

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

10 มีนาคม 2565

วันแก้ไขบทความ:

27 พฤษภาคม 2565

วันตอบรับบทความ:

27 พฤษภาคม 2565

วิชชุตมา มาชู^{1*} บุญทริกา ใจกระจ่าง² และ สุรพล ลีดิธนากุล³

¹สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

²สาขาวิชาการบัญชี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

³สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร โครงการจัดตั้งคณะนวัตกรรมการเกษตร และประมง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: witchuta.m@psu.ac.th



บทคัดย่อ

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาไม้ผลเพิ่มพูนทรัพย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีชื่อเสียงเรื่องการเกษตรเงาะโรงเรียนแต่ยังขาดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้พื้นที่การเกษตรสวนเงาะแปลงใหญ่ของวิสาหกิจชุมชนพัฒนาไม้ผลเพิ่มพูนทรัพย์ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนี้ 1) การกำหนดความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) การสำรวจศักยภาพของสวนเงาะ และออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว 3) การทดสอบโปรแกรมการท่องเที่ยว และการคำนวณต้นทุน-ราคาขาย และ 4) การถอดบทเรียนและอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มเติมเกี่ยวกับทักษะการให้บริการและสื่อความหมายการท่องเที่ยว ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 2 โปรแกรม ที่มีจุดเด่นคือ เป็นพื้นที่การเกษตรสวนเงาะแปลงใหญ่ที่ได้รับมาตรฐาน GAP และเงาะโรงเรียนที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพความหวาน ล่อนและกรอบ และได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI) เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย มีการเชื่อมโยงกิจกรรมกับร้านอาหารในท้องถิ่นนำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่น และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ ทั้งในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดใกล้เคียง และมีความร่วมมือกับวังไขว้สวรรค์เพื่อประชาสัมพันธ์และขายโปรแกรมให้แก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ:

จังหวัดสุราษฎร์ธานี
โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
วิสาหกิจชุมชน
การสร้างมูลค่าเพิ่ม
เงาะโรงเรียน

Research Article

Received:

10 March 2022

Received in revised form:

27 May 2022

Accepted:

27 May 2022

Witchuta Marchoo^{1,*}, Buntarika Jaikrajang² and Suraphon Thitithanakul³

¹*Division of Tourism Business Management, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus, Muang District, Surat Thani Province, 84000 Thailand*

²*Division of Accounting, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus, Muang District, Surat Thani Province, 84000 Thailand*

³*Division of Sciences and Agricultural Technology, Faculty of Innovative Agriculture and Fishery Establishment Project, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus, Muang District, Surat Thani Province, 84000 Thailand*

*Corresponding author's E-mail: witchuta.m@psu.ac.th



Abstract

Despite being well-known for the agriculture of Rongrien rambutan, Pattana Maipon Permpoonsap community enterprise, Ban Nasan district, Surat Thani province still lacked tourism promotion activities. Thus, this paper aimed to develop an agritourism program to add value to large rambutan orchards under Pattana Maipon Permpoonsap community enterprise. A participatory action research (PAR) was designed and employed for the development process which involved the following steps: 1) the enterprise members jointly determined their needs in the development, 2) a survey on the potential of the members' orchards and a design of a tour program was conducted, 3) an agri-tourism program testing along with cost and pricing calculations were conducted, and 4) a reflection and a workshop on service and tourism interpretation skills were delivered. As a result, Pattana Maipon Permpoonsap community enterprise had two agricultural tour programs highlighting rambutan orchards certified by GAP standards, and the sole GI-certified rambutan in Thailand for its famous crispy texture and sweetness. Moreover, the community enterprise collaborated with local restaurants to promote local menus and located near other well-known agricultural attractions of Ban Nasan district, such as Suan Sala Arthit, and natural attractions in Surat Thani and nearby provinces. Finally, the community enterprise also worked with Wangkho resort to promote and offer the programs to visitors.

Keywords:

Surat Thani province
Agritourism program
Community enterprise
Value-added
Rongrien rambutan

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีคำเรียกในภาษาอังกฤษที่หลากหลาย เช่น Agritourism, Agrotourism, Farm tourism, Farm-based tourism (Phillip et al., 2010) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ฐานทรัพยากรด้านการเกษตร มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม วิธีการดำรงชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวเกษตรกรและชุมชน (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, 2014) ในขณะที่ Dubois et al. (2017) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ในช่วงที่รายได้ของฟาร์มลดลง แต่ในปัจจุบันสวนเกษตรจำนวนมากทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ใช้เพราะรายได้ที่ลดลง แต่เพราะเป็นโอกาสของการขยายธุรกิจและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย ได้รับความสนใจและได้รับการส่งเสริมจากกรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดโครงการท่องเที่ยวเกษตรในปีท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2541-2542 (Noknoi, 2016) ต่อมาในปี พ.ศ. 2559 นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเกษตรให้เป็นการเกษตรแบบใหม่ที่เกษตรกรสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสวนเกษตร โดยใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการพัฒนาคุณภาพและปริมาณผลผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร รวมทั้งการพัฒนาการเกษตรไปสู่การท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับเกษตรกร (Khermkhan, 2018) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สมดุลและยั่งยืน การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ (Ministry of Tourism and Sport, 2017) และร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 ก็ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวในประเทศโดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นหนึ่งในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาดังกล่าว โดยในปี พ.ศ. 2565 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เข้ามาร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายใต้โครงการ Save and sealed travel เพื่อกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจจากผลกระทบของโรคระบาดโควิด 19 ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนท้องถิ่นที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศจึงได้รับการส่งเสริม

และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอนาคต ควรพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการและการตลาด การสร้างจุดขายและเอกลักษณ์ และการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำ (Khermkhan, 2018)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงต้องพิจารณาองค์ประกอบตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ องค์ประกอบที่สำคัญของส่วนต้นน้ำ คือ แรงจูงใจในเชิงเศรษฐกิจของเจ้าของสวนและลักษณะเด่นของสวนเกษตร ส่วนกลางน้ำ คือ ประเด็นของตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมาย สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการพัฒนา กิจกรรมที่จะสร้างรายได้ และส่วนปลายน้ำ คือ แนวโน้มความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Bhatta & Ohe, 2020) ผลการศึกษา ความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย พบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวต้องการและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ คือ กิจกรรมเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวได้ทำจริง กิจกรรมที่ได้มีส่วนร่วมกับคนในครอบครัว รวมทั้งการได้ซื้อสินค้าและผลผลิตทางการเกษตร ความสวยงามทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียง ในขณะที่แรงจูงใจที่ผลักดันนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาเรียนรู้ และพัฒนาทักษะการเกษตร การเข้าร่วมงานเทศกาลด้านเกษตร การมีประสบการณ์ในการลงทำการเกษตร ต้องการสัมผัสวิถีชนบทและใกล้ชิดธรรมชาติ ต้องการมีส่วนร่วมกับการอนุรักษ์วิถีชนบทไทย รวมทั้งได้ซื้อสินค้าผลผลิตทางการเกษตร (Srikatanyoo & Campiranon, 2010; Hirankitti et al., 2014)

การศึกษาประเด็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหลายจังหวัด มีดังนี้ จังหวัดระยองและจันทบุรี (Khermkhan et al., 2018; Sankae et al., 2020; Khompol et al., 2021) จังหวัดร้อยเอ็ด (Nunta, 2020) จังหวัดนครราชสีมา (Khamphuang et al., 2016) ที่ชี้รูปแบบแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งพบว่า การเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นประเด็นสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรพัฒนา เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศได้ ตัวอย่างเช่น ชุมชนบ้านคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จัดการโดยชุมชนในลักษณะการรวมกลุ่มทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนมะม่วง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าของมะม่วง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นมชั้นหวานรสมะม่วงน้ำดอกไม้มะม่วงลอยแก้ว รวมทั้งสินค้าของฝากที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ เสื้อสกรีนของดีคลองเขื่อน และกระเป๋าผ้าสกรีนของดีคลองเขื่อน (Srinukoon & Maraphot, 2021) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องพิจารณาปัจจัยอุปสงค์และอุปทาน ทั้งฝั่งผู้ผลิตหรือสวนเกษตร และฝั่งผู้บริโภคหรือความต้องการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยแนวทางการเพิ่มมูลค่าด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การสร้างความ

แตกต่างโดยการเสนอขายคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรื่องราว ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตเกษตร การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นเส้นทางหรือโปรแกรม จัดกิจกรรมให้สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ด้านราคา เช่น การกำหนดราคาแบบเหมาจ่าย (Package) แทนการขายแบบบุฟเฟต์ คือการเก็บค่าเข้าชมต่อคนหรือต่อกลุ่ม พร้อมรับประทานผลไม้ที่สวนจัดไว้ตามความเหมาะสม และมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Sribenjachot & Phanichatra, 2019) และการพัฒนาความรู้การออกแบบโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพซึ่งเป็นตัวชี้วัดศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน (Kruntakapakorn et al., 2020) นอกจากนั้นกลยุทธ์เชิงรุกในการพัฒนาศักยภาพพื้นที่เกษตรด้วยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมทั้งการจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับที่พักและร้านอาหาร (Khamphuang et al., 2016) จะช่วยให้กลุ่มเกษตรหรือชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้น่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

ในปี พ.ศ. 2562 สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระบุว่า โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ขึ้นอยู่กับภาคบริการที่พักร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 27.91 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ในขณะที่ภาคการเกษตรและประมงคิดเป็นร้อยละ 19.67 แต่ในปี พ.ศ. 2563 เศรษฐกิจภาคการบริการที่พักร้านอาหารได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาดของโรคโควิด 19 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดลดลงเหลือเพียงร้อยละ 10.25 ในขณะที่ภาคการเกษตรและประมงเพิ่มขึ้นคือร้อยละ 23.80 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020) ซึ่งให้เห็นว่า แม้ว่าวิกฤตการระบาดของโรคโควิด 19 จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ก็ยังสามารถใช้ศักยภาพภาคการเกษตรเป็นฐานทรัพยากรในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดสำคัญที่ภาครัฐส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวหลังจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ขึ้นอยู่กับบริบทของการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Makboon & Thongthammachart, 2006; Choibamroong, 2014) และบริบทพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Silanoi & Sutthirak, 2015; Kongchana & Khunchomnun, 2018) และพบว่าอำเภอบ้านนาสาร เป็นพื้นที่เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากเป็นพื้นที่การเกษตรที่ปลูกทั้ง

เงาะโรงเรียนและเงาะสีทองมากที่สุดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณ 20,000 ไร่ และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง คือ สวนสละอาทิตย์ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ คลองฉวาง วังหยี ถ้ำขมิ้น น้ำตกดาตฟ้า เป็นต้น ซึ่งพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงและมีฐานทรัพยากรของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอบ้านนาสาร ได้แก่ ตำบลเพิ่มพูนทรัพย์ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกผลไม้โดยเฉพาะเงาะโรงเรียน (Makboon & Thongthammachart, 2006)

ในปี พ.ศ. 2558 มีการรวมกลุ่มทำการเกษตรของคนในชุมชนตำบลเพิ่มพูนทรัพย์ โดยการส่งเสริมของเกษตรอำเภอบ้านนาสาร เป็นกลุ่มเงาะแปลงใหญ่ และต่อมากลายเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลไม้เพิ่มพูนทรัพย์ ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร เลขที่ 5-84-12-11/1-0013 ตั้งอยู่ที่ตำบลเพิ่มพูนทรัพย์ ซึ่งเป็นแหล่งปลูกผลไม้หลักของจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะเงาะโรงเรียนรวมเนื้อที่ปลูกของสมาชิก 118 คน ประมาณ 1,000 ไร่ ทุกแปลงได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP และเงาะโรงเรียนบ้านนาสารได้รับการขึ้นทะเบียนรับรองเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (Geographic Indicator: GI) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อปี พ.ศ. 2562 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ได้รับการคัดเลือกเป็นกลุ่มเงาะแปลงใหญ่ในปี พ.ศ. 2563 จากสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 8 สุราษฎร์ธานี และผลไม้ที่มีพื้นที่ปลูกรองจากเงาะคือทุเรียน ประมาณ 500 ไร่ ในขณะที่ผลไม้อื่น ๆ เช่น มังคุด และลองกอง มีพื้นที่ปลูกประมาณ 30 ไร่ และ 10 ไร่ ตามลำดับ มีความพร้อมด้านความเหมาะสมของทรัพยากรธรรมชาติเนื่องจากมีลำธารต้นน้ำคลองฉวางซึ่งมีต้นน้ำจากเทือกเขานครศรีธรรมราชไหลผ่านสวนผลไม้ ทำให้มีภูมิประเทศที่สวยงาม เดินทางเข้าถึงได้สะดวก (ภาพที่ 1) ฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตเงาะโรงเรียนและผลไม้ของกลุ่มฯ คือประมาณเดือนมิถุนายนถึงกันยายนของทุกปี และสมาชิกกลุ่มฯ มีความเห็นตรงกันในการต้องการพัฒนาพื้นที่สวนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลไม้เพิ่มพูนทรัพย์เข้ามามีส่วนร่วม มีการดำเนินการ (ภาพที่ 2) ดังนี้

1. การกำหนดความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจฯ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมหารือ และการสนทนากลุ่มย่อย



สวนเงาะเพื่อเป็นประโยชน์ในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว
ผู้ที่เข้าร่วมให้ข้อมูล ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ ธุรกิจท่องเที่ยว
ในท้องถิ่น นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา นักวิชาการการเกษตร
รวมจำนวน 20 คน

2. การสำรวจศักยภาพของสวนเงาะ และออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว

การปฏิบัติงานประกอบด้วย 2 กิจกรรมสำคัญ คือ การสำรวจศักยภาพของสวนเงาะ และประชุมเชิงปฏิบัติการออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว

2.1) การสำรวจศักยภาพของสวนเงาะ

การสำรวจความพร้อมในเชิงกายภาพและการบริการ โดยใช้แบบประเมินที่ประยุกต์จากเกณฑ์ประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการสำรวจและประเมิน คือ 1) คณะผู้วิจัย 3 คน และ 2) เจ้าของสวนเงาะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจฯ คัดเลือกโดยความสมัครใจจากเจ้าของสวนที่ต้องการนำร่องพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้มีเจ้าของสวนจำนวน 16 แปลง จาก 18 แปลง สมัครเข้าร่วมและให้พื้นที่สวนเข้ารับการสำรวจและประเมินและร่วมเป็นผู้ประเมิน กระบวนการในการประเมินศักยภาพสวนเงาะดังนี้ 1) นัดหมายเจ้าของสวนเพื่อกำหนดวันประเมิน โดยประเมิน ณ พื้นที่สวนเงาะ 2) ชี้แจงเกณฑ์การประเมิน และ 3) ร่วมกันประเมินตามเกณฑ์และสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมประกอบตามแต่ละตัวชี้วัด การจดบันทึก และถ่ายภาพสถานที่ เพื่อใช้ประกอบการประเมิน กระบวนการประเมินดำเนินการในช่วงก่อนฤดูเก็บเกี่ยว ในระหว่างเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2564 เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จะใช้ทดสอบในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวในปีเดียวกัน ในขั้นตอนนี้พบว่า สวนเงาะทั้ง 16 แปลง อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ปลูกผลไม้ 3-28 ไร่ อายุเฉลี่ยประมาณ 10 ปี มีกรรมสิทธิ์ครอบครองเป็นโฉนด นส.3ก ภทบ.5 และ สปก. เกษตรกรทั้งหมดปลูกเงาะเป็นผลไม้หลัก รองลงมาคือ ทุเรียน มังคุด และลองกอง ตามลำดับ สวนผลไม้เกือบทั้งหมดมีทัศนียภาพสวยงาม ดิดคลองและลำธารธรรมชาติ และเจ้าของสวนมีประสบการณ์ในการรองรับกิจกรรมการศึกษาดูงานผ่านสำนักงานเกษตรอำเภอบ้านนาสาร ผลจากการสำรวจศักยภาพในภาพรวมของสวนเงาะที่เจ้าของสวนเข้าร่วมประเมินความพร้อมอยู่ในระดับปานกลางถึงดี

2.2) การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว

การออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้และให้สมาชิกกลุ่มฯ ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนเงาะ นอกจากนั้นสมาชิกร่วมกันตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง ผลผลิตของการดำเนินงานในขั้นตอนนี้ คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนเงาะที่ผ่านการยอมรับจากสมาชิกกลุ่มฯ มีจำนวน 2 โปรแกรม (ภาพที่ 3-4) ซึ่งประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโปรแกรม คือ เรียนรู้การทำเกษตรสวนเงาะโรงเรียนเดินชมสวนเงาะพร้อมรับประทานเงาะแบบบุฟเฟต์ ได้ลองเก็บเกี่ยว

จัดช่อเงาะเพื่อนำกลับไปเป็นของฝาก ชมทัศนียภาพของสวนเงาะ และจุดชมวิวฝ่ายวังหมี รับประทานอาหารท้องถิ่น

3. การทดสอบโปรแกรมการท่องเที่ยว และการคำนวณต้นทุน-ราคาขาย

3.1) การทดสอบโปรแกรมการท่องเที่ยว (Fam trip – Familiarization Trip)

โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกออกแบบโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจฯ ถูกนำไปใช้ทดลองเที่ยวตามโปรแกรมจำนวน 1 ครั้ง ในต้นเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วงฤดูเก็บเกี่ยว โดยเลือกใช้โปรแกรม A ซึ่งเป็นโปรแกรมรวมอาหารกลางวัน ระยะทางรวมตามโปรแกรมการท่องเที่ยวประมาณ 7 กิโลเมตร (ภาพที่ 5-7)

การทดสอบโปรแกรมการท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวที่อาสาสมัครเข้าร่วมโครงการที่มีคุณลักษณะคืออยู่ในช่วงวัยทำงานและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวนรวม 9 คน เป็นเพศหญิง 6 คน (ร้อยละ 67) เพศชาย 3 คน (ร้อยละ 33) อายุโดยเฉลี่ยคือ 44 ปี เป็นกลุ่มคนที่ทำงานประจำ และ 2 ใน 9 คน ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการเกษตรในหน่วยงานภาครัฐ การศึกษาขั้นต่ำคือปริญญาตรี เงินเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 33,000-60,000 บาทต่อเดือน สถานภาพการสมรสและครอบครัวคือ คนโสด คนที่แต่งงานแล้วแต่ไม่มีบุตร และคนที่แต่งงานและมีบุตรในช่วงปฐมวัย ในสัดส่วนเท่ากัน และทุกคนนับถือศาสนาพุทธ

ขั้นตอนการทดสอบโปรแกรมมีดังนี้ 1) ชี้แจงข้อมูลการนัดหมาย 2) นักท่องเที่ยวเดินทางมาสถานที่นัดหมายคือที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจฯ ด้วยตนเอง 3) จัดกิจกรรมตามที่ปรากฏในโปรแกรมและเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จดบันทึก บันทึกภาพนิ่งและภาพวิดีโอ และ 4) จัดสนทนางานกลุ่มย่อยหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวตามโปรแกรม โดยให้นักท่องเที่ยวประเมินและให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรองของเจ้าของสวนเงาะ การให้บริการ ความดึงดูดใจของสวนเงาะ และราคาที่นักท่องเที่ยวยอมรับได้โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังสถานที่ต้อนรับ

3.2) การคำนวณต้นทุน-ราคาขาย

หลังการทดสอบโปรแกรม เจ้าของสวนเงาะเข้าร่วมประชุมถอดบทเรียนการทดสอบโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์จากการดำเนินงานในขั้นการสังเกต ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวตามโปรแกรม และราคาที่ยอมรับได้จากมุมมองของนักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากเจ้าของสวนเงาะไม่เคยทำธุรกิจท่องเที่ยวมาก่อนและไม่มีความรู้ด้านการคิดต้นทุนและราคาขายโปรแกรมการท่องเที่ยว จึงจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการคิดต้นทุนและตั้งราคาโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดการตั้งราคาด้วยวิธีต้นทุนเป็นฐาน (Cost-based pricing) สำหรับค่าใช้จ่ายของทุกกิจกรรมการท่องเที่ยว 2 กลุ่ม คือ ค่าใช้จ่ายผันแปรที่

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สวนเงาะเพิ่มพูนทรัพย์

โปรแกรม A: เงาะแฉะ อาหารพื้นบ้าน

สนุกสนานกับการนั่งรถสามล้อพ่วงข้าง ชมสวนเงาะที่กำลังแดงเต็มต้น
 และจุดชมวิวดงนางรองซึ่งมีต้นเกาหยิกโผล่มาจากทิวเขาเขตรักษาพันธุ์
 เปิดประสบการณ์ใหม่ในสวนเงาะเพิ่มพูนทรัพย์
 เรียนรู้พันธุ์เงาะแฉะ การเก็บเกี่ยวเงาะ บุฟเฟ่ต์เงาะ
 ชื้อเงาะสดไม่ติดมือกลับไปเป็นของฝากคนรัก
 อิ่มอร่อยกับอาหารเที่ยงแบบพื้นบ้าน ณ วังโบราณ










599 บาท/คน

ราคารวมอาหารกลางวัน
 อย่างน้อย 6 คน
 เด็กต่ำกว่า 10 ขวบ...ฟรี!!

โปรแกรมเริ่ม 9.00-13.00 น. เงาะช่วงเดือน ก.ค.- ก.ย.

ภาพที่ 3 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนเงาะ โปรแกรม A (รวมอาหารกลางวัน)

เปลี่ยนแปลงเพิ่ม/ลดตามจำนวนนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายคงที่ที่คงที่ตลอดแม้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลง สำหรับต้นทุนของทุกกิจกรรมการท่องเที่ยว ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลค่าใช้จ่ายและการกำหนดราคาขาย โดยคำนวณค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนรวมสำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างน้อย 6 คน ต่อการจัดนำเที่ยว 1 ครั้ง จำนวนดังกล่าวมีความเหมาะสมตามศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวในประเด็นจำนวนรถซาเล้ง และต้นทุนอาหาร 1 ชุดที่ให้ร้านอาหารวังโบราณจัดเตรียมต่อการนั่ง 1 โต๊ะ ซึ่งพบว่าต้นทุนสำหรับโปรแกรมอยู่ระหว่าง 456-493 บาทต่อทริป ขึ้นอยู่

กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่รับในแต่ละครั้ง และหากต้องการตั้งราคาที่บวกกำไรส่วนเพิ่ม (Mark-up) 20% ซึ่งเป็นอัตรากำไรขั้นต่ำ ราคาจะปรับเป็น 599 บาท/คน อย่างไรก็ตาม การบวกกำไรส่วนเพิ่มผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถปรับลดหรือเพิ่มได้ตามสถานการณ์การตลาดและคู่แข่ง

4. การถอดบทเรียนและอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มเติม
 เกี่ยวกับทักษะการให้บริการและสื่อความหมายการท่องเที่ยว
 การจัดประชุมถอดบทเรียนและถ่ายทอดองค์ความรู้ใน

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนเงาะเพิ่มพูนทรัพย์

โปรแกรม B: เงาะเงาะ

สานเสนาเก็บการนั่งรถสามล้อพ่วงข้าง ชมสวนเงาะที่กำลังแดงเต็มต้น
 และจุดชมวิวดงนางช้างซึ่งมีต้นกล้วยโผล่มาจากทิวเขาแคระศรีธรรมราช
 เปิดประสบการณ์ใหม่ในสวนเงาะเพิ่มพูนทรัพย์
 เรียนรู้พันธุ์เงาะเงาะ การเก็บเกี่ยวเงาะ บุกไฟต์เงาะ
 ชื้อเงาะสดได้ติดมือกลับไปเป็นของฝากคนรัก







399 บาท/คน

ราคาไม่รวมอาหารกลางวัน
 อย่างน้อย 6 คน
 เด็กต่ำกว่า 10 ขวบ...ฟรี!!

โปรแกรมเริ่ม 9.00-13.00 น. เงาะช่วงเดือน ก.ค.- ก.ย.

ภาพที่ 4 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนเงาะ โปรแกรม B (ไม่รวมอาหารกลางวัน)

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้สมาชิกกลุ่มฯ ได้ร่วมถอดบทเรียนการให้บริการนักท่องเที่ยวตามโปรแกรม และเพื่อรับฟังรายงานผลจากการประเมินแหล่งท่องเที่ยวและการประเมินของนักท่องเที่ยว เพื่อชี้ให้เห็นข้อจำกัดและประเด็นที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในฤดูเก็บเกี่ยวของปี พ.ศ. 2565 ต่อไป โดยประเด็นที่กลุ่มวิสาหกิจฯ ควรปรับปรุงคือ

- 1) ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวคือ สถานที่ต้อนรับ ห้องน้ำรอชาเลี้ยง
- 2) ด้านการบริการ ที่สำคัญคือทักษะการสื่อความหมายในระหว่างการนำชม
- 3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรจัดเส้นทางเดินชมสวน

ที่ชัดเจน เพิ่มกิจกรรมการทดลองเก็บเงาะและจัดซื้อเงาะ จุดเช็คอินถ่ายภาพ และผลิตภัณฑ์จากเงาะสดและแปรรูปสำหรับซื้อกลับ และ 4) ด้านราคา นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่าราคาที่ยอมรับได้หากมีการปรับปรุงคุณภาพโปรแกรม คือ ระหว่าง 300-1,000 บาทต่อคน และถ่ายทอดองค์ความรู้เพิ่มเติมใน 3 เรื่อง คือ

- 1) เทคนิคการสื่อความหมายเพื่อเล่าเรื่องให้น่าสนใจ
- 2) การคิดต้นทุนและการตั้งราคาขาย และ
- 3) การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นสินค้าของฝาก



ภาพที่ 5 เส้นทางของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนเงาะ



ภาพที่ 6 (ก) สถานที่ที่ตอนรับจุดเริ่มต้นโปรแกรม (ข) เส้นทางผ่านสวนเงาะของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ (ค) จุดชมวิวดำรงวิทย์ (ง) ทิวทัศน์ภาพเทือกเขาแดนศรีธรรมราชและคลองจวาง



ภาพที่ 7 (ก) การทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่สวนเงาะ และ (ข) ตัวอย่างอาหารพื้นบ้าน (ยำปลาเม็ง) ในสำหรับอาหารกลางวัน วังไชรืสอรัท

ตารางที่ 1 การตั้งราคาโปรแกรมท่องเที่ยวด้วยวิธีต้นทุนเป็นฐานของโปรแกรม A (มีอาหารกลางวัน)

ประเภทค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายผันแปร			ค่าใช้จ่ายคงที่	จำนวนลูกค้า (ขั้นต่ำ 6 คน)			
	อัตราค่าใช้จ่าย	หน่วย	จำนวนเงิน		6	12	18	24
ค่ามัคคุเทศก์นำชม 1 คน				300	300	300	300	300
ค่าเช่ารถซาเล้งพร้อมคนขับ	200	คัน	400		400	800	1,200	1,600
ค่าบุฟเฟต์ผลไม้	150	คน	900		900	1,800	2,700	3,600
ค่าอาหารว่าง	30	คน	180		180	360	540	720
ค่าอาหารกลางวัน	1,000	โต๊ะ	1,000		1,000	2,000	3,000	4,000
ค่าบำรุงกลุ่ม	30	คน	180		180	360	540	720
รวมค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วยขาย			2,660	300				
ต้นทุนรวมหรือค่าใช้จ่ายรวมของโปรแกรมท่องเที่ยว					2,960	5,620	8,280	10,940
ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่อคน (บาท)					493	468	460	456
ราคาที่มีการบวกอัตรากำไร 20% สำหรับแต่ละช่วงจำนวนนักท่องเที่ยว					591.6	561.6	552	547.2
ราคาที่ตั้งที่มีการบวกเพิ่มกำไร (Mark up) ที่ต้องการ 20% แล้วสำหรับทุกช่วงจำนวนนักท่องเที่ยว								599

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เกณฑ์ประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, 2014) ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็นการศึกษาศักยภาพพื้นที่และการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย และ

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของพื้นที่ เช่น จังหวัดอุบลราชธานี (Thamsarn et al., 2019) จังหวัดสุรินทร์ (Khianpanya, 2019) จังหวัดปราจีนบุรี (Sukhaseam, 2016) นอกจากศึกษาศักยภาพของพื้นที่แล้ว ยังพัฒนาโปรแกรมหรือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควบคู่กันไปด้วย เช่น การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ของตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา (Maraphot & Somboon, 2016) การออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านบางเหริยงใต้ อำเภอกวนเนียง จังหวัดสงขลา (Jussapalo, 2015) เป็นต้น

การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยทั่วไปถูกวัดหรือประเมินจาก องค์ประกอบต่าง ๆ ต่อไปนี้ การจัดการ การบริการ การดึงดูดใจ หรือความน่าสนใจ และการรองรับ (Jussapalo, 2015) สิ่งอำนวยความสะดวก ค่าของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ การบริหารจัดการ สภาพแวดล้อม (Sukhaseam, 2016) ความพร้อม สิ่งดึงดูดใจ การบริหารจัดการ (กิจกรรม บุคลากร การตลาด การสร้างเครือข่าย) (Thamsarn et al., 2019) ความน่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การบริการเสริม การโฆษณา (Khianpanya, 2019) ทั้งนี้จากมุมมองของนักท่องเที่ยว นักวิจัยศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นที่สำคัญ (Khianpanya, 2019; Sukhaseam, 2016; Yaemsukaswat et al., 2019)

สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็น โปรแกรมแบบหนึ่งวัน และแบบ 2 วัน 1 คืน โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโปรแกรมส่วนใหญ่เป็นศูนย์การเรียนรู้เกษตรแบบพอเพียงของชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทำคือ การชมการสาธิต การศึกษาเรียนรู้วิถีการเกษตร และพบว่ามีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ในชุมชน เช่น การเที่ยวชมวัด โสมสแดย์ (Jussapalo, 2015; Maraphot & Somboon, 2016) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในส่วนต้นน้ำ ถึงกลางน้ำ เช่น พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เหมาะกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบกิจกรรมชุมชน พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย มีอัตลักษณ์ของชุมชนจึงเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ (Khermkhan, 2018) และ การศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าการทำท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีต้นทุนสูงกว่าการทำสวนผลไม้อย่างเดียวแต่ให้ค่าตอบแทนที่มากกว่า (Khermkhan & Mankeb, 2017) การเพิ่มมูลค่าสวนผลไม้โดยผนวกกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นโอกาสเพิ่มมูลค่าให้แก่สวนผลไม้ในระยะยาว

สวนเกษตรเงาะแปลงใหญ่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาไม้ผลเพิ่มพูนทรัพย์ ยังไม่ได้ผนวกการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมหลักของสวน จึงใช้เพียงเกณฑ์ประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ศักยภาพการบริหารจัดการ 2) ศักยภาพการให้บริการ และ 3) ศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

หลักการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว

โปรแกรมการท่องเที่ยว (Tour program) เป็นการบริการทางการท่องเที่ยวที่ผู้ให้บริการท่องเที่ยว เช่น บริษัทจัดนำเที่ยว

หรือชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว โปรแกรมทัวร์จะรวมกิจกรรมและบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้ทำและจ่ายค่าบริการในอัตราที่เหมาะสมแล้วต่อหนึ่งโปรแกรม หลักการการออกแบบหรือพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยว (Enoch, 1996) เป็นการศึกษาในเชิงการประยุกต์หลักการไปสู่การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Boonwannong et al., 2020) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Khamkerd et al., 2020)

องค์ประกอบที่สำคัญของโปรแกรมการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งกิจกรรม 2) พาหนะ 3) อาหาร 4) สิ่งอำนวยความสะดวก 5) มัคคุเทศก์ 6) ราคาและเงื่อนไขต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ และ 7) ที่พัก หากเป็นโปรแกรมที่ค้างคืน (Enoch, 1996; Kaewnuch, 2019) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ในรูปแบบการท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) ส่วนใหญ่จัดโดยบริษัททัวร์ไปเมืองต่าง ๆ หลาย ๆ เมือง มีราคาถูกกว่าการเที่ยวแบบเดินทางเอง และมีความยืดหยุ่นน้อย โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบนี้เรียกอีกอย่างว่าแพ็คเกจทัวร์ ได้รับความนิยมในช่วงศตวรรษที่ 19 (Enoch, 1996) หรือแม้กระทั่งก่อนการระบาดของโรคโควิด 19 เช่น ทัวร์จีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย อย่างไรก็ตามรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางด้วยตนเองในกลุ่มขนาดเล็ก และชื่นชอบการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์และคุณค่ามากขึ้น โปรแกรมการท่องเที่ยวจำนวนมากในปัจจุบันจึงถูกออกแบบและนำเสนอขายโดยชุมชนท้องถิ่นที่ทำการท่องเที่ยวและจัดโปรแกรมในเส้นทางภายในชุมชนหรือในชุมชนใกล้เคียง โดยมีระยะเวลาของโปรแกรมแบบครึ่งวันหนึ่งวัน และ 2 วัน 1 คืน

การออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เสนอขายโดยชุมชนท้องถิ่นมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ ขั้นแรก การสำรวจอัตลักษณ์ความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ขั้นที่สอง การออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวและทดสอบโปรแกรม การทดสอบโปรแกรมการท่องเที่ยว (Familiarization trip) หรือ Fam trip เป็นคำศัพท์ทางการท่องเที่ยวที่โดยทั่วไปหมายถึง การที่ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวนำกลุ่มคนจำนวนหนึ่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ร่วมพิจารณาประเมินความน่าสนใจของสถานที่นั้น ๆ ทั้งนี้ Fam trip เป็นวิธีที่หน่วยงานที่มีบทบาทส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวกับสื่อมวลชน นอกจากนั้นในด้านวิชาการ Fam trip เป็นกิจกรรมที่นำมาใช้ในขั้นตอนของการทดสอบกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ออกแบบใหม่เพื่อให้กลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง เช่น นักท่องเที่ยว นักวิชาการ บริษัทนำเที่ยว มาร่วมประเมินและให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและเป็นไปได้ในเชิงการตลาด (Anintya et al., 2020) การตั้งราคา

ขาย และการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ต้องสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในทุกขั้นตอนของการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการบริการนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตามโปรแกรมนั้น ๆ (Kaewnuch, 2019; Boonwanno et al., 2020; Khamkerd et al., 2020)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการกำหนดราคา

หลักการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการกำหนดราคานำมาใช้ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนหรือจุดเสมอตัว (Break-even point analysis) เป็นการวิเคราะห์ยอดขายหรือหน่วยขายที่ทำให้รายได้เท่ากับค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นจุดที่กำไรจะเท่ากับศูนย์เพื่อนำไปวางแผนกำไรในการขายสินค้า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจำเป็นต้องทราบข้อมูล 3 กลุ่ม คือ ราคาขายต่อหน่วยขาย ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วยขาย และค่าใช้จ่ายคงที่รวม สำหรับข้อมูลต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเป็นข้อมูลภายในที่กิจการสามารถรวบรวมได้ อย่างไรก็ตามสำหรับราคาขายสินค้าต้องพิจารณาจากปัจจัยหลายด้านทั้งภายในและภายนอกกิจการ Horngren et al. (2015) แบ่งกลยุทธ์การกำหนดราคาออกเป็น 2 วิธี คือ วิธีการตลาดเป็นฐาน (Market-based pricing approach) และวิธีต้นทุนเป็นฐาน (Cost-based pricing approach) ทั้งสองวิธีมีการเรียงลำดับปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการตั้งราคา 3 ปัจจัย คือ ครอบคลุมลูกค้า (Customer) คู่แข่ง (Competitor) และต้นทุน (Cost) แตกต่างกันตามบริบทของประเภทสินค้าและการวางตำแหน่งคุณค่าของสินค้าในสายตาของลูกค้า (Customer perceived value) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 มุมมอง คือ มุมมองด้านการใช้ประโยชน์ (Functional perceived value) มุมมองด้านความรู้สึก (Emotional perceived value) และมุมมองด้านสังคม (Social perceived value)

การกำหนดราคาวิธีต้นทุนเป็นฐานให้ความสำคัญต่อด้านต้นทุนในการผลิตสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือคู่แข่ง และลูกค้า ตามลำดับ ดังนั้นราคาสินค้าจะเท่ากับต้นทุนบวกด้วยกำไร (Mark-up) จึงเรียกว่าวิธี Cost-plus ดังนั้นลำดับความสำคัญของการกำหนดราคาวิธีนี้จะเรียงลำดับจากการพิจารณาคุณลักษณะของสินค้า (Product characteristic) ราคาเป้าหมายที่กำหนดจึงใช้ปัจจัยจากฝั่งของลูกค้ามาพิจารณา กล่าวคือความพึงพอใจ และการรับรู้คุณค่าในสายตาของลูกค้ามีผลต่อการกำหนดราคาของลูกค้าเต็มใจจะจ่าย เป็นไปตามแนวคิดคุณค่าของสินค้าในสายตาของลูกค้า (Customer perceived value) ซึ่งนักท่องเที่ยวประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกิจกรรมการทดสอบโปรแกรมว่าทำให้รู้สึกพอใจและได้มีส่วนร่วมในการกระจายรายได้สู่ชุมชน การกำหนดราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงใช้ปัจจัยความรู้สึกและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาร่วมด้วย

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

สถานการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาไม้ผลเพิ่มพูนทรัพย์คือ มีโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 2 โปรแกรม ซึ่งเป็นผลผลิตของกระบวนการวิจัยที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในปี พ.ศ. 2564 โปรแกรมนี้มีจุดเด่นคือ เป็นพื้นที่เกษตรสวนเงาะแปลงใหญ่ที่ได้รับมาตรฐาน GAP และเงาะโรงเรียนที่มีชื่อเสียงในเรื่องคุณภาพความหวาน สดและกรอบ จนได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI) เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย มีการเชื่อมโยงกิจกรรมกับร้านอาหารในท้องถิ่น นำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่น และอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงในอำเภอบ้านนาสาร เช่น สวนสละอาทิตย์ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ ทั้งในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดใกล้เคียง โดยกลุ่มวิสาหกิจฯ วางแผนจะเปิดรับนักท่องเที่ยวครั้งแรกในฤดูผลไม้ของปี พ.ศ. 2565 คือระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม พ.ศ. 2565 รวมทั้งในฤดูเก็บเกี่ยวของปีต่อไป จากการประชุมร่วมกันของสมาชิกกลุ่มฯ มีความคิดเห็นตรงกันว่าในปี พ.ศ. 2565 ของการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่พัฒนาขึ้น สมาชิกกลุ่มฯ ยังไม่มีความชำนาญในการให้บริการ การเปิดตัวอย่างเป็นทางการ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ออนไลน์อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และต้องการมาเที่ยวเกินความสามารถในการรองรับและการจัดการ ในเบื้องต้นจึงได้ประชุมร่วมกับวังไชยสิทธิ์ซึ่งเป็นธุรกิจในพื้นที่เพื่อสร้างความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และขายโปรแกรมให้แก่นักท่องเที่ยว

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนเงาะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม้ผลเพิ่มพูนทรัพย์ในปัจจุบันอยู่ในระยะเริ่มต้น โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นกิจกรรมแรกที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของชุมชน ซึ่งแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องครอบคลุมการดำเนินการเพิ่มเติมดังนี้

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ต้องจัดทำแผนการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายทั้งแบบออนไลน์ เช่น สร้างเพจโซเชียลมีเดียการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และช่องทางการขายผ่านธุรกิจที่พักในจังหวัด และสร้างความร่วมมือในเชิงการตลาดร่วมกับธุรกิจอื่นในชุมชนเพิ่มเติมเพื่อทำโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน การจัดผังพื้นที่ของสวนเงาะ

เพื่อการเดินชมและทำกิจกรรม และกำหนดมาตรการความปลอดภัยในการชมแหล่งท่องเที่ยว

การรองรับนักท่องเที่ยว ต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ต้อนรับ ห้องน้ำ เส้นทางเดินชมสวน และที่พักโฮมสเตย์ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ เช่น คนพิการ และผู้สูงอายุ

การให้บริการ ต้องพัฒนาคุณภาพบุคลากร ทั้งการนำชม การทำสื่อการตลาดอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาระบบการให้บริการที่สร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว

การพัฒนาสิ่งดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยว ต้องพัฒนากิจกรรมเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้เพื่อสร้างคุณค่าและประสบการณ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปและสินค้าของฝากของที่ระลึก

การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งอื่น ต้องร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่นในพื้นที่ เช่น สวนสละอาทิพย์ ในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอบ้านนาสาร และร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภออื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่สนับสนุนทุนวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เชิงชุมชน ปีงบประมาณ 2563 สัญญาทุนเลขที่ วช.อว.(ก) (กปจ)/136/2563

References

- Anintya, L., Firdaus, M. M., & Desianty, S. (2020). Familiarization trip strategy to introduce Jakarta textile museum to foreign tourists. *Technium Social Sciences Journal*, 11, 96–103.
- Bhatta, K., & Ohe, Y. (2020). A review of quantitative studies in agritourism: The implications of developing countries. *Tourism and Hospitality*, 1(1), 23–40.
- Boonwanno, S., Laeheem, K., & Limpradit, B. (2020). Cultural tourism route development in Takua Pa old town, Phang Nga province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*, 21(1), 1–14. (in Thai).
- Choibamroong, T. (2014). Agricultural resources research for sustainable agro-tourism: A case study of Surat Thani Thailand. *NIDA Development Journal*, 54(3), 202–220. (in Thai).
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2014). Agrotourism standard assessment criteria. Retrieved December 13, 2021, from: https://chainat.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=788. (in Thai).
- Dubois, C., Cawley, M., & Schmitz, S. (2017). The tourists on the farm: A 'muddled image'. *Tourism Management*, 59, 298–311.
- Enoch, Y. (1996). Contents of tour packages a cross cultural comparison. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 599–616.
- Hirankitti, P., Sayapunt, U., Yaibuakrin, K., Inkeaw, S., & Hirankitti, S. (2014). Agro-tourism behavior of Thai tourists. *Suthiparithat Journal*, 28(88), 362–384. (in Thai).
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis*. 15th edition. Essex, UK: Pearson Education.
- Jussapalo, S. (2015). Community-based agro tourism management at South Bang Rieang community, Khuan Nieng district, Songkhla province. *Silpakorn University Journal*, 35(2), 89–103. (in Thai).
- Kaewnuch, K. (2019). Influencing factors on tour program design in creative community based tourism. *WMS Journal of Management*, 8(2), 49–59. (in Thai).
- Khamkerd, T., Chaiyo, P., Sangiemsilp, P., Therawat, J., Rueangrit, U., & Chuayphen, P. (2020). Development of community agricultural tourism by multilateral organization in Wang-yang community, Suphan Buri province. *Area Based Development Research Journal*, 12(6), 432–450. (in Thai).
- Khamphuang, D., Thaipakdee, S., & Seeniang, P. (2016). *Development strategies for agro-tourism promotions in Pakchong district, Nakhonratchasima province*. In Proceeding of the 13th National Conference, (December 8–9, 2016), Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, 1717–1724. (in Thai).
- Khermkhan, J. (2018). The perspective of agro tourism development in Thailand. *King Mongkut's Agricultural Journal*, 36(2), 162–167. (in Thai).

- Kharmkhan, J., & Mankeb. P. (2017). A comparison of cost and return between fruit farm only and agro tourism. *Burapha Journal of Business Management*, 6(2), 43–55. (in Thai).
- Kharmkhan, J., Mankeb. P., & Patthirasinsiri, N. (2018). Supply chain management for agrotourism in Rayong province. *Journal of the Association of Researchers*, 23(3), 98–110. (in Thai).
- Khianpanya, I. (2019). The guidelines of creative agro tourism destination at Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus. *Journal of Business Administration and Accounting*, 3(2), 1–19. (in Thai).
- Khompol, S., Jaroenroop, N., & Benchatikul, K. (2021). Agro–tourism management styles in Rayong and Chantaburi province. *Rajabhat Rambhai Barni Research Journal*, 15(1), 52–58. (in Thai).
- Kongchana, B., & Khunchomnun, R. (2018). Agricultural tourists’ use of information technology for tourism: case study Suan Sala Arthit, Surat Thani province. *Journal of Management Sciences*, 15(1), 145–166. (in Thai).
- Kruntakapakorn, K., Sitthikun, S., & Leelapattana, W. (2020). Developing the potential of agricultural community in Huay sai subdistrict Maerim district Chiang Mai province. *Journal of Modern Management Sciences*, 13(2), 29–43. (in Thai).
- Makboon, S., & Thongthammachart, T. (2006). The study of routes, activities, and local people potential for agro–tourism management of Ban Nasan district Suratthani province. *Journal of Management Sciences*, 24(1), 36–44. (in Thai).
- Maraphot, K., & Somboon, T. (2016). The development of agro–tourism learning route: A case study of Tambon Klongkhuean, Chachoengsao province. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 11(2), 23–36. (in Thai).
- Ministry of Tourism and Sport. (2017). National tourism management plan 2nd issue (2560–2564). Retrieved December 13, 2021, from: https://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052216244626.pdf. (in Thai).
- Noknoi, C. (2016). Agritourism: Concept and experiences. *University of Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 36(2), 157–169. (in Thai).
- Nunta, S. (2020). Ban Samran ago–tourism to management foundation community Roi Et province. *Academic Journal of Management Technology (AJMT)*, 1(1), 1–12. (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2020). Gross domestic products. Retrieved April 30, 2022, from: https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=12421&filename=QGDP_report. (in Thai).
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758.
- Sankae, N., Sornbandit, W., Saenkae, N., Chiamkosit, K., & Karnchanawong, R. (2020). Agro–tourism management styles in Chantaburi province. *Journal of Kanchanaburi Rajabhat University*, 9(1), 122–136. (in Thai).
- Silanoi, L., & Sutthirak, S. (2015). The influence of marketing mixed factors on tourists’ decision making for visiting the agro–tourism attraction: A case study of Suan Sala Athit agro–tourism attraction at Ban Na San district, Surat Thani province, Thailand. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 10(2), 48–59. (in Thai).
- Sribenjachot, T., & Phanichatra, S. (2019). Guideline for adding value to agro–tourism in Chanthaburi province. *Journal of Business, Economics, and Communications*, 14(2), 134–152. (in Thai).
- Srikatanyoo, N., & Campiranon, K. (2010). Agritourist needs and motivations: The Chiang Mai case. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(2), 166–178.
- Srinukoon, K., & Maraphot, K. (2021). Agricultural product development for agricultural tourism Ban Klong Khuean community Chachoengsao province. *Area Based Development Research Journal*, 13(1), 31–43. (in Thai).
- Sukhaseam, M. (2016). The guidelines of potential development of agro–tourism tambon Dong Khilek, Muang district, Prachinburi province. *FEU Academic Review*, 10(4), 97–112. (in Thai).
- Thamsarn, P., Sriwongwana, J., & Sihaban, K. (2019). The development model of agro–tourism management of Ubon Ratchathani province. *Journal of MCU Peace Studies*, 7(5), 1391–1406. (in Thai).
- Yaemsukaswat, Y., Raksamueng, S., & Ngamsnit, S. (2019). Management of agro–tourism in Rayong province. *Journal of MCU Social Science Review*, 8(4), 136–144. (in Thai).