ำหลักที่ใช้ในการเกษตร คือ น้ำฝน และมีบ่อพักน้ำในฟาร์มของตนเอง ด้านลักษณะการถือครองที่ดินมีทั้งที่ดินของตนเอง (โฉนด) ขนาดพื้นที่ 7 ไร่ เป็นศูนย์เรียนรู้และมีพื้นที่ปลูกฝรั่ง 11 ไร่ ยังมีพื้นที่เช่าปลูกฝรั่ง 35 ไร่ พื้นที่เช่าปลูกมะพร้าว น้ำหอมอีก 14 ไร่ มีแนวคิดที่จะขยายพื้นที่ปลูกฝรั่งเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการผลิตสินค้าอินทรีย์ในพื้นที่ ส่วนสินค้าฝรั่ง มะพร้าว น้ำหอม เป็นสินค้า GI ยังได้การรับรองระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป (EU) ของ มกท. มีการปลูกผักตามฤดูกาลปลูกในพื้นที่ประมาณ 1 งาน ได้แก่ ผักกวางตุ้ง ผักบ๊วย ผักบุ้ง เป็นต้น ยังมีสินค้าแปรรูป เช่น น้ำฝรั่ง ยาต้มฝรั่ง ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมาก ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) น้ำฝรั่ง 2) ฝรั่ง 3) ผักบุ้ง 4) กวางตุ้ง 5) ผักบ๊วย เป็นต้น



ภาพที่ 3.2 ผลไม้และพืชผักตามฤดูกาล

3) กิจกรรมอื่นๆ ภายในฟาร์ม

(1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม ณ ศูนย์เรียนรู้อันเนื่องมาจากพระราชดำริประกอบไปด้วยฐานการเรียนรู้ 5 ฐานเรียนรู้ได้แก่ ฐานที่ 1 ฐานการให้ความรู้ด้านการผลิตปุ๋ยสูตรต่างๆ เช่น ปุ๋ยชีวภาพ ปุ๋ยจากมูลสัตว์ จุลินทรีย์สังเคราะห์แสงและการทำฮอร์โมนไข่แบบอินทรีย์ ฐานที่ 2 ฐานสาธิตการปลูกต้นไม้ ด้วยวิธีการพินบ้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การตอนกิ่ง การติดตาและการทาบกิ่ง ฐานที่ 3 การเลี้ยงและผลิตปุ๋ยไส้เดือน เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจในการทำการเกษตรแบบธรรมชาติ บำบัดโดยให้ไส้เดือน ดูแลการเจริญเติบโตของต้นไม้ ฐานที่ 4 ฐานการต้นไม้เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ให้ชุมชนรู้จักช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองด้วยการแจกพันธุ์ไม้ และให้นำพันธุ์ไม้มาคืนศูนย์เรียนรู้ เพื่อเป็นการต่อยอดและเพิ่มคุณค่าให้กับการปลูกต้นไม้ ฐานที่ 5 การปลูกผักในสวนปโตในเมือง โดยจะสอนวิธีปรุงดินและวิธีปลูกผักแล้วให้เอากลับไปโตที่บ้าน เมื่อรับประทานเสร็จแล้วเอาดินกลับมาหาเราแล้วปรุงดินปลูกผักใหม่ เป็นการส่งเสริมให้ปลูกผักกินเองอย่างปลอดภัยลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและสามารถปลูกในตะกร้าไม่จำเป็นต้องใช้ที่ดินมาก โดยมีนักท่องเที่ยวและผู้เข้ามาอบรมเรียนรู้ เฉลี่ยปีละกว่า 10,000 ราย เพื่อเพิ่มการเรียนรู้และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม

(2) กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดในสวน เริ่มเปิดตลาดเมื่อปี 2565 เนื่องจากได้รับผลกระทบของโควิด-19 เกษตรกรประสบปัญหาสินค้าขายไม่ได้ รายได้ไม่มี ช่วงแรกเปิดเป็นตลาดแรกเปลี่ยนสินค้าใครมีสินค้าอะไรเอามาแลกเปลี่ยนกันที่นี่ จนมีคนในชุมชนที่ไม่ได้ปลูกไม่มีอะไรกินเพราะตลาดข้างนอกปิดหมดอยากซื้อสินค้าจากเรา จึงเปิดเป็นตลาดตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา และมีการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างดีโดยนางประหยัด ปานเจริญ ประธานวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง มีแนวคิดอยากให้ผลผลิตผักผลไม้ปลอดภัยของชุมชนเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งชาวชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้างทำเกษตรอินทรีย์และมีกลุ่มผลิตผักผลไม้อินทรีย์กว่า 200 ไร่ โดยมีผลผลิตเกษตรปลอดภัยอีกมากมาย จึงมีความต้องการเปิดพื้นที่เป็นแหล่งซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยใกล้กรุง เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกสินค้าปลอดภัยได้อย่างหลากหลายมากขึ้น ส่งตรงจากชาวสวนมีราคาย่อมเยา อีกทั้งสร้างรายได้ให้คนในชุมชนสำหรับตลาดในสวนเป็นวิถีของคนรักธรรมชาติ และมีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผลไม้อินทรีย์ สินค้าแปรรูปและอาหารพร้อมทั้งขนมต่าง ๆ เปิดทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.30 - 14.00 น. เป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพ



ภาพที่ 3.4 สินค้าที่จำหน่ายในตลาดในสวน

(3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง เป็นกิจกรรมที่ชุมชนท่องเที่ยวใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการมาสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน ในรูปแบบที่แปลกใหม่ โดยจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1. กิจกรรมชมสวนผลไม้ นั่งเรือล่องไปตามสวนและชมธรรมชาติภายในชุมชน 2. กิจกรรมเปิดสวนฝรั่งให้นักท่องเที่ยวได้เก็บเกี่ยวผลผลิตและเรียนรู้วิธีการเลือกฝรั่งให้มีรสชาติที่ถูกต้องและเรียนรู้การตัดฝรั่ง และการเก็บฝรั่งที่ถูกต้อง รวมทั้งมีกิจกรรมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร โดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการแปรรูปผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการเพิ่มการเรียนรู้และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และยังมีกิจกรรมการร้องเพลงคาราโอเกะซึ่งนักท่องเที่ยวและผู้สนใจร้องเพลงสามารถต่อคิวร้องเพลงหรือขอเพลงฟังได้

4) ข้อมูลเจ้าของฟาร์ม

นางประหยัด ปานเจริญ อายุ 62 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบอาชีพหลักคือ เกษตรกรและยังเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม มีประสบการณ์ในการทำเกษตรกว่า 40 ปี และได้ผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 20 ปี ส่วนสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เข้าร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจ มีอายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอนุปริญญา/ปวส. มีประสบการณ์ในการทำเกษตรประมาณ 5 - 10 ปี และทำการเกษตรแบบปลอดภัย ประมาณ 5 - 7 ปี นอกจากนี้ มีการจัดบันทึกบัญชีรับจ่ายในครัวเรือน เพราะเห็นว่ามีควมจำเป็นให้ทราบถึงรายรับและรายจ่ายในภาพรวมที่เกิดขึ้นภายในฟาร์ม โดยสังเขป รวมถึงประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจ ช่วยให้การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นไปอย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุงพัฒนาได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

5) การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ปี 2558 โดยดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิด “ท่องเที่ยวอาหารปลอดภัย” ซึ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าด้วยกันอย่างลงตัว สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตจะถูกนำมาจำหน่ายภายในตลาดในสวนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ฟาร์ม โดยมีการคัดแยกและดูแลคุณภาพก่อนวางจำหน่ายอย่างพิถีพิถัน การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (PGS) ซึ่งจะผลิตฝรั่งมากที่สุด ร้อยละ 70 โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 90 กิโลกรัมต่อวัน รองลงมาผลิตมะพร้าว น้ำหอม ร้อยละ 29 โดยมีปริมาณการผลิต 600 ลูกต่อสัปดาห์ และผักตามฤดูกาล ร้อยละ 1 โดยมีปริมาณการผลิต 2 กิโลกรัมต่อวัน ซึ่งพื้นที่ปลูกฝรั่งจะมีการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มเพื่อรองรับการบริโภคให้เพียงพอต่อความต้องการ ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น น้ำฝรั่งจะผลิตอาทิตย์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 300 ขวด และน้ำมะพร้าวผลิตได้ 300 ขวด/สัปดาห์ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดราคาส่งโดยยึดหลักซึ่งคำนึงถึงคุณภาพสินค้า ต้นทุนของสินค้า และกำลังซื้อของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดเชิงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

6) ด้านต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน

ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน พบว่าการปลูกฝรั่ง มีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 518,400 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 1,152,000 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 633,600 บาท/ปี การปลูกมะพร้าว น้ำหอม มีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 36,000 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 90,000 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 54,000 บาท/ปี และการปลูกพืชผักตามฤดูกาลมีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 14,400 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 57,600 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 43,200 บาท/ปี ส่วนสินค้าแปรรูป มีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 86,400 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 115,200 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 28,800 บาท/ปี ส่วนต้นทุนด้านการจัดการในฟาร์ม ได้แก่ ค่าแรงงานเฉลี่ย 57,600 บาท/ปี ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย 9,600 บาท/ปี ค่าน้ำมันเฉลี่ย 28,000 บาท/ปี

7) การจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่ม

การจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่ม จำแนกเป็น ผักตามฤดูกาลจำหน่าย ในสวนตลาดสุขใจ และตลาดนัด ทุกวันเสาร์อาทิตย์ของเดือน ส่วนฝรั่งและน้ำมะพร้าว ส่งจำหน่ายให้บริษัท เลมอนฟาร์ม กทม. ร้อยละ 75 และขายตลาดในสวน ร้อยละ 23 ตลาดสุขใจ ร้อยละ 2 และมะพร้าวน้ำหอมส่งจำหน่ายให้บริษัทฟลอร่า แคปปิตอล จำกัด อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ร้อยละ 50 และบริษัท ฮาร์มเลส ฮาร์เวสต์ ไทยแลนด์ จำกัด ร้อยละ 50 ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น น้ำฝรั่ง ยาดมฝรั่ง ขายตลาดในสวน ร้อยละ 100 ยังมีบริการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างจังหวัดผ่านการขนส่งของบริษัทเอกชน/ไปรษณีย์ โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านเจ้าของฟาร์มโดยตรงทั้งเบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว Line รวมถึง Facebook Messenger ของ Facebook Page “ตลาดในสวน”

8) แรงจูงใจที่สนใจการทำเกษตรเกษตรอินทรีย์

แรงจูงใจในการทำเกษตรเกษตรอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรมีความมุ่งมั่นที่จะจำหน่ายสินค้าที่ปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและความปลอดภัย รวมทั้งมีการส่งเสริมการขายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ สามารถนำไปจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้ตลอดทั้งปี และน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้

3.1.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงาน

จากแบบสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวและคณะศึกษาดูงานที่เดินทางมายัง “ตลาดในสวน” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.33 เพศชาย ร้อยละ 36.67 โดยมีภูมิลำเนาหลักจังหวัดนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 80 และนอกจังหวัดนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 20 ได้แก่ จังหวัดราชบุรี กรุงเทพมหานครและปทุมธานี สำหรับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากที่สุดร้อยละ 30.00 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี ร้อยละ 26.67 อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 23.33 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 13.33 และอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 6.67 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 33.33 รองลงมาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 20 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 6.67 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 16.67 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 13.33 และระดับปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 10 สำหรับข้อมูลด้านอาชีพพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 30.00 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 23.33 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ร้อยละ 20.00 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 13.34 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 3.33 ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 30.00 มากที่สุด รองลงมา มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ร้อยละ 23.33 มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 20.00 มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ร้อยละ 16.67 และมีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท ร้อยละ 10 สำหรับพฤติกรรมการใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉลี่ย 860 บาทต่อคนต่อครั้ง เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุดได้แก่ ซื้อสินค้าทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ เที่ยวชมสวนของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 22.73 ซื้อสินค้าแปรรูปทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 19.70 เรียนรู้ภูมิปัญญาในการทำเกษตร คิดเป็นร้อยละ 9.09 ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 7.58 และเพื่อการพักผ่อนและรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 4.55 โดยนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาคือ มาคนเดียว ร้อยละ 30.00 มากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 26.67 มากับคู่รัก/สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 6.66 บุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 รายต่อครั้ง ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นเสียงตามสาย คิดเป็นร้อยละ 76.67

รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook/Line คิดเป็นร้อยละ 13.33 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 10 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจำนวนมากกว่า 7 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ เดินทางมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 30.00 จำนวน 3 - 6 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 และจำนวน 1 - 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงานของตลาดในสวน จังหวัดนครปฐม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	19	63.33
ชาย	11	36.67
ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว		
ในจังหวัดนครปฐม	24	80.00
นอกจังหวัดนครปฐม	6	20.00
ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว		
21-30 ปี	7	23.33
31-40 ปี	4	13.33
41-50 ปี	2	6.67
51-60 ปี	8	26.67
60 ปี ขึ้นไป	9	30.00
ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว		
ประถมศึกษา	5	16.67
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	6.67
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	13.33
ปวส./อนุปริญญา	3	10.00
ปริญญาตรี	10	33.33
สูงกว่าปริญญาตรี	6	20.00
อาชีพของนักท่องเที่ยว		
นักเรียน/นักศึกษา	1	3.33
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	9	30.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	10.00
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	6	20.00
พนักงานบริษัทเอกชน	7	23.33
เกษตรกร	4	13.34

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	9	30.00
15,001 – 25,000 บาท	6	20.00
25,001 – 35,000 บาท	5	16.67
35,001 – 45,000 บาท	3	10.00
มากกว่า 45,000 บาท	7	23.33
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ซื้อสินค้าทางการเกษตร	24	36.36
ซื้อสินค้าแปรรูปการเกษตร	13	19.69
ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร	5	7.58
เรียนรู้ภูมิปัญญาในการทำการเกษตร	6	9.09
เที่ยวชมสวนของเกษตรกร	15	22.73
เพื่อการพักผ่อนและรับประทานอาหาร	3	4.55
บุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว		
มาคนเดียว	9	30.00
มากับคู่รัก/สามี-ภรรยา	2	6.66
มากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	11	36.67
มากับครอบครัว/ญาติ	8	26.67
จำนวนบุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว		3 ราย/ครั้ง
1 ท่าน	9	30.00
2 ท่าน	9	30.00
3 ท่าน	8	26.67
4 ท่าน	2	6.67
5 ท่าน	1	6.66
แหล่งข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ป้ายโฆษณา	3	10.00
Facebook/Line	4	13.33
ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นเสียงตามสาย	23	76.67
จำนวนครั้งที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ครั้ง)		
ครั้งแรก	9	30.00
จำนวน 1-2 ครั้งต่อปี	2	6.67
จำนวน 3-6 ครั้งต่อปี	4	13.33
จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 7 ครั้งต่อปี	15	50.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี (ตลาดปิ่นรักษ์)

3.2.1 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/สถานที่ท่องเที่ยว

1) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว

ตั้งอยู่เลขที่ 97/1 หมู่ที่ 7 ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวม 50 ราย โดยมี นายสุพจน์ กลิ่นพวง เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2559 เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งชุมชนได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 ศูนย์เรียนรู้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ยั่งยืนต้นแบบ ประจำปี 2567 ของกรมการปกครอง และชนะเลิศวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับจังหวัด ประจำปี 2568 ของกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งดำเนินการเป็นศูนย์เรียนรู้วิถีการเกษตรอินทรีย์ในชุมชน โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับชุมชนให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



ภาพที่ 3.5 จุดเช็คอิน “วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง” หรือตลาดปิ่นรักษ์ จังหวัดเพชรบุรี

2) กิจกรรมผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร

กิจกรรมผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นการผลิตตามมาตรฐานออแกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) แหล่งน้ำหลักที่ใช้ในการเกษตรคือ บ่อบาดาลในฟาร์มของตนเองและน้ำชลประทาน ด้านลักษณะการถือครองที่ดินมีทั้งที่ดินเป็นของตนเอง (โฉนด) มีขนาดพื้นที่ 2 ไร่ เข้าพื้นที่จำนวน 3 ไร่ มีการปลูกผักในพื้นที่จำนวน 5 ไร่ ได้แก่ ผักสลัด เช่น คอส กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค เป็นต้น ผักตามฤดูกาล เช่น กวางตุ้ง ฮ่อเต้ มะเขือเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกตัดผักเองได้ และยังมีสินค้าแปรรูป เช่น กิมจิ ผงโรยข้าว คุกกี้ผักเคล และยังมีสินค้าเกษตรได้รับมาตรฐาน PGS ซึ่งทางกลุ่มจะรับซื้อผักจากสมาชิกเพื่อมาขาย เช่น แผลง ฟักทอง ผักบุ้ง มะเขือเปราะ เป็นต้นและมีแนวคิดที่จะขยายพื้นที่ผลิตเพิ่มพร้อมทั้งขยายเครือข่ายเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 3.6 ผักสลัดและผักตามฤดูกาล

3) กิจกรรมอื่นๆภายในฟาร์ม

(1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม ณ ศูนย์เรียนรู้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ประกอบไปด้วยฐานการเรียนรู้ 6 ฐานเรียนรู้ ได้แก่ ฐานที่ 1 การให้ความรู้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เช่น เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร ผักออร์แกนิกกับผักปลอดสารพิษต่างกันอย่างไร ฐานที่ 2 การบริหารจัดการการปลูกผักอินทรีย์ เช่น สาธิตการปลูกพืชผักสวนครัวปลอดสารพิษ การปลูกผักสลัดบนแคร่ การเตรียมดินปลูก การทำฮอร์โมนไข่ เป็นต้น ฐานที่ 3 การจัดการดินเป็นเทคนิคการบ่มดินในแปลงปลูก การผสมดินเพาะต้นกล้า ฐานที่ 4 การให้ความรู้เรื่องตลาดออนไลน์ ฐานที่ 5 การผลิตสารชีวภัณฑ์ เช่น ไตรโคเดอร์มา หัวเชื้อจุลินทรีย์อีเอ็ม (EM) ฐานที่ 6 การเลี้ยงไก่อินทรีย์ โดยมีนักท่องเที่ยวและผู้เข้ามอบรมเรียนรู้ เฉลี่ยปีละกว่า 2,500 ราย เพื่อเพิ่มการเรียนรู้และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว



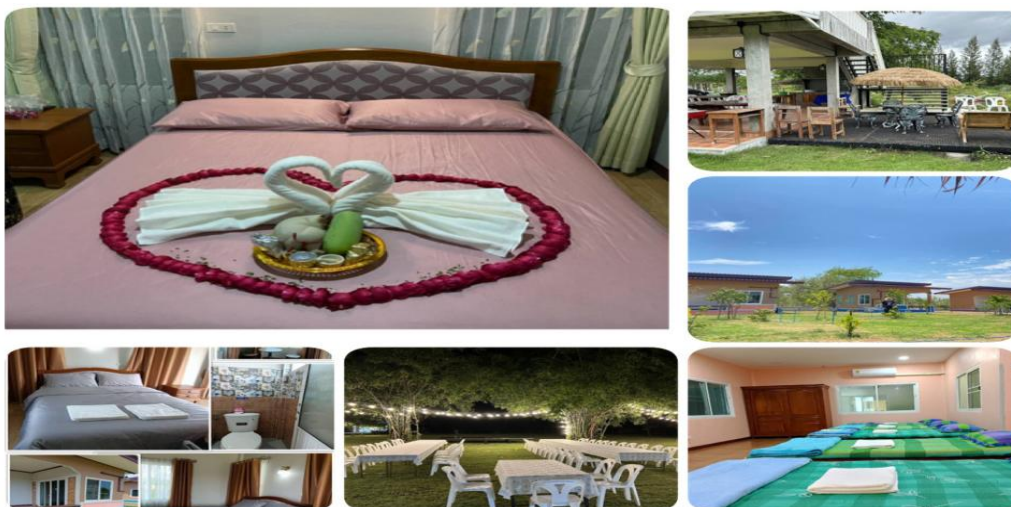
ภาพที่ 3.7 กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม

(2) กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดปันรักซ์ เริ่มเปิดตลาดเมื่อปี 2566 โดยมีแนวคิดจากทำสวนผักปันรักซ์ในฟาร์ม แล้วมีคนมาศึกษาดูงานสามารถจำหน่ายผักและของในฟาร์มให้คนรู้จักฟาร์ม จึงสร้างเครือข่ายเพื่อเอาของดีในชุมชนมาขายร่วมด้วย เพื่อให้มีสินค้าหลากหลายเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและกระจายรายได้อย่างต่อเนื่อง ร่วมกันจัดตลาดเพื่อสร้างความรับรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์และของดีในชุมชนให้มากขึ้น สินค้าที่มาจำหน่ายในตลาด เช่น ผักสลัด ผักตามฤดูกาล และสินค้าแปรรูป รวมทั้งอาหารท้องถิ่นของดีในชุมชน เช่น ขนมตาล ตาลโตนดทอด ข้าวเกรียบงา ขนมเป็๋น และอาหารเครื่องต้มอีกหลากหลาย พร้อมทั้งมีตลาดสุข BY ประชาธิปไตยเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าราคาถูก โดยมีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ เสียงตามสายและรถโฆษณา ซึ่งในช่วงแรกจะเปิดตลาดเดือนละครั้ง ทุกวันเสาร์อาทิตย์สิ้นเดือน และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในชุมชนและอำเภอใกล้เคียงอย่างมาก เปิดตั้งแต่วันที่ 9.00 น.- 17.00 น.



ภาพที่ 3.8 สินค้าที่มาจำหน่ายในตลาดปันรักซ์

(3) ภายในฟาร์มมีบริการที่พัก ได้แก่ สวนลัคกีฟาร์มสเตย์ เป็นที่พักโฮมสเตย์ จำนวน 7 หลัง ซึ่งอยู่ห่างจากตลาดปันรักซ์ประมาณ 500 เมตร มีห้องพักและห้องประชุมสัมมนา บรรยากาศร่มรื่นอากาศบริสุทธิ์ น้ำพริกเผ่นมาก เหมาะสำหรับครอบครัวที่มาท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงาน



ภาพที่ 3.9 สวนลัคกีฟาร์มสเตย์

4) ข้อมูลเจ้าของฟาร์ม

นายสุพจน์ กลิ่นพ่วง อายุ 56 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท ประกอบอาชีพหลักคือเกษตรกร และยังเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก จังหวัดเพชรบุรี มีประสบการณ์ในการทำเกษตรกว่า 32 ปี และได้ผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 7 ปี ส่วนสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เข้าร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจ มีอายุระหว่าง 30 – 60 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอนุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำเกษตรประมาณ 10 – 30 ปี และทำการเกษตรอินทรีย์ ประมาณ 5 – 7 ปี ซึ่งสมาชิกร้อยละ 20 มีการจดบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายครัวเรือน เนื่องจากทำให้เห็นข้อมูลค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนจึงเห็นว่ามีกำไร

5) การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ปี 2559 โดยดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิด “การอนุรักษ์ทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่ไปกับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้และสร้างงานให้กับชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและกระจายรายได้เป็นอย่างดี” ซึ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าด้วยกันอย่างลงตัว สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตจะถูกนำมาจำหน่ายภายในตลาดในสวนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ฟาร์ม โดยมีการคัดแยกและดูแลคุณภาพก่อนวางจำหน่ายอย่างพิถีพิถัน การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานออแกนิกไทยแลนด์ ซึ่งจะผลิตผักสลัดในฟาร์มมากที่สุดร้อยละ 80 โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 30 กิโลกรัมต่อวัน รองลงมาร้อยละ 20 เป็นผักตามฤดูกาล เช่น กวางตุ้ง ช่อเต้ และมะเขือเทศ มีปริมาณการผลิตเฉลี่ย 20 กิโลกรัมต่อวัน และรับซื้อผักสดจากสมาชิกภายในกลุ่มที่ได้รับมาตรฐาน PGS มีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 30 กิโลกรัมต่อวัน และยังมีไข่ไก่อารมณ์ดีมีปริมาณการผลิต 150 ฟองต่อวัน ซึ่งพื้นที่ปลูกผักจะมีการขยายเครือข่ายเพิ่มการผลิตมากขึ้น เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดราคาลดต้นทุนโดยยึดหลักซึ่งคำนึงถึงคุณภาพสินค้า ต้นทุนของสินค้าและกำลังซื้อของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดเชิงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

6) ด้านต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน

ด้านต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน พบว่า การปลูกพืชผักมีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 91,300 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 1,100,000 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 1,008,700 บาท/ปี และยังมีไก่ไข่ มีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 90,000 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 219,000 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 129,000 บาท/ปี สินค้าแปรรูป มีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 30,000 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 60,000 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 30,000 บาท/ปี ส่วนต้นทุนด้านการจัดการในฟาร์ม ได้แก่ ค่าแรงงาน เฉลี่ย 215,000 บาท/ปี ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย 34,000 บาท/ปี ค่าน้ำมัน เฉลี่ย 109,000 บาท/ปี

7) ช่องทางการจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่ม

การจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่ม ซึ่งภายในฟาร์มและสมาชิกในกลุ่มจะผลิตผักสลัดจำหน่ายให้โรงพยาบาลพระจอมเกล้า ร้อยละ 70 ขายในฟาร์มและในตลาดปิ่นรักซ์ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด ร้อยละ 20 และขายในตลาดนัดชุมชนอินทรีย์ผ่านทาง Facebook และส่งจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างจังหวัดผ่านการขนส่งของบริษัทเอกชน/ไปรษณีย์ ร้อยละ 10

8) แรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์

แรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรมีความมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ให้คนในชุมชนลดการใช้สารเคมี ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่จะปลูกผักเพื่อขายและบริโภคในครัวเรือน รวมทั้งส่งเสริมการขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เห็นว่าการปลูกพืชผักสามารถนำไปจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้ตลอดทั้งปี และการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้

3.2.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงาน

จากแบบสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวและคณะศึกษาดูงานที่เดินทางมายัง “ตลาดปิ่นรักษ์” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.67 เพศชาย ร้อยละ 23.33 โดยมีภูมิลำเนาหลักอยู่ในเพชรบุรี คิดเป็นร้อยละ 70 และนอกจังหวัดเพชรบุรีคิดเป็นร้อยละ 30 ได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี กรุงเทพมหานคร และปทุมธานี สำหรับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 46.67 รองลงมาอายุระหว่าง 51 - 60 ปี ร้อยละ 20 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 13.33 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 10.00 อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 6.67 และอายุน้อยกว่า 21 ปี ร้อยละ 3.33 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 30 รองลงมาระดับระดับประถมศึกษา ร้อยละ 26.67 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 16.67 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 13.33 ระดับปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 10 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.33 สำหรับข้อมูลด้านอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ร้อยละ 36.67 รองลงมาอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 26.67 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 16.66 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 6.67 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 3.33 ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 66.67 มากที่สุด รองลงมา มีรายได้มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 13.33 มากกว่า 45,000 บาท ร้อยละ 10 มีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท ร้อยละ 6.67 และมีรายได้ 35,001 - 45,000 บาท ร้อยละ 3.33 สำหรับพฤติกรรมการใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉลี่ย 850 บาทต่อคนต่อครั้ง เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ซื้อสินค้าแปรรูปทางการเกษตร ร้อยละ 25.93 ซื้อสินค้าทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 24.07 เรียนรู้ภูมิปัญญาในการทำเกษตร คิดเป็นร้อยละ 16.67 ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 12.96 เที่ยวชมสวนของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 11.11 และเพื่อการพักผ่อนและรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 9.26 โดยนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา คือมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 30.00 มากับคู่รัก/สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 13.33 และมากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 10.00 บุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 รายต่อครั้ง ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นเสียงตามสาย คิดเป็นร้อยละ 37.50 รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook/Line เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาทราบจากโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 12.50 จากโบรชัวร์/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 7.50 และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 5.00 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมามาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 76.67 เนื่องจากเป็นตลาดเปิดใหม่ รองลงมาเดินทาง จำนวน 1 - 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 เดินทางจำนวนมากกว่า 7 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 6.67 รองลงมาคือ และจำนวน 3 - 6 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงานของตลาดปิ่นรักษ์ จังหวัดเพชรบุรี

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	23	76.67
ชาย	7	23.33
ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว		
ในจังหวัดเพชรบุรี	21	70.00
นอกจังหวัดเพชรบุรี	9	30.00
ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 21 ปี	1	3.33
21-30 ปี	2	6.67
31-40 ปี	3	10.00
41-50 ปี	4	13.33
51-60 ปี	6	20.00
60 ปี ขึ้นไป	14	46.67
ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว		
ประถมศึกษา	8	26.67
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	16.67
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	13.33
ปวส./อนุปริญญา	3	10.00
ปริญญาตรี	9	30.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.33
อาชีพของนักท่องเที่ยว		
นักเรียน/นักศึกษา	1	3.33
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8	26.67
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	10.00
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	11	36.67
พนักงานบริษัทเอกชน	2	6.67
เกษตรกร	5	16.66
รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	20	66.67
15,001 – 25,000 บาท	4	13.33
25,001 – 35,000 บาท	2	6.67
35,001 – 45,000 บาท	1	3.33
มากกว่า 45,000 บาท	3	10.00

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ซื้อสินค้าทางการเกษตร	13	24.07
ซื้อสินค้าแปรรูปการเกษตร	14	25.93
ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร	7	12.96
เรียนรู้ภูมิปัญญาในการทำการเกษตร	9	16.67
เที่ยวชมสวนของเกษตรกร	6	11.11
เพื่อการพักผ่อนและรับประทานอาหาร	5	9.26
บุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว		
มาคนเดียว	9	30.00
มากับคู่รัก/สามี-ภรรยา	4	13.33
มากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	14	46.67
มากับครอบครัว/ญาติ	3	10.00
จำนวนบุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว		3 ราย/ครั้ง
1 ท่าน	8	26.67
2 ท่าน	13	43.32
3 ท่าน	2	6.67
10 ท่าน	2	6.67
11 ท่าน	2	6.67
12 ท่าน	3	10.00
แหล่งข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ป้ายโฆษณา	2	5.00
โบรชัวร์/แผ่นพับ	3	7.50
โทรทัศน์/วิทยุ	5	12.50
Facebook/Line	15	37.50
ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นเสียงตามสาย	15	37.50
จำนวนครั้งที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ครั้ง)		
ครั้งแรก	23	76.67
จำนวน 1-2 ครั้งต่อปี	4	13.33
จำนวน 3-6 ครั้งต่อปี	1	3.33
จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 7 ครั้งต่อปี	2	6.67

ที่มา: จากการสำรวจ

3.3 ข้อมูลทั่วไปของไร่เกษมสุข อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.3.1 ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/สถานที่ท่องเที่ยว

1) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว

ไร่เกษมสุข ตั้งอยู่เลขที่ 369 หมู่ที่ 8 ตำบลกุยบุรี อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ในพื้นที่ 38 ไร่ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2563 โดยมีนางสาวณัฐริณี สกุลจงเกษมสุข เป็นเจ้าของฟาร์ม เปิดให้บริการในรูปแบบฟาร์มท่องเที่ยว โดยเริ่มหาความรู้ในการปลูกผักเพื่อกินเอง ใช้เวลาในการปรับเปลี่ยนเรียนรู้และทำการเกษตรแบบอินทรีย์มาเป็นเวลา 3 ปี มีการปลูกผักสลัดที่ได้รับมาตรฐานอินทรีย์ ไร้สารเคมี ด้วยมาตรฐาน Organic Thailand ภายในฟาร์มรายล้อมด้วยธรรมชาติ มีการเลี้ยงควายเผือก และวัว เศษผักและผลไม้ที่เหลือนำมาใช้เป็นอาหารไก่ มีความมุ่งมั่นที่จะจำหน่ายผักอินทรีย์แก่ผู้บริโภค นอกจากจำหน่ายเป็นผักสด ผักสลัดพร้อมทาน ยังมีการพัฒนาแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เป็น คุณก็ น้ำผักผลไม้สด จำหน่ายภายในฟาร์มและในช่องทางต่างๆ อีกทั้งเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเป็นศูนย์เรียนรู้ ภายในฟาร์มยังเปิดร้านอาหารครัวไร่เกษมสุข อาหารอร่อย สด สะอาด ซึ่งใช้ผลผลิตจากฟาร์มเป็นวัตถุดิบหลัก สามารถเข้าชมฟาร์มได้ทุกวันตั้งแต่เวลา 8.00 – 16.00 น.



ภาพที่ 3.10 จุดเช็คอิน “ไร่เกษมสุข” จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2) กิจกรรมผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร

การผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรตามมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) มีการปลูกผักในพื้นที่จำนวน 3 ไร่ ได้แก่ การปลูกผักสลัด เช่น คอส กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค เป็นต้น ผักตามฤดูกาล เช่น กวางตุ้ง แดงกวาง มะเขือเทศ เป็นต้น และมีสินค้าแปรรูป เช่น น้ำเคลสกักเย็น ผักสลัด ถั่วทอดกรอบ เป็นต้น



ภาพที่ 3.11 ผักสลัดในโรงเรือนและสินค้าแปรรูป

3) กิจกรรมอื่นๆภายในฟาร์ม

(1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม ณ ไร้เกษมสุข ผักอินทรีย์ กุญบุรี เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และเป็นเกษตรอินทรีย์ทางเลือกแห่งความยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นแนวคิด “สุขจากการปลูก ปลูกเพื่อสุขภาพ” โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่กับการผลิตพืชผักอินทรีย์ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางอาหารและส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภค จุดเด่นของการศึกษาดูงาน 1. เรียนรู้ระบบการปลูกพืชอินทรีย์กระบวนการเตรียมดินและการบำรุงดินด้วยปุ๋ยหมักและปุ๋ยชีวภาพการปลูกผักอินทรีย์ตามฤดูกาลเพื่อความสมดุลของระบบนิเวศเทคนิคการควบคุมศัตรูพืชแบบธรรมชาติ 2. แนวทางการจัดการฟาร์มแบบยั่งยืนระบบการบริหารจัดการน้ำและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าการออกแบบพื้นที่เพาะปลูกให้เอื้อต่อความหลากหลายทางชีวภาพการทำเกษตรแบบวนเกษตรเพื่อเพิ่มความสมดุลของระบบนิเวศและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ 3. การแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตน้ำผักเคล ผลไม้สกัดเย็นจากผักอินทรีย์ การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพจากผลผลิตของฟาร์มการสร้างช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ โดยมีนักท่องเที่ยวและผู้เข้ามาอบรมเรียนรู้ เฉลี่ยปีละกว่า 2,000 ราย เพื่อเพิ่มการเรียนรู้และมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

(2) คราวไร้เกษมสุข เป็นร้านอาหารภายในฟาร์มเปิดเมื่อปี 2566 เปิดทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 09.00 น - 18.00 น. จะเป็นอาหารแนวไทยพิวชั่น เช่น ตำศรีจันทร์ คือจะใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ได้แก่ สับประรด มะพร้าวเป็นส่วนประกอบ ยังมีสเต็ก สลัด และอาหารเครื่องดื่มอีกหลายอย่างให้นักท่องเที่ยวรับประทาน ซึ่งจะเน้นวัตถุดิบคือผักสลัดที่มีในฟาร์มเป็นหลัก



ภาพที่ 3.12 อาหารจากครัวไร่เกษมสุข

4) ข้อมูลเจ้าของฟาร์ม

นางสาวณัฐรีนี้ สกุลจงเกษมสุข อายุ 54 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำเกษตรโดยทำฟาร์มวัวประมาณ 18 ปี และทำการเกษตรอินทรีย์ประมาณ 4 ปี แหล่งน้ำหลักที่ใช้ในการเกษตรคือ น้ำฝน น้ำชลประทาน และมีบ่อบำบัดน้ำบาดาลในฟาร์มของตนเอง ได้รับการคัดเลือกให้เป็นแปลงเกษตรอินทรีย์ดีเด่นประจำปี 2567 จากกรมวิชาการ และปัจจุบันได้รับรางวัลเกษตรกรดีเด่นแห่งชาติ สาขาเกษตรอินทรีย์ ประจำปี 2568 โดยมีแนวคิดว่ายากปลูกผักกินเองเพราะอยากมีสุขภาพที่ดี โดยต้นทางสุขภาพที่ดีคืออาหาร จึงปลูกผักไว้กินเองและจัดสวนในสไตล์ของตัวเองเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเชื่อว่าการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่แค่การปลูกผักเพื่อกินหรือขายเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างพื้นที่สีเขียวที่ให้ความสุขและความผ่อนคลายทั้งตนเองและคนในชุมชนได้ด้วย

5) การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ ซึ่งจะผลิตผักสลัดสดในฟาร์มมากที่สุดร้อยละ 80 โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 20 กิโลกรัม/วัน รองลงมาร้อยละ 20 เป็นผลผลิตผักตามฤดูกาล เช่น แตงกวา มะเขือเทศ ถั่วฝักยาว มีปริมาณการผลิตเฉลี่ย 10 กิโลกรัม/วัน ไข่ไก่อารมณ์ดี มีปริมาณการผลิต 30 ฟอง/วัน และยังมีสินค้าแปรรูป เช่น น้ำเคลสกัตเย็น กล้วยตาก สลัดพร้อมทาน เป็นต้น

6) ด้านต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน

ด้านต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน พบว่า การปลูกพืชผักมีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 85,600 บาท/ปีได้รับผลตอบแทน 1,221,766 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 1,136,166 บาท/ปี สินค้าแปรรูปมีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 20,000 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 45,000 บาท/ปี และผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 25,000 บาท/ปี ส่วนไข่ไก่ มีต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 24,000 บาท/ปี ได้รับผลตอบแทน 54,750 บาท/ปี และผลตอบแทน

สุทธิ (กำไร) 30,750 บาท/ปี ส่วนต้นทุนด้านการจัดการในฟาร์ม ได้แก่ ค่าแรงงาน เฉลี่ย 216,000 บาท/ปี ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย 44,400 บาท/ปี ค่าน้ำมัน เฉลี่ย 33,600 บาท/ปี

7) ช่องทางการจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่ม

การจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่ม ส่วนใหญ่จะจำหน่ายผักสลัดขายหน้าฟาร์มร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ขายในตลาดนัดชุมชนอินทรีย์ ขายผ่านทาง Facebook และส่งจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างจังหวัดผ่านการขนส่งของบริษัทเอกชน/ไปรษณีย์

8) แรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์

แรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์ พบว่า เนื่องจากพ่อแม่ทำไร่สับปะรดเน้นให้ผลผลิตมีปริมาณมาก โดยไม่คำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัย มีการใช้สารเคมีฉีดพ่น จนกระทั่งพ่อแม่มาเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็ง จึงทำการเกษตรแบบอินทรีย์อย่างจริงจัง และหันมาให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ปลูกผักเพื่อขายและบริโภคในครัวเรือน ซึ่งมั่นใจในสินค้าปลอดภัยไร้สารเคมีรวมทั้งส่งเสริมให้คนในชุมชนลดการใช้สารเคมี และการขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เห็นว่าการปลูกพืชผักสามารถนำไปจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้ตลอดทั้งปี และการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง

3.3.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงาน

จากแบบสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวและคณะศึกษาดูงานที่เดินทางมายัง “ไร่เกษมสุข” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.33 เพศชาย ร้อยละ 46.67 โดยมีภูมิลำเนาหลักอยู่ในประจวบคีรีขันธ์ คิดเป็นร้อยละ 83.33 และนอกจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ราชบุรี กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และระยอง สำหรับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 43.34 รองลงมาอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 30.00 อายุระหว่าง 51 - 60 ปี ร้อยละ 13.33 อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 10.00 และมีอายุ 60 ปี ขึ้นไปร้อยละ 3.33 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 26.67 ระดับปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 13.33 และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 10.00 สำหรับข้อมูลด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ร้อยละ 43.33 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 30.00 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 13.34 อาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 10.00 และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 3.33 ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 50 มากที่สุด รองลงมารายได้ 25,001 - 35,000 บาท ร้อยละ 30.00 มีรายได้ 35,001 - 45,000 บาท ร้อยละ 10.00 มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 6.67 และมีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ร้อยละ 3.33 และสำหรับพฤติกรรมการใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉลี่ย 1,000 บาท/คน/ครั้ง เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 29.49 เที่ยวชมสวนของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 21.79 ซื้อสินค้าทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 15.39 เรียนรู้ภูมิปัญญาในการทำเกษตร คิดเป็นร้อยละ 14.10 ซื้อสินค้าแปรรูปทางการเกษตร ร้อยละ 12.82 และเพื่อการพักผ่อนและรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 6.41 โดยนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา มากับคู่รัก/สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 20.00 มากับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 16.67 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 13.33 บุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 ราย/ครั้ง ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ จากการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook/Line เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 69.39 ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น ร้อยละ 16.33 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 8.16

จากเว็บไซต์ ร้อยละ 4.08 และจากโทรทัศน์ ร้อยละ 2.04 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมามาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาเดินทาง จำนวน 1 - 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 36.67 เดินทางจำนวน 3 - 6 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 และเดินทางจำนวนมากกว่า 7 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และคณะศึกษาดูงานของไร่เกษมสุข จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	16	53.33
ชาย	14	46.67
ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว		
ในจังหวัดประจวบฯ	25	83.33
นอกจังหวัดประจวบฯ	5	16.67
ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว		
21 - 30 ปี	3	10.00
31 - 40 ปี	13	43.34
41 - 50 ปี	9	30.00
51 - 60 ปี	4	13.33
60 ปี ขึ้นไป	1	3.33
ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	10.00
ปวส./อนุปริญญา	4	13.33
ปริญญาตรี	15	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	8	26.67
อาชีพของนักท่องเที่ยว		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	3.33
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	30.00
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	13	43.33
พนักงานบริษัทเอกชน	3	10.00
เกษตรกร	4	13.34
รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	2	6.67
15,001 - 25,000 บาท	15	50.00
25,001 - 35,000 บาท	9	30.00
35,001 - 45,000 บาท	3	10.00
มากกว่า 45,000 บาท	1	3.33

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ซื้อสินค้าทางการเกษตร	12	15.39
ซื้อสินค้าแปรรูปการเกษตร	10	12.82
ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร	23	29.49
เรียนรู้ภูมิปัญญาในการทำการเกษตร	11	14.10
เที่ยวชมสวนของเกษตรกร	17	21.79
เพื่อการพักผ่อนและรับประทานอาหาร	5	6.41
บุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว		
มาคนเดียว	4	13.33
มากับคู่รัก/สามี-ภรรยา	6	20.00
มากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	15	50.00
มากับครอบครัว/ญาติ	5	16.67
จำนวนบุคคลที่ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว		3 ราย/ครั้ง
1 ท่าน	5	16.67
2 ท่าน	9	30.00
3 ท่าน	5	16.67
4 ท่าน	3	10.00
5 ท่าน	4	13.33
6 ท่าน	2	6.67
7 ท่าน	1	6.66
แหล่งข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ป้ายโฆษณา	4	8.16
โทรทัศน์	1	2.04
Facebook/Line	34	69.39
เว็บไซต์	2	4.08
ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น	8	16.33
จำนวนครั้งที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ครั้ง)		
ครั้งแรก	15	50.00
จำนวน 1 - 2 ครั้งต่อปี	11	36.67
จำนวน 3 - 6 ครั้งต่อปี	3	10.00
จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 7 ครั้งต่อปี	1	3.33

ที่มา: จากการสำรวจ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยทำการวิเคราะห์รูปแบบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกจากการสัมภาษณ์เกษตรกร/เจ้าของฟาร์มที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรบริหารส่วนตำบล ที่มีการจัดทำแผนส่งเสริม/พัฒนาเกษตรอินทรีย์/ท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) จากผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยผลการศึกษา มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสัมภาษณ์เกษตรกร เจ้าของฟาร์ม และประธานกลุ่มเกษตรกรที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 3 แห่ง 3 จังหวัด ประกอบด้วย

4.1.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม (ตลาดในสวน) ตั้งอยู่เลขที่ 37/1 หมู่ที่ 5 ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวม 23 ราย โดยนางประหยัด ปานเจริญ เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม ลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์สำคัญ คือ การเป็นหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ต้นแบบที่สามารถทำการเกษตรด้วยการเป็นอินทรีย์ได้จริง ภายในชุมชนท่องเที่ยวบ้านหัวอ่าวจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ อากาศบริสุทธิ์ และมีผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสังคม เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งชุมชนเริ่มต้นจากการเป็นหมู่บ้านรางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงจากกระทรวงมหาดไทย ประจำปี 2557 และเป็นที่รู้จักกันทั้งในและต่างจังหวัดในฐานะของศูนย์เรียนรู้การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่ความยั่งยืน และมีการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีรูปแบบการท่องเที่ยวหลากหลาย อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสวนผลไม้ และกิจกรรมศึกษาวิถีชุมชนเกษตรอินทรีย์ ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรชาวสวน โดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานและเกิดการเรียนรู้ไปพร้อมกัน เช่น การเก็บผลผลิตในสวน การล่องเรือชมสวน การปลูกผักและผลไม้อินทรีย์ และมีตลาดในสวนจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรแปรรูปให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนได้เลือกซื้ออย่างหลากหลาย และมีรูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยแนวคิดส่วนผสมทางการเกษตร 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า สินค้าที่นำมาจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งนี้ ประกอบด้วยผลผลิตสด คิดเป็นร้อยละ 80 และผลิตภัณฑ์แปรรูป คิดเป็น ร้อยละ 20 โดยมีการคัดแยกและดูแลคุณภาพก่อนวางจำหน่ายอย่างพิถีพิถัน ซึ่งจะผลิตฝรั่งมากที่สุด ร้อยละ 70 โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 90 กิโลกรัม/วัน รองลงมามีมะพร้าว น้ำหอม ร้อยละ 29 โดยมีปริมาณการผลิต 600 ลูก/สัปดาห์ และผักตามฤดูกาลร้อยละ 1 โดยมีปริมาณการผลิต 2 กิโลกรัม/วัน ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น น้ำฝรั่งจะผลิตอาทิตย์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 300 ขวด ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก ได้แก่

1) น้ำฝรั่ง 2) ฝรั่ง 3) ผักบุ้ง 4) กวางตุ้ง 5) ผักบ็อกชอย เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านนวัตกรรมและการแปรรูปเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดผลิตด้วยตนเองภายในฟาร์ม โดยมุ่งเน้นการผลิตและคุณภาพตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ

2) ราคา (Price) พบว่า การกำหนดราคาสินค้าจะขึ้นอยู่กับชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะกำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพและตามต้นทุนการผลิต สินค้าที่ได้รับความนิยม คือ ฝรั่งกิโกรัมละ 40 บาท น้ำฝรั่งราคาขวดละ 25 บาท และยาต้มฝรั่งขวดละ 39 บาท ส่วนผักสดตามฤดูกาลมีจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยกิโกรัมละ 40 บาท โดยยังคงเน้นให้ราคาอยู่ในระดับที่เข้าถึงได้สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ควบคู่ไปกับการเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในฐานะสินค้าพรีเมียมที่จับต้องได้

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 100 จำแนกเป็น ผักตามฤดูกาล ฝรั่ง น้ำฝรั่ง ยาต้มฝรั่ง เป็นต้น จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรคิดเป็น ร้อยละ 96 ขายตลาดในจังหวัด เช่น ตลาดในสวน ตลาดสุขใจ ทุกวันเสาร์อาทิตย์ของเดือน ตั้งแต่เวลา 08.30 - 14.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 2 และขายออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 2 โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้โดยการติดต่อผ่านเจ้าของฟาร์มโดยตรงทั้งเบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว Line รวมถึง Facebook Messenger ของ Facebook Page “ตลาดในสวน”

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่เกษตรกรมีการส่งเสริมการขายสินค้าอินทรีย์ โดยมีการใช้โฆษณา Facebook และ LINE Official Account เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และแจ้งข่าวสารกิจกรรมของฟาร์มเป็นระยะ ซึ่งดำเนินการด้วยตนเองและสมาชิกกลุ่ม และร่วมกับภาครัฐ เช่น มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ มีคู่มือส่วนลดให้ลูกค้า และมีการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ช่วงเทศกาล การแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมแก่ลูกค้าที่มีส่วนร่วม มีบริการจัดส่งสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และการรับประกันคุณภาพสินค้า (ถ้าสินค้าเสียหายมีการคืนเงินหรือได้รับการเปลี่ยนสินค้า) รวมทั้งเปิดรับข้อคิดเห็นในทุกช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ เป็นต้น มีระบบการให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ ของแถมหรือโปรโมชั่นแก่ลูกค้า และกิจกรรมส่งเสริมตลาดชุมชน ซึ่งช่วยขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้แบรนด์ในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาแนวทางการสื่อสารที่เน้นความจริงใจ ความเป็นมิตร และความยั่งยืนตามแนวคิดเกษตรอินทรีย์

5) บุคลากร (People) พบว่า เกษตรกร/เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีประสบการณ์ในการทำเกษตร 40 ปี และทำเกษตรอินทรีย์กว่า 20 ปี และจากการทำเกษตรอินทรีย์ทางกลุ่มได้รับรางวัลความสำเร็จได้แก่ ชุมชนอุดมสุขที่ยั่งยืนยอดเยี่ยมได้ลำดับ 1 ระดับภูมิภาค และได้ลำดับ 4 ของประเทศ จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่มีการจัดทำแผนธุรกิจและขับเคลื่อนการทำเกษตรสมัยใหม่ภายใต้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบองค์รวม (BCG Model) โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น ในการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีต้นทุนแรงงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการ ได้แก่ แรงงานผลิต แรงงานจำหน่ายสินค้าหน้าร้าน 2 คน

ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่ก็เป็นคนในชุมชนและสมาชิกกลุ่ม อีกทั้งแม่ค้าที่ขายตลาดในสวนก็ยังเป็นคนในชุมชน ซึ่งขายได้ฟรีโดยไม่หักค่าใช้จ่าย เป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนให้มีงานทำ

6) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า สินค้าอินทรีย์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพความปลอดภัยและการนำเสนอที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งผลิตอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกระบวนการแปรรูปที่ใส่ใจในรายละเอียด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การปรุงแต่งรสชาติ ไปจนถึงการบรรจุในภาชนะที่สะอาด สวยงาม และสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้อย่างเป็นระบบ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดมีกระบวนการแปรรูป มีการจัดทำแบรนด์ที่เป็นของตัวเองภายใต้ตราสินค้า “บ้านหัวอ่าว” สามารถตรวจสอบได้ และนำเสนอออกมาภายใต้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ ถุงกระดาษ/ถุงพลาสติกและใบตอง ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และผลิตจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยเน้นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติ จริงใจ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในระยะยาว

7) กระบวนการ (Process) พบว่า กระบวนการผลิตและแปรรูปสินค้าอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์และ PGS มีการวางแผนการผลิตอย่างมีระบบตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การคัดแยกผลผลิต การแปรรูป และการจัดเก็บสินค้า ยังมีอุปกรณ์เครื่องจักรเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในกระบวนการแปรรูป ในด้านการแปรรูปผลผลิตสดและผลิตภัณฑ์แปรรูป มีการใช้เครื่องมือพื้นฐาน เช่น เครื่องตัด เครื่องบรรจุ และอุปกรณ์ซีล เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงคุณค่าและปลอดภัยต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับขนาดกิจการและปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ในแต่ละเดือน และมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าอินทรีย์สม่ำเสมอจากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานรัฐที่ให้การสนับสนุน ซึ่งมีต้นทุนการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยวเฉลี่ยรวม 29,533 บาท/เดือน และมีรายได้สุทธิที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 35,700 บาท/เดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครปฐม

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)		
- ประเภทสินค้าเกษตรที่จำหน่าย	1) ผลผลิตสด	80
	2) ผลิตภัณฑ์แปรรูป	20
	3) ผลผลิตสดและแปรรูป	-
2. ราคา (Price)		
- การกำหนดราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) กำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพ	-
	2) กำหนดราคาตามราคาตลาด	-
	3) กำหนดราคาสินค้าย่อมเยาเมื่อเทียบกับสินค้าจากที่อื่น	-
	4) กำหนดราคาสินค้าตามกลุ่มลูกค้าหลัก	-
	5) อื่นๆ โปรดระบุ ตามต้นทุนการผลิต	100
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)		
- การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว	1) ขายปลีก	100
	2) ขายส่ง	-

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	3) ทั้งขายปลีกและขายส่ง	-
- ช่องทางการจัดจำหน่าย	1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	96
สินค้าเกษตรอินทรีย์	2) หน้าร้านในฟาร์ม	-
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	3) หน้าร้านในฟาร์มอื่นๆ	-
	4) ตลาดนัด/ ออกบูท	-
	5) พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น	-
	6) ตลาดต่างจังหวัด	-
	7) ตลาดในจังหวัด	2
	8) สหกรณ์การเกษตร/สถาบันเกษตร	-
	9) ตัวแทนผู้ส่งออก	-
	10) ออนไลน์	2
	11) Modern Trade (เช่น แมคโคร บิ๊กซี เทสโก้โลตัส เป็นต้น	-
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)		
- กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย	1) ไม่มี มีเพียงการจัดจำหน่าย	-
สินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว	สินค้าเกษตรอินทรีย์	
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	2) มี ได้แก่	
	2.1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ	
	ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	-
	2.2) การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ	
	ช่วงเทศกาล	✓
	2.3) การให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อการ	
	ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	-
	2.4) การแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมแก่	
	ลูกค้าหรือร้านค้าที่มีส่วนร่วม	✓
	2.5) การเปิดรับข้อคิดเห็นในทุก	
	ช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ เป็นต้น	✓
	2.6) ระบบการให้สิทธิพิเศษต่างๆ	
	ของแถมหรือโปรโมชั่นแก่ลูกค้า	✓
	2.7) การรับประกันคุณภาพสินค้า	
	(ถ้าสินค้าเสียหายมีการคืนเงินหรือ	
	ได้รับการเปลี่ยนสินค้า)	✓
	2.8) การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำ	
	กิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม	✓

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
	2.9) อื่นๆ ระบุ	-
- การให้บริการจัดส่งสินค้าเกษตรอินทรีย์	1) ไม่มี	
	2) มี	✓
5.บุคลากร (People)		
- ประสบการณ์ในการทำเกษตร	40.....ปี	
- ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์	20.....ปี	
- รางวัลจากความสำเร็จ	1) ไม่ได้รับ	
จากการทำเกษตรอินทรีย์	2) ได้รับ	✓
6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)		
- สินค้าเกษตรอินทรีย์มีตราสินค้า/	1) ไม่มี	-
แบรนด์ของตนเอง	2) มี	✓
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร	1) แร็ค/แพ็ค	-
อินทรีย์ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว	2) ตะกร้า/เข่ง	-
	3) กล่องไม้ /ลังไม้	-
	4) กล่อง/ลังกระดาษ	-
	5) ถุงกระดาษ/ถุงพลาสติก	✓
	6) กระสอบ	-
	7) อื่นๆ โปรดระบุ ใบตอง	✓
7) กระบวนการ (Process)		
- ต้นทุนการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์ใน	1) ต้นทุนวัตถุดิบ (กรณีที่มีชื่อมาจำหน่ายใน	-
สถานที่ท่องเที่ยว (บาท/เดือน)	สถานที่ท่องเที่ยว)	
	2) ต้นทุนค่าเช่าร้าน/แผง	-
	3) ต้นทุนค่าแรงงาน	4,800
	4) ต้นทุนค่าการตลาด	-
	5) ต้นทุนค่าสาธารณูปโภค	800
	6) ต้นทุนอื่นๆ ได้แก่ ค่าปุ๋ย	23,933
	ค่ายา ค่าพันธุ์ ค่าน้ำมันฯ	
	รวม	29,533
- รายได้สุทธิที่ได้จากการจำหน่ายสินค้า		
เกษตรอินทรีย์ (บาท/เดือน)		35,700
- การคัดแยก/ดูแลคุณภาพสินค้าเกษตร	1) มีการคัดแยก/ดูแล	✓
อินทรีย์ก่อนการจำหน่าย (ขนาด, คุณภาพ,	2) ไม่มีการคัดแยก	-
ปริมาณ) ในสถานที่ท่องเที่ยว		

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
- การจัดเก็บสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ ท่องเที่ยว	1) มี ทำสต็อกสินค้า ประมาณวัน/เดือน	-
	2) ไม่มี (ขายวันต่อวัน)	✓
	3) อื่นๆ โปรดระบุ	-
- สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้ เพียงพอ รองรับกับความต้องการนักท่องเที่ยว (คุณภาพและปริมาณ)	1) ไม่เพียงพอ	✓
	2) เพียงพอตลอดเวลา	-
	3) อื่นๆ โปรดระบุ	-

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี (ตลาดปิ่นรัก) ที่ตั้งเลขที่ 97/1 หมู่ที่ 7 ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวม 50 ราย โดยมี นายสุพจน์ กลิ่นพ่วง เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2559 เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้การสนับสนุนจาก ภาครัฐและเอกชน ซึ่งชุมชนได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 ศูนย์เรียนรู้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริยั่งยืนต้นแบบ ประจำปี 2567 ของกรมการปกครอง และชนะเลิศวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับจังหวัด ประจำปี 2568 ของกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งดำเนินการเป็นศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมเกษตรอินทรีย์ในชุมชน โดยการนำปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับชุมชนให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และมีตลาดในสวนจำหน่าย สินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรแปรรูปให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนได้เลือกซื้ออย่างหลากหลาย โดยสินค้าที่มา จำหน่ายในตลาด เช่น ผักสลัด ผักตามฤดูกาล และสินค้าแปรรูป รวมทั้งอาหารท้องถิ่นของดีในชุมชน เช่น ขนมตาล ตาลโตนทอด ข้าวเกรียบงา ขนมเปี๊ยะ และอาหารเครื่องดื่มอีกหลากหลาย พร้อมทั้งมีตลาดสุข BY ประชารัฐ เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าราคาถูก โดยมีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ เสียงตามสายและรถโฆษณา ซึ่งในช่วงแรก จะเปิดตลาดเดือนละครั้งทุกวันเสาร์อาทิตย์สัปดาห์ละหนึ่งครั้งและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในชุมชนและอำเภอ ไกลเคียงอย่างมาก และมีรูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยแนวคิดส่วนผสมทางการเกษตร 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า สินค้าที่นำมาจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว คือ ผักสลัดจำนวน 20 กิโลกรัม/สัปดาห์ ร้อยละ 80 แบ่งเป็น ผักสลัด เช่น คอส กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค และผักตามฤดูกาล เช่น กวางตุ้ง ฮ่อเต้ มะเขือเทศ สินค้าแปรรูป เช่น กิมจิ ผงโรยข้าว คุกกี้ผักเคล ร้อยละ 20 ของผลผลิตทั้งหมด ที่นำมาจำหน่าย/วัน โดยมีแหล่งที่มาของสินค้าอินทรีย์ที่จำหน่ายจากในฟาร์ม เกษตรกรสมาชิก และเครือข่าย ผู้ผลิตสินค้าอินทรีย์ภายในจังหวัด โดยสินค้าอินทรีย์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก คือ ผักสลัด กวางตุ้ง มะเขือเทศ กิมจิ คุกกี้ผักเคล ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดผลิตด้วยตนเองภายในฟาร์ม โดยมุ่งเน้นการผลิตและคุณภาพตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพต่อไป

2) ราคา (Price) พบว่า การกำหนดราคาสินค้าจะขึ้นอยู่กับชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะกำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพคิดเป็น ร้อยละ 20 และต้นทุนการผลิตคิดเป็น ร้อยละ 80 สินค้าที่ได้รับความนิยม เช่น ผักสลัดจะขายกิโลกรัมละ 100 บาท ส่วนผักตามฤดูกาลจะขายกิโลกรัมละ 40 บาท ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น กิมจิกระป๋องละ 35 บาท ไข่ไก่ฟองละ 5 บาท ราคาขึ้นอยู่กับฤดูกาลและต้นทุนวัตถุดิบในช่วงเวลานั้น โดยยังคงเน้นให้ราคาอยู่ในระดับที่เข้าถึงได้สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ควบคู่ไปกับการเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในฐานะสินค้าพรีเมียมที่จับต้องได้

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่เกษตรกรนำสินค้าอินทรีย์ไปจำหน่าย เป็นแบบขายปลีกทั้งหมดคิดเป็น ร้อยละ 100 โดยมีช่องทางการจำหน่ายคือ หน้าร้านในฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 80 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 15 ตามตลาดนัด/ออกบูธ คิดเป็นร้อยละ 3 และช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 2 โดยส่วนนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 เท่ากัน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 100

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวเกษตรกรมีการส่งเสริมการขายสินค้าอินทรีย์ โดยมีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะการใช้ Facebook และ LINE Official Account เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักในการประชาสัมพันธ์ และแจ้งข่าวสาร กิจกรรมของฟาร์ม เป็นระยะแต่ไม่บ่อยซึ่งดำเนินการด้วยตนเองร่วมกับสมาชิก ซึ่งมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก การแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมแก่ลูกค้าหรือร้านค้าที่มีส่วนร่วม และมีการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ช่วงเทศกาล ระบบการให้สิทธิพิเศษต่างๆ ของแถมหรือโปรโมชั่นแก่ลูกค้า การเปิดรับข้อคิดเห็นในทุกช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ เป็นต้น รวมถึงมีบริการจัดส่งสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และการรับประกันคุณภาพสินค้า (ถ้าเสียหายมีการคืนเงิน หรือได้รับการเปลี่ยนสินค้า) ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมโดยมีการเปิดตลาดปันรักรั้วผ่านทางรถโฆษณา ป้ายโฆษณา การตลาดที่เน้นกลุ่มเป้าหมายคือคนในชุมชนและอำเภอใกล้เคียง เพื่อให้มีสินค้าหลากหลายเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและกระจายรายได้อย่างต่อเนื่อง ร่วมกันจัดตลาดเพื่อสร้างความรับรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์และของดีในชุมชนให้มากขึ้น สินค้าที่มาจำหน่ายในตลาด เช่น ผักสลัด ผักตามฤดูกาล และสินค้าแปรรูป รวมทั้งอาหารท้องถิ่นของดีในชุมชน เช่น ขนมหาล ตาลโตนดทอด ข้าวเกรียบงา ขนมห้าง และอาหารเครื่องดื่มอีกหลากหลาย พร้อมทั้งมีตลาดสุข BY ประชากรเข้าร่วมจำหน่ายสินค้านี้ราคาถูก โดยมีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ เสียงตามสายและรถโฆษณา ซึ่งในช่วงแรกจะเปิดตลาดเดือนละครั้ง ทุกวันเสาร์อาทิตย์สิ้นเดือน และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในชุมชนและอำเภอใกล้เคียงอย่างมาก

5) บุคลากร (People) พบว่า เกษตรกร/เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี มีประสบการณ์ในการทำเกษตรกว่า 32 ปี และได้ผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กว่า 7 ปี เอกชน ซึ่งชุมชนได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 ศูนย์เรียนรู้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริยั่งยืนต้นแบบ ประจำปี 2567 ของกรมการปกครอง และชนะเลิศวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับจังหวัด ประจำปี 2568 ของกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งดำเนินการเป็นศูนย์เรียนรู้นวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ในชุมชน โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับชุมชนให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ในการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีต้นทุนแรงงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ ในรูปแบบพนักงานประจำ 2 คน แม้จะเป็นฟาร์มขนาดเล็ก

แต่ด้วยความมุ่งมั่นของเจ้าของสถานที่ซึ่งมองไกลในเชิงการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้ฟาร์มแห่งนี้ได้รับความสนใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างแนวคิดร่วมกัน ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการสร้างแบบอย่างของเกษตรกรยุคใหม่ที่ผสานความรู้ดั้งเดิมกับแนวคิดธุรกิจยุคใหม่ได้อย่างลงตัว

6) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า สินค้าอินทรีย์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีกระบวนการแปรรูป มีการจัดทำแบรนด์ที่เป็นของตัวเอง ผักป่นรักษ์ ซึ่งออกแบบหลากหลายอย่างเรียบง่าย และสื่อสารชัดเจนถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และผลิตจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยเน้นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติ จริงใจ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในระยะยาว สามารถตรวจสอบได้ และนำเสนอออกมาภายใต้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ ถูกระดาษ/ถุงพลาสติก/ขวดพลาสติก มีก๊อบถั่วและใบตอง และตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ผ่านหน้าร้าน และเว็บไซต์

7) กระบวนการ (Process) พบว่า กระบวนการผลิตและแปรรูปสินค้าอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับมาตรฐาน ออร์แกนิกไทยแลนด์ และ PGS โดยสินค้าที่ผลิตได้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และมีการวางแผนการผลิต มีอุปกรณ์เครื่องจักรเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในกระบวนการแปรรูป และมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าอินทรีย์สม่ำเสมอจากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานรัฐ ที่ให้การสนับสนุน ซึ่งมีต้นทุนการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ ต้นทุนรวม 27,300 บาท/เดือน และรายได้สุทธิที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 42,500 บาท/เดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดเพชรบุรี

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)		
- ประเภทสินค้าเกษตรที่จำหน่าย	1) ผลผลิตสด	80
	2) ผลิตภัณฑ์แปรรูป	20
2. ราคา (Price)		
- การกำหนดราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) กำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพ	20
	2) กำหนดราคาตามราคาตลาด	-
	3) กำหนดราคาสินค้าย่อมเยาเมื่อเทียบกับสินค้าจากที่อื่น	-
	4) กำหนดราคาสินค้าตามกลุ่มลูกค้าหลัก	
	5) อื่นๆ โปรดระบุ ตามต้นทุนการผลิต	80
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)		
- การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) ขายปลีก	100
	2) ขายส่ง	-
	3) ทั้งขายปลีกและขายส่ง	-

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	15
	2) หน้าร้านในฟาร์ม	80
	3) หน้าร้านในฟาร์มอื่นๆ	-
	4) ตลาดนัด/ ออกบูท	3
	5) พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น	-
	6) ตลาดต่างจังหวัด	-
	7) ตลาดในจังหวัด	-
	8) สหกรณ์การเกษตร/สถาบันเกษตร	-
	9) ตัวแทนผู้ส่งออก	-
	10) ออนไลน์	2
	11) Modern Trade (เช่น แมคโคร บิ๊กซี เทสโก้โลตัส เป็นต้น	-
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)		
- กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย สินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) ไม่มี มีเพียงการจำหน่ายสินค้า เกษตรอินทรีย์	-
	2) มี ได้แก่	
	2.1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	✓
	2.2) การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ช่วง เทศกาล	✓
	2.3) การให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อการ ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	-
	2.4) การแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมแก่ ลูกค้าหรือร้านค้าที่มีส่วนร่วม	✓
	2.5) การเปิดรับข้อคิดเห็นในทุกช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ เป็นต้น	✓
	2.6) ระบบการให้สิทธิพิเศษต่างๆ ของแถมหรือโปรโมชั่นแก่ลูกค้า	✓
	2.7) การรับประกันคุณภาพสินค้า (ถ้าสินค้าเสียหายมีการคืนเงินหรือได้รับ การเปลี่ยนสินค้า)	✓
	2.8) การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำ กิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม	✓
	2.9) อื่นๆ ระบุ	-

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
- การให้บริการจัดส่งสินค้าเกษตรอินทรีย์	1) ไม่มี	-
	2) มี	✓
5.บุคลากร (People)		
- ประสบการณ์ในการทำเกษตร	32.....ปี	
- ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์	7.....ปี	
- รางวัลจากความสำเร็จจากการทำเกษตรอินทรีย์	1) ไม่ได้รับ	
	2) ได้รับ	✓
6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)		
- สินค้าเกษตรอินทรีย์มีตราสินค้า/แบรนด์ของตนเอง	1) ไม่มี	-
	2) มี	✓
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว	1) แร็ค/แพ็ค	-
	2) ตะกร้า/เข่ง	-
	3) กล่องไม้ /ลังไม้	-
	4) กล่อง/ลังกระดาษ	-
	5) ถุงกระดาษ/ถุงพลาสติก	✓
	6) กระสอบ	-
	7) อื่นๆ โปสเตอร์บุ ใบตอง กาบกล้วย	✓
7) กระบวนการ (Process)		
- ต้นทุนการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (บาท/เดือน)	1) ต้นทุนวัตถุดิบ (กรณีที่ซื้อมาจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว)	-
	2) ต้นทุนค่าเช่าร้าน/แผง	-
	3) ต้นทุนค่าแรงงาน	12,500
	4) ต้นทุนค่าการตลาด	
	5) ต้นทุนค่าสาธารณูปโภค	2,800
	6) ต้นทุนอื่นๆ ได้แก่ ค่าปุ๋ย ค่ายา ค่าพันธุ์ ค่าน้ำมันฯ	12,000
	รวม	27,300
- รายได้สุทธิที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ (บาท/เดือน)		42,500
- การคัดแยก/ดูแลคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ก่อนการจำหน่าย (ขนาด, คุณภาพ, ปริมาณ) ในสถานที่ท่องเที่ยว	1) มีการคัดแยก/ดูแล	✓
	2) ไม่มีการคัดแยก	-
- การจัดเก็บสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว	1) มี ทำสต็อกสินค้า ประมาณวัน/เดือน	
	2) ไม่มี (ขายวันต่อวัน)	✓

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
	3) อื่นๆ โปรตรระบุ	-
- สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้ เพียงพอ	1) ไม่เพียงพอ	✓
รองรับกับความต้องการนักท่องเที่ยว	2) เพียงพอตลอดเวลา	-
(คุณภาพและปริมาณ)	3) อื่นๆ โปรตรระบุ	-

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 ไร่เกษมสุข ตั้งอยู่เลขที่ 369 หมู่ที่ 8 ตำบลกุ่มบุรี อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ในพื้นที่ 38 ไร่ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2563 โดยมีนางสาวณัฐรี สกุลลงเกษมสุข เป็นเจ้าของฟาร์ม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ที่บรรยากาศร่มรื่นอากาศบริสุทธิ์ น้ำพริกผอนมาก เหมาะสำหรับครอบครัวที่มาท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงาน ภายในฟาร์มยังมีผักสลัดจำหน่ายตลอดทั้งปี และยังมีสินค้าแปรรูปที่ได้รับมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) โดยมีแนวคิดว่ายากปลูกผักกินเองเพราะอยากมีสุขภาพที่ดีและจัดสวนในสไตล์ของตัวเองเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเชื่อว่าการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่แค่การปลูกผักเพื่อกินหรือขายเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างพื้นที่สีเขียวที่ให้ความสุขและความผ่อนคลาย ทั้งตนเองและคนในชุมชนได้ด้วย และมีรูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยแนวคิดส่วนผสมทางการเกษตร 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า สินค้าที่นำมาจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว คือ ผักสลัดจำนวน 20 กิโลกรัม/วัน ร้อยละ 80 แบ่งเป็นผลผลิตผักสลัด เช่น คอส กรีนโอ๊ค เรด ผลิตภัณฑ์แปรรูป ร้อยละ 20 เช่น น้ำเคล สลัดพร้อมทาน กล้วยตาก ของผลผลิตทั้งหมดที่นำมาจำหน่ายต่อวัน โดยมีแหล่งที่มาของสินค้าอินทรีย์ที่จำหน่ายจากในฟาร์ม โดยสินค้าอินทรีย์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก คือ ผักสลัด กวางตุ้ง มะเขือ น้ำพริก และสลัดพร้อมทาน ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดผลิตด้วยตนเองภายในฟาร์ม โดยมุ่งเน้นการผลิตและคุณภาพตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพต่อไป

2) ราคา (Price) พบว่า การกำหนดราคาของสินค้าเกษตรอินทรีย์จะขึ้นอยู่กับชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะกำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพคิดเป็น ร้อยละ 50 และต้นทุนการผลิตคิดเป็น ร้อยละ 50 พิจารณาจากคุณภาพของสินค้าและราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและต้นทุนการผลิต มุ่งเน้นความจริงใจต่อผู้บริโภคและสร้างความยั่งยืนทางการเกษตร จากการสัมภาษณ์เจ้าของฟาร์ม พบว่า สินค้าที่ได้รับความนิยม เช่น ผักสลัด ราคาจำหน่ายอยู่ที่กิโลกรัมละ 150 บาท ผักตามฤดูกาลจำหน่ายกิโลกรัมละ 40 บาท ส่วนน้ำพริกและผลไม้สด 40 บาท ไข่ไก่จำหน่ายฟองละ 5 บาท ราคาขึ้นอยู่กับฤดูกาลและต้นทุนวัตถุดิบในช่วงเวลานั้น โดยยังคงเน้นให้ราคาอยู่ในระดับที่เข้าถึงได้สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ ควบคู่ไปกับการเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในฐานะสินค้าพรีเมียมที่จับต้องได้

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่เกษตรกรนำสินค้าอินทรีย์ไปขายในฟาร์มให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดคิดเป็น ร้อยละ 90 และขายในตลาดนัดออกบูธคิดเป็น ร้อยละ 5 ผ่านช่องทางออนไลน์คิดเป็น ร้อยละ 5 ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ลูกค้ารายเดิมที่เคยซื้อสินค้าภายในฟาร์ม ส่วนนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ

25 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 75 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 70 นักท่องเที่ยวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 30

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า การส่งเสริมการตลาดที่เน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะการใช้ Facebook และ LINE Official Account เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และแจ้งข่าวสารกิจกรรมของฟาร์มเป็นระยะแต่ไม่บ่อย เนื่องจากเจ้าของฟาร์มดำเนินการจัดการสื่อด้วยตนเองทั้งหมด และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายเดิมซึ่งมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก โดยให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าอินทรีย์ให้ดูทันสมัยและน่าเชื่อถือ ผ่านการถ่ายภาพสินค้าที่เน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น คำบรรยายที่สะท้อนเรื่องราวของแหล่งผลิตและความใส่ใจในกระบวนการผลิต รวมทั้ง มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ช่วงเทศกาล ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมแก่ลูกค้าหรือร้านค้าที่มีส่วนร่วม เปิดรับข้อคิดเห็นในทุกช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ เป็นต้น การรับประกันคุณภาพสินค้า (ถ้าสินค้าเสียหายมีการคืนเงินหรือได้รับการเปลี่ยนสินค้า) และให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม นอกจากนี้ ฟาร์มยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ อาทิ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในจังหวัด และกิจกรรมส่งเสริมตลาดชุมชน ซึ่งช่วยขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้แบรนด์ในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาแนวทางการสื่อสารที่เน้นความจริงใจ ความเป็นมิตร และความยั่งยืนตามแนวคิดเกษตรอินทรีย์

5) บุคลากร (People) พบว่า เกษตรกร/เจ้าของสถานที่ที่มีประสบการณ์ในการทำเกษตร โดยทำฟาร์มมาประมาณ 18 ปี และทำการเกษตรอินทรีย์ประมาณ 4 ปี โดยมีแรงบันดาลใจจากความตั้งใจในการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อยกระดับเกษตรกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในด้านแรงงานในฟาร์ม จะมีการจ้างงานเป็นพนักงานประจำ จำนวน 2 ราย ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการบริหารจัดการที่กระชับ ยืดหยุ่น และเหมาะสมกับขนาดของกิจการที่เน้นความคล่องตัว แม้จะเป็นฟาร์มขนาดเล็กแต่ด้วยความมุ่งมั่นของเจ้าของสถานที่ซึ่งมองไกลในเชิงการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้ฟาร์มแห่งนี้ได้รับความสนใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเคยได้รับการเสนอชื่อเข้ารับรางวัลด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในระดับจังหวัด ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการสร้างแบบอย่างของเกษตรกรยุคใหม่ที่ผสานความรู้ดั้งเดิมกับแนวคิดธุรกิจยุคใหม่ได้อย่างลงตัว

6) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีจุดเด่นด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการนำเสนอที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งผลิตอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกระบวนการแปรรูปที่ใส่ใจในรายละเอียด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การปรุงแต่งรสชาติ ไปจนถึงการบรรจุในภาชนะที่สะอาด สวยงาม และสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้อย่างเป็นระบบ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า “ไร่เกษมสุข” ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เจ้าของฟาร์มสร้างขึ้นเพื่อยกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ได้แก่ กระปุกแก้ว กล่องพลาสติกและถุงกระดาษ ซึ่งออกแบบหลากหลายอย่างเรียบง่าย และสื่อสารชัดเจนถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม และผลิตจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยเน้นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติจริงใจ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในระยะยาว

7) กระบวนการ (Process) พบว่า มีกระบวนการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามแนวทางมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ตั้งแต่ปี 2563 ซึ่งเป็นการดำเนินการผลิตที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากสำรวจพบว่า ฟาร์มมีการวางแผนการผลิตอย่างมีระบบ ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การคัดแยกผลผลิต การแปรรูป และการจัดเก็บ รวมถึงวางแผนการเก็บเกี่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการทำสต็อกสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมคุณภาพและคัดแยกสินค้าให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การจำหน่าย ในแต่ละประเภท เช่น ผลผลิตสดและผลิตภัณฑ์แปรรูป

ในด้านการแปรรูป ฟาร์มใช้เครื่องมือพื้นฐาน เช่น เครื่องตัด เครื่องบรรจุ และอุปกรณ์ซีล เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงคุณค่าและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเน้นการจัดการในระดับครัวเรือนที่มีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับขนาดกิจการและปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ในแต่ละเดือน นอกจากนี้ฟาร์มยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตเกษตรอินทรีย์ โดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับด้านต้นทุนและผลตอบแทน ฟาร์มมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวมประมาณ 31,633 บาท/เดือน และมีรายได้สุทธิเฉลี่ยจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประมาณ 63,040 บาท/เดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
1.ผลิตภัณฑ์ (Product)		
- ประเภทสินค้าเกษตรที่จำหน่าย	1) ผลผลิตสด	80
	2) ผลิตภัณฑ์แปรรูป	20
	3) ผลผลิตสดและแปรรูป	-
2. ราคา (Price)		
- การกำหนดราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) กำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพ	50
	2) กำหนดราคาตามราคาตลาด	-
	3) กำหนดราคาสินค้าย่อมเยาเมื่อเทียบกับสินค้าจากที่อื่น	-
	4) กำหนดราคาสินค้าตามกลุ่มลูกค้าหลัก	-
	5) อื่นๆ โปรดระบุ ตามต้นทุนการผลิต	50
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)		
- การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) ขายปลีก	100
	2) ขายส่ง	-
	3) ทั้งขายปลีกและขายส่ง	-
- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	90
	2) หน้าร้านในฟาร์ม	-
	3) หน้าร้านในฟาร์มอื่นๆ	-
	4) ตลาดนัด/ ออกบูท	5

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
	5) พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น	-
	6) ตลาดต่างจังหวัด	-
	7) ตลาดในจังหวัด	-
	8) สหกรณ์การเกษตร/สถาบันเกษตรกร	-
	9) ตัวแทนผู้ส่งออก	-
	10) ออนไลน์	5
	11) Modern Trade (เช่น แมคโคร บิ๊กซี เทสโก้โลตัส เป็นต้น	-
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)		
- กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย สินค้าเกษตรอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1) ไม่มี มีเพียงการจำหน่าย สินค้าเกษตรอินทรีย์	-
	2) มี ได้แก่	
	2.1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	✓
	2.2) การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ช่วงเทศกาล	✓
	2.3) การให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อการ ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	✓
	2.4) การแจ้งข่าวสารหรือกิจกรรมแก่ ลูกค้าหรือร้านค้าที่มีส่วนร่วม	✓
	2.5) การเปิดรับข้อคิดเห็นในทุกช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ เป็นต้น	✓
	2.6) ระบบการให้สิทธิพิเศษต่างๆ ของแถมหรือโปรโมชั่นแก่ลูกค้า	-
	2.7) การรับประกันคุณภาพสินค้า (ถ้าสินค้าเสียหายมีการคืนเงินหรือได้รับ การเปลี่ยนสินค้า)	✓
	2.8) การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำ กิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม	✓
	2.9) อื่นๆ ระบุ	-
- การให้บริการจัดส่งสินค้าเกษตร อินทรีย์	1) ไม่มี	-
	2) มี	✓
5.บุคลากร (People)		
- ประสบการณ์ในการทำเกษตร	4.....ปี	

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
- ประสิทธิภาพในการทำเกษตรอินทรีย์	4.....ปี	
- รางวัลจากความสำเร็จ	1) ไม่ได้รับ	-
จากการทำเกษตรอินทรีย์	2) ได้รับ	✓
6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)		
- สินค้าเกษตรอินทรีย์มีตราสินค้า/ แบรนด์ของตนเอง	1) ไม่มี	-
	2) มี	✓
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร อินทรีย์ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว	1) แร็ค/แพ็ค	-
	2) ตะกร้า/เข่ง	-
	3) กล่องไม้ /ลังไม้	-
	4) กล่อง/ลังกระดาษ	-
	5) ถุงกระดาษ/ถุงพลาสติก	✓
	6) กระสอบ	-
	7) อื่นๆ โปตรระบุ กระปุกแก้ว	✓
7) กระบวนการ (Process)		
- ต้นทุนการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในสถานที่ท่องเที่ยว (บาท/เดือน)	1) ต้นทุนวัตถุดิบ (กรณีที่ซื้อมาจำหน่ายใน สถานที่ท่องเที่ยว)	-
	2) ต้นทุนค่าเช่าร้าน/แผง	-
	3) ต้นทุนค่าแรงงาน	18,000
	4) ต้นทุนค่าการตลาด	-
	5) ต้นทุนค่าสาธารณูปโภค	3,700
	6) ต้นทุนอื่นๆ ได้แก่ ค่าปุ๋ย ค่ายา ค่าพันธุ์ ค่าน้ำมันฯ	9,933
	รวม	31,633
- รายได้สุทธิที่ได้จากการจำหน่ายสินค้า เกษตรอินทรีย์ (บาท/เดือน)		63,040
- การคัดแยก/ดูแลคุณภาพสินค้าเกษตร อินทรีย์ก่อนการจำหน่าย (ขนาด, คุณภาพ, ปริมาณ) ในสถานที่ท่องเที่ยว	1) มีการคัดแยก/ดูแล	✓
	2) ไม่มีการคัดแยก	-
- การจัดเก็บสินค้าเกษตรอินทรีย์ใน สถานที่ท่องเที่ยว	1) มี ทำสต็อกสินค้า ประมาณวัน/เดือน	-
	2) ไม่มี (ขายวันต่อวัน)	✓
	3) อื่นๆ โปตรระบุ	-
	1) ไม่เพียงพอ	-
	2) เพียงพอตลอดเวลา	✓

รายการ	รูปแบบ	สัดส่วนร้อยละ
- สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้ เพียงพอ รองรับกับความต้องการนักท่องเที่ยว (คุณภาพและปริมาณ)	3) อื่นๆ โปรตระกูล	-

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อใช้ประกอบการจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 90 ราย ด้วยแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ประเภทผักสด และผลไม้สดเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น น้ำผลไม้ สลัดผัก และขนม ที่ทำมาจากวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ โดยให้เหตุผลหลักว่ามีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีความปลอดภัย และช่วยสนับสนุนเกษตรกรในชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และบริการในระดับมาก ได้แก่ มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย บรรลุเกณฑ์มีความเหมาะสมและได้มาตรฐาน สินค้าและผลิตภัณฑ์มีเพียงพอต่อความต้องการ มีความหลากหลาย สินค้าแปลกใหม่ มีแสดงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้และประโยชน์ของสินค้า (Story) มีการระบุราคา วันผลิต และวันหมดอายุ ชัดเจน มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีจำหน่ายทุกฤดูกาล

2) ราคา (Price) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่จำหน่ายอยู่ในระดับที่เหมาะสมและยินดีจ่าย เนื่องจากมองว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง และเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์และบริการในระดับมาก ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพสินค้า/บริการ ราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณสินค้า/บริการ มีการกำหนดราคาและบริการเป็นมาตรฐาน สินค้าและบริการให้เลือกหลากหลายระดับ สินค้าและบริการราคาถูกกว่าการท่องเที่ยวประเภทอื่น สามารถต่อรองราคาและบริการสินค้าได้ และมีส่วนลดเงินสด/ส่วนลดของสินค้าและบริการ

3) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และบริการ (Place) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง โดยระบุว่าชื่นชอบบรรยากาศการซื้อขายแบบเป็นกันเอง ได้พูดคุยกับเกษตรกร รวมถึงสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายชนิดในจุดเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและให้บริการ สะดวกในการเดินทางมาซื้อ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/บริการหลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ การออกบูท เป็นต้น มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และมีการปรับเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุดจากการขนส่ง

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านการแนะนำแบบปากต่อปาก และจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดชิมฟรี การจัดแสดงสินค้า และมีคู่มือส่วนลด มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ มีการให้สาระความรู้/ประโยชน์ที่เกี่ยวกับผลผลิตอินทรีย์ มีการแนะนำเสนอวิธีอุปโภค-บริโภค มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line Instagram เว็บไซต์ในการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสินค้าเกษตรอินทรีย์

มีการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ลดราคา การจัดชุดของขวัญ ฟรีค่าส่งและการเผยแพร่/โบรชัวร์/แผนผังของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเสนอให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่

5) บุคลากร (People) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสดงความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่และเกษตรกร โดยระบุว่ามีความเป็นมิตร ให้ข้อมูลสินค้าได้อย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจต่อด้านบุคลากรในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ทางการเกษตร/ภูมิปัญญาชาวบ้าน และกระตือรือร้นในการให้ข้อมูลสินค้าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่นักท่องเที่ยว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการ เป็นกันเอง ยิ้มแย้ม แจ่มใส พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว พนักงานให้ความสำคัญต่อการแนะนำ รับฟังคำแนะนำในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และการเข้าร่วมกิจกรรมในฟาร์ม อย่างไรก็ตามบางรายเสนอแนะว่าควรมีการอบรมพนักงานเพิ่มเติมในเรื่องการให้บริการเชิงท่องเที่ยวและการสื่อสารภาษาต่างประเทศ

6) กระบวนการ (Process) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับกระบวนการซื้อขายที่รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน สามารถเลือกและชำระเงินได้สะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกระบวนการเพื่อให้บริการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมาก ได้แก่ ส่งมอบสินค้าถูกต้อง และถึงมือลูกค้าโดยตรง ช่องทางการชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิตสแกน QR Code การชำระสินค้ามีความถูกต้อง กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการมีความรวดเร็ว รูปแบบ/ความหลากหลาย/ความน่าสนใจ/ความเหมาะสมและมีความเพียงพอของกิจกรรม และความเหมาะสมของค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว/ราคาอาหารและเครื่องดื่ม/ระยะเวลาในแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะว่า ควรปรับปรุงระบบการรับชำระเงินให้หลากหลายขึ้น เช่น การรับบัตรเครดิตและ QR Payment รวมถึงจัดทำระบบการส่งจองสินค้าแบบออนไลน์ล่วงหน้า

7) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจในความสะอาด เป็นระเบียบ และมีจุดถ่ายรูปที่สวยงาม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความสะอาดและปลอดภัย และระดับมาก ได้แก่ บรรยากาศ และภูมิทัศน์ของสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เหมาะสำหรับการท่องเที่ยว ซื้อสินค้า และการศึกษาเรียนรู้ สถานที่จำหน่ายเกษตรอินทรีย์มีป้ายบอกจุดบริการป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกทาง ชัดเจนและเข้าใจง่าย การอำนวยความสะดวกภายในร้าน เช่น ตะกร้า/รถเข็นใส่สินค้า สินค้าภายในร้านสะอาด น่าซื้อ จัดชั้นร้านน่าดู น่าหยิบซื้อ ความสะอาด/ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ/ที่นั่งพัก/ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม/ถังขยะ/ที่จอดรถ และการเดินทางไปยังสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์มีสะดวกและเข้าถึงง่าย ทั้งนี้ มีข้อเสนอให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าให้สวยงาม ทันสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4.3

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ตามกรอบแนวคิด 7P Model

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ตามกรอบแนวคิด 7P Model ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์และการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ตามกรอบแนวคิด 7P Model

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ผลิตภัณฑ์ 1) สินค้าเกษตรอินทรีย์ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand และ GI	1) มีการแสดงข้อมูลวิธีการใช้และประโยชน์ของสินค้าน้อยเกินไปไม่ครอบคลุมทุกสินค้า
ราคา 1) ราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณและคุณภาพ	1) มีคูปองส่วนลดเงินสดและสะสมแต่มัมน้อยไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยว
ช่องทางการจัดจำหน่าย 1) มีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/บริการหลากหลาย เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ การออกบูธ	1) มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์น้อยโดยเฉพาะของสดเนื่องจากขายหน้าร้านเป็นหลัก
การส่งเสริมการตลาด 1) มีการแนะนำและสาธิตการทำสินค้าแปรรูป และให้ชิมฟรี	1) ขาดการพัฒนาทักษะการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะทางออนไลน์ และสื่อต่างๆ
บุคลากร 1) เกษตรกรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าอินทรีย์ และสามารถถ่ายทอดให้ผู้ที่มาศึกษาดูงานได้ 2) มีการรวมกลุ่ม และเชื่อมโยงการทำงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา	1) เกษตรกรส่วนใหญ่สูงอายุขาดลูกหลานสืบทอด 2) มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษน้อย ทำให้มีปัญหาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
กระบวนการ 1) การผลิตสินค้าอินทรีย์และสินค้าแปรรูปครบวงจรสามารถเพิ่มมูลค่าได้	1) การผลิตสินค้าอินทรีย์ยังไม่มีหลากหลายและต่ออายุใบรับรองน้อย
หลักฐานทางกายภาพ 1) บรรยากาศและสภาพแวดล้อมมีความสะอาดปลอดภัย เหมาะสำหรับท่องเที่ยว ชื้อสินค้า และศึกษาเรียนรู้ 2) เป็นแหล่งศึกษาดูงานโดยมีฐานการเรียนรู้แบบครบวงจร	1) สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ เช่น ที่จอดรถ และห้องน้ำเป็นต้น 2) ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ที่มา: จากการสำรวจ และการประชุมระดมความคิดเห็น

4.3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดย PESTEL Analysis

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกตามความหมายของ PESTEL ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยทางการเมืองและสังคม (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural) เทคโนโลยี (Technological) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และกฎหมาย (Legal) ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์และการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดย PESTEL Analysis

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threats)
ด้านการเมือง 1) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมภาพลักษณ์ Soft Power 2) กระทรวงเกษตรฯ มีนโยบาย 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง	1) นโยบายต่างๆ ของรัฐบาลไม่แน่นอน เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยของรัฐบาลนั้นๆ ทำให้ขาดความต่อเนื่อง 2) ปัญหาด้านงบประมาณที่ผันผวนและบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้โครงการไม่ต่อเนื่อง
ด้านเศรษฐกิจ 1) แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลและออกรายการตามสื่อต่างๆ ทำให้เป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น 2) มีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายและอุดมสมบูรณ์	1) เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและการท่องเที่ยวในภาพรวม 2) ความผันผวนของราคาดุลติบทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
ด้านสังคม 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 2) กระแสนิยมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และเรียนรู้วิถีชุมชนที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่และต่างชาติ	1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นสังคมผู้สูงอายุ
ด้านเทคโนโลยี 1) ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาด online และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น	1) การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ใช้ในการผลิตและส่งเสริมตลาดยังอยู่ในระดับเริ่มต้น และยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน
ด้านสิ่งแวดล้อม 1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น	1) ปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง โรคระบาดยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threats)
ด้านกฎหมาย/ระเบียบ 1) กฎหมายและมาตรฐานด้านสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย เป็นที่ยอมรับของตลาด	1) หลักเกณฑ์การขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ค่อนข้างยุ่งยาก

ที่มา: จากการสำรวจ และการประชุมระดมความคิดเห็น

4.4 ผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ศึกษาได้สรุปประเด็นจากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยสัมภาษณ์เกษตรกร/เจ้าของฟาร์ม จำนวน 3 ราย และผู้ที่เกี่ยวข้องในที่ประชุมระดมความเห็น Focus Group จำนวน 48 ราย ดังนี้ สรุปรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก SWOT Analysis และ TOWS Matrix สินค้าเกษตรอินทรีย์และการบริการในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จุดแข็ง (S - Strengths)	จุดอ่อน (W - Weaknesses)
S1 สินค้าเกษตรอินทรีย์ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand และ GI S2 ราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณและคุณภาพ S3 มีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/บริการหลากหลาย เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ การออกบูธ S4 มีการแนะนำและสาธิตการทำสินค้าแปรรูป และให้ชิมฟรี S5 เกษตรกรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าอินทรีย์และสามารถถ่ายทอดให้ผู้ที่มาศึกษาดูงานได้ S6 มีการรวมกลุ่ม และเชื่อมโยงการทำงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา S7 การผลิตสินค้าอินทรีย์และสินค้าแปรรูปครบวงจรสามารถเพิ่มมูลค่าได้ S8 บรรยากาศและสภาพแวดล้อมมีความสะอาดปลอดภัยเหมาะสำหรับท่องเที่ยว ซื้อสินค้า และศึกษาเรียนรู้ S9 เป็นแหล่งศึกษาดูงานโดยมีฐานการเรียนรู้แบบครบวงจร	W1 มีการแสดงข้อมูลวิธีการใช้และประโยชน์ของสินค้าน้อยเกินไปไม่ครอบคลุมทุกสินค้า W2 มีคู่มือส่วนลดเงินสดและสะสมแต้มน้อยไม่จูงใจนักท่องเที่ยว W3 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์น้อยโดยเฉพาะของสดเนื่องจากขายหน้าร้านเป็นหลัก W4 ขาดการพัฒนาทักษะการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะทางออนไลน์ และสื่อต่างๆ W5 เกษตรกรส่วนใหญ่สูงอายุขาดลูกหลานสืบทอด W6 มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษน้อย ทำให้มีปัญหาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว W7 การผลิตสินค้าอินทรีย์ยังไม่มีหลากหลายและต่ออายุใบรับรองน้อย W8 สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ เช่น ที่จอดรถ และห้องน้ำเป็นต้น W9 ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โอกาส (O - Opportunities)	อุปสรรค/ภัยคุกคาม (T - Threats)
O1 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมภาพลักษณ์ Soft Power O2 กระทรวงเกษตรฯ มีนโยบาย 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง O3 แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลและออกรายการตามสื่อต่างๆ ทำให้เป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น O4 มีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ O5 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น O6 กระแสนิยมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และเรียนรู้วิถีชุมชนที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่และต่างชาติ O7 ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาด online และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น O8 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น O9 กฎหมายและมาตรฐานด้านสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยเป็นที่ยอมรับของตลาด	T1 นโยบายต่างๆของรัฐบาลไม่แน่นอน เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยของรัฐบาลนั้นๆ ทำให้ขาดความต่อเนื่อง T2 ปัญหาด้านงบประมาณที่ผันผวนและบุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้โครงการไม่ต่อเนื่อง T3 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและการท่องเที่ยวในภาพรวม T4 ความผันผวนของราคาวัตถุดิบทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น T5 เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นสังคมผู้สูงอายุ T6 การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ใช้ในการผลิตและส่งเสริมตลาดยังอยู่ในระดับเริ่มต้น และยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน T7 ปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงโรคระบาดยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ T8 หลักเกณฑ์การขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ค่อนข้างยุ่งยาก

ที่มา: จากการสำรวจ และการประชุมระดมความคิดเห็น

ตารางที่ 4.7 กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมด้วย TOWS Matrix เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

TOWS Matrix	จุดแข็ง (S - Strengths)	จุดอ่อน (W - Weaknesses)
	S1 สินค้าเกษตรอินทรีย์ได้รับมาตรฐาน Organic Thailand และ GI S2 ราคาสมเหตุสมผลกับปริมาณและคุณภาพ S3 มีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/บริการหลากหลาย เช่น หน้าร้าน ออนไลน์ การออกบูธ S4 มีการแนะนำและสาธิตการทำสินค้าแปรรูป และให้ชิมฟรี S5 เกษตรกรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าอินทรีย์และสามารถถ่ายทอดให้ผู้ที่มาศึกษาดูงานได้ S6 มีการรวมกลุ่ม และ เชื่อมโยงการทำงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา S7 การผลิตสินค้าอินทรีย์และสินค้าแปรรูปครบวงจรสามารถเพิ่มมูลค่าได้ S8 บรรยากาศและสภาพแวดล้อมมีความสะอาดปลอดภัยเหมาะสำหรับท่องเที่ยว ช้อสินค้า และศึกษาเรียนรู้ S9 เป็นแหล่งศึกษาดูงานโดยมีฐานการเรียนรู้แบบครบวงจร	W1 มีการแสดงข้อมูลวิธีการใช้และประโยชน์ของสินค้าน้อยเกินไปไม่ครอบคลุมทุกสินค้า W2 มีทุนบางส่วนลดเงินสดและสะสมแต่มั่นใจไม่จูงใจนักท่องเที่ยว W3 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์น้อยโดยเฉพาะของสดเนื่องจากขายหน้าร้านเป็นหลัก W4 ขาดการพัฒนาทักษะการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะทางออนไลน์ และสื่อต่างๆ W5 เกษตรกรส่วนใหญ่สูงอายุขาดลูกหลานสืบทอด W6 มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษน้อย ทำให้มีปัญหาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว W7 การผลิตสินค้าอินทรีย์ยังไม่มีหลากหลายและต่อยาไ้บริการน้อย W8 สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ เช่น ที่จอดรถและห้องน้ำเป็นต้น W9 ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
โอกาส (O - Opportunities) O1 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมภาพลักษณ์ Soft Power O2 กระทรวงเกษตรฯ มีนโยบาย 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง O3 แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลและออกรายการตามสื่อต่างๆ ทำให้เป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น O4 มีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ O5 พฤติกรรมของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น O6 กระแสนิยมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และเรียนรู้วิถีชุมชนที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่และต่างชาติ O7 ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นโอกาสในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาด online และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น O8 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น O9 กฎหมายและมาตรฐานด้านสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยเป็นที่ยอมรับของตลาด	SO กลยุทธ์เชิงรุก การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้โดดเด่นและมีความหลากหลาย SO1 ส่งเสริมการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ควบคู่กับการพัฒนาบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐาน (S1 S2 S4 S7/ O2 O4 O7) SO2 พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรเชิงอาหาร (gastronomy tourism) โดยเน้นวัตถุดิบในฟาร์มทำเป็นอาหาร ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว (S1 S7/ O4 O5 O6) SO3 สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างแบรนด์สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าอินทรีย์และสร้างบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่น่าประทับใจ (S3 S9 / O2 O3 O8) SO4 ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลายและจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานรัฐ และสถาบันการศึกษา SO5 การสร้างจุดแห่งการจดจำ (Landmark)/เอกลักษณ์ (Signature) ในพื้นที่การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสร้างการรับรู้เชิงสร้างสรรค์ Soft Power (S1 S3 S5 S8/ O1 O3 O4 O7 O9)	WO กลยุทธ์เชิงแก้ไข การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ WO1 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตสินค้าอินทรีย์และพัฒนาบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ระบบจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พัก(W4 W6 W8 W9 / O1 O2 O7) WO2 ทำตลาดและประชาสัมพันธ์โดยการบอกเล่าเรื่องราว Storytelling หรือการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง โดยนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube และผ่านช่องทางออฟไลน์จากหน้าร้าน และการออกบูทงานต่างๆ (W1 W2 W3 W5/ O3 O2 O7) WO3 นำผลงานวิจัยด้านเทคโนโลยีการเกษตรมาประยุกต์ใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตั้งแต่กระบวนการผลิต แปรรูป บรรจุภัณฑ์และการตลาด โดยต้องมีการวิจัยพัฒนาต่อยอดการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (W1 W7 W9 / O4 O6 O8 O9) WO4 ทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์เชื่อมโยงกับภาคบริการและการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและประเทศ (W4 W5 W6 W8 / O1 O3 O5 O6 O7 O9)

อุปสรรค/ภัยคุกคาม (T - Threats)	ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน	WT กลยุทธ์เชิงรับ
T1นโยบายต่างๆของรัฐบาลไม่แน่นอน เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยของรัฐบาลนั้นๆ ทำให้ขาดความต่อเนื่อง T2 ปัญหาด้านงบประมาณที่ผันผวนและบุคลากรไม่เพียงพอทำให้โครงการไม่ต่อเนื่อง T3 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและการท่องเที่ยวในภาพรวม T4 ความผันผวนของราควัตถุดิบทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น T5 เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นสังคมผู้สูงอายุ T6 การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ใช้ในการผลิตและส่งเสริมตลาดยังอยู่ในระดับเริ่มต้น และยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน T7 ปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง โรคระบาดยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ T8 หลักเกณฑ์การขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ค่อนข้างยุ่งยาก	การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ST1 ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืนด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรดิน และน้ำ และจัดทำระบบการบำบัดน้ำเสียจากกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการแปรรูปสินค้าอินทรีย์ (S5 S7 S9/ T1 T2 T7) ST2 ส่งเสริมให้มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อนำเสนอสินค้าอินทรีย์ เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ฐาน จัดกิจกรรมเรียนรู้ต่างๆ เช่น การทำอาหารการทำน้ำสมุนไพร การทำลูกประคบสมุนไพร และการทำของที่ระลึก (S3 S4 S6 S9 / T6 T8) ST3 สร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระหว่างเกษตรกร คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสีย และการคัดแยกขยะ (S1 S3 S7/ T5 T7) ST4 ปรับปรุงเส้นทางระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย พร้อมทั้งระบบความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว (S6 S9/ T2 T3 T5)	การสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร WT1 สร้างความเข้มแข็งโดยพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทานด้วยการสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการและผู้บริโภค (W4 W9 / T1 T2 T8) WT2 ส่งเสริมการจัดเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์กับเครือข่ายการท่องเที่ยวอื่นของ (W6 W8 / T4 T5 T6) WT3 บูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อเป็นพื้นที่เป้าหมาย ในการพัฒนาสินค้าอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง (W4 W6 W8 / T1 T2 T3) WT4 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อช่วยขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวโดยให้คนในชุมชนมีบทบาทในการวางแผน บริหารจัดการ และเป็นวิทยาท่องถิ่น (W5 W6 W7 / T2 T3 T4 T6) WT5 ส่งเสริมการจัดทะเบียนเพื่อคุ้มครองการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่สินค้าเกษตร อินทรีย์และปรับปรุงกฎหมายที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (W1 W7 / T1 T2) WT6 พัฒนาทักษะการสื่อสารโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารนักท่องเที่ยว (W5 W6 / T1 T2) WT7 สร้างทายาทสืบทอดอาชีพเกษตร เพื่อพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบยั่งยืน (W5 W6 / T1 T3 T4)

4.5 แนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากผลการศึกษา ได้สรุปประเด็นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก แล้วกำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พิจารณารายละเอียดแนวทางการพัฒนา ดังนี้

แนวทางการพัฒนาที่ 1 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้โดดเด่นและมีความหลากหลาย

- 1) ส่งเสริมการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ควบคู่กับการพัฒนาบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐาน
- 2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) โดยเน้นวัตถุดิบในฟาร์มทำเป็นอาหาร ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว
- 3) สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างแบรนด์สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าอินทรีย์ รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยโดดเด่นมีความเป็นเอกลักษณ์ และสร้างบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่น่าสนใจ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลักสำคัญ
- 4) ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลายและจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานรัฐ และสถาบันการศึกษา พร้อมทั้งพัฒนาฟาร์มตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ให้มากขึ้น
- 5) การสร้างจุดแห่งการจดจำ (Landmark) /เอกลักษณ์ (Signature) ในพื้นที่การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสร้างการรับรู้เชิงสร้างสรรค์ Soft Power พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกช่องทาง

แนวทางการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์

- 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตสินค้าอินทรีย์และพัฒนาบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ระบบจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พัก
- 2) ทำตลาดและประชาสัมพันธ์โดยการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling) หรือการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง โดยนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube และผ่านช่องทางออฟไลน์ จากหน้าร้าน และการออกบูทงานต่างๆ
- 3) นำผลงานวิจัยด้านเทคโนโลยีการเกษตรมาประยุกต์ใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตั้งแต่ กระบวนการผลิต แปรรูป บรรจุภัณฑ์ และการตลาด โดยต้องมีการวิจัยพัฒนาต่อยอดการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับการใช้งานอย่างต่อเนื่อง
- 4) ทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์เชื่อมโยงกับภาคบริการและการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและประเทศ

แนวทางการพัฒนาที่ 3 การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- 1) ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืนด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำ และจัดทำระบบการบำบัดน้ำเสียจากกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการแปรรูปสินค้าอินทรีย์
- 2) ส่งเสริมให้มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อนำเสนอสินค้าอินทรีย์ เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ฐานจัดกิจกรรมเรียนรู้ต่างๆ เช่น การทำอาหาร การทำน้ำสมุนไพร การทำลูกประคบสมุนไพร และการทำของที่ระลึก

3) สร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระหว่างเกษตรกร คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว และการคัดแยกขยะ

4) ปรับปรุงเส้นทางระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อตอบสนองและรองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย พร้อมทั้งระบบความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาที่ 4 การสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) สร้างความเข้มแข็งโดยพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทานด้วยการสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการและผู้บริโภค

2) ส่งเสริมการจัดเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์กับเครือข่ายการท่องเที่ยวอื่นของจังหวัด เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาโดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลาง

3) บูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา รวมทั้งสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาสินค้าอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง

4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อช่วยขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวโดยให้คนในชุมชนมีบทบาทในการวางแผน บริหารจัดการ และเป็นวิทยาท่องถิ่น

5) ส่งเสริมการจัดทะเบียนเพื่อคุ้มครองการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่สินค้าเกษตรอินทรีย์และปรับปรุงกฎหมายที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6) พัฒนาศักยภาพการสื่อสารโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารนักท่องเที่ยว

7) สร้างทายาทสืบทอดอาชีพเกษตร เพื่อพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบยั่งยืน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการจัดประชุมระดมความเห็นจากเกษตรกร ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อได้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะนำไปจัดทำแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเพื่อวางแผนการบริหารจัดการผลผลิตเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวในชุมชนและหน่วยงานทั้งในและนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อมูลเพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภคและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

5.1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษา

1.1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม (ตลาดในสวน) มีรูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยแนวคิดส่วนผสมทางการเกษตร 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ออร์แกนิกไทยแลนด์และ (PGS) และเป็นสินค้า GI ซึ่งจะผลิตฝรั่งมากที่สุด ร้อยละ 70 ขายส่งร้อยละ 75 ขายปลีกร้อยละ 25 รองลงมาผลิตมะพร้าวน้ำหอมร้อยละ 30 ขายส่งร้อยละ 100 ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น น้ำฝรั่งจะผลิตอาทิตย์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 300 ขวด ขายปลีกร้อยละ 100 ภายใต้แบรนด์สินค้า “บ้านหัวอ่าว”

(2) ราคา (Price) การกำหนดราคาสินค้าจะขึ้นอยู่กับชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะกำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพ และต้นทุนการผลิต สินค้าที่ได้รับความนิยม เช่น ฝรั่งขายกิโลกรัมละ 40 บาท มะพร้าวน้ำหอมขายลูกละ 20 บาท น้ำฝรั่งขายขวดละ 35 บาท

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูป ได้แก่ ฝรั่งและน้ำมะพร้าวส่งจำหน่ายให้บริษัทเลมอนฟาร์ม กทม.ร้อยละ 75 และขายตลาดในสวน ร้อยละ 23 ตลาดสุขใจร้อยละ 2 และมะพร้าวน้ำหอมส่งจำหน่ายให้บริษัทฟลอร่า แคปปิตอล จำกัด อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีร้อยละ 50 และบริษัทฮาร์มเลส ฮาร์เวสต์ ไทยแลนด์ จำกัด ร้อยละ 50 ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น น้ำฝรั่ง ยาดมฝรั่ง ขายตลาดในสวนร้อยละ 90 ยังมีบริการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างจังหวัดผ่านการขนส่งของบริษัทเอกชน/ไปรษณีย์ ร้อยละ 10

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการส่งเสริมการขายสินค้าอินทรีย์ โดยมีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะการใช้ Facebook และ LINE Official Account และมีการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมด้านการเกษตรภายในฟาร์ม การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆช่วงเทศกาลมีคูปองส่วนลดเงินสด

(5) บุคลากร (People) ประธานกลุ่มมีประสบการณ์ในการทำเกษตรกว่า 32 ปี และได้ผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กว่า 7 ปี ซึ่งทางกลุ่มฯ ได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 ศูนย์เรียนรู้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริยั่งยืนต้นแบบ ประจำปี 2567 ของกรมการปกครอง และชนะเลิศวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับจังหวัดประจำปี 2568 ของกรมส่งเสริมการเกษตร เจ้าของฟาร์มมีแรงบันดาลใจการนำปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียงมาปรับใช้กับชุมชนให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน มีการจ้างแรงงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการ ในรูปแบบพนักงานประจำ 2 คนโดยให้เป็นเงินเดือน

(6) กระบวนการ (Process) ได้รับมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ตั้งแต่ปี 2558 มีการวางแผนการผลิตโดยมีการคัดแยกคุณภาพสินค้าก่อนส่งให้กับร้านอาหารในฟาร์ม ซึ่งปัจจุบันผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ลักษณะการบริการเป็นศูนย์เรียนรู้และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดในสวน ในตลาดมีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผลไม้อินทรีย์ สินค้าแปรรูป และอาหารพร้อมทั้งขนมต่างๆ เปิดทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.30 - 14.00 น. เป็นทางเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพ มีรายได้สุทธิจำนวน 35,700 บาท/เดือน โดยเกษตรกรมีความมุ่งมั่นที่จะจำหน่ายสินค้าที่ปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งมีการส่งเสริมการขายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ สามารถนำไปจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้ตลอดทั้งปี

(7) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) สินค้าอินทรีย์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและการนำเสนอที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งผลิตอย่างชัดเจน มีการจัดทำแบรนด์ที่เป็นของตัวเองภายใต้ตราสินค้า “บ้านหัวอ่าว” และนำเสนอออกมาภายใต้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ ถุงกระดาษ/ถุงพลาสติก และใบตอง โดยเน้นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติ จริงใจ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในระยะยาวมีบรรยากาศและภูมิทัศน์ของสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวซื้อสินค้าและการศึกษาเรียนรู้

1.2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี (ตลาดปิ่นรักษ์) มีรูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยแนวคิดส่วนผสมทางการเกษตร 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าเกษตรเป็นการผลิตตามมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ได้แก่ ผักสลัด เช่น คอส กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค การจำหน่ายภายใต้แบรนด์สินค้า “ผักปิ่นรักษ์” และยังมีสินค้าแปรรูป เช่น กิมจิ ผงโรยข้าว ลูกก๊ากเคลือบขี้ผึ้งรสอร่อยละ 70 ขายเป็นลิตรอร่อยละ 30

(2) ราคา (Price) การกำหนดราคาสินค้าจะขึ้นอยู่กับชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะกำหนดราคาสินค้าตามคุณภาพ และต้นทุนวัตถุดิบในช่วงเวลานั้น สินค้าที่ได้รับความนิยม เช่น ผักสลัด จะขายกิโลกรัมละ 100 บาท ส่วนผักตามฤดูกาลจะขายกิโลกรัมละ 40 บาท ส่วนสินค้าแปรรูป เช่น กิมจิ กระปุกละ 35 บาท ไข่ไก่ฟองละ 5 บาท ราคาขึ้นอยู่กับฤดูกาลและต้นทุน

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย นำสินค้าอินทรีย์ไปจำหน่าย เป็นแบบขายส่งร้อยละ 70 ขายปลีกร้อยละ 20 โดยมีช่องทางการจำหน่ายดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 25 ตามตลาดนัด/ออกบูธ คิดเป็นร้อยละ 3 และช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 2

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดมีการส่งเสริมการขายสินค้าอินทรีย์ โดยมีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะการใช้ Facebook และ LINE Official Account เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักในการประชาสัมพันธ์ และแจ้งข่าวสาร กิจกรรมของฟาร์มเป็นระยะแต่ไม่บ่อยซึ่งดำเนินการด้วยตนเองร่วมกับสมาชิก

(5) บุคลากร (People) ประธานกลุ่มฯ มีประสบการณ์ในการทำเกษตรกว่า 32 ปี และได้ผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กว่า 7 ปี เอกชน ซึ่งทางกลุ่มฯได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 ศูนย์เรียนรู้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริยั่งยืนต้นแบบ ประจำปี 2567 ของกรมการปกครอง และชนะเลิศวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด ประจำปี 2568 โดยมีความมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ให้คนในชุมชนลดการใช้สารเคมีซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่จะปลูกผักเพื่อขายและบริโภคในครัวเรือน

รวมทั้งส่งเสริมการขายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เห็นว่าการปลูกพืชผักสามารถนำไปจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้ตลอดทั้งปี มีการจ้างพนักงานประจำ 2 คนให้เป็นรายเดือน มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน และสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างแนวคิดร่วมกัน

(6) กระบวนการ (Process) ได้รับมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ตั้งแต่ปี 2559 มีการวางแผนการผลิต มีอุปกรณ์เครื่องจักรเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในกระบวนการแปรรูป และมีการพัฒนาองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าอินทรีย์สม่ำเสมอจากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานรัฐ ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดปิ่นรักซ์ ซึ่งในช่วงแรกจะเปิดตลาดเดือนละครั้ง ทุกวันเสาร์ อาทิตย์ขึ้นเดือน เปิดตั้งแต่เวลา 9.00 น. - 17.00 น. สินค้าที่จำหน่ายในตลาด เช่น ผักสลัด ผักตามฤดูกาล และสินค้าแปรรูป รวมทั้งอาหารท้องถิ่นของดีในชุมชน มีรายได้สุทธิจำนวน 42,500 บาท/เดือน โดยประธานกลุ่มมีความมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ให้คนในชุมชนลดการใช้สารเคมี รวมทั้งส่งเสริมการขายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ และการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้

(7) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) สินค้าอินทรีย์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีกระบวนการแปรรูป มีการจัดทำแบรนด์ที่เป็นของตัวเองชื่อว่า ผักปิ่นรักซ์ ซึ่งออกแบบฉลากอย่างเรียบง่าย และสื่อสารชัดเจนถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม นำเสนอออกมาภายใต้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ ถุงกระดาษ/ถุงพาสติก/ขวดพาสติก และใบตอง สถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เหมาะสำหรับการท่องเที่ยว ซื้อสินค้า และการศึกษาเรียนรู้

1.3) ไร่เกษมสุข อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีรูปแบบการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยแนวคิดส่วนผสมทาง การเกษตร 7Ps (Marketing Mix) ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าเกษตรตามมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ได้แก่ การปลูกผักสลัดร้อยละ 80 เช่น คอสกรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค ผักตามฤดูกาลร้อยละ 20 เช่น กวางตุ้ง แตงกวา มะเขือเทศ เป็นต้น และมีสินค้าแปรรูป เช่น น้ำเคลสสกัดเย็น ผักสลัด ถั่วตาก เป็นต้น ขายปลีกร้อยละ 100 การจำหน่ายภายใต้แบรนด์สินค้า “ไร่เกษมสุข”

(2) ราคา (Price) การกำหนดราคาของสินค้าเกษตรอินทรีย์พิจารณาจากคุณภาพของสินค้าและราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและต้นทุนการผลิต สินค้าที่ได้รับความนิยม เช่น ผักสลัด ราคาจำหน่ายอยู่ที่กิโลกรัมละ 150 บาท ผักตามฤดูกาลจำหน่ายกิโลกรัมละ 40 บาท ส่วนน้ำผักเคลจำหน่ายขวดละ 40 บาท

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย ขายในฟาร์มให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดคิดเป็น ร้อยละ 90 และขายในตลาดนัดออกบูธคิดเป็นร้อยละ 5 ผ่านช่องทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ลูกค้ารายเดิมที่เคยซื้อสินค้าภายในฟาร์ม

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดที่เน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะการใช้ Facebook และ LINE Official Account เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ฟาร์มยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ อาทิ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในจังหวัด และกิจกรรมส่งเสริมตลาดชุมชน ซึ่งช่วยขยายฐานลูกค้า และสร้างการรับรู้แบรนด์ในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาแนวทางการสื่อสารที่เน้นความจริงใจ ความเป็นมิตร และความยั่งยืนตามแนวคิดเกษตรอินทรีย์

(5) บุคลากร (People) เกษตรกร/เจ้าของสถานที่ที่มีประสบการณ์ในการทำเกษตรโดยทำฟาร์มวัวประมาณ 18 ปี และทำการเกษตรอินทรีย์ประมาณ 4 ปี ปัจจุบันได้รับรางวัลเกษตรกรดีเด่นแห่งชาติ สาขาเกษตรอินทรีย์ ประจำปี 2568 โดยมีแรงบันดาลใจจากความตั้งใจอยากมีสุขภาพที่ดีและเริ่มจากการปลูกผักเพื่อกินเอง และการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ในด้านแรงงานในฟาร์มมีการจ้างงานเป็นพนักงานประจำจำนวน 2 ราย โดยให้เป็นเงินเดือนประจำ

(6) กระบวนการ (Process) ได้รับมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ตั้งแต่ปี 2563 โดยฟาร์มมีการวางแผนการผลิตอย่างมีระบบ ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การคัดแยกผลผลิต การแปรรูป และการจัดเก็บ รวมถึงวางแผนการเก็บเกี่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และยังมีร้านอาหาร ชื่อว่าครัวไร่เกษมสุข เปิดให้บริการ เสาร์ - อาทิตย์ นำผักอ่อนมาก เหมาะสำหรับครอบครัวที่มาท่องเที่ยวและผู้ที่มาศึกษาดูงาน ภายในฟาร์มยังมีผักสดจำหน่ายตลอดทั้งปีและสินค้าแปรรูปอื่นๆ อีกมากมาย มีรายได้สุทธิเฉลี่ยประมาณ 63,040 บาท/เดือน และเชื่อว่าการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่แค่การปลูกผักเพื่อกินหรือขายเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างพื้นที่สีเขียวที่ให้ความสุขและความผ่อนคลาย ทั้งตนเองและคนในชุมชนได้ด้วย

(7) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ภายในฟาร์มยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ที่บรรยากาศร่มรื่นอากาศบริสุทธิ์สไตล์คาเฟ่ และจัดสวนในสไตล์ของตัวเองเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งตนเองและคนในชุมชนได้ด้วย ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า “ไร่เกษมสุข” ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เจ้าของฟาร์มสร้างขึ้นเพื่อยกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ได้แก่ กระปุกแก้ว กล่องพาสติกและถุงกระดาษ ซึ่งออกแบบหลากหลายอย่างเรียบง่าย และสื่อสารชัดเจนถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม และผลิตจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยเน้นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติจริงใจ และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในระยะยาว

5.1.2 ผลการศึกษาได้แนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีองค์ประกอบหลักด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมหรือ Swot Analysis และใช้ TOWS Matrix ประกอบด้วยทางเลือก 4 ด้าน ได้แก่ 1) ทางเลือกเชิงรุก (SO) 2) ทางเลือกเชิงแก้ไข (WO) 3) ทางเลือกเชิงรับ (ST) และ 4) ทางเลือกเชิงป้องกัน (WT) ซึ่งได้แนวทางการพัฒนา ดังนี้

แนวทางการพัฒนาที่ 1 การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้โดดเด่นและมีความหลากหลาย เนื่องจากการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นแนวทางที่ผสมผสานระหว่างการผลิตอาหารปลอดภัยควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างยั่งยืน โดยสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ และการบริการที่เกี่ยวข้อง สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชน และสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่มีแนวทางการดำเนินงาน

แนวทางการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาด้านการเกษตรและการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการยกระดับเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพของผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และยังเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เกิดความประทับใจมากขึ้นด้วย

แนวทางการพัฒนาที่ 3 การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตทางเกษตรอินทรีย์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน มีแนวทางการดำเนินงาน

แนวทางการพัฒนาที่ 4 การสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากการสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรากฐานสำคัญ เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่เกี่ยวข้องกับเฉพาะตัวเกษตรกรเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต วิถีชีวิตของคนทุกกลุ่มในชุมชน สิ่งแวดล้อม และคุณค่าทางจิตใจที่เกิดขึ้นในชุมชนซึ่งจะส่งผลทำให้การพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและชุมชนอย่างต่อเนื่องเกิดการพัฒนายั่งยืน

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 การส่งเสริมและการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีส่วนในการสร้างการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมส่งเสริมการเกษตร ควรให้ความสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวในภาคเกษตรให้มีความเติบโต สอดรับกับกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ใช้เป็นแรงจูงใจในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น

5.2.2 ควรสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มองค์ความรู้ อย่างเป็นระบบทันสมัยในยุคดิจิทัล โดยเน้นการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ของพื้นที่ มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว หรือ Database ให้เป็นระบบ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสำคัญมากขึ้น

5.2.3 ควรมีการเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด พร้อมทั้งขยายตลาดรองรับ ผลผลิตอินทรีย์ให้เด่นชัด และสร้างความเชื่อมั่น ส่งเสริมการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับโดยมี QR Code และประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง

5.2.4 เชื่อมโยงเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์กับเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ และเว็บไซต์อื่นที่เชื่อถือได้ เพื่อเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์

5.2.5 สนับสนุนการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อไป โดยพิจารณาจากเกษตรกรหรือกลุ่มที่มีความพร้อม และมีศักยภาพในการแปรรูป รวมทั้งสนับสนุนเครื่องจักรแปรรูปที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับรูปแบบหรือรสนิยมของผู้บริโภค

5.2.6 พัฒนาการทำตลาด ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (Branding) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการสร้างและประชาสัมพันธ์โดยการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling) ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube และผ่านช่องทางออฟไลน์ จากหน้าร้าน และการออกบูธงานต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค

5.2.7 ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และตราสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand และผลักดันให้ขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และต่อบริการให้มากขึ้น ควบคู่กับการหาช่องทางการตลาดและการเพิ่มมูลค่าผลผลิต โดยเน้นถึงคุณประโยชน์คุณค่าของสินค้าอินทรีย์ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์สาธารณะให้กับผู้บริโภคในวงกว้าง

5.2.8 เร่งสร้างและยกระดับยุวเกษตรกรให้เป็นเจ้าของกิจการในพื้นที่การเกษตร และสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็นไกด์นำเที่ยวและวิทยากรท้องถิ่น เพื่อแนะนำและถ่ายทอดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน

5.2.9 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องให้ความสำคัญในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

กนกวรรณ มะโนรมย์ (2547). รายงานการวิจัย เรื่อง เกษตรอินทรีย์ในมุมมองเชิงสังคม. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

กรกันยา สุขจันทร์ (2562) พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539. นโยบายและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พ.ศ. 2539 - 2540. กรุงเทพฯ:กองนโยบายและแผนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กรมส่งเสริมการเกษตร (2545). คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเกษตร. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

กรมส่งเสริมการเกษตร (2565). แนวทางการขับเคลื่อนการส่งเสริมการเกษตรด้วย BCG Model แบบบูรณาการเชิงพื้นที่. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กรมการท่องเที่ยว (2553). คู่มือการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (2565). แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 – 2570. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

จิตรารณ สงค์ประเสริฐ (2551). วิธีการส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์เพื่อเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรในตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ฉัตรชัย เรืองศรี (2555). การกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจร้านขายต้นไม้กรณีศึกษาร้านใบไม้. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 25 ธันวาคม 2567 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/view/147015>

ชนวน รัตนวราหะ (2550). เกษตรอินทรีย์. สำนักวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ชวิน เจริญชัย และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2565). กลยุทธ์การตลาดในยุคปกติใหม่สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2557). รูปแบบและกระบวนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วารสารวิชาการ Veridian E-Journal คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2557

เดือนเพ็ญ คำพวง (2559). กลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่เกษตรเพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

อัครัง พันธุตะ (2552). การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผัก หมู่ที่ 5 ตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี.

นภาพร เวชกามา, สำราญ พิมราช และธีระรัตน์ ชินแสน (2561). การพัฒนาการทำนาข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรผสมผสาน 4 หมู่บ้านห้วยหลาว อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เบญจวรรณ บวรกุลภาสุข และคณะ (2566). การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตรจังหวัดนครปฐม

พิมพ์ หิรัญกิตติ (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปีที่ 28 ฉบับที่ 88 ตุลาคม - ธันวาคม 2557

พิมพ์ดา โยธาสุมทร (2552). บทวิเคราะห์: โอกาสการส่งออกข้าวไทยในวิกฤตอาหารโลก. สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์

วิภาดา เกษตรมพิทักษ์, สิบปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ และ ทิพวรรณ จันทมนิโชติ (2565). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์ โดยฐานทรัพยากรท้องถิ่น ชุมชนท่าสะบ้า อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดตรัง. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 15 ฉบับที่ 2

วิเชียร ฝอยพิกุล (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง การยอมรับแนวคิดเรื่องเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรชุมชนสวนผักบ้านท่าตะโก. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ศิริวัฒน์ ทรงธนศักดิ์ (2562). คู่มือการจัดทำและวิเคราะห์ประมาณการข้อมูลต้นทุนการผลิตพืช. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2565). การประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2560 – 2565. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร สืบค้นจาก <https://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx> วันที่ 30 มีนาคม 2567

สุมิตร สุวรรณ (2554). การกำหนดยุทธศาสตร์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

หทัยชนก รัตนถาวรกิติ และคณะ (2566). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบัวขุนจง ตำบลบัวเขต อำเภอบัวเขต จังหวัดสุรินทร์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1

อนัญญา ปาอนันต์ (2560). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง

อนาภรณ์ วงศ์สถาน และคณะ (2567). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยขมิ้น ตำบลแม่่นาจร อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

อารีวรรณ บัวเพื่อน (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวในประเทศไทย : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี

เอกกมล เอี่ยมศรี (2555). PEST Analysis การทำความเข้าใจใน “ภาพรวม” ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง. สืบค้นจาก: <https://eiamsri.wordpress.com/2011/06/03/pest-analysis>. วันที่ 20 มกราคม 2567

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงสนะ บุญขวัญ (2551). เอกสารประกอบการสอน “การจัดการกลยุทธ์” (Strategic Management) แปลจาก Michael A.Hitt, R.Duane Ireland and Robert E.Hoskisson พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ :บริษัท เจเอสที พับลิชชิง จำกัด.

Aguilar F.J. (1967). Scanning the Business Environment, Macmillan

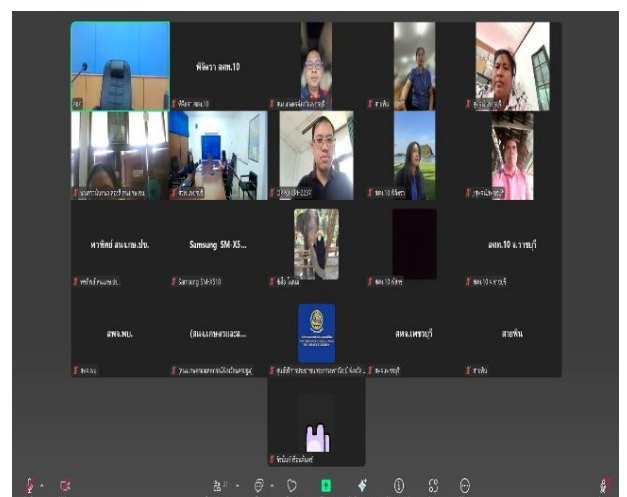
<https://www.mots.go.th/สถิตินักท่องเที่ยว> ปี 2567 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สืบค้น ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2568

FiBL.2022. Area Data on Organic Agriculture Worldwide 2014-2020.The Statistics.FiBL.org Website Maintained by the Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) , Frick, Switzerland. Available at <https://statistics.fibl.org/world/key-indicators.html>.

Kotler.(1997).Marketing Management:Analysis,Planning,Implementation,and control (9): N J: Prentice Hall Internatinal, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1
 ภาพผู้เข้าร่วมประชุม Focus Group
 วันที่ 18 กรกฎาคม 2568
 ณ ที่ว่าการอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม



ภาคผนวกที่ 2
ภาพการสำรวจข้อมูลเกษตรกร/นักท่องเที่ยว



ภาคผนวกที่ 3

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ใช้ในการศึกษา

จังหวัด	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	สินค้าอินทรีย์
1.นครปฐม	วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ตำบลบางช้าง หรือตลาดในสวน ที่ตั้งเลขที่ 37/1 หมู่ที่ 5 ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราน จังหวัดนครปฐม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวม 23 ราย โดยมีนางประหยัด ปานเจริญ เป็นประธานกลุ่ม โดยชุมชนเริ่มต้นจากการเป็นหมู่บ้านรางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงจากกระทรวงมหาดไทย ประจำปี 2557 โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับชุมชนและเกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ตำบลบางช้าง ซึ่งดำเนินการเป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดในสวน ซึ่งชาวชุมชนบ้านหัวอ่าวทำเกษตรอินทรีย์ มีกลุ่มผลิตผักผลไม้อินทรีย์ กว่า 200 ไร่ และมีผลผลิตเกษตรปลอดภัยอีกมากมาย จึงมีความต้องการเปิดพื้นที่เป็นแหล่งซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยใกล้กรุง เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น	ผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรตามมาตรฐานเกษตรปลอดภัย (PGS) ได้แก่ ฝรั่งพื้นที่ 120 ไร่ ได้รับมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์, PGS และเป็นสินค้า GI และมะพร้าวน้ำหอมพื้นที่ปลูกเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป (EU) ของ มกท. และเป็นสินค้า GI และผักตามฤดูกาล 1 งาน ได้แก่ กวางตุ้ง พริกจินดา ผักบุ้ง เป็นต้น
2.เพชรบุรี	วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแกหรือตลาดปิ่นรัก ที่ตั้งเลขที่ 97/1 หมู่ที่ 7 ตำบลช่องสะแก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวม 50 ราย โดยมีนายสุพจน์ กลิ่นพ่วง เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง ตำบลช่องสะแกอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2559 เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชน ซึ่งชุมชนได้รับรางวัล 1 ตำบล 1 โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปี 2567 ซึ่งดำเนินการเป็นศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมเกษตรอินทรีย์ในชุมชน โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับชุมชนให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดปิ่นรัก จึงสร้างเครือข่ายเพื่อเอาของดีในชุมชนมาขายร่วมด้วย เพื่อให้มีสินค้าหลากหลาย และร่วมกันจัดตลาดเพื่อสร้างความรับรู้เรื่องเกษตร อินทรีย์และของดีในชุมชนให้มากขึ้น	การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ ซึ่งจะผลิตผักสดในฟาร์ม และผักตามฤดูกาล เช่นกวางตุ้ง ฮ่องเต้ และมะเขือเทศ และรับซื้อผักสดจากสมาชิกภายในกลุ่มที่ได้รับมาตรฐาน PGS มีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย และยังมีไข่ไก่อารมณ์ดี ซึ่งพื้นที่ปลูกผักจะมีการขยายเครือข่ายเพิ่มการผลิตมากขึ้น เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ
3.ประจวบคีรีขันธ์	ไร่เกษมสุข ที่ตั้งเลขที่ 369 หมู่ที่ 8 ตำบลกุยบุรี อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีนางสาวณัฐรี สกุลจงเกษมสุข เป็นเจ้าของฟาร์ม ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2563 และได้รับการคัดเลือกให้เป็นแปลงเกษตรอินทรีย์ดีเด่น ประจำปี 2567 จากกรมวิชาการ และปัจจุบันได้รับรางวัลเกษตรกรดีเด่นแห่งชาติ สาขาเกษตรอินทรีย์ ประจำปี 2568 โดยมีแนวคิดเริ่มแรกว่าอยากปลูกผักกินเองเพราะอยากมีสุขภาพที่ดีจึงปลูก	การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับรองมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ ซึ่งจะผลิตผักสดสด และผักตามฤดูกาล เช่น แตงกวา มะเขือเทศ ถั่วฝักยาว มีไข่ไก่อารมณ์ดี และยังมีสินค้าแปรรูป เช่น น้ำเคลสสกัดเย็น กล้วยตาก สลัดพร้อมทาน เป็นต้น

จังหวัด	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	สินค้าอินทรีย์
	ผักและจัดสวนในสไตล์ของตัวเองเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเชื่อว่าการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่แค่การปลูกผักเพื่อกินหรือขายเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้าง พื้นที่สีเขียว ที่มีความสุขและความผ่อนคลายได้ และมีความมุ่งมั่นทุ่มเท ในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้ภาคเกษตรไทย ภายในฟาร์มยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรม โดยมีการให้ความรู้ด้านการเตรียมดินในการปลูกผัก การผสมปุ๋ยหมัก และการเพาะต้นกล้า ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชมสวนผักในไร่เกษมสุขได้ และสามารถเลือกตัดผักเองได้ และมีร้านอาหารภายในฟาร์ม เปิดเมื่อปี 2566 ชื่อว่าครัวไร่เกษมสุข เปิดทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 10.00 น .18.00 น. จะเป็นอาหารแนวไทย พิถีพิถัน เช่น ตำศรีจันทร์ คือจะใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ได้แก่ สับปะรด มะพร้าวเป็นส่วนประกอบ ยังมีสเต็ก สลัด และอาหารเครื่องดื่มอีกหลายอย่างให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลอง ซึ่งจะเน้นวัตถุดิบคือผักสลัดที่มีในฟาร์มเป็นหลัก	คลิปปาเสนอแหล่งท่องเที่ยว



สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
เลขที่ 8 ถนนเสียดป่า ตำบลหน้าเมือง
อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี 70000
<https://zone10.oae.go.th>