

การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) จังหวัดชัยภูมิ

The Development of Agro-Experience Tourism (Pomelo) in Chaiyaphum Province

ศุภณัฐ สุภัทโรบล*

Supanat Supattarobon

ดลฤทัย โกวรรธนกุล

Donruetai Kovathanakul

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Faculty of Business Administration and Accountancy,

Khon Kaen University

*su_supanat@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน วิเคราะห์การจัดการ และเสนอแนวทางการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เลือกพื้นที่ศึกษาชุมชนท่องเที่ยวบ้านปุงสับสี ตำบลโนนทอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการแจกแบบสอบถาม ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วยหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจำแนกประเภทข้อมูลและสรุปรายงานผลการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ ปัจจุบันมีความพร้อมในด้านสิ่งดึงดูดใจ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กิจกรรม การบริการเสริม ความสามารถทางการท่องเที่ยว การเข้าถึง ทัศนคติทางการท่องเที่ยว ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยแหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยภูมิ

คำสำคัญ : การพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

Abstract

This research aimed to investigate the current situation, analyze management, and propose guidelines for the development of agricultural tourism (pomelo) in Chaiyaphum province using mixed methods that included qualitative and quantitative research disciplines. The data collection was conducted using interviews and questionnaires with the population who were tourists and members of both the public and private sectors in Non Thong Sub-district, Kaset Somboon District, Chaiyaphum Province. The collected data was classified and analyzed using content analysis techniques.

It was observed that agricultural tourism (pomelo) in Chaiyaphum province was capable of attracting tourists' attention via advertisement and public relations, creative activities, complementary services, tourism capability, tourism accessibility, tourism attitudes, accommodation, and facilities. Moreover, activities to enhance agricultural tourism management (pomelo) included creating added value, marketing promotion, and developing and managing agricultural tourist attractions. It was advisable that all agricultural tourist attractions in Chaiyaphum be continuously developed via collaboration from all related public sectors to foster tourism sustainability in the region.

Keywords : tourism development, agro tourism, experiential tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเพิ่มขีดความสามารถเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้น ถือเป็นอีกทางเลือกที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (MOTS, 2017) โดยเป็นการเชื่อมโยงภาคการเกษตรและวิถีชุมชนเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถทางการแข่งขัน ส่งเสริมให้เกษตรกรมีทางเลือก มีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดความรัก ความภาคภูมิใจวัฒนธรรม วิถีชีวิตและอาชีพของตน ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน อันจะส่งผลต่อการสืบทอดและอนุรักษ์อาชีพเกษตรกรรมในระยะยาว (Noknoi, 2016) ซึ่งการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่จะทำให้เกษตรกรได้นำกิจกรรมในชุมชนและการบริการต่าง ๆ ของชุมชนมาช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน นั่นคือการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience Tourism) โดยปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิดความยั่งยืน คือการที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตในชนบทผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Remoaldo et al., 2020) ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์จากการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ตลอดจนได้เรียนรู้วิถีเกษตรกรอย่างแท้จริง ได้รับประสบการณ์แปลกใหม่จากการเข้าไปมีส่วนร่วม

ในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว พัฒนาสื่อและโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม อันจะเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ สร้างความจดจำ ซึ่งจะนำไปสู่ฐานเศรษฐกิจที่ดีของชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

จังหวัดชัยภูมิมีผลผลิตทางการเกษตรที่ได้นำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวจนทำให้เป็นที่รู้จักกันคือส้มโอของชุมชนบ้านบุงสิบลี ตำบลโนนทอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งเป็นหนึ่งในชุมชนที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากชุมชนดังกล่าวมีอาชีพปลูกส้มโอขายตามวิถีดั้งเดิม และมีส้มโอพันธุ์พื้นบ้านที่ปลูกกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งเป็นสายพันธุ์เดียวที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ไม่มีที่ใดเหมือนโดยชาวบ้านให้ชื่อว่าพันธุ์ “แดงภูคิง” (Chaiyaphum PACO, 2017) แต่เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันทำให้ขาดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับประเทศสู่ระดับชุมชน ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวลดน้อยลง ชุมชนขาดรายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งนี้หากทุกภาคส่วนร่วมกันหาแนวทางแก้ปัญหา ช่วยกันผลักดันให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวมากยิ่งขึ้น ร่วมกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ จัดให้มีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน การมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่จากการลงมือทำ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์ท้องถิ่นและเข้าถึงความรู้สึกที่มีต่อชุมชน ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจเกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนต่อไป ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) จังหวัดชัยภูมิ ประเทศไทย จะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยภูมิต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) จังหวัดชัยภูมิ

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีประสิทธิภาพบนความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนการยกระดับการรักษาความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยช่วยเพิ่มทางเลือกและรูปแบบใหม่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งเป็นการสร้างความชัดเจนให้กับอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มรายได้และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชน เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้เกิดการทำงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกันในทุกภาคส่วน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ

ที่สำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) กิจกรรมและกระบวนการ (Activity) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) การบริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertise and Association) ความสามารถทางการท่องเที่ยว (Ability) ทักษะคติทางการท่องเที่ยว (Attitude) (Kovathanakul, 2012; Kumboon & Kovathanakul, 2013; Pa-anan, 2017; Viriya & Praowpan, 2017; Bachok et al., 2019; Khianpanya, 2019; Phakdiburut, 2020; Nematpour et al., 2021; Revida et al., 2022; Poolsawat & Sawatrum, 2023) ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทของกิจกรรมสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 7 ประเภท ประกอบด้วย 1) การแสดงสินค้าหรือสาธิต 2) การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร 3) การให้รู้ทางด้านธุรกิจเกษตร 4) การอบรมให้ความรู้การเกษตร 5) การให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น 6) การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน 7) การร่วมงานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Kaewsuriya, 2004; Noknoi, 2016; Srithong, 2016; Mura & Kljucnikov, 2018; Khairabadi et al., 2020)

โดยวิเคราะห์การจัดการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่

1. การบริหารจัดการ ประกอบด้วยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การบันทึกข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ใกล้เคียง (Barbe et al., 2016; Campbell & Kubickova, 2020; DOAE, 2020; Khamkerd et al., 2020; Kruntakapakorn et al., 2020)

2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วยการปรับปรุงภูมิทัศน์หรือจุดถ่ายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สวยงาม ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การปรับปรุงจุดอำนวยความสะดวกให้มีความสะอาด และปลอดภัย การจัดทำป้ายข้อมูล องค์ความรู้ จุดเรียนรู้ภายในแหล่งท่องเที่ยวและแผนที่ท่องเที่ยว การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกรมการท่องเที่ยว และการจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว (Barbe et al., 2016; DOAE, 2020; Kruntakapakorn et al., 2020)

3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วยการสร้างเรื่องราว (Story) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม และกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยคงคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมวิถีชีวิต เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และได้มิตรภาพที่ดีต่อกัน การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้ได้มาตรฐาน (GAP, Organic Thailand และ GI) การพัฒนาของฝากของที่ระลึกที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ บรรจุภัณฑ์มีความสร้างสรรค์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการให้บริการที่ประทับใจ มีความเป็นมิตร จริงใจ ให้ประสบการณ์ที่แตกต่าง มีกิจกรรมที่ทุกคนได้มีส่วนร่วม (Barbe et al., 2016; DOAE, 2020; Khamkerd et al., 2020)

4. การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยการใช้ตราสัญลักษณ์ A (Agro tourism) การจัดการด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดงานแสดงสินค้าทางการเกษตร รวมถึงการจัดการกำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และเป็นที่ยังพอใจและยอมรับได้ของนักท่องเที่ยว (Barbe et al., 2016; Campbell & Kubickova, 2020; DOAE, 2020; Khamkerd et al., 2020; Kruntakapakorn et al., 2020)

ทั้งนี้ การศึกษาดังกล่าวจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยว
ประสบการณ์เชิงเกษตร (ส്മโอ) จังหวัดชัยภูมิ ประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

นักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ หน่วยงานทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ
และระดับชาติ สามารถนำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส്മโอ) ของจังหวัด
ชัยภูมิ ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์และสอดคล้องกับสภาพปัญหา ภารกิจหน้าที่ตามความเหมาะสม เพื่อให้
เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตรอย่างยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ
การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทคือ ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม
โดยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ใน
ขอบเขตการศึกษาและข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้จากการศึกษารวบรวมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจน
ข้อมูลจากฐานวารสารอินเทอร์เน็ต และจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยว
และกีฬาจังหวัดชัยภูมิ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครราชสีมา

1. ประชากรและตัวอย่าง

1.1 หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ โดยใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์
ไว้ล่วงหน้าและได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์
เฉพาะทางด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประสบการณ์เชิงเกษตร จำนวน 5 คน ได้แก่ (1) ผู้อำนวยการ
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยภูมิหรือผู้แทน (2) ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครราชสีมาหรือผู้แทน (3) เกษตรจังหวัดชัยภูมิหรือผู้แทน (4) เกษตรอำเภอ
เกษตรสมบูรณ์หรือผู้แทน และ (5) นายกองค้การบริหารส่วนตำบลโนนทองหรือผู้แทน

1.2 หน่วยงานภาคเอกชน โดยใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์
ไว้ล่วงหน้าและได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน
6 คน ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการนำเที่ยว (2) ผู้ประกอบการคมนาคม (3) ผู้ประกอบการสวนส്മโอ
(4) ผู้ประกอบการอาหาร (5) ผู้ประกอบการที่พักแรม และ (6) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ระลึก

1.3 นักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบุงสิบลี โดยใช้แบบสอบถาม
ในลักษณะคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกำหนดตัวอย่างแบบตามสะดวก
เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณหา
กลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) จำนวน 400 คน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งเป็นหน่วยงานและองค์กรภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ตลอดจนการวางแผนพัฒนาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ และหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ โดยพบว่า

1.1 สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ มีความพร้อมตามองค์ประกอบ (9As) ดังต่อไปนี้

(1) **สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)** มีวิถีชีวิตเชิงเกษตรของชาวสวนส้มโอที่ต้องพายเรือไปทำสวน รวมถึงบรรยากาศของธรรมชาติอันสวยงาม ทั้งแม่น้ำและภูเขา ตลอดจนความเป็นมิตรของคนในชุมชน

(2) **การเข้าถึง (Accessibility)** สามารถเข้าถึงได้โดยทางถนนลาดยางความกว้างแบ่งเป็น 2 เลน และไม่มีบริการรถสาธารณะ ต้องใช้รถยนต์ส่วนตัว หรือใช้บริการรถเช่าเหมา

(3) **สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)** ป้ายบอกทางยังมีไม่มาก ไม่เป็นที่สะดุดตา ส่วนป้ายแผนที่และป้ายข้อมูลภายในหมู่บ้านยังมีที่ที่เป็นแบบมาตรฐาน และห้องน้ำยังมีไม่เพียงพอ ในส่วนของการติดต่อสื่อสารมีความพร้อมทั้งสัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต

(4) **กิจกรรม (Activity)** ประกอบด้วย 1) การแสดงสินค้าเกี่ยวกับผลผลิตส้มโอตามฤดูกาล และการสาธิตการทำสวนส้มโอ แต่ไม่ได้มีเป็นประจำ และยังไม่มีความโดดเด่นเท่าที่ควร 2) การจำหน่ายผลผลิตส้มโอบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แต่ยังไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากส้มโอ และมีการจำหน่ายกิ่งพันธุ์หลากหลายสายพันธุ์ 3) การให้รู้ทางด้านธุรกิจและการสร้างเครือข่ายกับตลาดขายส่งส้มโอ โดยมีการประสานงานด้านการตลาดกับผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า โรงแรมและผู้ประกอบการอื่น ๆ ตลอดจนมีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ และการส่งผลผลิตส้มโอให้กับผู้ประกอบการค้าส่งจากจังหวัดพิจิตรเพื่อเป็นสินค้าส่งออกทั้งภายในและต่างประเทศ 4) การอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการเกษตรสวนส้มโอ และมีกลุ่มมาศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการผลิตส้มโอตามมาตรฐานที่กำหนด (GAP) 5) การให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น เช่น การล่องเรือชมสวนส้มโอ การเก็บเกี่ยวผลผลิตส้มโอ การทำน้ำส้มโอปั่น และการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น 6) การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้านในรูปแบบโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และ 7) การร่วมงานเทศกาลประจำปีภายในจังหวัดชัยภูมิ ที่มีการออกร้านจำหน่ายผลผลิตส้มโอหลากหลายสายพันธุ์

(5) **ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation)** เป็นที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยประมาณ 10 หลัง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลังละ 4-7 ท่าน และยังมีที่พักแบบรีสอร์ทในพื้นที่ใกล้เคียงกันอีก 1 แห่ง

(6) **การบริการเสริม (Ancillary Services)** มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ระบบการให้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ และมีความสะดวกเกี่ยวกับสัญญาณโทรศัพท์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

(7) **การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Advertise and Association)** มีเพจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านปู่สิบสี่ เว็บไซต์เที่ยวชัยภูมิ เพจและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว FAM Trip ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครราชสีมา และรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

(8) **ความสามารถทางการท่องเที่ยว (Ability)** เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ส่วนการรองรับนักท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งแบบครอบครัว แบบหมู่คณะ หรือแม้กระทั่งในรูปแบบของการศึกษาดูงาน และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย และทุกฤดูกาล

(9) **ทัศนคติทางการท่องเที่ยว (Attitude)** ชุมชนมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดี มีความเข้าใจในหลักการและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในส่วนของนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจให้เดินทางมาเที่ยวจากความสวยงามเป็นธรรมชาติ ได้สัมผัสวิถีชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบชาวชนบท

1.2 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ

(1) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยชุมชนได้รับการพัฒนาศักยภาพจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่น
- การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยการร่วมจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งอาศัยความเข้มแข็งของชุมชน
- การจัดทำระบบที่เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการจัดทำบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจและข้อเสนอแนะ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง แก้ไขสิ่งที่บกพร่องและพัฒนาการให้บริการให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
- การเชื่อมโยงเครือข่ายและเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ใกล้เคียง มีการเชื่อมโยงเครือข่ายโดยการนำผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านต่าง ๆ มาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการเชื่อมโยงเชิงเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียงกับชุมชน

(2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- การปรับปรุงภูมิทัศน์/จุดถ่ายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สวยงาม บริเวณศาลากลางบ้านและชุมชนประตูทางเข้าหมู่บ้านตามโครงการนวัตวิถี การทำป้ายประชาสัมพันธ์สวนส้มโอ และมีการสร้างสะพานข้ามปี ไร่เป็นจุดถ่ายภาพ
- การปรับปรุงจุดอำนวยความสะดวกให้มีความสะอาด และปลอดภัย มีการปรับปรุงห้องน้ำและจุดบริการนักท่องเที่ยว ให้สะอาด สะอาดและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ
- การจัดทำป้ายข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ จุดเรียนรู้และแผนที่ท่องเที่ยว ภายในแหล่งท่องเที่ยว บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกรมการท่องเที่ยว โดยอยู่ระหว่างดำเนินการ
- การจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความตระหนักในการจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการให้ความสำคัญกับการดูแลแหล่งน้ำภายในชุมชน เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

(3) การสร้างมูลค่าเพิ่ม

- การสร้างเรื่องราว (Story) มีการสร้างเรื่องราวผ่านการแสดงละครเรื่องส้มโอแลกข้าวที่มีการสื่อให้เห็นถึงความเป็นมาของชาวบ้านบุงสิบตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการเรียนรู้ของวิถีชุมชน ตลอดจนกระบวนการผลิตส้มโอ โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม

- การพัฒนาผลผลิตส้มโอให้ได้มาตรฐาน (GAP, Organic Thailand และ GI) ผลผลิตส้มโอได้มาตรฐาน GAP เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ส่วน Organic Thailand และ GI อยู่ระหว่างดำเนินการ
- การพัฒนาของฝาก ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ บรรจุภัณฑ์มีความสร้างสรรค์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งของที่ระลึก มีเพียงส้มโออย่างเดียว บรรจุภัณฑ์ยังไม่ค่อยเป็นที่ดึงดูด และยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสินค้าได้ดีเท่าที่ควร แต่มีความสร้างสรรค์ที่โดดเด่น คือการนำวัสดุจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นไหลของต้นกกมาสานเป็นชะลอมแทนการใช้ถุงพลาสติก
- การให้บริการที่ประทับใจดูแลนักท่องเที่ยวเหมือนญาติพี่น้อง มีความเป็นมิตร จริงใจ ให้ประสบการณ์ที่แตกต่าง ทั้งการนั่งเรือชมสวนส้มโอ การชมทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามของลำน้ำพรม และกุ๊ก กิจกรรมพาแลง กิจกรรมบายศรีสู่ขวัญและกิจกรรมทำบุญใส่บาตรตอนเช้า

1.3 การส่งเสริมการตลาด

- การใช้ตราสัญลักษณ์ A (Agro tourism) ซึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้รับ ตราสัญลักษณ์ A (Agro tourism) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
- การจัดการด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผ่านเพจท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านนุ่งสิบลี มีข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและข้อมูลการติดต่อของชุมชน อีกทั้งยังมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กร และยังมีกรออกอากาศผ่านรายการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์
- การจัดงานแสดงสินค้าทางการเกษตร (ส้มโอ) มีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในระดับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ซึ่งจัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อีกทั้งการร่วมงาน OTOP และงานประจำปีต่าง ๆ ทั้งในระดับอำเภอและระดับจังหวัด
- การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และเป็นที่ยังพอใจและยอมรับได้ของนักท่องเที่ยว โดยมีการกำหนดราคาซึ่งรวมค่าที่พัก ค่าอาหารว่าง อาหารเย็น และอาหารเช้าทั้งหมดตามโปรแกรม 2 วัน 1 คืน คิดเป็นเงิน 900 บาทต่อคน ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่น่านักท่องเที่ยวยอมรับได้

2. ผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวบ้านนุ่งสิบลี ตำบลโนนทอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 258 คน โดยมีอายุอยู่ระหว่าง 30–39 ปี จำนวน 160 คน และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดเป็นจำนวน 206 คน โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก เฉียงเหนือจำนวน 364 คน และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 260 คน ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจจำนวน 194 คน และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 154 คน

2.2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ ประกอบด้วยความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) และกิจกรรมที่น่าสนใจและช่วยสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ดังต่อไปนี้

(1) **ความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) จังหวัดชัยภูมิ** ในแต่ละด้านสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ ด้านแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมมากที่สุด ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวพบว่า สภาพถนนมีความสะดวกสบายตลอดเส้นทางมากที่สุด และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ส่วนใหญ่มีความสะดวกของระบบสาธารณูปโภค โดยที่ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมวิถีชุมชนมากที่สุด สำหรับด้านที่พักส่วนใหญ่ที่พักมีความสะอาดและปลอดภัย ในขณะที่ด้านบริการเสริมพบว่า มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า ส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ ในขณะที่ด้านความสามารถทางการท่องเที่ยวพบว่า มีภูมิประเทศที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด และสุดท้ายด้านทัศนคติทางการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ชอบธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์

(2) **กิจกรรมที่น่าสนใจและช่วยสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ากิจกรรมที่น่าสนใจและช่วยสร้างประสบการณ์คือการร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น เช่น การล่องเรือชมสวนส้มโอ การเก็บเกี่ยวผลผลิตส้มโอ รองลงมาได้แก่ การจำหน่ายผลผลิต กิ่งพันธุ์และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากส้มโอ การสาธิตการทำสวนส้มโอ การพักผ่อนในรูปแบบโฮมสเตย์ การให้รู้ทางด้านธุรกิจและการสร้างเครือข่ายกับตลาดขายส่งส้มโอ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการเกษตรสวนส้มโอ และการร่วมงานเทศกาลประจำปี ที่มีการออกร้านจำหน่ายผลผลิตส้มโอตามลำดับ

2.3 **ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ** สรุปได้ว่า ภาพรวมของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวบ้านบึงสีเสี ต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ ทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามประเด็นดังต่อไปนี้ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประสพการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) จังหวัดชัยภูมิ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 9 ด้าน ได้แก่

1. **ด้านสิ่งดึงดูดใจ** สอดคล้องกับ Pa-anan (2017) ที่กล่าวว่าความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม
2. **ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์** สอดคล้องกับ Khianpanya (2019) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ ถือเป็นช่องทางที่เชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
3. **ด้านกิจกรรม** สอดคล้องกับ Nematpour et al. (2021) ที่กล่าวว่า กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมและวิถีชุมชน โดยกิจกรรมจะช่วยสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับ Noknoi (2016) & Srithong (2016) ที่กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นจะแตกต่างกันไปตามสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการแสดงถึงลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่เกษตร ทรัพยากรเกษตร วิถีเกษตรกรรมและวิถีชุมชน
4. **ด้านการบริการเสริม** สอดคล้องกับ Kumboon & Kovathanakul (2013) ที่กล่าวถึง การบริการเสริมเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
5. **ด้านความสามารถทางการท่องเที่ยว** สอดคล้องกับ Phakdiburut (2020) ที่กล่าวว่า เป็นขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
6. **ด้านการเข้าถึง** สอดคล้องกับ Bachok et al. (2019) ที่กล่าวว่า เป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยว
7. **ด้านทัศนคติทางการท่องเที่ยว** สอดคล้องกับ Kovathanakul (2012) ที่กล่าวว่า เป็นพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว
8. **ด้านที่พัก** สอดคล้องกับ Poolsawat & Sawatrum (2023) ที่กล่าวว่า ที่พักเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืน
9. **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** สอดคล้องกับ Pa-anan (2017) ที่กล่าวว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ) ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สอดคล้อง DOAE (2020) ที่กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมกันของทุกภาคส่วนในการจัดการท่องเที่ยว ทั้งการการสร้างมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ความประทับใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นฐานความรับผิดชอบ การมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น ทั้งจากภาคส่วนต่าง ๆ และจากชุมชน เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ หน่วยงาน ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับชาติ สามารถนำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) ของจังหวัดชัยภูมิ ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์และสอดคล้องกับสภาพปัญหาภารกิจหน้าที่ ตามความเหมาะสม เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตรอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถาม ดังนี้

1. **ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว** ควรให้ความสำคัญด้านแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจ ได้แก่ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มีความสวยงามและสะอาดอยู่เสมอ การเพิ่มจุดถ่ายภาพ ตลอดจนการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นถิ่น และการพัฒนาสายพันธุ์ส้มโอพื้นถิ่น “พันธุ์แดงภูคั้ง” ให้ดียิ่งขึ้น รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรส่งเสริมให้มีของที่ระลึกที่หลากหลายและน่าสนใจ

2. **ด้านกิจกรรมที่ช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ส้มโอ)** ควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การพายเรือชมสวนส้มโอ การนั่งรถอีแต๊กชมหมู่บ้าน การรับประทานอาหารพื้นถิ่น การเรียนรู้การปลูกส้มโอ และกิจกรรมการชมการแสดงเกี่ยวกับประวัติและวิถีของชุมชน รวมถึงการให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมการเกษตร และควรให้มีประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย โดยการให้ใส่ชุดพื้นถิ่น

3. **ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร** ควรส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วม และอบรมให้ความรู้แก่คนในชุมชน เพื่อยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รองลงมาคือด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามและสื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ควรพัฒนาส้มโอให้ได้มาตรฐาน (GAP, Organic Thailand และ GI) และส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากส้มโอ ตลอดจนการส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง และด้านการส่งเสริมการตลาด ควรส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียหรือแบบออนไลน์ รวมถึงสื่อขององค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตร (ส้มโอ) จังหวัดชัยภูมิ ประเทศไทย” ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรม ทุนพัฒนาบัณฑิตศึกษา ประจำปีงบประมาณ 2564 ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดลฤทัย โกวรรณะกุล ที่ได้ให้ความกรุณาดูแล ให้คำแนะนำปรึกษาและช่วยเหลือในทุกขั้นตอนการทำวิจัยครั้งนี้ ทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวประสบการณ์เชิงเกษตรของจังหวัดชัยภูมิจากทุกภาคส่วน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวบ้านบุงสิบลี ตำบลโนนทอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

References

- Bachok, S., Hasbullah, H. & Amin, T. A. T. M. (2019). Rural Agro–Tourism and Local Community Income: the Case Study of Clustered Homestays in Kelantan and Terengganu. *Planning Malaysia Journal*, 17(1), 128–137.
- Barbe, F. T., Triay, M. G. & Haufele, C. (2016). The Competitiveness of the Uruguayan Rural Tourism Sector and Its Potential to Attract German Tourists. *Competitiveness Review*, 26(2), 166–187.
- Campbell, J. M. & Kubickova, M. (2020). Agritourism Microbusinesses within a Developing Country Economy: A Resource Based View. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100460.
- Chaiyaphum Provincial Agricultural and Cooperatives Office (Chaiyaphum PACO). (2017). **Ban Bung Sib Si Agrotourism Strategic and Action Plan Kaset Somboon District Chaiyaphum Province**. Chaiyaphum PACO.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. John Wiley & Sons.
- Department of Agricultural Extension (DOAE). (2020). **Agricultural Knowledge**. <https://kdd.doae.go.th/?p=169>
- Kaewsuriya, R. (2004). **Management of Agro–Tourism Tourism Suphan Buri Province**. N.P.
- Khairabadi, O., Sajadzadeh, H. & Mohamadianmansoor, S. (2020). Assessment and Evaluation of Tourism Activities with Emphasis on Agritourism: the Case of Simin Region in Hamedan City. *Land Use Policy*, 99, 105045.
- Khamkerd, T., Rueangrit, U., Sangiemsilp, P., Therawat, J. & Markjan, C. (2020). **Research Report of Community-based Tourism Management Model on the Foundations of Sustainable Community Lifestyles of Tontan Subdistrict Songphinong District, Suphanburi Province**. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi.
- Khianpanya, I. (2019). The Guidelines of Creative Agro Tourism Destination at Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 3(2), 1–20.
- Kovathanakul, D. (2012). **9A's**. N.P.
- Kruntakapakorn, K., Sitthikun, S. & Leelapattana, W. (2020). Developing the Potential of Agricultural Community in Huay Sai Sub–district Maerim District Chiang Mai Province. *Journal of Modern Management Science*, 13(2), 29–44.
- Kumboon, A. & Kovathanakul, D. (2013). The Small Town Tourism Assessment, Khemmaraj District, Ubonratchathani Province. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 8(2), 3–22.
- Ministry of Tourism & Sports (MOTS). (2017). **Tourism Economic Review 2017**. Economics Tourism and Sports Division.

- Mura, L. & Kljucnikov, A. (2018). Small Businesses in Rural Tourism and Agrotourism: Study from Slovakia. *Economics and Sociology*, 11(3), 286–300.
- Nematpour, M., Khodadadi, M. & Rezaei, N. (2021). Systematic Analysis of Development in Iran's Tourism Market in the Form of Future Study: A New Method of Strategic Planning. *Futures*, 125, 102650.
- Noknoi, C. (2016). Agritourism: Concept and Experiences. University of the Thai Chamber of Commerce *Journal Human and Social Sciences*, 36(2), 157–169.
- Pa-anan, A. (2017). **Approaches to Promote Argo-Tourism in Rayong Province**. Dhurakij Pundit University.
- Phakdiburut, W. (2020). Problems and Potentials in Community-Based Agro Tourism Management of Ban Don Sak, Huai Ngu Subdistrict, Hankha District, Chai Nat Province. *Journal of Development Studies*, 3(1), 40–67.
- Poolsawat, M. & Sawatrum, P. (2023). Potential of Agrotourism in Area Linking Targeted by Khao Hin Son Royal Development Study Center, Chachoengsao as the Center Point. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 15(3), 45–60.
- Remoaldo, P., Matos, O., Gôja, R., Alves, J. & Duxbury, N. (2020). Management Practices in Creative Tourism: Narratives by Managers from International Institutional to a More Sustainable Form of Tourism. *Geosciences*, 10(2), 46.
- Revida, E., Munthe, H. M. & Purba, S. (2022). Increasing Tourist Visits through the Development Model of Tourism Village Based on Local Culture. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(4), 1151–1160.
- Srithong, S. (2016). **The Development of Community-Based Agrotourism Management Model**. Chulalongkorn University.
- Viriya, T. & Praowpan, T. (2017). Attractions, Attitude, and Activities: Tourism Attributes that Drive Destination Loyalty for International Tourists Visiting Thailand. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 7(2), 129–150.