

**ข้อมูลนักวิจัย**

**ข้อมูลของหัวหน้าโครงการ**

ชื่อหัวหน้าโครงการ

นางสุชาดา เมฆพัฒน์

Mrs. Suchada Mekkaphat

ตำแหน่งทางวิชาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

หน่วยงานต้นสังกัด

สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

สถานที่ติดต่อ

169 ม.3 ต.หนองแก้ว อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230

โทรศัพท์

053-819 999

โทรสาร

053-819 998

โทรศัพท์เคลื่อนที่

086-117 3716

e-mail:

suchada\_sm@outlook.com

ลายมือชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุชาดา เมฆพัฒน์)

**คณะผู้วิจัย**

1.ชื่อหัวหน้าโครงการ

อาจารย์ สิริปัญยากร ไกรเทพ

คุณวุฒิ (สาขาความชำนาญ)

การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและการบริการการ

วางแผน การท่องเที่ยว

หน่วยงานต้นสังกัด

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ

สถานที่ติดต่อ

169 ม.3 ต.หนองแก้ว อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230

โทรศัพท์

053-819 999โทรสาร 053-819 998

โทรศัพท์เคลื่อนที่

085-4898550

e-mail :

gm.wiriya@gmail.com

ความรับผิดชอบในโครงการ

หัวหน้าโครงการย่อยที่ 1

ความรับผิดชอบในโครงการวิจัยอื่นๆที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการ -ไม่มี-

ลายมือชื่อ.....

(อาจารย์สิริปัญยากร ไกรเทพ)



### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อ ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. เพื่อ ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน
3. เพื่อ ค้นหา แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน

### หลักการและเหตุผล

จังหวัดน่านมีพื้นฐานด้านการเกษตร เป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงประชาชนในจังหวัด ประชาชนร้อยละ 65 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ที่สร้างรายได้ให้แก่ เกษตรกรในจังหวัด คิดเป็นมูลค่า ประมาณ 6,867 ล้านบาทต่อปี รายได้ส่วนใหญ่จึงขึ้นอยู่กับ สาขาเกษตรกรรม จังหวัดน่าน จึงกำหนด ตำแหน่งการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเชิงอนุรักษ์ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เด็กและเยาวชน ให้มีความรู้และปลูกฝังจิตสำนึก ในการพร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ ดังนั้น ผลผลิตด้านที่มีศักยภาพของจังหวัดน่านด้านเศรษฐกิจจึงเป็นเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและ วัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดน่าน ปี พ.ศ. 2558-2561 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่อง การพัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยว ตลอดจน พัฒนาทรัพยากรการผลิตทางการเกษตร อย่างยั่งยืน และในยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ให้สอดคล้อง กับวิถีชีวิตชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยสนับสนุนยกระดับการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อเป็นฐานการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อให้ เป็นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและผลผลิตทางการเกษตรที่ อุดมสมบูรณ์โดยใช้กลยุทธ์ 1) การส่งเสริม การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม จังหวัดเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดและรองรับ AEC 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สนับสนุนอาชีพด้านการเกษตรอย่างยั่งยืน ตามแนวพระราชดำริเพื่อความมั่นคงด้านอาหาร 3) พัฒนา ศักยภาพด้านการเกษตร และการแปรรูปอาหารสัตว์ จากวัตถุดิบในพื้นที่ 4) การเตรียมความพร้อม ด้านบุคลากรโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการพัฒนาด้านการผลิตด้านการเกษตร และการท่องเที่ยว สู่ประชาคมอาเซียน 5) ส่งเสริมให้องค์กรด้านเกษตรกรพัฒนาการผลิต และพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตร ปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ เพื่อรองรับ ตลาดต่างจังหวัดและต่างประเทศ (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน, 2559)

ในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน โดย แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด จำนวน 481,530 คน ชาวต่างประเทศ จำนวน 13,765 คน ส่วน นักทัศนาจรชาวไทยมีจำนวน 123,874 คน นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ จำนวน 2,768 คน จึงทำให้ รายได้จากการท่องเที่ยวสูงมาก และสูงกว่าสองปีที่ผ่านมา จากรายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ของ จังหวัดน่านในปี 2556 พบว่า มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวใน จังหวัดน่านเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มจะสูงขึ้น ทั้งนี้อาจมีปัจจัยหลายอย่างที่ให้นักท่องเที่ยวเลือก เดินทางไปจังหวัดน่าน เช่น ประทับใจและชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน การมีกิจกรรม ท่องเที่ยวหลากหลาย การมีอรรถาศัยไมตรีของคนเมืองน่าน ต้องการความสงบสุขจากสถานการณ์ บ้านเมือง และอากาศหนาวเหมาะกับช่วงฤดูท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งทางจังหวัดน่านทั้ง ภาครัฐและเอกชน รวมถึงประชาชนชาวเมืองน่าน ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เป็นอย่างดี (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน, 2559)

การท่องเที่ยววิถีถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้น การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ วิถีชีวิตผู้คน และการดำรงชีวิตด้วยวิถีเกษตรดั้งเดิม โดยการศึกษาศักยภาพและวางแผนการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีถิ่น แบบดั้งเดิมของชุมชน และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ที่ตรงกับบริบทของชุมชน เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม วัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนเรื่องจิตวิญญาณของชุมชน ในการสร้างสัมพันธ์กันภายในชุมชนและการสัมพันธ์กับภายนอก ควรจะเชื่อมโยงให้เห็น กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จุดเด่น ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ แต่ละชุมชนจะมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิม เป็นการท่องเที่ยวที่เห็น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งดูแลตนเองได้ โดยชุมชนไม่พึ่งพาภายนอก สร้างงานให้คนในท้องถิ่น เช่น ส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน เปิดศูนย์การเรียนรู้ถ่ายทอดสู่เยาวชนรุ่นหลัง จัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่คนในชุมชนดูแลได้ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือกิจกรรมวันพิเศษตามปฏิทินกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดปี โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม เนื่องจากชุมชนยอมเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมของตนได้ดีกว่าคนภายนอก จะทำให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวได้มากกว่าเจ้าหน้าที่รัฐ หรือผู้ประกอบการธุรกิจจากภายนอกและช่วยลดปัญหาการเอาเปรียบในชุมชน ลดการผูกขาดกิจกรรมด้านการค้าและการท่องเที่ยว นอกจากนี้วิถีชุมชนในปัจจุบันยังเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงตัวตน และความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ที่ยังโหยหา วิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงควรหารูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนตนเองมากกว่าการเลียนแบบกิจกรรมให้เหมือนกันไปหมด ดังนั้น เมื่อชุมชนมีเอกลักษณ์ด้านการเกษตรเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ประกอบกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ยาวนาน จึงเหมาะแก่การส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เกิดโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการเกษตรควบคู่กันไป จนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เข้มแข็งยั่งยืนต่อไป ( ศศิธร เจตานนท์ และเบญจพร แยมจำเมือง, 2556)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีถิ่นแบบบูรณาการ เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีถิ่น ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อการดำรงชีวิตวิถีเกษตรดั้งเดิมของชุมชนในจังหวัดน่าน

## ผลการดำเนินงานตลอดโครงการ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน 2) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน 3) เพื่อค้นหา แนวทางการพัฒนาการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน โดยแบ่งช่วงการศึกษาออกเป็น 3 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน** ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามวิถีน่านแบบบูรณาการ สนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน รวมทั้งได้ศึกษาการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน โดยใช้เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สรุปสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน ผลการศึกษา พบว่า น่านมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นหลัก มีการระบุด่วนทางการตลาดที่ชัดเจน มีทรัพยากรทางสถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในเขตเมืองน่าน ทรัพยากรบางอย่างเริ่มสูญหายไปเรื่อยๆ ทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น แนวกำแพงเมือง ของใช้โบราณในชีวิตประจำวัน และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ โดยเฉพาะ ศิลปะการเล่นพื้นบ้าน ภูมิปัญญา และงานหัตถกรรมต่างๆ ในระยะหลังกระแสการท่องเที่ยวของเมืองน่านเริ่มลดลง จึงมีการสำรวจและศึกษา เพื่อหาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยศึกษาด้านทรัพยากรของจังหวัดน่าน พบว่าเมืองน่าน นอกจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมแล้ว ยังมีความโดดเด่นในเรื่องของเกษตรที่สามารถนำมาประยุกต์เข้ากับการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตร

ชาวมืองน่านร้อยละ 65.0 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม สร้างรายได้ ให้แก่เกษตรกรในจังหวัด คิดเป็นมูลค่าประมาณ 6,867 ล้านบาทต่อปี (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน,2559) ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดในยุทธศาสตร์ที่ 2 แผนพัฒนาหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และเกษตรกรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิด ผลกระทบต่อชุมชน และผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยัง พื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจ เพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสร้างจุดขายต่อยอด ให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและมีศักยภาพ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดน่านและได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม มีผู้ตอบแบบสอบถาม ชายร้อยละ 60.5 หญิงร้อยละ 39.5 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีร้อยละ 51.0 อายุ 21-30 ปีร้อยละ 45.0 อายุ 31-40 ปีร้อยละ 2.5 อายุ 41-50 ปีร้อยละ 1.5 มีสถานภาพเป็นโสดร้อยละ 65.75 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 34.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 54.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 42.5 และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าร้อยละ 3.5

เป็นผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพร้อยละ 57.5 เป็นเจ้าของกิจการและผู้บริการ (ธุรกิจส่วนตัว ผู้บริหาร นักธุรกิจ)ร้อยละ 18.75 และเป็นผู้ใช้ทักษะแรงงาน (พนักงานบริษัท พนักงานโรงงานพนักงานก่อสร้าง) อาชีพเกษตรกรรม (เกษตรกร เลี้ยงสัตว์ ประมง)และผู้ประกอบอาชีพระดับสูง (ทันตแพทย์ วิศวกร นักวิชาการ นักกฎหมาย ฯลฯ) ร้อยละ 13.25 ร้อยละ 10.0 และ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ มีรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาทร้อยละ 59.0 มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาทร้อยละ 21.25 รายได้ 31,001-50,000 บาทร้อยละ 6.25 และ 50,001 บาทขึ้นไปร้อยละ 13.5 งบประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยว ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทร้อยละ 57.5 งบประมาณ 5,000-6,000 บาทร้อยละ 38.5 งบประมาณ 6,001-10,000บาทร้อยละ 2.25 อื่นๆร้อยละ1.75 จำแนกตามระยะเวลาที่พัก พบว่า มีกำหนดระยะเวลา ที่พักในจังหวัดน่าน 2-3 วัน ร้อยละ 80.0 เป็น one day tripร้อยละ 16.75 เป็น 4-5 วัน ร้อยละ 2.25 อื่นๆร้อยละ 1.0 เดินทางท่องเที่ยวเองร้อยละ 92.5 ซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์ หรือตัวแทน ร้อยละ 7.5 นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาเที่ยวจังหวัดน่านร้อยละ 72.0 เคยมาเที่ยวจังหวัดน่านแล้วร้อยละ 28.0 รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว ร้อยละ 45.0 รับทราบจากสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติ เพื่อน เจ้าหน้าที่รัฐ เอกชน บริษัท ร้อยละ 33.25 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ต่างๆ ร้อยละ 21.75 นักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่ไม่เกิน 30 ปีร้อยละ 96.0 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในจังหวัดน่าน เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเอง มีงบประมาณในการเดินทางมาเที่ยวต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2-3 วัน

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิทยีน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 ด้านคุณค่าทางกายภาพและชีวภาพ ค่าเฉลี่ย 4.73 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ย 4.61 คุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา ค่าเฉลี่ย 4.59 ศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 4.58 และ ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิทยีน่าน ในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อด้านคุณค่าทางกายภาพและชีวภาพ ค่าเฉลี่ย 4.10 ศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.04 ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าเฉลี่ย 3.94 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ย 3.90 และน้อยที่สุดคือ คุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา ค่าเฉลี่ย 3.86

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิทยีน่าน ในระดับมากที่สุด และ มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิทยีน่านในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าความคาดหวัง ดังนั้นจังหวัดหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ควรให้ความสำคัญและสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการปรับปรุง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในด้านต่างๆทั้งทาง ด้านกายภาพ ชีวภาพ การดึงดูดใจ การบริหารจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งจัดกิจกรรม สื่อ ประชาสัมพันธ์ ในหลายๆช่องทาง ให้มากขึ้น พัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง ให้ชุมชนมีส่วนร่วม บริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชน หรือบูรณาการการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกัน ในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น เพื่อให้เป็นไปตามที่นักท่องเที่ยว คาดหวังได้ และจะนำมาซึ่งการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยว

**ตอนที่ 2 ศึกษาศักยภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน** คณะผู้วิจัยได้ปฏิบัติงานโดยการลงพื้นที่เป้าหมายร่วมกัน เพื่อความสอดคล้องด้านการทำงาน และให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนงานวิจัยของโครงการหลัก โดยศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน จากข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ สํารวจภาคสนาม สังเกต สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ ด้านการบริหารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน สนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้สำรวจในพื้นที่จริง ได้แก่ บ้านมณีพลุักษ์ อำเภอทุ่งช้าง บ้านเรือง อำเภอเมือง บ้านสันเจริญ อำเภอ ท่าวังผา ในส่วนของหมู่บ้านศิลาเพชร เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโฮมสเตย์ มากกว่าด้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงตัดพื้นที่ออกจากการศึกษา ความเหมาะสมของพื้นที่และศักยภาพความพร้อมของชุมชนทั้งสี่แห่งที่ได้จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ได้เข้าโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน โดยกรมส่งเสริมการเกษตร ได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่จากการสำรวจและสัมภาษณ์ชาวบ้านในพื้นที่ พบว่า พื้นที่บ้านเรือง อำเภอเมือง ชาดกลุ่มผู้นำชุมชนที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะยังมีการดำเนินการเพาะปลูก “ชาเมี่ยง” ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจ แต่ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมาหลายปี ซึ่งจะต้องเริ่มต้นพัฒนาการท่องเที่ยวใหม่อีกครั้ง ส่วนหมู่บ้านสันเจริญ เน้นการประกอบอาชีพเพาะปลูกกาแฟ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก เป็นรายได้หลักของชุมชน จึงไม่ได้ดำเนินการจัดกลุ่มท่องเที่ยวที่ดำเนินการต่อเนื่องเช่นกัน จึงไม่เน้นการดำเนินการท่องเที่ยวของชุมชน แต่เป็นการให้บริการตามที่มี นักวิจัยจึงได้ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มเติม ได้แก่ หมู่บ้านดอนมูลพัฒนา ฟาร์มเพิ่มฝ้าย อำเภอเมือง และฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ อำเภอปัว และได้ประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านโดยใช้แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของกรมส่งเสริมการเกษตรและสถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวไทย ซึ่งกำหนดเป็น 4 องค์ประกอบคือ 1) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการประเมินศักยภาพ พบว่า บ้านมณีพลุักษ์ อำเภอทุ่งช้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขนาดกลาง (รองรับนักท่องเที่ยวได้ 51-500 คน) มีระดับคะแนนประเมินรวม 70 คะแนน มีค่าคะแนนประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดี และ บ้านดอนมูลพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขนาดเล็ก (รองรับนักท่องเที่ยวได้ 1-50 คน) มีระดับคะแนนประเมินรวม 63.33 คะแนนและมีค่าคะแนนประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดี ส่วนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบบบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีค่าคะแนนประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก ได้แก่ ฟาร์มเห็ดหัวน้ำ อำเภอปัว เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขนาดกลาง (รองรับนักท่องเที่ยวได้ 51-500 คน) มีระดับคะแนนประเมินรวม 80.33 คะแนน มีค่าคะแนนประเมินศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดีมาก และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกษตรอินทรีย์สมัยใหม่ ฟาร์มเพิ่มฝ้าย อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขนาดกลาง (รองรับนักท่องเที่ยวได้ 51-500 คน) มีระดับคะแนนประเมินรวม 67 คะแนน มีค่าคะแนนประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับดี ซึ่งพื้นที่ที่ได้จากการประเมิน

และจากการสำรวจภาคสนาม มีความจำเป็น ที่ต้องมีการพัฒนาศักยภาพ การบริหารการท่องเที่ยว และการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่ประโยชน์ต่อชุมชนเป้าหมาย รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อการพัฒนาแนวทางการจัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านต่อไป

**ตอนที่ 3 ศึกษา แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ** มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน ศึกษาความสามารถทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน และเพื่อเสนอ แนวทางการพัฒนาการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งพัฒนา ความรู้ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร ที่เป็นผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้เกิดการบูรณาการ การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกัน ในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบวิถีน่าน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เกษตรกรที่เป็นผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน ทั้งรายกลุ่มและรายบุคคลที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 คน การสนทนากลุ่ม การเสวนากลุ่มย่อย (focus group) การอบรมให้ความรู้ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ เกษตรกรที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน จำนวน 45 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน ประกอบด้วย สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน 3 คน องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น 5 คน กลุ่มท่องเที่ยวจังหวัดน่าน 5 คน และเกษตรกรที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน จำนวน 5 คน และผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ที่มีความโดดเด่นและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีศักยภาพและมีความเหมาะสม สำหรับนำมากำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่สำคัญ ในจังหวัดน่าน ประกอบด้วยพื้นที่ 4 แห่ง ได้แก่ 1) หมู่บ้านมณีพฤกษ์ 2) ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ 3) ฟาร์มเพมผ้าย และ 4) หมู่บ้านดอนมูลพัฒนา เนื่องจากมีเกษตรกรที่มีศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมด้านเกษตรกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริม แต่ยังขาดองค์ความรู้ด้าน การท่องเที่ยว และขาดทักษะด้านการจัดการพื้นที่ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้น แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ เพื่อบูรณาการร่วมกัน เป็นห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามวิถีน่าน คือ การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน (Product Positioning) ทั้ง 4 แห่ง เพื่อสร้างเป็นจุดขายดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว กำหนดรูปแบบและค่าใช้จ่าย (Price) ตามโปรแกรมท่องเที่ยวใน 3 รูปแบบคือ 1) การท่องเที่ยวแบบประหยัด 2) การท่องเที่ยวแบบปกติ 3) การท่องเที่ยวตามฤดูกาล นักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผ่าน 5 ช่องทาง ได้แก่ 1) Social Media 2) Web Site ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน 3) สายด่วนการท่องเที่ยวชมรมท่องเที่ยวจังหวัดน่าน 4) หออัตลักษณ์นครน่าน ศูนย์ประสานงานวิทยาลัยชุมชนน่าน และ 5) ช่องทาง Agency หรือใช้ Agoda Alliance ส่วนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรมุ่งเน้นรักษาภาพลักษณ์ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลสำคัญของจังหวัด บริการรถรับ-ส่ง บริการทัวร์จักรยานเพื่อเพิ่มประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยว จัดแต่งมุมถ่ายรูป ณ จุด Check in ออกแบบกิจกรรมเสริมสำหรับงาน Event ออกแบบแหล่งท่องเที่ยวแนว service design สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะ และที่สำคัญคือใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนกิจกรรมทั้งหมด



คณะผู้วิจัยและ เกษตรกรผู้ประกอบการเชิงเกษตรกรรม รวมทั้ง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ จังหวัดน่าน ได้ร่วมกัน กำหนดทิศทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการ การตลาดการท่องเที่ยว เชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับความสอดคล้องบริบทพื้นที่ใน ระบบห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบกิจกรรมกับความสอดคล้องบริบทพื้นที่ในระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน

ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว เชิงเกษตร วิถีน่าน	รูปแบบกิจกรรมหลัก (การให้บริการแหล่งท่องเที่ยว/ที่พัก-โฮมสเตย์/ การให้บริการอาหาร)	รูปแบบกิจกรรม สนับสนุน (การให้บริการขนส่ง นักท่องเที่ยว)	รูปแบบกิจกรรม เกี่ยวเนื่อง (การจัดจำหน่ายสินค้า เกษตรแปรรูป ผลผลิต ทางการเกษตรจาก ไร่นา)
1. หมู่บ้านมณี พลักษ์ (แหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตรแห่ง แรกของจังหวัด น่าน)	แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามวิถีชุมชน 1) จิบกาแฟอาราบิก้าหรือ เกอชา ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นนางฟ้า แห่งกาแฟของจังหวัดน่าน 2) ศึกษาการปลูกกาแฟ ตั้งแต่การปลูกแบบอแกนิก ไม่ใช่สารเคมี และวิธีการเก็บ เกี่ยวรวมถึง การแปรรูป 3) การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวไทย ภูเขาเผ่าม้ง และเผ่าลัวะ ที่ ดำรงชีวิตอยู่ด้วยการเกษตร และวัฒนธรรมดั้งเดิมของที่นี่ จึงถือว่าสมบูรณ์แบบ ไม่มีการ ปรุงแต่งใดๆ ทำให้ นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสสมนต์ เสน่ห์ของหมู่บ้านนี้อย่าง แท้จริง เช่น ชมการแสดงเป่า แคนม้ง การสาธิตปักผ้าลาย ม้ง และการตีมีดเป็นต้น	- นักท่องเที่ยวสามารถ ขับรถส่วนตัวเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวได้ สะดวกจนถึงบนยอด ดอย - มีบริการรถรับส่งจาก กลุ่มวิสาหกิจการ ท่องเที่ยวบ้านมณีพลักษ์	มีบริการจัดจำหน่าย พืชผลทางการเกษตร ได้แก่ - ผลิตภัณฑ์กาแฟสด Coffee de mong หลากหลายพันธุ์ - ผลิตภัณฑ์พืชผักจากไร่ เกษตรอินทรีย์ เช่น ชিং กะหล่ำปลี เป็นต้น - ผลิตภัณฑ์พืชผลจาก สวนผลไม้ สวนสมุนไพร - ผลิตภัณฑ์สวนสมุนไพร

ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบกิจกรรมกับความสอดคล้องบริบทพื้นที่ในระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน	รูปแบบกิจกรรมหลัก (การให้บริการแหล่งท่องเที่ยว/ที่พัก-โฮมสเตย์/การให้บริการอาหาร)	รูปแบบกิจกรรมสนับสนุน (การให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยว)	รูปแบบกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง (การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตรจากไร่ นา)
2. ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ (แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เชื่อมต่อจากหมู่บ้านมณีพุกักษ์)	แหล่งท่องเที่ยวฟาร์มเห็ดแบบเกษตรอินทรีย์ 1) กิจกรรมศึกษาดูงานการเพาะเห็ด เพื่อการเรียนรู้และนำไปพัฒนาอาชีพ 2) เส้นทางศึกษาธรรมชาติวังศิลาแลง ที่ได้รับการขนานนามว่า “แกรนด์แคนยอนเมืองปัว” (เปรียบเทียบกับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่ วังศิลาแลงที่อยู่ใกล้ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำที่เหมือนแกรนด์แคนยอน)	- นักท่องเที่ยวสามารถขับรถส่วนตัวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกง่ายดาย	มีบริการจัดจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตร ได้แก่ - ผลิตภัณฑ์เห็ดสดในฟาร์ม - สั่ง Pizza หน้าเห็ดกลับบ้าน - ผลิตภัณฑ์ของฝากอื่นๆ ที่นำมาจำหน่ายในฟาร์มฯ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกากกาแฟสด(จากบ้านมณีพุกักษ์)
3. ฟาร์มเพมฝ้าย (แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เชื่อมต่อจากฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ)	แหล่งท่องเที่ยวฟาร์มแบบเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น สมาร์ทฟาร์ม (Smart Farm) 1) กิจกรรมการเรียนรู้การทำงานที่เน้นเรื่องของการทดลองกรรมวิธีต่างๆ ในการผลิตทั้งพืชผักและสัตว์เลี้ยง โดยคำนึงถึงการปรับสมดุลในระบบนิเวศธรรมชาติให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้	- นักท่องเที่ยวสามารถขับรถส่วนตัวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกง่ายดาย	- มีบริการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นพืชผลทางการเกษตรจากฟาร์ม

ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบกิจกรรมกับความสอดคล้องบริบทพื้นที่ในระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน	รูปแบบกิจกรรมหลัก (การให้บริการแหล่งท่องเที่ยว/ที่พัก-โฮมสเตย์/การให้บริการอาหาร)	รูปแบบกิจกรรมสนับสนุน (การให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยว)	รูปแบบกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง (การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตรจากไร่นา)
	<p>2) มีพื้นที่ให้ผู้สนใจเข้ามาเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งอาสาสมัครชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเรียนรู้การใช้ชีวิตเป็นชาวฟาร์ม</p> <p>3) ผลผลิตที่ได้มีการรับสมาชิกเพื่อผูกปิ่นโต โดยสามารถเลือกได้ว่าจะรับผลผลิตชนิดไหน รับในวันใด ปริมาณเท่าไร</p> <p>4) มีกิจกรรมรวมตัวสมาชิกในฟาร์มทุกๆ วันเสาร์สุดท้ายของเดือน เพื่อเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่สนใจด้านอาหารอินทรีย์จากธรรมชาติ</p>		
<p>4. กลุ่มเกษตรกรบ้านดอนมูลพัฒนา (แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เชื่อมต่อกับฟาร์มเพมฝ้าย)</p>	<p>1) ท่องเที่ยวชมกิจกรรมการประกอบอาชีพด้านการเกษตรในแปลงผักที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการคุณภาพการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP พืช) จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ว่าเป็น “ผักปลอดภัย” ซึ่งหมายถึงการปลอดจากสารเคมีจำนวนมากว่า 20 กว่าชนิด</p> <p>2) มีบริการจากวิทยากรท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของแปลงผักหลายคนที่ยกย่องแนะนำชมแปลงผักหลากหลายสายพันธุ์และบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว</p>	<p>- นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อผ่านวิทยาลัยชุมชนน่าน (วชช.) หรือติดต่อที่ศูนย์บริการของสำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน เพื่อขอเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวแปลงผักปลอดภัย โดยแจ้งล่วงหน้าเป็นเวลาอย่างน้อย 2 วัน</p> <p>- นักท่องเที่ยวสามารถขับรถส่วนตัวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกง่ายดาย</p>	<p>- มีบริการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัย (ปลอดสารเคมี) หลากชนิดกลับไปบริโภคที่บ้าน</p>

ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบกิจกรรมกับความสอดคล้องบริบทพื้นที่ในระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน	รูปแบบกิจกรรมหลัก (การให้บริการแหล่งท่องเที่ยว/ที่พัก-โฮมสเตย์/ การให้บริการอาหาร)	รูปแบบกิจกรรมสนับสนุน (การให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยว)	รูปแบบกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง (การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตรจากไร่นา)
	3) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเก็บผักเพื่อนำมาปรุงเป็นอาหารสำหรับตนเองได้ 4) มีบริการปรุงอาหารจากผักปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวเก็บจากแปลง หรือแจ้งให้บริการจัดเตรียมอาหารไว้ล่วงหน้าได้ 5) ชมอุโบสถหินอ่อนหลังศิลปะสุโขทัยผสมอยุธยาของวัดดอนมูล พร้อมกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่พิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดดอนมูล		

### กิจกรรมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน

คณะวิจัยได้สำรวจ และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ กิจกรรมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านจำนวน 4 แห่ง พบว่า กิจกรรมทางการตลาด ที่เคยมีและสามารถนำมาดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวในระบบห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการได้ ดังนี้

1. หมู่บ้านมณีพฤกษ์ : จิบกาแพบนเขาสูง ผาหิน ดอยงาม สัมผัสวัฒนธรรมเกษตรของชุมชน มีกิจกรรม ได้แก่ 1) มีการใช้สื่อออนไลน์ Facebook 2 บัญชี 2) มีรายการโทรทัศน์หลายช่องมาถ่ายทอดกิจกรรมที่จัดขึ้นและนำไปเผยแพร่ 3) มีกิจกรรมพิเศษ เช่น Road show : เทศกาลเที่ยวเมืองไทย และ OTOP 4) มีงานเทศกาลปีใหม่มี กิจกรรมบนลานวัฒนธรรม ปลุกไม้งาม ให้บ้านาน 5) มีร้านจำหน่ายกาแฟ ได้แก่ ริสาสินี ในตัวเมืองน่าน 6) มีบริการรถรับ-ส่งบ้านมณีพฤกษ์-อ.ปัว 7) มีสินค้าที่ระลึกจำหน่าย เช่น กาแฟ/ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ เช่น สบู่กลิ่นกาแฟ

2. ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ : เรียนรู้เมนูเห็ดอร่อย ราคาหลักร้อย วิถีหลักล้าน มีกิจกรรม ได้แก่ 1) มีการบรรยาย การสาธิตการเก็บเห็ด การปรุงอาหารจากเห็ด 2) มีสินค้าที่ระลึก 3) มีการใช้สื่อออนไลน์ : Facebook : ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำและโฮมสเตย์

3. ฟาร์มเฟมฝ้าย : สมาร์ทฟาร์มของคนรุ่นใหม่ ในวิถีอแกนิก มีกิจกรรม ได้แก่ 1) มีแปลงเกษตรปลอดภัย 2) มีบรรยาย สาธิตการปลูก เก็บผักสวนครัว 3) มีการใช้สื่อออนไลน์ : Facebook : Farm Fame Fai Organic Life at Nan

4. กลุ่มเกษตรกรบ้านดอนมูลพัฒนา : วิถีเกษตรปลอดภัยใจกลางเมือง มีกิจกรรม ได้แก่  
 1) มีบรรยาย สาธิตการปลูก เก็บผักและปรุงอาหารจากผักสวนครัว 2) มีสินค้าที่ระลึก : ผลิตผลจาก  
 พืชผักสวนครัว กลุ่มลูกค้าที่จะมาเที่ยวจะติดต่อผ่านวิทยาลัยชุมชน

ข้อสรุปเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
 วิถีนานแบบบูรณาการ ดังนี้

#### ตำแหน่งทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีนาน (Positioning)

เมื่อบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้ง 4 แห่งให้เชื่อมโยงกัน จึงให้กำหนดตำแหน่งทางการ  
 ตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีนานร่วมกันได้ คือ สัมผัส “แหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรม  
 ตามวิถีชุมชนแบบฉบับคนน่าน”

#### ส่วนประสมการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีนาน

กิจกรรมในส่วนประสมทางการตลาดสามารถเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว  
 เชิงเกษตรวิถีนาน ได้ด้วยองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์เชิงแหล่งท่องเที่ยว (Product)  
 2) ราคาค่าใช้จ่าย (Price) 3) ช่องทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Place) 4) การส่งเสริมการตลาดการ  
 ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมวิถีนาน (Promotion) ได้ดังนี้

1. Product : แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมวิถีนานที่สำคัญ 4 แห่งและมีจุดขายที่สามารถ  
 ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1.1 หมู่บ้านมณีพฤกษ์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวิถีเกษตรของชุมชน ด้วย  
 สโลแกนหมู่บ้านมณีพฤกษ์ = จิบกาแฟบนเขาสูง ผาหิน ดอยงาม สัมผัสวัฒนธรรมเกษตรของชุมชน

1.2 ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ แหล่งท่องเที่ยวฟาร์มเห็ดในรูปแบบเกษตรอินทรีย์ด้วยสโลแกน  
 ฟาร์มเห็ดบ้านหัวน้ำ = เรียนรู้เมนูเห็ดอร่อย ราคาหลักร้อย วิถีหลักล้าน

1.3 ฟาร์มแพะฝ้าย แหล่งท่องเที่ยวแปลงผักเกษตรอินทรีย์แบบออร์แกนิก ด้วยสโลแกน  
 ฟาร์มแพะฝ้าย = สมาร์ทฟาร์มของคนรุ่นใหม่ ในวิถีออร์แกนิก

1.4 หมู่บ้านดอนมูลพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวแปลงผักเกษตรอินทรีย์แบบเกษตรปลอดภัย...  
 ด้วยสโลแกนหมู่บ้านดอนมูลพัฒนา = วิถีเกษตรปลอดภัยใจกลางเมือง

2. Price : (ราคา) หรือการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ได้มีการประสานกับ ททท. ซึ่งได้ทำปฏิทินท่องเที่ยวแต่ละเดือนไว้อยู่แล้ว ทั้งนี้อาจจัด  
 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจ เข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงาน  
 ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมภายในจังหวัดน่าน โดยนำเสนอค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว  
 ตามโปรแกรมท่องเที่ยว 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวแบบประหยัด การท่องเที่ยวตามปกติ และ การ  
 ท่องเที่ยวตามฤดูกาล

3. Place : ช่องทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมวิถีนาน

นักท่องเที่ยวและผู้สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมภายในจังหวัดน่าน สามารถเดินทาง  
 เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง โดยมีช่องทางการติดต่อประสานงานเพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว  
 การเดินทาง พาหนะในการท่องเที่ยว และที่พัก ผ่านช่องทางต่อไปนี้ ช่องทาง Social Media ของการ  
 ท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ได้แก่ Web Site, Facebook, Youtube, Application และ Line , Web Site

ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวจังหวัดน่าน สายด่วนการท่องเที่ยว ชมรมท่องเที่ยวจังหวัดน่าน หออัตลักษณ์น่าน ศูนย์ประสานงานวิทยาลัยชุมชนน่านและช่องทาง Agency หรือใช้ Agoda Alliance

#### 4. Promotion : การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมวิถีน่าน

4.1 ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามวิถีน่านของชุมชนทั้ง 4 แห่ง ด้วยการให้ความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลที่สำคัญ เช่น ทำบุญขึ้นปีใหม่ สงกรานต์ เข้าพรรษา ลอยกระทง เป็นต้น

4.2 จัดให้มีการบริการรถรับ-ส่งที่ประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยว

4.3 จัดบริการจักรยานภายในพื้นที่ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น สามล้อถีบ , Bike night, Bike lane, ปั่นชมเมือง ช่วงเย็น

4.4 ตกแต่งสถานที่สำหรับมุมถ่ายรูปเพื่อเป็นจุด Check in ให้นักท่องเที่ยวสามารถบันทึกความทรงจำ

4.5 ออกแบบกิจกรรมเสริมสำหรับงาน Event เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดน่าน เช่น ปั่นจักรยานพิชิตดอย เทศกาลกินเจ ประกวดทำอาหารจากผัก เทศกาลกินผัก เป็นต้น

4.6 ออกแบบแหล่งท่องเที่ยว service design ซึ่งชาวบ้านจะพร้อมเมื่อแจ้ล่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ

4.7 ใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) มาใช้ในการจัดการด้านกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะ Digital Marketing เพื่อสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น Webpage Facebook โปรโมทการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน หรือ โฆษณาผ่านทาง Youtube เพื่อนำเสนอข้อมูลเป็นภาพ และเสียงบรรยายในกิจกรรมช่วงเทศกาลต่างๆสู่กลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง และสอดแทรกเนื้อหาสาระและประวัติความเป็นมาของวิถีชีวิตของชาวเมืองน่าน หรือใช้ Agoda Alliance เป็นตัวกลางในการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น และสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนของการติดสื่อสาร หรือใช้ช่องทาง Instagram โปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย หรือ อาจทำ Stickers Line ในลักษณะของ Icon ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

ตารางที่ 2 ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ผลงาน	ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ	หลักฐานประกอบ
1. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (โปรตระกูล)		
2. เทคโนโลยีใหม่ (โปรตระกูล)		
3. กระบวนการใหม่ (โปรตระกูล)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> <li>-การตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววิถีน่านวิถีเกษตรวิถีวัฒนธรรม</li> <li>-รูปแบบกิจกรรมกับความสอดคล้องบริบทพื้นที่ในระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> <li>-แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ</li> </ul>	งานวิจัย
4. องค์ความรู้ (โปรตระกูล)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ</li> <li>-การตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววิถีน่าน วิถีเกษตรวิถีวัฒนธรรม</li> <li>-ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร</li> <li>-เส้นทางท่องเที่ยวใหม่</li> <li>-การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> <li>-รูปแบบกิจกรรมในระบบห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ</li> <li>-กิจกรรมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> <li>-ตำแหน่งทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน (Positioning)</li> <li>-ส่วนประสมการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> </ul>	CD / VDO และแผนผังแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร
5. การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ธุรกิจการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ชุมชน ตำบลอำเภอ จังหวัด เกิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ห่วงโซ่การท่องเที่ยว และโปรแกรมการท่องเที่ยว</li> <li>-กิจกรรมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> <li>-ตำแหน่งทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน (Positioning)</li> <li>-ส่วนประสมการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> </ul>	CD/VDO แนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
6. การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ 6.1 การฝึกอบรม 6.2 การถ่ายทอดเทคโนโลยี	<p>จำนวน.....3.....ครั้งที่.....</p> <p>วันที่ เดือนมีนาคม เดือนพฤษภาคม เดือนมิถุนายน</p> <p>สถานที่ วิทยาลัยชุมชนน่าน ศูนย์การเรียนรู้วัดดอนมูล.</p> <p>หัวข้อ.....</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ</li> <li>-ทิศทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> <li>-การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน</li> </ul>	รายงานการวิจัย/กิจกรรมรูปภาพ

ตารางที่ 2 ตัวชี้วัดความสำเร็จ (ต่อ)

ผลงาน	ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ	หลักฐานประกอบ
	-การตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววิถีถิ่น วิถีเกษตร วิถีวัฒนธรรม ผู้เข้ารับการอบรม คือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกษตรกร ชุมชนเกษตรกรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน จำนวน ประมาณ 100 คน	
7. การผลิตนักรักศึกษา 7.1 ปริญญาตรี 7.2 ปริญญาโท 7.3 ปริญญาเอก	จำนวน.....คน ชื่อ..... จำนวน.....คน ชื่อ..... จำนวน.....คน ชื่อ.....	
8. ทรัพย์สินทางปัญญา (อนุสิทธิบัตร/ สิทธิบัตร / ลิขสิทธิ์ ฯลฯ)	จำนวน..... เรื่อง 1. ประเภท IP..... เรื่อง..... สถานะ (อยู่ระหว่างการ ยื่นคำขอจดทะเบียน/ ได้รับ IP แล้ว) ..... 2. ประเภท IP..... เรื่อง.....สถานะ.....	
9. บทความทางวิชาการ 9.1 วารสารในประเทศ 9.2 วารสารในระดับนานาชาติ 9.3 เอกสารเผยแพร่	จำนวน.....3.....เรื่อง ชื่อเรื่อง..... ชื่อวารสาร..... ปีที่พิมพ์.....	
10. การเสนอผลงานในการประชุม 10.1 การประชุมระดับชาติ 10.2 การประชุมระดับนานาชาติ	จำนวน.....1.....ครั้ง ชื่อการประชุม.....1.....วันที่..... สถานที่.....	



## งบประมาณโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน
<b>1. งบบุคลากร</b>	
1.1 ผู้ช่วยนักวิจัยทำหน้าที่ประสานโครงการ (เหมาจ่าย)	2,500
<b>2. งบดำเนินงาน</b>	
2.1 ค่าตอบแทน ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย	5,000
2.2. ค่าใช้สอย	
1) ค่าเดินทางลงพื้นที่ติดตามงานโครงการ ย่อย 1, 2, 3	
- ค่าเช่ารถตู้ 3 วัน x วันละ 2,800 บาท	8,400
- ค่าที่พัก 2 คืน x คืนละ 800 บาท	1,600
- ค่าอาหาร 3 วัน x 2 คน x วันละ 300 บาท	1,800
2) ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม โครงการย่อย 1, 2,3	
- ค่าเช่ารถตู้ 3 วัน x วันละ 2,800 บาท	8,400
- ค่าที่พัก 2 คืน x คืนละ 800 บาท	1,600
- ค่าอาหาร 3 วัน x 2 คน x วันละ 300 บาท	1,800
3) ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมในสวนกลาง	
- ค่าเช่ารถตู้ 3 วัน x วันละ 2,800 บาท	8,400
- ค่าที่พัก 2 คืน x คืนละ 800 บาท	1,600
- ค่าอาหาร 3 วัน x 2 คน x วันละ 300 บาท	1,800
2.3 ค่าวัสดุ	
- วัสดุสำนักงาน ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน ถ่ายเอกสาร ไปรษณีย์ ค่าโทรศัพท์ (เหมาจ่าย)	5,000
2.4 ค่าจัดทำรายงาน	
- ค่ารูปเล่มรายงาน และ VCD 20 ชุด (150บาท/เล่ม)	3,000
รวมงบประมาณ (ห้าหมื่นบาทถ้วน)	50,000
โครงการ/หมวดค่าใช้จ่าย	ปีที่ 1
แผนงานแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่านแบบบูรณาการ	50,000
โครงการย่อย 1 : ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน	100,000
โครงการย่อย 2 : ศักยภาพและวางแผนการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามวิถีน่าน	100,000
โครงการย่อย 3 : แนวทางการพัฒนาการตลาดและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีน่าน	100,000
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>350,000</b>

### เอกสารอ้างอิง

- กมล รัตนวิระกุล. (2550). การตลาดวิวัฒน์อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: สมาคมการบริหารโรงแรมไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.( 2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558 – 2561. คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ.
- กรมส่งเสริมการเกษตรจังหวัดน่าน. (2559). แผนพัฒนาจังหวัดน่าน 4 ปี (พ.ศ.2558 – 2561) :รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน.
- กรมการท่องเที่ยว. (2552). คู่มือการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่2)
- กรมส่งเสริมการเกษตรและสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวไทย. (2560.) แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. Available URL: <http://www.cdoae.doe.go.th/53/tong-teew/แบบประเมินศักยภาพ>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเทศไทย. Available URL: <https://www.creativedistrictthailand.com>
- ขวัญกมล ดอนขวา และ จิตตานันท์ ติกุล. (2557). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- คอตเลอร์ ฟิลลิป. (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- จิรายุทธ์ สندا.(2557). ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดจันทบุรี. การค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉันทิช วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา
- ณรงค์ แก้วพิพัฒน์. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดกระบี่ (พืชสวน). กรมส่งเสริมการเกษตร
- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป.(2557). รูปแบบและกระบวนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 : ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ ศิลป(กันยายน-ธันวาคม 2557). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิคม จารุมณี.(2535). การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- นิตา ชัชกุล.(2551). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2).กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นืออน ศรีสมยง.(2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

- ธินิกานต์ ประไกรวัน.(2549). การพัฒนาจัดการสวนเกษตรสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา สวนยอ รอยัลทรอปิคัล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เทพกร ณ สงขลา. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัด นครศรีธรรมราช.วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- พิมล นุ่นปาน. (2555). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- พจนา สวนศรี และคณะ. (2557). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวชุมชนใน ประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน. ทุณวิจัยสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ.(2542). เกษตรสัญจร. จุลสารการท่องเที่ยวบริษัท ศรีเอทมา ย จำกัด.
- ราณี อิศัยกุล และ วรณา ศิลปอาษา. (2558). นโยบายการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน. ทุณวิจัยสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. ปริญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศรัญา วรากุลวิทย์.( 2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ศศิธร เจตานนท์ และ เบญจพร แยมจำเมือง. (2556). บทความวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับครอบครัว กรณีศึกษาชุมชน บางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. (ข้อมูลออนไลน์). สืบค้นจาก [www.teacher.ssru.ac.th/benjaporn\\_ya/file.php/1/research\\_articie.pdf](http://www.teacher.ssru.ac.th/benjaporn_ya/file.php/1/research_articie.pdf)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัท อีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง และคณะ.(2557).การศึกษาโซอุปทานและ ตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร :อีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด. (2559). วิสัยทัศน์ เป้าประสงค์รวมประเด็นยุทธศาสตร์ และตำแหน่งการพัฒนาจังหวัดกลุ่มจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2559-2560) ฉบับ ทบทวนใหม่. สืบค้นจาก [www.osmnorthcentral1.go.th](http://www.osmnorthcentral1.go.th)

- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด. (2554). **ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จ.น่าน วิถีน่าน**. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=9CzX1veplFA>
- สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน. (2559). **รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน. “แผนพัฒนาจังหวัดน่าน ปีพ.ศ.2558-2561”**. สืบค้นจาก [osthailand.nic.go.th/masterplan.../รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน](http://osthailand.nic.go.th/masterplan.../รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน).
- สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน. (2559). **แผนพัฒนาจังหวัดน่าน 4 ปี (พ.ศ.2558 – 2561) : รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดน่าน**.
- อรพิน สันติธีรากุล. (2543). **หนังสือคู่มือมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการ**. เชียงใหม่ : ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรพิน สันติธีรากุล และคณะ. (2550). **โครงการปรับปรุงโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ**. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนทุนวิจัย
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2002). **Principle of Marketing**. USA: Prentice-Hall.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing, an introduction (9<sup>th</sup> ed.)**. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Desmond Jolly. (2006). **A Handbook for Planning and Managing Agri-tourism and Nature Tourism Operations**. Davis, CA. Accessed 6 August 2017. Retrieved from [www.csrees.usda.gov](http://www.csrees.usda.gov). <http://sfp.ucdavis.edu/files/178132.pdf>
- March, R., and Wilkinson, I. (2009). **Conceptual tools for evaluating tourism partnerships. Tourism Management 30**
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J.. (2007). **Marketing (14<sup>th</sup> ed.)**. Boston: McGraw-Hill/ Irwin.
- Gee, C. Y., Dexter, J. L., Choy, J., & Makens. C. (1984). **The Travel Industry Westport**. Connecticut: AVI Publishing.
- Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management. 11<sup>th</sup> ed.** Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin. (2009). **Marketing Management. 13<sup>th</sup> Edition**. New Jersey: Prentice-Hall.
- PP. (2561). **มนต์เสน่ห์แห่ง “น่าน” ต้นแบบแบรนด์ท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์และมากด้วยประสบการณ์**. (Online). Available URL: <https://www.brandbuffet.in.th/2018/01/nan-creative-tourism-district-and-sustainable>.
- Piboonrunroj, P. and Disney, S.M. (2009). **Tourism Supply Chains: A Conceptual Framework, Exploring Tourism III: Issue in PhD Research**. In: Proceeding of the PhD Networking Conference, July 2009. Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute.

- Tapper, R. and Font, X. (2004). **Tourism supply chains**. Report of a desk research project for the travel foundation. Leeds Metropolitan University
- Zhang, Y. and Murphy, P. (2009). **Supply-chain considerations in marketing underdeveloped regional destinations: A case study of Chinese to Goldfields region of Victoria**. Tourism Management.

หนังสือแสดงความเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินการของโครงการจากชุมชน/ท้องถิ่นที่ร่วมโครงการ

วันที่ .....เดือน.....พ.ศ. ....

เรื่อง ความเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินการของโครงการ .....(ชื่อโครงการ).....

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา

ข้าพเจ้า.....ตำแหน่ง..... หน่วยงาน/  
องค์กร..... ในฐานะผู้เข้าร่วมโครงการมีความคิดเห็น  
เกี่ยวกับผลการดำเนินการของโครงการดังนี้ .....

.....

.....

ผลงานวิจัยนี้สามารถนำมาช่วยแก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมในด้าน

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบุ .....
- การพัฒนากระบวนการใหม่ ระบุ .....
- การศึกษาเพื่อเพิ่มผลผลิต ระบุ .....
- การยกระดับเทคโนโลยี ระบุ .....
- การลดต้นทุนการผลิต ระบุ .....
- การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ระบุ .....
- อื่น ๆ ระบุ .....

องค์ความรู้ที่ได้รับจากผู้วิจัยเป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้า ดังนี้

- องค์ความรู้ที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการ / แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้
- องค์ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับการปฏิบัติงานจริงได้
- องค์ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปพัฒนาเทคโนโลยีใหม่/ต่อยอด/ขยายผลได้
- องค์ความรู้ที่ได้รับก่อให้เกิดรายได้/สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์/พัฒนาคุณภาพชีวิต/ยกระดับความ  
เป็นอยู่ให้ดีขึ้นได้
- อื่น ๆ ระบุ .....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ).....

(.....)

(ตำแหน่ง).....