

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน

Relationship of Personal Factors and Travelling Behaviors to Tourists' Satisfaction
on Community-Based Agrotourism Operation

โดย

นายกิตติศักดิ์ รัตนพล

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

พ.ศ. 2547

ISBN 974-274-147-6



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

ปริญญา

ธุรกิจการเกษตร

เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน

Relationship of Personal Factors and Travelling Behaviors to Tourists' Satisfaction
on Community-Based Agrotourism Operation

นามผู้วิจัย นายกิตติศักดิ์ รัตนพล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย พุทธิกุล, Ph.D.)

กรรมการ

(อาจารย์บัณฑิต สุตรสุนทร์, Ph.D.)

กรรมการ

(อาจารย์ช่อภิชาติ คะถุณเพรย์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิติ กันตังกุล, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อางคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 7 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2547

คำนิยม

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.วินัย พุทธิกุล ประธานกรรมการที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด ขอกราบขอบพระคุณ อ.ดร. บัณฑิตินิ สุตรสุคนธ์ กรรมการสาขาวิชา เอก อ.ดร. อภิชาติ ฉะลุนเพชร กรรมการสาขาวิชาการอง และ ผศ.ดร. ดรรรชนี เอมพันธ์ ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัยที่กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นของวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณ อาจารย์ กัมปนาท วิจิตรศรีกมล ที่กรุณาให้คำแนะนำการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้ให้การดูแล และสนับสนุนในทุกเรื่อง ขอขอบคุณน้องสาว ที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องคอมพิวเตอร์ ขอขอบคุณ คุณ กัลยวรรธ เกษมสำราญ ที่ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลมาโดยตลอด

สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆ ธุรกิจการเกษตร รุ่นที่ 1 โดยเฉพาะ คุณ ปัทมา วีรพัฒนานันท์ และ คุณ รังสิตา ไตรมนตรี ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจกันมาโดยตลอด ทำให้การศึกษาในระดับปริญญาโท เต็มไปด้วยสิ่งที่น่าสนใจ และน่าจดจำ

กิตติศักดิ์ รัตนหล

เมษายน 2547

กิตติศักดิ์ รัตนพล 2547: ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร ประชานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย พุทธิกุล, Ph.D. 151 หน้า
ISBN 974-274-147-6

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน ในจังหวัดสมุทรสงคราม และ ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน โดยใช้ข้อมูลทัศนคติและข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามของผู้นำชุมชน จำนวน 17 แห่ง และนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 200 ตัวอย่าง ประกอบกับการใช้สถิติพรรณนาและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ t-test และ ANOVA ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วนของชุมชน พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนประกอบด้วย การเที่ยวชมและศึกษาการผลิตทางการเกษตร การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร และการให้ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ สำหรับ โครงสร้างความเป็นธุรกิจชุมชนของกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามมีจุดเด่น คือ โครงสร้างด้านอาชีพโดยชุมชน ด้านภูมิปัญญาชาวบ้าน และด้านเครือข่ายองค์กรชุมชน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยภาพรวมพบปัญหาและอุปสรรคโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนที่ 2 ส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมมาก อายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากเดินทางมาจากกรุงเทพ เหตุผลของการท่องเที่ยวเพราะสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบนี้ และไม่เคยเที่ยวแบบนี้มาก่อน เพื่อนและญาติเป็นผู้ให้ข้อมูลในการท่องเที่ยว ที่สำคัญคือลักษณะการเดินทางนั้น ส่วนใหญ่เดินทางมาส่วนตัวกับเพื่อน เพื่อพักผ่อน โดยพักค้างคืนแบบโฮมสเตย์โดยเฉลี่ย 1 คืนและได้เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1 แห่ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 500-1,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านผู้ให้บริการ ในระดับ มาก และ มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ในระดับ ปานกลาง ส่วนที่ 3 เป็นผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย



ลายมือชื่อนักคิด



ลายมือชื่อประธานกรรมการ

27 / พค / 2547

Kittisak Rattanahon 2004: Relationship of Personal Factors and Travelling Behaviors to Tourists' Satisfaction on Community-Based Agrotourism Operation. Master of Arts (Agribusiness), Major Field: Agribusiness, Department of Agricultural and Resources Economics. Thesis Advisor: Assistant Professor Winai Puttakul, Ph.D. 151 pages. ISBN 974-274-147-6

The main objective of this study were to examine characteristics of agrotourism business, operating problems and threats, and relationship of personal factors and travelling behaviors to tourists' satisfaction on community-based agrotourism operation in Samutsongkhram Province. This study used secondary and primary data. Two hundred observations of tourists and seventeen leaders of communities were interviewed by accidental random method.

The results of this study were divided into 3 parts. The first part focused on community. The business operation in the area which supports agrotourism included production, conservation, value-added agricultural products, and home stay. The structure of community-based enterprise as reflected in agrotourism activities in Samutsongkhram was prominent in the aspects of autocratic, indigenous knowledge, and social networks. Problems regarding tourist sites and management of them were found at a low level, whereas problems relating to service personnel and tourists themselves were found the least. The second part of this study focused on tourists' satisfaction. According to the study, the majority of the tourists sample was female, holding bachelor degree, earning salary below 10,000 Baht, living in Bangkok, working in private companies, obtaining information from friends and relatives, and travelling to Samutsongkhram as to personal interest. The majority of the tourists sample spent one day home stay and visited one sightseeing place with the amount of expense between 500 and 1,000 Baht. The tourists sample had high level of satisfaction regarding tourist site, transportation, service factors, and had a moderate degree on facilities, security, and expenditure factors. The third part of this study focused on testing hypotheses. The study found that (1) education, income, and occupation were related to the satisfaction on facility, security and service factors, (2) both age and travelling accompany were related to the satisfaction on tourist site, transportation and service factors, and (3) satisfaction on expenditure depended on occupation and travelling accompany. Moreover, the tourists' objective of travelling was related to all aspects of satisfaction, including tourist site, transportation, facility, security, service and expenditure factors.



Student's signature



Thesis Advisor's signature

27 May 2004

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	8
สภาพทั่วไปของจังหวัดสมุทรสงคราม	29
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
สมมติฐานในการวิจัย	39
กรอบแนวคิดการวิจัย	40
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	41
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	41
กลุ่มตัวอย่าง	42
วิธีการวิจัย	43
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	50
ส่วนที่ 1 ชุมชนที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร	51
ส่วนที่ 2 นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม	76
ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	109
สรุปผลการวิจัย	109
ข้อเสนอแนะ	113
เอกสารอ้างอิง	116
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	122
ภาคผนวก ข รายนามผู้นำชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ให้สัมภาษณ์	145
ภาคผนวก ค กรอบแนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน	147

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยปี 2543	2
2	การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	2
3	ลักษณะการดำเนินธุรกิจของแต่ละกลุ่มชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	53
4	การดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนพึงประสงค์ที่สังเกตได้	58
5	ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม	64
6	ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านบุคลากรของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม	67
7	ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านการดำเนินงาน บริหาร และการจัดการของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
8	ปัญหาและอุปสรรคที่พบบ้านักท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม	72
9	สรุปปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร	74
10	ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร	76
11	ที่มาของนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	78
12	ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	78
13	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว	82
14	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามเพศ	84
15	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามอายุ	85
16	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน สถานที่ท่องเที่ยวกับช่วงอายุที่ต่างกันเป็นรายคู่	86
17	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน ผู้ให้บริการกับช่วงอายุที่ต่างกันเป็นรายคู่	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมกับช่วงอายุที่ต่างกันเป็นรายคู่	87
19	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	88
20	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับระดับการศึกษาที่ต่างกันเป็นรายคู่	89
21	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการกับระดับการศึกษาที่ต่างกันเป็นรายคู่	90
22	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามรายได้	91
23	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับระดับรายได้ที่ต่างกันเป็นรายคู่	92
24	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการกับระดับรายได้ที่ต่างกันเป็นรายคู่	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมกับระดับรายได้ที่ต่างกันเป็นรายคู่	94
26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามอาชีพ	95
27	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับอาชีพที่ต่างกันเป็นรายคู่	96
28	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการกับอาชีพที่ต่างกันเป็นรายคู่	97
29	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่ายกับอาชีพที่ต่างกันเป็นรายคู่	98
30	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมกับอาชีพที่ต่างกันเป็นรายคู่	99
31	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	100
32	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านผู้ร่วมเดินทาง	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
33	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน สถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งกับผู้ร่วมเดินทางมากับ นักท่องเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	102
34	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน ผู้ให้บริการกับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	103
35	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน ราคาและค่าใช้จ่ายกับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยว ที่ต่างกันเป็นรายคู่	103
36	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน ภาพรวมกับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	104
37	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทาง มาเที่ยว	105
38	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน สถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งกับวัตถุประสงค์ การเดินทางมาเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับวัตถุประสงค์ การเดินทางมาเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	106
40	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน ผู้ให้บริการกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	107
41	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน ราคาและค่าใช้จ่ายกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยวที่ ต่างกันเป็นรายคู่	107
42	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน ภาพรวมกับวัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่	108

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ความแตกต่างระหว่างการจูงใจและความพึงพอใจ	13
2	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรม	15
3	รายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว	25

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่รัฐบาล พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างจริงจัง โดยประกาศให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปี Visit Thailand year เป็นต้นมา กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้รับความสนใจจากประชาชนไทยมากขึ้น ประกอบกับช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี 2540 ทำให้คนไทยหันมาสนใจการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงได้จัดให้มีโครงการณรงค์ที่หลากหลายตามมาเช่น Amazing Thailand year 1998 – 1999 เที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้ และในปี 2545 ก็จัดโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน โดยมีเป้าหมายเพื่อชักชวนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้เพิ่มมากขึ้นในทุกเดือนทั่วทั้งประเทศ และเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมาเที่ยวและใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้นด้วยอันจะส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ กิจกรรมท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดมีหลากหลายรูปแบบ เฉพาะโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนมีจำนวนกิจกรรมที่กำหนดขึ้น จำนวน 24 กิจกรรม ภายใต้งบประมาณการจัดงาน 178 ล้านบาท และจากการสำรวจจากกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมในช่วงเดือน มกราคม – มิถุนายน 2545 ทั่วประเทศ พบว่ามีรายได้หมุนเวียนจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และประชาชนประมาณ 4,152 ล้านบาท (กองประชาสัมพันธ์ ททท, 2545: 12)

ในปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเป็นไปในลักษณะการพัฒนาอย่างยั่งยืนมากขึ้น กล่าวคือ การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจะดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน โดยพยายามลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้มากที่สุด การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวของโลกที่เปลี่ยนไปดังกล่าวโดยพิจารณาจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการสำรวจของคณะผู้ศึกษาจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยประมาณการว่าในปี 2543 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรชาวไทย

ที่เดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 12.32 ล้านคน/ต่อปี ^{1/} (จำนวนนักท่องเที่ยว x จำนวนครั้งที่เดินทาง) (ตารางที่ 1) และจากการพิจารณาสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่สนใจจะไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้จากการสำรวจนั้น ปรากฏว่า มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่สนใจจะไปเที่ยวที่ค่อนข้างสูง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจที่จะไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีถึง ร้อยละ 88.18 (ตารางที่ 2) ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงได้รับการสนับสนุนและพัฒนาจากหน่วยงานต่างๆ และชุมชนเอง ทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วประเทศไทย

ตารางที่ 1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยปี 2543

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว
1. จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วประเทศ	53.65 ล้านคน
2. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร	ร้อยละ 22.96
3. จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร	12.32 ล้านคน

ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543: 5-18

ตารางที่ 2 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว
1. จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วประเทศ	53.65 ล้านคน
2. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่สนใจ	ร้อยละ 88.18
3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไป แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	47.31 ล้านคน

ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543: 5-19

^{1/} จำนวนนักท่องเที่ยว ได้จากการนับรวมผู้ที่เดินทางกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ ณ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เช่น สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ โดยได้รับความเพลิดเพลิน ความรู้ และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น (ราไพพรรณ, 2544: 2)

เป็นที่ทราบกันอยู่ว่า การเกษตรมีความเกี่ยวข้อง ผูกพันกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทยมานาน สังคมเกษตรกรรมของไทย มีความหลากหลายในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมทั้งการทำไร่ ทำสวน การประมง ปศุสัตว์ และการเกษตรแบบผสมผสาน แต่ปัญหาอย่างหนึ่งของภาคการเกษตรคือ ความไม่มีเสถียรภาพของรายได้เกษตรกร เนื่องจาก การผลิตขึ้นอยู่กับปัจจัยทางธรรมชาติ เช่น น้ำฝน อุณหภูมิ ดินฟ้าอากาศ บางฤดูกาลที่ผลผลิตมีมากเกินไปความต้องการของตลาด ราคาผลผลิตก็ตกต่ำ เกษตรกรขาดทุน ในขณะที่บางปีผลผลิตกลับไม่เพียงพอต่อความต้องการ ด้วยเหตุนี้เองทำให้ราคาผลผลิตเคลื่อนไหวขึ้นลงไม่แน่นอน จึงกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร ซึ่งช่วงนี้เองเกษตรกรสามารถแสวงหาลู่ทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการเกษตรของตน หนทางหนึ่งที่เป็นไปได้คือ การให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมภาคการผลิต นักท่องเที่ยวเองจะได้มีโอกาสได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ความเขียวขจี และความอุดมสมบูรณ์ของประเทศที่ได้รับการกล่าวถึงในฐานะแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นอีกธุรกิจทางเลือกหนึ่งของเกษตรกร นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสการเกษตรในหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการทำสวนผลไม้ การปลูกพืชไร่ การทำนา การทำสวนดอกไม้ การทำฟาร์มปศุสัตว์ การเลี้ยงปลา จึงเป็นโอกาสดีของนักท่องเที่ยวในการซึมซาบถึงภูมิปัญญาด้านการเกษตรของชาติที่มีความก้าวหน้าไม่แพ้ประเทศอื่น

การท่องเที่ยวในสถานที่ทำการเกษตรในเมืองไทย ในความเป็นจริงนั้นมีมานานแล้วเพียงแต่เป็นการเที่ยวชมธรรมชาติและพื้นที่เกษตรกรรมของกลุ่มเพื่อนๆ หรือ บุคคลที่รู้จักมักคุ้นมากกว่า ซึ่งบุคคลเหล่านั้นเข้าไปชื่นชมกระบวนการผลิต และผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเจ้าของสวนหรือฟาร์มจะเป็นผู้นำชม อธิบายให้ทราบถึงปัญหา การแก้ไขปัญหา การบำรุงรักษาผลผลิตตลอดถึงขั้นตอนการเก็บเกี่ยวผลผลิต แต่ต่อมากิจกรรมการเที่ยวชมสวนได้พัฒนารูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น และการดำเนินการก็มีความเป็นธุรกิจมากขึ้น ซึ่งผลจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้เป็นการสร้างรายได้โดยตรงให้กับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของ หรือผู้ผลิต และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมก็สามารถซื้อผลิตผลต่างๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำขึ้นมาจำหน่ายทั้งผลิตผลที่จำหน่ายสด และผลิตผลแปรรูป และจากการที่มีนักท่องเที่ยวที่เข้าไปชมสวนเกษตรได้พูดคุยกับเจ้าของสวนก็ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด นำมา

ซึ่งการพัฒนาการต่อมาเป็นธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งนับว่าเป็นธุรกิจการเกษตรอย่างหนึ่งอีก ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพเพิ่มขึ้นในชุมชนและสำหรับตัวเกษตรกร ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมการเกษตรของตนเอง

ในปัจจุบันรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเกษตร แบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ (สถาบันเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542: 23-24)

1. การท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตร เช่น หมู่บ้านทำนา หมู่บ้านไม้ดอก หมู่บ้านไม้ผล เป็นการดำเนินการร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน มีทั้งประเภทที่พักค้างแรมในหมู่บ้านได้และประเภทระยะสั้น ไม่เกิน 1 วัน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้เที่ยวชมธรรมชาติ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนตลอดจนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางการเกษตรในพื้นที่ของเกษตรกรแต่ละรายที่ได้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นมา ชุมชนจะจัดส่วนที่เป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวจะแวะพักก่อนเที่ยวชมหรือร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น ลานจอดรถ ที่จำหน่ายสินค้าทางการเกษตร สถานที่แสดงเกี่ยวกับการเกษตร แสดงวัฒนธรรมพื้นบ้านเกษตร

2. การท่องเที่ยวเกษตรประเภทเฉพาะรายบุคคลหรือรายกิจกรรม เป็นจุดท่องเที่ยวเกษตรที่เป็นสวนหรือไร่ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่ง โดยเฉพาะส่วนใหญ่จะเป็นสวนเกษตรที่มีความก้าวหน้าในการปลูกพืชเฉพาะอย่าง เช่น สวนเงาะ สวนทุเรียน สวนมะม่วง สวนเกษตรผสมผสาน สวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนผักต่างๆ

3. การท่องเที่ยวเกษตรประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ เป็นการจัดงานเทศกาลหรืองานมหกรรมทางด้านการเกษตร เช่น งานวันเงาะโรงเรียน งานวันทุเรียนโลก หรือเป็นปรากฏการณ์ทางการเกษตรที่น่าสนใจในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น งานทุ่งดอกทานตะวันบาน

จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นจังหวัดที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากจังหวัดหนึ่ง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมต่างๆมากมาย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านและมีคลองต่างๆ ประมาณ 300 คลองกระจายทั่วจังหวัด ในพื้นที่ทั้งหมด 260,442 ไร่ เป็นพื้นที่สำหรับทำการเกษตรถึง 181,410 ไร่ หรือประมาณร้อยละ 70

โดยอำเภอที่มีพื้นที่ทำการเกษตรมากที่สุดคือ อำเภอ อัมพวา รองลงมาคือ อำเภอ เมือง และ อำเภอ บางคนที ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการเพาะปลูกไม้ผลไม้ยืนต้นถึงร้อยละ 60.89 รองลงมาเป็นการทำการเกษตรอื่นๆ คือ ประมง และปศุสัตว์ ร้อยละ 37.2 ส่วนพืชที่มีการปลูกมากที่สุด คือ มะพร้าวผล รองลงมาคือ มะพร้าวตาล ส้มโอ กล้วย น้ำว่า ลั่นจี่ และมะพร้าวอ่อน ตามลำดับ (สำนักงานเกษตรจังหวัด, 2545: 10-14) นอกจากอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ มากมายแล้ว ยังมีเอกลักษณ์ในเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิตริมน้ำซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จังหวัดสมุทรสงครามจึงมีศักยภาพในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านการจัดการพบว่า มีองค์กรจัดการในระดับชุมชนหรือระดับหมู่บ้านเพื่อต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยวเกษตรกระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัด ตัวอย่างเช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเทิดไท มีศูนย์ต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่ที่บ้านผู้ใหญ่ทองหยิบ แก้วนิลกุล โดยชุมชนดังกล่าวเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักอยู่กับชาวบ้านในรูปแบบที่เรียกว่าโฮมสเตย์ และการเที่ยวชมสวนส้มโอพันธุ์พื้นเมือง ขาวใหญ่ รัชชดิหวานกรอบ ปลอดภัย สาระพิช ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา ที่มีบริการให้เช่าเรือพายสำหรับเที่ยวหมู่บ้าน และสวนผลไม้อื่นๆ รอบตลาดน้ำจังหวัดสมุทรสงคราม (ฤโสพา, 2545: 77-78) ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกแห่งหนึ่งที่เป็นที่นิยมในจังหวัดสมุทรสงคราม คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวโด่ง มีชื่อเสียงเรื่องการเลี้ยงน้ำตาลมะพร้าว (มนต์ทิพย์และคณะ, 2545: 147-149) ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเหล่านี้พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความรู้ และความสะดวกสบาย แต่การดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรก็ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างที่จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมกิจกรรมทางการเกษตร ตลอดจนการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เพื่อการดำเนินธุรกิจการเกษตรอย่างยั่งยืน

ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงความต้องการและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากในปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิดขึ้นมากมายทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจด้านนี้เพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน ผลการศึกษานี้จะประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจในการพัฒนา ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินอยู่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวนอกจากนั้นสามารถเป็นแนวทางให้ภาครัฐ และภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประกอบการพิจารณาส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อันจะเป็นส่วนสำคัญให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม

ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนนั้น ชุมชนสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว และยังเป็นแนวทางให้ภาคีรัฐบาล และภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประกอบการพิจารณาส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืนต่อไป ช่วยแก้ปัญหาแรงงานที่ว่างงานจากการเลิกจ้างของสถานประกอบการในเมืองที่เดินทางสู่ชนบท และการท่องเที่ยวชุมชนยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชนบทอีกด้วย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนจำนวนทั้งสิ้น 17 แห่ง โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม 2546 - ธันวาคม 2546 ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

เนื้อหาของการศึกษานี้ประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ (1) ส่วนของชุมชนที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีขอบเขตในการศึกษาคือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร การ

ดำเนินงานในรูปแบบชุมชนของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2) ส่วนของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะศึกษาในเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ตนมาเที่ยวชม โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษา

นิยามศัพท์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน หมายถึง พื้นที่เกษตรกรรมที่ชุมชน ได้จัดพื้นที่สำหรับให้บริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชม วิถีชีวิต การทำการเกษตรของเกษตรกร รวมถึงการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม

นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกสมหวัง หรือ ผิดหวังจากสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง โดยแบ่งเป็นความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง และความปลอดภัย ความพึงพอใจด้านการให้บริการ ความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะ รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย และ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีสองส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และส่วนที่สองเป็นแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบด้วย

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

พฤติกรรมของผู้บริโภค เกิดจากความต้องการ โดยมีสิ่งจูงใจเป็นตัวกระตุ้น คนทุกคนย่อมจะมีความต้องการ เช่น เราอาจมีความต้องการความมั่นคงของงานที่ทำอยู่ ดังนั้นเมื่อเรามีความต้องการจะปฏิบัติหรือกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้แล้ว ย่อมจะหมายความว่า เรามีแรงจูงใจหรือได้รับการกระตุ้นเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวนี้ ดังนั้นการทำความเข้าใจเรื่องของการจูงใจ เราต้องเข้าใจเรื่องของความต้องการเสียก่อน (สมยศ, 2545: 138-139)

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ โดยสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องคำที่ผู้ผลิต

หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งนักการตลาดจะต้องสนใจสิ่งกระตุ้นจากภายนอก และจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นได้ และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เช่น สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม ซึ่งนักการตลาดควบคุมไม่ได้

2. กล้องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยบุคคลที่มีปัจจัยดังกล่าวต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณในการซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ และคณะ, 2546: 199-209) ประกอบด้วย 3 ปัจจัย

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จะช่วยให้สามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้สิ่งกระตุ้นทางการตลาดผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดเดาได้ งานของผู้ขายคือ ค้นหาและเข้าใจผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกและการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะเป็นประโยชน์ คือ ทำให้ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีความต้องการ ความจำเป็นในตัวสินค้าที่แตกต่างกัน

ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า โดยองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยภายในที่สำคัญคือ การจูงใจ

ทฤษฎีการจูงใจของ MASLOW

มาสโลว์ (อ้างถึงในสมยศ, 2545: 139-144) ได้สร้างทฤษฎีลำดับของความต้องการ ซึ่งตั้งอยู่บนข้อสมมติฐานดังต่อไปนี้ คือ

1. ความต้องการของคนสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้จากความต้องการระดับต่ำสุด คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการความสมหวังในชีวิต

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของคนนั้นอีกต่อไป คนจะถูกจูงใจด้วยความต้องการที่อยู่สูงขึ้นไปที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

3. ความต้องการของคนจะซ้ำซ้อนกัน ความต้องการอย่างหนึ่งจะยังไม่ทันหมดไป ความต้องการอย่างอื่นจะเกิดขึ้นมา

และเมื่อนำทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ มาอธิบาย ลำดับความต้องการของคนในเชิงธุรกิจ อาจกล่าวได้ดังต่อไปนี้

ระดับที่ 1 ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเพื่อรักษาชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ ธุรกิจจะทำการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ด้วยการจ่ายค่าจ้างและเงินเดือนให้เพียงพอต่อการดำรงชีพ ธุรกิจจะจัดหาผลประโยชน์พิเศษต่างๆ ให้ เช่น การทำประกันชีวิตและสุขภาพ การให้บ้านเช่าเมื่อออกจากงาน

ระดับที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการให้ร่างกายและจิตใจมีความปลอดภัย มั่นคง จากความกลัว ความเจ็บปวด และความไม่สบาย ธุรกิจจะจัดหาผลประโยชน์พิเศษต่างๆ ให้ เช่น การทำประกันชีวิตและสุขภาพ การให้บ้านเช่าเมื่อออกจากงาน และผลตอบแทนที่จ่ายให้ในกรณีที่มีความพิการเกิดขึ้น

ระดับที่ 3 ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ได้แก่ความปรารถนาสำหรับการเป็นที่ยอมรับในสังคม ธุรกิจจะตอบสนองความต้องการด้านนี้โดยการจัดทีมกีฬาต่างๆ การจัดงานเลี้ยง และการสนับสนุนทางการเงินสำหรับการจัดตั้งสโมสรของพนักงาน

ระดับที่ 4 ความต้องการได้รับความนิยมนับถือหรือความต้องการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง (Egoistic Needs) เป็นความต้องการชื่อเสียงเกียรติศักดิ์บารมี และการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

ระดับที่ 5 ความต้องการให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการที่จะแสดงออกถึงความเป็นตัวตน กำลังความสามารถในการกระทำและบรรลุถึงความสมปรารถนาส่วนตัวบุคคล

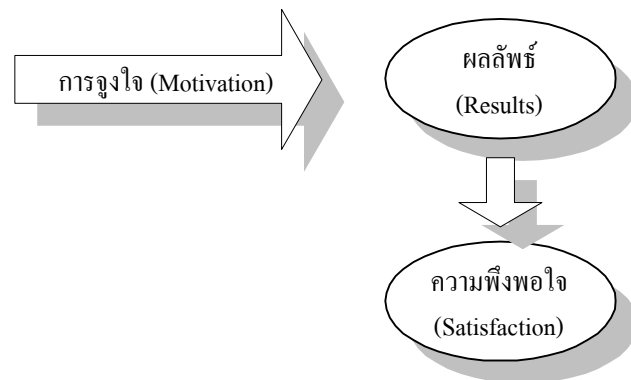
ในระดับที่ 4 และระดับที่ 5 เป็นความต้องการในระดับสูงซึ่งจะปรากฏขึ้นมาภายหลังจากที่ความต้องการในระดับต่ำกว่าได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว และเมื่อความต้องการในระดับต่ำกว่าได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการเหล่านั้นจะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป ธุรกิจจะตอบสนองความต้องการระดับสูงเหล่านี้ด้วยการเพิ่มหน้าที่รับผิดชอบของการปฏิบัติงาน การเลื่อนตำแหน่ง การให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้ได้บังคับบัญชา หรือ การที่ผู้บังคับบัญชายกย่องสรรเสริญคนงานนั้นต่อหน้าผู้อื่นเมื่อคนงานทำงานได้ดีเด่น

ดังนั้น เราจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งหมดมีรากฐานมาจากความต้องการ แต่ความต้องการเพียงอย่างเดียวก็ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมได้ ต้องอาศัยแรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นการกระทำของผู้บริโภค

สิ่งจูงใจ (Motives)

เสนาะ (2544: 209) กล่าวว่า สิ่งจูงใจ เป็นเสมือนเครื่องกระตุ้นให้คนเกิดพฤติกรรมที่นำไปสู่จุดหมายปลายทาง สิ่งจูงใจจะรวมถึง สัญชาตญาณ (Instinct) ความต้องการ (Need) และแนวคิดที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning Concept) ด้วย

ศิริวรรณ และ คณะ (2545: 306) กล่าวว่า สิ่งจูงใจเป็นปัจจัยที่เป็นการจูงใจในการทำงานมากขึ้น หรือ เป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) หรือเป็นอิทธิพล (Forces) ซึ่งชักจูงบุคคลให้กระทำ เป็นอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ และมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล จะทำให้บุคคลสร้างความแตกต่างในตัวเองภายในองค์กร โดยความแตกต่างระหว่างการจูงใจ (Motivation) และ ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ การจูงใจเป็นสิ่งเร้า และความพยายามที่จะตอบสนองความต้องการหรือเป้าหมาย ส่วนความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ดังนั้นการจูงใจเป็นสิ่งเร้าเพื่อให้ได้ความพึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ความแตกต่างระหว่างการจูงใจ (Motivation) และ ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ที่มา: ศิริวรรณ และคณะ, 2545: 306

ทฤษฎีการจูงใจของ McGregor

Douglas McGregor (อ้างถึงใน สมยศ, 2545: 150-151) ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับลักษณะของคนไว้ในทฤษฎีที่เขาเรียกว่า ทฤษฎี X และ ทฤษฎี Y ซึ่งเป็นทฤษฎีการจูงใจ โดยทฤษฎีทั้งสองจะแสดงให้เห็นถึงความรู้สึของผู้บริหารที่มีต่อลักษณะของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา โดยความรู้สึดังกล่าวนี้จะเป็นสิ่งที่กำหนดแบบของความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา

ตาม ทฤษฎี X McGregor ตั้งข้อสมมติฐานว่า คนโดยพื้นฐานแล้วจะมีลักษณะของความเกียจคร้านและหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องบังคับให้ทำงาน ผู้บริหารจะมีมาตรการของการควบคุมผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด คนจะถูกจูงใจด้วยผลตอบแทนทางการเงิน ผลประโยชน์พิเศษอย่างอื่น และจะถูกคุกคามด้วยการลงโทษ

แต่เพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ภายในสังคมแบบประชาธิปไตยที่คนมีระดับการศึกษาและมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น และมีโอกาสในการทำงานมากขึ้น การใช้ข้อสมมติฐานตาม ทฤษฎี X เพียงอย่างเดียวไม่น่าจะถูกต้อง และการบริหารด้วยวิธีการสั่งการและควบคุมอาจไม่ประสบความสำเร็จ McGregor เชื่อว่าเมื่อคนได้รับการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและความปลอดภัยอย่างเพียงพอแล้ว วิธีการของ ทฤษฎี X จะเป็นวิธีการที่ไม่เหมาะสม คนโดยทั่วไปแล้วจะมีความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการความสมหวังของชีวิต McGregor จึงเสนอ ทฤษฎี Y

ทฤษฎี Y ของ McGregor ได้ตั้งข้อสมมติฐานว่า แรงจูงใจ การพัฒนา และความรับผิดชอบนั้นมีอยู่กับทุกคน เป็นความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารที่ต้องทำให้คนพัฒนาคุณลักษณะเหล่านี้ขึ้นมา โดยหน้าที่ของผู้บริหารคือ ต้องจัดให้มีสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่เหมาะสม และวิธีการปฏิบัติงานที่ช่วยให้คนเหล่านี้สามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคลควบคู่ไปกับความสำเร็จของเป้าหมายองค์กร ผู้บริหารจะไม่ทำการควบคุมผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างเข้มงวด แต่จะพยายามส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาควบคุมตัวเอง ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความสมหวังของชีวิตได้

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรม

ความต้องการของผู้บริโภค แรงจูงใจ และพฤติกรรมต่างมีคำจำกัดความและสามารถกำหนดให้เห็นความสัมพันธ์กันได้ (ภาพที่ 2) หลักทั่วไป 3 ประการที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรมมีดังนี้ (ศุภร, 2544: 121-122)

1. พฤติกรรมของมนุษย์ทั้งหมดต้องได้รับการจูงใจหรือถูกกระตุ้น เมื่อใดก็ตามที่บุคคลได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมถือว่าบุคคลได้รับการจูงใจ แรงจูงใจต่าง ๆ จะนำไปสู่พฤติกรรมที่มุ่งตอบสนองความต้องการให้เป็นที่พอใจ
2. สภาพะของการจูงใจทั้งหมดไม่จำเป็นจะต้องนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม เมื่อผู้บริโภคไม่มีโอกาสที่จะกระทำ หรือแรงจูงใจไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ
3. พฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจอาจเกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือไม่มีการเรียนรู้ก็ได้ การกระทำใดๆที่มีมาตั้งแต่เกิดไม่จำเป็นต้องคิดหรือมีประสบการณ์มาก่อนจะถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่ต้องเรียนรู้ ซึ่งอาจสะท้อนมาจากประสาทโดยอัตโนมัติ หรือมาจากสัญชาตญาณ ส่วนพฤติกรรมที่ได้จากการเรียนรู้ จะได้มาจากการแก้ไขปัญหา หรือการมีประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะพบพฤติกรรมแบบนี้ได้มากที่สุดและมีความซับซ้อนมากที่สุดด้วย

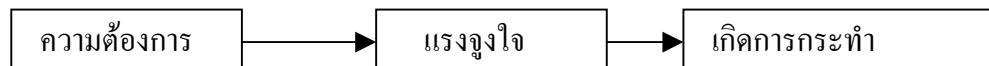
กรณีที่ไม่เกิดพฤติกรรม



กรณีเกิดพฤติกรรมที่ไม่ต้องเรียนรู้



กรณีการเกิดพฤติกรรมที่ได้จากการเรียนรู้



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรม

ที่มา: ศุกร, 2544: 123

ทั้งนี้การเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคล โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้ และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และรบเร้าให้คนอยากเดินทางมากขึ้น ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (ฉลองศรี, 2546: 37-39) เหล่านี้ได้แก่

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานจำเจ และความยุ่งยากต่างๆ ไปหาภูมิสงบเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา ว่ายน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย เช่น การไปทัวร์ สมาชิก

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural/Personal Education Motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม คนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล

สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่น ๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

3. แรงจูงใจทางด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/Interpersonal/Ethnic Motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบรู้จักกับมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติศาสนากับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมเดิมเป็นการชั่วคราว จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2533 พบว่า นักท่องเที่ยวซึ่งชอบอรรถศาสตร์ไมตรีของคนไทยมากที่สุด และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ปี 2537 ประทับใจลักษณะอุปนิสัยของคนไทยมากที่สุดว่าคนไทยมีความเป็นมิตร น่ารัก มีมารยาทและความเอื้ออาทร จึงนับว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ถึงแม้ว่าจะต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการการเดินทางเพื่อไปทำความรู้จักได้

4. แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ (Business/Work Related Motive) ได้แก่การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการติดตามผล การเข้าร่วมประชุม สัมมนา การเดินทางไปโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือกึ่งทำงานกึ่งเที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวงาน กีฬาเอเชียนเกมส์ การติดต่อธุรกิจนอกจากจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว การได้พบปะพูดคุยด้วยตนเองในสถานที่ของคู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไป กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติของโลก

5. แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment/Amusement/Pleasure/Parttime Motives) ได้แก่การไปเที่ยวชมสวนสนุก สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬาและกิจกรรมบันเทิง ซึ่งให้ความเพลิดเพลิน เช่น ขบวนพาเหรดรถบุปผาชาติ การแสดงแสงเสียง การแข่งรถ การได้ไปเที่ยวซื้อของยามว่าง การแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีลักษณะหลากหลาย การได้ดูชมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ดี จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดหลักยังคงมาเที่ยวต่อไป และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืน

6. แรงจูงใจทางด้านศาสนา (Religious Motives) ได้แก่การมีโอกาสไปร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่

ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน บริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยวและถือได้ว่าเป็นการพักผ่อนทางจิตใจด้วย

7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ หรือศึกษาต่อในต่างประเทศ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติ และมีสังคมดีขึ้น

การเดินทางท่องเที่ยวอาจมีได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การไปศึกษาหาความรู้ และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

นอกจากความต้องการ และแรงจูงใจ จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาแล้ว พฤติกรรมของบุคคลนั้นอาจเป็นผลกระทบมาจากอารมณ์หรือทัศนคติของตนเอง ซึ่งมนุษย์มักจะไม่กระทำสิ่งใดๆ ที่ตรงข้ามกับทัศนคติของตนเอง อย่างไรก็ตามพฤติกรรม และการกระทำที่แสดงออกมาให้เห็นสามารถเป็นผลมาจากทัศนคติที่แตกต่างกันหลายอย่าง

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความหมายของความคิดเห็น

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544: 186) กล่าวว่าความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจแสดงออกมาให้เห็นจากคำพูดหรือพฤติกรรมที่สะท้อนความคิดเห็นนั้นๆ

อดุลย์ และ ดลยา จาตุรงกกุล (2546: 125) กล่าวว่า ความคิดเห็น ในความรู้สึกนึกคิดของคนไทยคือ ใจ เพราะความรู้สึกดังกล่าวแสดงแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและความคิดเห็น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันเกิดจากตัวบุคคลและมีความสัมพันธ์ต่อภาพพจน์ของตราयीหื้อ

ธงชัย สันติวงศ์ (2540: 160) กล่าวว่า ความคิดเห็น หมายถึงสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งที่อยู่ภายในดังกล่าวนี้เอง เป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออก ที่ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้

ดังนั้นในการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็น มักจะมุ่งประเมินวัตถุที่เป็นเป้าหมายว่าชอบหรือไม่ชอบ โดยความคิดเห็น จะก่อให้เกิดพฤติกรรมออกมา แต่ความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นไม่จำเป็นต้องถาวรเสมอไป ความคิดเห็นมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

คุณสมบัติของความคิดเห็น (ศุภร, 2544: 177-180)

ความคิดเห็น เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง การได้ข้อมูลข่าวสารจากบุคคลอื่น หรือการรับข้อมูลจากโฆษณาจากสื่อต่างๆ

ความคิดเห็น ต้องมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ

ความคิดเห็น มีลักษณะถึงความพร้อมที่จะแสดงออก โดยเป็นการจัดเตรียมต่อการตอบสนองทันทีทันใดสำหรับสิ่งที่เรียนรู้ และกระบวนการทางความคิดที่ได้รับเข้ามา

ความคิดเห็น ต้องมีทิศทาง โดยในทางที่ดีจะก่อให้เกิดความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติ หรือมีปฏิกิริยาที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็น ในทางที่ไม่ดีจะก่อปฏิกิริยาในทางตรงข้ามคือละเว้นที่จะปฏิบัติในบางสถานการณ์ แต่ต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย

ความคิดเห็น ของผู้บริโภคมีความเข้มข้นต่างกัน สืบเนื่องจากการมีทิศทางแล้วยังมีระดับขั้นของความรู้สึกร่วมประกอบด้วย เช่น ความคิดเห็น ต่อสถานที่ในแง่บวกแบบมากที่สุด ก่อนข้างมากเฉยๆ น้อย และน้อยมาก

ความคิดเห็น มีรูปแบบในการแสดงออกเสมอ ทำให้ง่ายต่อการเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค อธิบายได้ว่า แม้ว่าผู้บริโภคจะมีความคิดเห็น มากมายหลายอย่าง แต่ว่าความคิดเห็น ที่เข้า

รู้สึกต่อการซื้อในสถานการณ์หนึ่ง ก็จะใกล้เคียงหรือคล้ายกันกับที่เขาได้เคยรู้สึกในสถานการณ์ซื้อในครั้งก่อนๆ

ความคิดเห็น มีความสมบูรณ์ที่แตกต่างกัน บางครั้งอาจเป็นไปได้ว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็น เกิดขึ้นจากข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ แต่ก็หมายความว่าความคิดเห็นนั้นถูกต้องแล้ว

มีลักษณะที่มั่นคงไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง มีความสอดคล้องไปในทางเดียวกับพฤติกรรมที่แสดงออก แต่ความมั่นคงของความคิดเห็นไม่ได้หมายความว่าคงที่หรือถาวร ความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ สิ่งสำคัญที่แสดงถึงความมั่นคงของความคิดเห็นคือ เราคาดว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นที่เขามี

อิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็น (อดุลย์ และ คลยา, 2546: 133-134)

ประสบการณ์ตรงของบุคคล ความคิดเห็น ของผู้บริโภคก่อตัวขึ้นมาเนื่องจากผลการเรียนรู้จากการทดลอง และผ่านการประเมินผลของบุคคลนั่นเอง

ผู้มีอิทธิพลจากแหล่งภายนอก บุคคลปกติต้องมีการติดต่อกับบุคคลอื่นๆ ฉะนั้นบุคคลเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็นได้

ผลจากวัฒนธรรมที่มีต่อการก่อตัวของความคิดเห็นจากทั้งอดีตและปัจจุบัน และการเกี่ยวข้องกับสังคม จะทำให้เกิดเป็นความคิดเห็นที่มีต่อสถานการณ์ขึ้นมาได้

องค์ประกอบของความคิดเห็น ความคิดเห็นมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ (ศุภร, 2544: 181) คือ

1. องค์ประกอบด้านความเข้าใจหรือความรู้ ความเข้าใจของบุคคล คือ ความรู้และการรับรู้ที่จำเป็นจะต้องมีการรวมกันของประสบการณ์โดยตรงของความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ
2. องค์ประกอบด้านความชอบ อารมณ์และความรู้สึก ซึ่งจะถูกใช้ในการประเมินวัตถุที่เป็นเป้าหมายของความคิดเห็น ต่อสิ่งต่างๆ ในลักษณะของ ความชอบ หรือ ไม่ชอบ ดี หรือ ไม่ดี
3. องค์ประกอบของการเกิดพฤติกรรม เป็นแนวโน้มที่จะมีการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมที่เกิดจากความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Shelley (อ้างถึงใน กุณฑลทิพย์, 2526: 18) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก (เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข) และความรู้สึกในทางลบ

ทั้งความรู้สึกในทางบวก ความสุข และความรู้สึกในทางลบ มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบของความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความรู้สึกในทางบวกมากกว่าความรู้สึกในทางลบ และความรู้สึกในทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ ที่มีผลต่อความพอใจแก่มนุษย์นั้นได้แก่ สิ่งเร้า หรือ ทรัพยากร การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือการศึกษาว่า สิ่งเร้าหรือทรัพยากรใดเป็นที่ต้องการในการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีสิ่งเร้าหรือทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้นความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม

Newman (อ้างถึงใน กุณฑลทิพย์, 2526: 19) เสนอแนวคิดในเรื่องความพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยศึกษาจากการตอบรับ และปฏิกิริยาของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งจะหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระที่สามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราการเต้นของหัวใจ การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของร่างกาย ในขณะที่การตอบรับหมายถึง การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งรวมเรียกว่า การตอบรับทางสังคม-จิตวิทยาและพฤติกรรม

ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

1. ลักษณะของบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม
2. ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ
3. การรับรู้ของบุคคล
4. การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น
5. ความพอใจในสภาพแวดล้อม
6. พฤติกรรมของบุคคลเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม

ปัจจัย 2 ปัจจัยแรกเป็นสิ่งที่ป้อนเข้าสู่ระบบ โดยเป็นลักษณะของบุคคลรวมถึงปัจจัยต่างๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจและรูปแบบวงจรชีวิต ส่วนปัจจัยใน 4 กลุ่มหลังเป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบ การที่บุคคลจะรับสภาพแวดล้อมใดๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลนั้น การประเมินผลความพึงพอใจของบุคคล พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลเกิดตามมาจากการรับรู้ การประเมินผลการแสดงออกนี้จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมนั้นหรือไม่

ในด้านความพอใจของลูกค้า นั้น อดุลย์ และ คลยา จาตุรงค์กุล (2546) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้าอาจนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาวที่น่าพอใจคุณประโยชน์ไปสู่ผู้ซื้อและผู้ขายทั้งสองฝ่าย ในปัจจุบันทางเลือกในการซื้อหรือการใช้บริการเปิดทางให้ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ค้น

ทุนในการชกุงลูกค้าใหม่ก็เพิ่มมากขึ้น ความสำคัญในการรักษาลูกค้าเก่าจึงมีความจำเป็น หากผู้บริโภคมมีความสุขในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หรือรับการบริการ ผู้บริโภคก็จะกลับมาซื้อสินค้าหรือรับการบริการซ้ำอีกจากผู้ผลิตรายเดิม ยิ่งกว่านั้นอาจมีการบอกต่อกับบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยอีกด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภคไม่สบายใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือการรับการบริการ นอกจากจะไม่ซื้อสินค้าเท่านั้น แต่จะไม่ซื้อทุกสิ่งทุกอย่างจากผู้ผลิตรายนี้อีก แต่ว่าความพองใจนั้นก็วัดได้ไม่แม่นักด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ความพองใจมีความหมายแตกต่างกันเมื่อคนต่างรายกัน บางคนร้องทุกข์กับข้อบกพร่องเล็กน้อย บางคนทนได้นาน การปฏิบัติงานในระดับเดียวกันอาจถูกตัดสินว่าพองใจหรือไม่พองใจก็ได้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล
2. ระดับความพองใจอาจเปลี่ยนแปลง อาจดีขึ้นหรือเลวลงเมื่อวันเวลาเปลี่ยนแปลงไป
3. ความพองใจอาจเปลี่ยนแปลงไปกับความต้องการและความชอบของผู้บริโภค สินค้าที่มีการยอมรับโดยสมบูรณ์ในเดือนแรกอาจกลายเป็นไม่พองใจในเดือนต่อมาเพราะแบบของการใช้ชีวิต รสนิยมหรือความต้องการมีการเปลี่ยนแปลง

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ในธุรกิจงานบริการนั้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าและการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ลูกค้าประทับใจนับเป็นหัวใจของงานบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของงานบริการคือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบและกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป ธุรกิจบริการก็จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงาน โดยความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ดังนี้

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะบ่งบอกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของ

การบริการที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในการตอบสนองการบริการที่ตรงกับลักษณะ หรือรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ กิจกรรมใดสามารถนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ บุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้การบริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการบริการอีกด้วย

3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและส่งผลให้กิจการบริการประสบความสำเร็จในที่สุด

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อผู้ให้บริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับการนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลายๆ สถานการณ์ในปัจจุบันย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เมื่อองค์กรบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการ และความก้าวหน้าใน ชีวิตการทำงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

ทฤษฎีทางด้านปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษา ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงาน ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน มีดังนี้

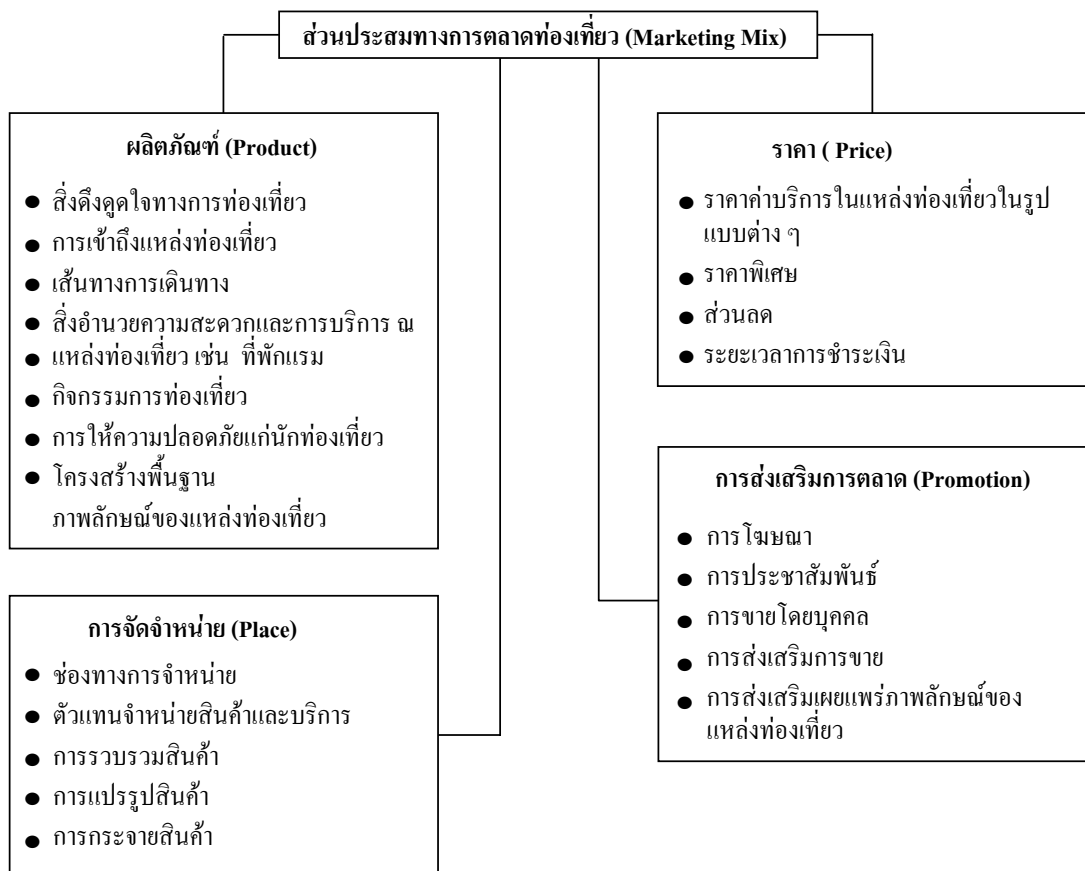
ส่วนผสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว (ฉลอมศรี, 2546: 66-107) (ภาพที่ 3) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม นามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด มีลักษณะเด่นดังนี้

1.1 มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวผสมกัน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจ การขนส่ง ธุรกิจบันเทิง ซึ่งธุรกิจบริการเหล่านี้ต่างมีนโยบาย การวางแผนการตลาด รูปแบบการ บริการและการดำเนินงานอื่นๆในลักษณะที่แตกต่างกัน ทำให้ยากต่อการระบุมาตรฐาน และการควบคุม นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความพอใจ ความร่วมมือกันทางธุรกิจมีความ สำคัญที่จะสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว

1.2 ส่วนผสมบางส่วนของผลิตภัณฑ์เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องหรือทดลองใช้ ก่อนได้ เช่น การบริการ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวต้องใช้ความรู้สึกส่วนตัว อารมณ์ และจินตนาการในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้ประกอบธุรกิจก็ต้องนำเสนอขาย โดยการสร้าง สถานการณ์สมมติให้ลูกค้าเกิดจินตนาการ และเห็นภาพชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร

1.3 อายุของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ ใช้สินค้าจำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน ลูกค้าต้องการบริโภคเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อน ในช่วงสุดสัปดาห์ หรือฤดูกาลท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ปิดภาคการศึกษา รายการนำเที่ยวบางอย่างเป็นที่ นิยมตามฤดูกาล เช่น รายการนำเที่ยวทางทะเลในฤดูร้อน แต่ในฤดูฝนคนไม่นิยมเดินทางกัน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับฤดูกาล และต้องมีวิธี ส่งเสริมการขายนอกฤดูกาลเพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงที่คนไม่นิยมเดินทาง



ภาพที่ 3 รายละเอียดส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Mix)

ที่มา: ปรับปรุงจาก Philip Kotler, 1997: 92

1.4 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายมาก การจำหน่ายผ่านตัวแทน ทำให้ขายได้ปริมาณมากกว่าขายตรงจากผู้ผลิต ดังนั้นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบิน สวนสนุก โรงแรมจะต้องลงทุนสูงจึงต้องการกระจายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เงินทุนกลับคืนหรืออยู่ในจุดคุ้มทุนให้รวดเร็วที่สุด ลูกค้าจะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง เพราะผู้ผลิตได้ให้สิทธิพิเศษ แก่ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งผิดกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งมักจะราคาสูงขึ้นเมื่อผ่านตัวกลาง

1.5 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวถูกออกแบบได้ง่าย ทั้งในส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติเป็นสินมรดกของประเทศไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ

ของ แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และรูปแบบการบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจคิดขึ้น อาจถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายเมื่อเห็นว่าสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามาแล้ว

2. ราคา ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับ ไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายต่างกลุ่มกัน เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน นักท่องเที่ยวจะจ่ายค่าที่พักแตกต่างกัน เพราะเลือกใช้ที่พักแรมต่างประเภทกัน มีทั้งพักในโรงแรม รีสอร์ท และแคมป์ นอกจากนี้ราคายังแตกต่างกันตามฤดูกาล ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ราคาที่เป็นจริง หมายถึงราคาจริงของสินค้าและบริการแต่ละประเภทที่องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้นทุนหรือมูลค่าของการผลิตสินค้านั้นๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารถ ค่าเข้าชม เป็นต้น

2.2 ราคาทางจิตใจ หมายถึง ราคาหรือคุณค่าที่สร้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้าภูมิใจ มีความสุขและพอใจในการใช้สินค้าและบริการนั้น ตัวอย่างเช่น การเข้าพักโรงแรมระดับห้าดาว ราคาที่เป็นจริง คือ ค่าลงทุนก่อสร้าง ต้นทุนสินค้าและบริการต่างๆ ในโรงแรม ส่วนราคาทางจิตใจ คือ ความหรูหรา

ดังนั้น หากผู้ประกอบการสามารถจัดสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้มากเพียงใด ก็สามารถสร้างราคาที่สูงกว่าราคาที่เป็นจริงได้มากเท่านั้น เพราะราคาการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง หมายถึงรวมถึงราคาสินค้าที่เป็นจริงบวกกับราคาหรือคุณค่าทางจิตใจ

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการที่จะนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว วิธีการเหล่านี้ได้แก่

3.1 การรวบรวมสินค้า หมายถึง การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในปริมาณที่มากพอสมควรในนามของบริษัทและนำมารวบรวมไว้เพื่อแบ่งขายหรือขายรวมกันเป็นชุด (package) ให้แก่นักท่องเที่ยว หรือให้แก่ตัวแทนจำหน่ายที่พยายามจัดหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลายๆ ประเภทเพื่อเสนอขายแก่ลูกค้า

3.2 การแปรรูปสินค้า หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลายประเภทที่รวบรวมไว้มาจัดรวมอย่างเหมาะสมและขายเป็นชุด (package) ในราคาเหมาะจ่ายบริษัทจัดนำเที่ยวที่นำผลิตภัณฑ์มาจัดจะต้องทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถจัด และตัดแปลงรายการนำเที่ยวได้อย่างเหมาะสมตามวันและเวลาและความสามารถในการซื้อของลูกค้า

3.3 การกระจายสินค้า หมายถึงวิธีการกระจายการจำหน่ายสินค้าที่รวบรวมไว้แล้วไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือนักท่องเที่ยวโดยวิธีการต่างๆ ดังนี้

3.3.1 การขายตรง หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจัดแผนกขายเองหน้าร้านของบริษัทโดยมีพนักงานประจำเรียกว่า counter sale หรือ collective sale หรือส่งพนักงานขายออกไปขายยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น บริษัท หรือ สมาคมที่ต้องการให้รางวัลการท่องเที่ยวแก่พนักงานของตนที่ทำงานเกินเป้าหมายที่กำหนด หรือการขายผ่านระบบคอมพิวเตอร์ การขายทางโทรศัพท์

3.3.2 การขายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย ซึ่งควรเลือกตัวแทนที่เหมาะสมที่สุด เริ่มตั้งแต่ทำเลที่ตั้งหรือสถานที่จำหน่ายที่ใกล้ลูกค้าเป้าหมายหรือมีความสะดวกทางการคมนาคมมากที่สุด ความสามารถและความร่วมมือในการจำหน่ายสินค้า การให้บริการ การหาตลาดเพิ่มเติมและความสามารถในการครอบคลุมตลาด การสร้างแรงจูงใจในการซื้อ ความพร้อมและความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การเปิดสาขาใหม่ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นการเพิ่มต้นทุนมากขึ้น

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่าย เพื่อติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและลูกค้าเป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเป็นซึ่งไปในลักษณะส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความร่วมมือในการอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) มากขึ้น โดยผ่านทางเครื่องมือต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย

ชวลีตรี ชูชาติ (2538: 38-45) ได้อธิบายปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่สามารถกำหนดการท่องเที่ยวของผู้ซื้อ(นักท่องเที่ยว) ไว้ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) คือ สิ่งต่างๆที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงสาธารณูปโภคต่างๆ
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือการคมนาคมขนส่ง ที่จะพานักท่องเที่ยวสู่แหล่งท่องเที่ยว
4. การต้อนรับของผู้ให้บริการ (Hospitality) คือ อารมณ์ไมตรีของผู้คนในท้องถิ่นในสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดความประทับใจของนักท่องเที่ยว

ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น ถ้าแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสและเกิดความประทับใจ ก็มีความต้องการที่จะกลับไปท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งก็เป็นผลดีต่อชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวขึ้นมา

สภาพทั่วไปของจังหวัดสมุทรสงคราม

เนื้อหาส่วนนี้จะกล่าวถึงสภาพทั่วไปของจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา ซึ่งจะทำให้ผู้ศึกษาและผู้สนใจมีความเข้าใจและมองเห็นภาพรวมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามดียิ่งขึ้น

ที่ตั้งและเขตการปกครอง

จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทางประมาณ 65 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 416.707 ตร.กม. หรือ 260,441.87 ไร่ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม เนื้อที่ 169.057 ตร.กม. อำเภอ อัมพวา เนื้อที่ 170.164 ตร.กม. และอำเภอบางคนที เนื้อที่ 77.486 ไร่

อาณาเขต

จังหวัดสมุทรสงคราม มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดราชบุรี
ทิศใต้	ติดทะเลอ่าวไทย ตรงปากแม่น้ำแม่กลอง และ จังหวัดเพชรบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี และ จังหวัดราชบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านตอนกลางของพื้นที่ตามแนวเหนือ – ใต้ ผ่านอำเภอบางคนที อำเภออัมพวา อ่าวไทยที่บริเวณปากแม่น้ำ ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสงคราม บริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลของจังหวัดสมุทรสงคราม มีความยาวชายฝั่งทะเลประมาณ 23 กิโลเมตร ส่วนใหญ่พื้นที่เกือบทั้งหมดของจังหวัดเป็นที่ราบชายฝั่งที่มีความลาดเอียงน้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ ไปทางชายฝั่งทะเล ไม่มีภูเขา หรือเกาะ มีคลองธรรมชาติ และคลองขุดเชื่อมต่อกันเป็น

โครงข่ายทั่วพื้นที่กว่า 300 คลอง คลองเหล่านี้ทำหน้าที่ระบายน้ำ ระหว่างพื้นที่ส่วนบนกับฝั่งทะเล นอกจากคลองเหล่านี้จะระบายน้ำออกจากแผ่นดินลงสู่ทะเลแล้ว ในแต่ละวันจะมีน้ำขึ้นน้ำลงที่อ่าวไทย ส่งผลให้เกิดน้ำทะเลหนุนเข้ามาตามแม่น้ำแม่กลอง และตามคูคลองต่างๆ จากภูมิประเทศเช่นนี้ ทำให้เกิดความสะดวกรวดในการคมนาคมทางน้ำ และการประกอบอาชีพด้านกสิกรรม

พื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถแบ่งสภาพน้ำได้ 3 เขต คือ

1. เขตน้ำเค็ม เป็นพื้นที่ริมฝั่งทะเลเข้ามาประมาณ 3 กิโลเมตร สภาพน้ำเป็นน้ำเค็ม ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสงคราม
2. เขตน้ำกร่อย เป็นพื้นที่ถัดจากเขตน้ำเค็มขึ้นมาประมาณ 3 กิโลเมตร สภาพน้ำเป็นน้ำกร่อย ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอมัทพวา และเขตอำเภอเมืองสมุทรสงคราม
3. เขตน้ำจืด เป็นพื้นที่ถัดจากเขตน้ำกร่อย สภาพน้ำเป็นน้ำจืดที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการอุปโภคและบริโภค ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอมัทพวาตอนเหนือ และอำเภอบางคนทีทั้งหมด

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศส่วนใหญ่จะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม พายุดีเปรสชัน และได้ฝุ่น ในหนึ่งปีมี 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน ช่วงกลางเดือนกุมภาพันธ์ – กลางเดือนพฤษภาคม ฤดูฝน ช่วงกลางเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม และฤดูหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายน – กลางเดือนกุมภาพันธ์

ประชากร

จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 204,995 คน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2543) โดยแยกตามอำเภอ ดังนี้ คือ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม ชาย 35,332 คน หญิง 28,192 คน รวม 63,524 คน อำเภอมัทพวา ชาย 26,761 คน หญิง 19,064 คน รวม 45,825 คน อำเภอบางคนที ชาย 17,321 คน หญิง 19,064 คน รวม 36,385 คน ความหนาแน่นของประชากรทั้งจังหวัดสมุทรสงคราม เท่ากับ 492 คน/ตารางกิโลเมตร ความหนาแน่นของประชากรอำเภอเมือง 635 คน/ตารางกิโลเมตร อำเภอมัทพวา 360 คน/ตารางกิโลเมตร อำเภอบางคนที 470 คน/ตารางกิโลเมตร

การคมนาคม

ในอดีตการคมนาคมจังหวัดสมุทรสงคราม โดยทั่วไปอาศัยการคมนาคมทางน้ำ แต่ปัจจุบันมีทางหลวงแผ่นดินตัดผ่านในปี พ.ศ. 2512 ทำให้สามารถติดต่อกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวกมากขึ้น การคมนาคมแบ่งออกเป็น

การคมนาคมทางบก ได้แก่ ทางรถยนต์ และ ทางรถไฟ

เส้นทางหมายเลข 35 คือเส้นทางรถยนต์สาย ธนบุรี-ปากท่อ ระยะทางจากกรุงเทพฯ ถึงจังหวัดสมุทรสงครามประมาณ 65 กิโลเมตร

เส้นทางรถไฟสาย แม่กลอง-วงเวียนใหญ่ ส่วนใหญ่จะใช้สำหรับการสัญจรและขนส่งเสบียงอาหารของประชาชน การคมนาคมทางรถไฟแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ จากสถานีแม่กลอง อ. เมือง-สถานีบ้านแหลม อ. เมือง ระยะทาง 33.10 กิโลเมตร แล้วลงเรือข้ามแม่น้ำท่าจีนไปขึ้นรถไฟตอนที่ 2 ที่สถานีมหาชัย อ. เมือง จ. สมุทรสาคร-สถานีวงเวียนใหญ่ ระยะทาง 33.8 กิโลเมตร

การคมนาคมทางน้ำ จังหวัดสมุทรสงครามมีแม่น้ำไหลผ่านทั้ง 3 อำเภอ เป็นระยะทางประมาณ 30 กม. ออกสู่ปากอ่าวแม่กลอง มีคลองเล็กๆ อีกประมาณ 300 คลอง การคมนาคมในจังหวัดจึงใช้เรือเป็นสำคัญ ซึ่งโดยมากได้แก่ เรือยนต์ เรือหางยาว เรือแจว และมีท่าเทียบเรืออีก 7 แห่ง ส่วนการติดต่อกันระหว่างจังหวัดที่ใช้ทางเรือ คือ จังหวัดสมุทรสงคราม-จังหวัดราชบุรี ใช้แม่น้ำแม่กลองเป็นเส้นทางคมนาคม ระหว่าง จังหวัดสมุทรสงคราม-อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ใช้เส้นทางทะเล ระหว่างจังหวัดสมุทรสงคราม-กรุงเทพฯ เดิมใช้ลำคลอง เช่น คลองแม่กลอง คลองภาษีเจริญ แต่ปัจจุบันนิยมใช้เรือเดินทะเลส่งสินค้าขึ้นมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา

การเกษตรกรรม

จังหวัดสมุทรสงครามมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 260,442 ไร่ มีพื้นที่ทำการเกษตร 181,410 ไร่ หรือประมาณร้อยละ 70 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยอำเภอที่มีพื้นที่ทำการเกษตรมากที่สุดคือ อำเภออัมพวา รองลงมา คือ อำเภอเมือง และอำเภอบางคนที ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นการใช้ประโยชน์

พื้นที่ เพื่อการปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น ซึ่งพืชที่มีการปลูกมากที่สุดได้แก่ มะพร้าวผล มะพร้าวตาล ส้มโอ ถั่วลิสง น้ำว่า ลินจี และ มะพร้าวอ่อน ตามลำดับ รองลงมาเป็นการเกษตรอื่นๆ (ประมง ปศุสัตว์) นาข้าว พืชผัก พืชไร่ และไม้ดอก ไม้ประดับ

การปศุสัตว์

จังหวัดสมุทรสงครามมีการเลี้ยงสัตว์ไม่มากนัก เนื่องจากสภาพพื้นที่ไม่เอื้ออำนวย มีแม่น้ำลำคลองมากมาย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นร่องสวน ลักษณะการเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นการเสริมรายได้จากอาชีพหลักด้านการกสิกรรมและการประมง ชนิดสัตว์ที่เลี้ยงได้แก่ โค สุกร เป็ด และไก่ โค ส่วนมากเป็นโคพันธุ์พื้นเมือง เลี้ยงกันมากที่ตำบลแพรกหนามแดง และตำบลวัดประดู่ อำเภออัมพวา มีการเลี้ยงทั้งสุกรพันธุ์และสุกรขุน ลักษณะการเลี้ยง ส่วนใหญ่เป็นฟาร์มขนาดกลาง (100-1,000 ตัว) ไก่ มีทั้งไก่เนื้อและไก่ไข่ ลักษณะการเลี้ยงเป็นฟาร์มไก่ขนาดกลาง (1,000- 10,000 ตัว) เช่นกัน

การประมง

จังหวัดสมุทรสงคราม มีการทำประมงทั้งประมงน้ำจืด ประมงน้ำกร่อย และประมงทะเล รวมทั้งการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำด้วย โดยการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่สำคัญ คือ การเลี้ยงปลาสด มีพื้นที่การเลี้ยง 7,834 ไร่ โดยผู้เลี้ยงทั้งหมดจำนวนร้อยละ 90 อยู่ในเขตตำบลแพรกหนามแดง อำเภออัมพวา โดยผลผลิตร้อยละ 80 ขายในลักษณะปลาสด และที่เหลือขายเป็นปลาสดเค็มตากแห้ง ส่วนการเลี้ยงสัตว์น้ำชนิดอื่นมีจำนวนน้อยและนิยมไว้บริโภคในครัวเรือน เป็นลักษณะการเลี้ยงในร่องสวนในเขตอำเภออัมพวาและอำเภอบางคนที

การทำประมงน้ำจืด การจับสัตว์น้ำที่สำคัญคือการตกกุ้งก้ามกรามในแม่น้ำแม่กลอง และตามลำคลองสาขาต่างๆ ซึ่งในอดีตกุ้งก้ามกรามมีปริมาณชุกชุม และเป็นสัตว์น้ำที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสมุทรสงคราม แต่ในปัจจุบันได้มีการใช้ยาเบื่อกันมากขึ้นประกอบกับแหล่งน้ำมีสภาพเสื่อมโทรมลง ทำให้ปริมาณกุ้งก้ามกรามลดน้อยลง

การประมงน้ำกร่อย (การประมงเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง) การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา โดยเกือบทั้งหมดอยู่ในเขตอำเภอเมืองฯ ในบริเวณที่ห่างจากชายฝั่งโดยการนำน้ำทะเลเข้ามาเติม และเลี้ยงแบบระบบปิด

การเลี้ยงกุ้งแชบ๊วยแบบปล่อยเสริม จากปัญหาการเลี้ยงกุ้งกุลาดำในบริเวณชายฝั่งทำให้เกษตรกรหันมาเลี้ยงแบบธรรมชาติมากขึ้น โดยการคั้นน้ำทะเล ที่มีเชื้อจากธรรมชาติเข้ามาและปล่อยกุ้งกุลาดำและกุ้งแชบ๊วย และบางรายปล่อยปูทะเลเสริม ทำให้รายได้ค่อนข้างดี พื้นที่การเลี้ยงในพื้นที่อำเภอเมืองสมุทรสงครามและอำเภออัมพวา

การเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง ซึ่งเป็นอีกอาชีพหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากปลากะพงเป็นปลาที่ตลาดมีความต้องการและมีราคาแพง โดยทั้งหมดเลี้ยงในกระชังในแม่น้ำแม่กลองในเขตอำเภอเมืองสมุทรสงคราม นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงปลาทับทิมในกระชังในเขตอำเภอบางคนที การเลี้ยงหอยแมลงภู่และหอยแครง ซึ่งจะเลี้ยงในทะเลบริเวณชายฝั่งอ่าวแม่กลองในเขตอำเภอเมืองฯ

การทำประมงทะเล จังหวัดสมุทรสงครามนับว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญด้านการประมงทะเล โดยมีเรือประมงที่ได้จดทะเบียนในจังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งสิ้น 972 ลำ โดยมีเรือประมงที่ใช้เครื่องมืออวนลากมากที่สุด จำนวน 928 ลำ ทำให้ปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้ของจังหวัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศ โดยในปี 2542 มีปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้ทั้งหมดประมาณ 3,068,000 กิโลกรัม มูลค่าประมาณ 45,000,000 บาท ทำให้ธุรกิจต่อเนื่องด้านการประมง เช่น โรงน้ำแข็ง โรงน้ำปลา คานเรือ มีการจ้างแรงงานสูงขึ้นไปด้วย

การท่องเที่ยว

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม จึงมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและโบราณสถานจำนวนมาก เช่น ดอนหอยหลอด ป่าชายเลน วัดเพชรสมุทรวรวิหาร วัดศรีทธาธรรม วัดจุฬามณี วัดอัมพวันเจติยาราม วัดกุ่มรินทร์กุฎีทอง วัดบางกะพ้อม วัดเขยี่สาร วัดบางแค วัดอินทาราม วัดเจริญสุขาราม วัดบางกุ้ง อนุสรณ์แผ่นดินสยามอิน - จันทิพิพิธภัณฑ์เรือ อุทยาน ร.2 ตลาดน้ำท่าคา บ้านเบญจรงค์ ออร์คิดฟาร์ม และอาสนวิหารแม่พระบังเกิด ฯลฯ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสมุทรสงคราม เดือนหนึ่งประมาณ 2,500 - 3,000 คน และเข้าพักในจังหวัดเดือนละประมาณ 500 คน (เนื่องจากเป็นทางผ่าน) ระยะเวลาพักอาศัย 1 - 3 คืน โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 700,000 บาท/เดือน คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยว 8,400,000 บาท/ปี ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 300 - 500 บาท/คน/วัน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตของเกษตรกรในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ควบคู่ไปกับการเรียนรู้การทำเกษตรในลักษณะต่างๆ ที่หลากหลายทั้งการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง รวมทั้งการศึกษาขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ยังสามารถเลือกซื้อผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตได้โดยตรง นักท่องเที่ยวจะได้เที่ยวชมทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติของชุมชนนั้นๆ ส่วนคนในชุมชนก็ต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวขึ้นมา

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยลักษณะการประกอบอาชีพด้านการเกษตร ที่มีความเกี่ยวข้อง ผูกพันกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจังหวัดสมุทรสงครามมานาน โดยสังคมเกษตรจะแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและพัฒนาการของชุมชนชุมชนต่างๆ จึงได้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น โดยอาศัยทรัพยากรที่มีในชุมชนประกอบกับภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

การเลี้ยงน้ำตาลมะพร้าว ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวโด่ง ตำบลคลองเงิน อำเภอเมืองฯ

การทำสวนส้มโอปลอดสารพิษ กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรหม ตำบลบางพรหม อำเภอบางคนที

การเช่าอ้อมพีชผักผลไม้ ได้แก่ บอระเพ็ด ส้มโอ ตำลึง มะนาว กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางพรหมสร้างสรรค์ ตำบลบางพรหม อำเภอบางคนที

การทำน้ำพริกและขนมไทย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเทิดไทยร่วมใจ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา

HOME STAY ท่องเที่ยวเกษตร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเทิดไทยร่วมใจ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา

การทำวุ้นมะพร้าว กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดประดู่พัฒนา ตำบลวัดประดู่ อำเภออัมพวา

การทำขนมพุดและผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและ HOME STAY กลุ่มแม่บ้านเกษตรบางจะเกร็ง ตำบลบางจะเกร็ง อำเภอเมืองฯ

การอนุรักษ์นกชายทะเล กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฯ

การอนุรักษ์ตลาดน้ำท่าคา และ HOME STAY กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา

การอนุรักษ์แมวไทย กลุ่มอนุรักษ์แมวไทยตำบลแควอ้อม อำเภออัมพวา

การทำนาเกลือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฯ

กลุ่มผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้ หมู่บ้านเขายี่สาร อำเภออัมพวา

HOME STAY บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อำเภออัมพวา

กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวพื้นบ้าน ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านริมคลอง ตำบลบ้านปรก อำเภอเมืองฯ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลาชวงาม สัมโสภาใหญ่ หิ่งห้อย ตำบลท้ายหาด อำเภอเมืองฯ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ล่องเรือบนเลน การทำกะปิ ตำบลคลองโคน อำเภอเมืองฯ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสาวณิต ตั้งตระกูล (2533) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 397 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 44 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ประกอบกับการใช้สถิติแบบพรรณนาและสถิติไคสแควร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีสมมติฐานการวิจัยว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน รูปแบบลักษณะการท่องเที่ยวที่ต่างกัน และกิจกรรมการพักผ่อนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจได้แก่ ความร่มรื่นบริเวณชายหาด ทางลงสู่ชายหาด อุปสรรคของโขดหินต่อกิจกรรมการพักผ่อน ปริมาณถังขยะ การตั้งร้านอาหารบนชายหาด จำนวนแผ่นป้ายสื่อความหมาย การเลือกที่ตั้งแผ่นป้ายและการปลูกสร้างเพิ่มขึ้น

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์การเดินทาง ประเภทของกลุ่มเดินทาง ขนาดของกลุ่มเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาในการพักค้างคืน ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวทะเล ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นแตกต่างกัน

ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน โดยมีสมมติฐานการวิจัยว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ตัวอย่าง ประกอบกับการใช้สถิติพรรณนาและสถิติไคสแควร์ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 5,000-9,999 บาทต่อเดือน และพักอาศัยในเขตภาคกลาง โดยส่วนมากเคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว โดยมีเพื่อนเป็นผู้แนะนำมาเที่ยว ทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือหรือนิตยสาร เดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์กับเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนมากไม่พักค้างคืน ค่าใช้จ่ายครั้งละ

ประมาณ 500-999 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญที่สุด

การศึกษามีการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

สุภารัตน์ พันธุ์นิกุล (2545) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยด้วยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อัตราส่วนราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและตัวแปรหุ่นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในแต่ละช่วงเวลา

ประกาศิต ทองเจือเพชร(2544) ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาด้วยการทดสอบสมมติฐานที่มีว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดและประเภทของปัจจัยทางการตลาดโดยใช้ค่าไคสแควร์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกาให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านอื่นๆ และปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ตามลำดับ โดยสินค้าทางการท่องเที่ยวและระดับราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านอื่นๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการส่งเสริมการตลาดของสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับต่ำที่สุด

สำหรับประเภทของสินค้าทางการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกามาที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว ประเภทของราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว คือ ราคาค่าบริการด้านที่พัก ประเภทช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว คือ ผู้จัด

จำหน่ายตัวเครื่องบิน และประเภทการส่งเสริมการตลาดสินค้าทางการท่องเที่ยวคือ การโฆษณา ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ คือ สถานภาพทางการเมือง รongลงมาคือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

วิภา วัฒนพงษ์ชาติ (2542) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี และพิจารณาให้ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยวิธีออกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 174 คน และจังหวัดภูเก็ตจำนวน 274 คนด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการประเมินจากแบบสอบถาม นำมาแจกแจงความถี่ ร้อยละ ส่วนที่สองเป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต กลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกันทั้งภูมิภาค ทศนิยมและความต้องการท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยบวกคือสภาพภูมิทัศน์ของท้องถิ่นนั้นและสาธารณูปโภคที่เพียงพอ ส่วนปัจจัยลบมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากที่สุด คือ ปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นปัญหาค่าครองชีพสูงและการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางไปจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่เกิดจากจังหวัดเชียงใหม่มีการพัฒนาความเป็นเมืองขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดความสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นลงและยังประสบปัญหาต่อเนื่องอีก ได้แก่ ปัญหาการจราจรติดขัดและปัญหามลพิษ

ส่วนที่สองเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับภูมิภาค ผลปรากฏว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจัยด้านบวกคือด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก

ส่วนปัจจัยทางด้านลบคือด้านปัญหาอาชญากรรม และปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ ส่วนจังหวัดภูเก็ต ปัจจัยด้านบวกคือ ด้านสภาพภูมิอากาศที่ดี ความเป็นมิตรและอบอุ่น สิ่งแวดล้อมที่ดี และการอาบแดด ปัจจัยด้านลบ คือ ปัญหาอาชญากรรมและขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ

สมมติฐานในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน มีสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1

สมมติฐานศูนย์ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานเลือก นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนแตกต่างกัน

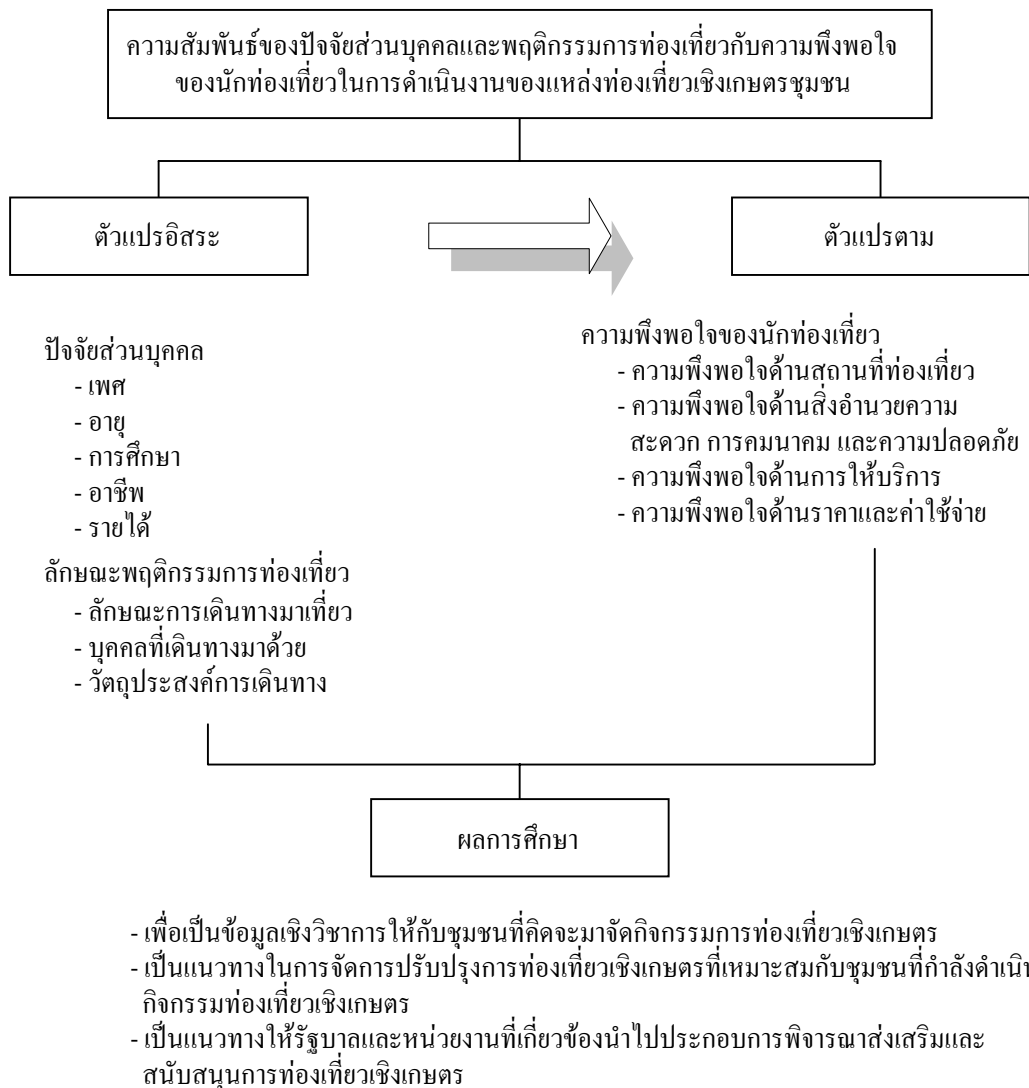
สมมติฐานที่ 2

สมมติฐานศูนย์ นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานเลือก นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาถึง ทฤษฎี ความรู้ เกี่ยวกับพฤติกรรม ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยว และ ผลงานวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับ แนวคิดทางด้าน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการทำการวิจัย โดยสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรตาม คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 4 ด้านโดยปรับปรุงจากกรอบแนวคิดด้านปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่ง ชูสิทธิ์ (2538: 38-45) ได้เสนอแนะไว้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง
2. ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย
3. ความพึงพอใจด้านการให้บริการ
4. ความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย

ตัวแปรอิสระ เป็นการวัดระดับกลุ่ม (Nominal Scale) ประกอบด้วยสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ (Sex) อายุ (Age) การศึกษา (Education) อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income)
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว พิจารณา 3 ตัวแปร คือ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

การวัดค่าตัวแปรตาม เป็นการวัดแบบจัดอันดับต่อเนื่อง (Continuous Ordinal Scale) ของความพึงพอใจ จะใช้มาตรวัดเจตคติของลิเคอร์ท (likert scale) มาเป็นเครื่องมือในการวัด เพื่อแปลค่าข้อมูลออกมาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยทำการแบ่งระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ ต่ำสุด ต่ำปานกลาง สูง สูงที่สุด โดยให้น้ำหนักคะแนนเป็น 1 2 3 4 5 ตามลำดับ โดยช่วงความกว้างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละชั้น คำนวณจากสูตร (ชัชวาล, 2537: 14) คือ

$$\begin{aligned} \text{ช่วงระดับคะแนนเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ประกอบกับมีข้อจำกัดทางด้านสถานที่ เวลา และเงินทุนที่ใช้ในการศึกษาที่มีจำนวนจำกัด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จึงต้องคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าวด้วย การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้อย่างน้อย 200 ตัวอย่าง ซึ่งคำนวณหาจากสูตรคำนวณกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่เสนอโดย Yamane (1967: 57) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{d^2}$$

โดย

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- Z² = ค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เท่ากับ 1.96
- σ² = ความแปรปรวนของสัดส่วนประชากร กำหนดร้อยละ 50 เท่ากับ 0.5
- d² = ค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่ยอมรับให้เกิดขึ้น กำหนดให้ร้อยละ 7 เท่ากับ 0.07

แทนค่า

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.07)^2}$$

$$= 196 \quad \text{คน}$$

วิธีการวิจัย

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลของทั้งส่วนชุมชนที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร และส่วนของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยในส่วนของชุมชนที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร นั้นจะศึกษาโดยการตอบแบบสอบถามของเกษตรกรที่เป็นผู้นำของชุมชนที่พร้อมให้บริการในเรื่องการท่องเที่ยวทั้ง 17 แห่ง เพื่อทราบถึงลักษณะการดำเนินการ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน โดยโครงสร้างของแบบสอบถามผู้นำชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การดำเนินงานในรูปแบบชุมชนของชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นคำถามให้เลือกตอบ โดยแบ่งออกเป็นโครงสร้างด้านต่างๆ ได้แก่ โครงสร้างชุมชนแบบองค์รวม โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร โครงสร้างอาชีพโดยชุมชนและการมีส่วนร่วม โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชน และโครงสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบ โดยแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงาน การบริหาร และการจัดการ และ ด้านนักท่องเที่ยว

โดยแบบสอบถามนี้ เป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งใช้วิธีของ ลิเคอร์ท์ คำตอบประเมินเป็น 5 ระดับ คือ

พบกิจกรรมหรือปัญหาในด้านนั้นๆ มากที่สุด คะแนน 4 คะแนน

พบกิจกรรมหรือปัญหาในด้านนั้นๆ มาก คะแนน 3 คะแนน

พบกิจกรรมหรือปัญหาในด้านนั้นๆ	ปานกลาง	คะแนน	2	คะแนน
พบกิจกรรมหรือปัญหาในด้านนั้นๆ	น้อย	คะแนน	1	คะแนน
ไม่พบกิจกรรมหรือปัญหาในด้านนั้นๆ		คะแนน	0	คะแนน

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ดังนี้

0.00 – 0.80 พบความเป็นธุรกิจชุมชน/พบปัญหา ใน โครงสร้างด้านนั้นๆ น้อยที่สุด

0.81 – 1.60 พบความเป็นธุรกิจชุมชน/พบปัญหา ใน โครงสร้างด้านนั้นๆ น้อย

1.61 – 2.40 พบความเป็นธุรกิจชุมชน/พบปัญหา ใน โครงสร้างด้านนั้นๆ ปานกลาง

2.41 – 3.20 พบความเป็นธุรกิจชุมชน/พบปัญหา ใน โครงสร้างด้านนั้นๆ มาก

3.21 – 4.00 พบความเป็นธุรกิจชุมชน/พบปัญหา ใน โครงสร้างด้านนั้นๆ มากที่สุด

ส่วนของนักท่องเที่ยวนั้นจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากแหล่งท่องเที่ยวแห่งละ 12-15 คนโดยใช้ตัวแทนกลุ่มของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเพียง 1 คนที่มาเที่ยวชม ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม และจะทำการสุ่มจนครบตามจำนวนที่ต้องการเพื่อตอบแบบสอบถาม โดยโครงสร้างของแบบสอบถามมีทั้งคำถามปลายปิดและปลายเปิดเพื่อทราบถึงทัศนคติ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ได้รับต่อการดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งโครงสร้างของแบบสอบถามนั้นแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

ตอนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์การเดินทาง สาเหตุการเดินทาง แหล่งข้อมูล ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ระยะเวลาในการเที่ยวชม และค่าใช้จ่าย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม และความปลอดภัย ด้านการให้บริการ และ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย

โดยแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามที่สร้างขึ้นโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งใช้วิธีของ ลิกอร์ท คำตอบประเมินเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คะแนน 5 คะแนน

ระดับความพึงพอใจมาก คะแนน 4 คะแนน

ระดับความพึงพอใจปานกลาง คะแนน 3 คะแนน

ระดับความพึงพอใจน้อย คะแนน 2 คะแนน

ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คะแนน 1 คะแนน

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ดังนี้

1.0 – 1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

1.81 – 2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย

2.61 – 3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

3.41 – 4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก

4.21 – 5.00 หมายถึง ฟังพอใจมากที่สุด

แบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ผู้วิจัยได้พัฒนาและปรับปรุงข้อบกพร่อง โดยขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ เก็บข้อมูล โดยคณะผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูมิ รวบรวมข้อมูลลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนที่ดำเนินการอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ใน 2 ประเด็นหลัก ได้แก่

2.1.1 เป็นการอธิบายและให้ข้อมูลรายละเอียดประเด็นต่างๆ ที่ศึกษาตาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประกอบด้วย (1) ลักษณะการดำเนินธุรกิจ (2) การดำเนินงานในรูปแบบชุมชน โดยจะศึกษาเปรียบเทียบสภาพธุรกิจชุมชนที่สังเกตได้กับกรอบแนวคิดในเรื่องลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบชุมชนที่พึงประสงค์ และ (3) ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

2.1.2 อธิบายลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ค่าสถิติเบื้องต้นนำเสนอผลการวิเคราะห์ ซึ่งได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) ซึ่งจะวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระอันได้แก่ สถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ในด้านต่อไปนี้ คือ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพว่า มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อตัวแปรตาม อันได้แก่ ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ

และ ความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย ที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณหรือไม่ (สุชาติ, 2544: 498) จากนั้นจะทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Post Hoc Comparisons) ด้วยวิธีที่เรียกว่า Least Significant Difference (LSD) เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยครั้งละคู่ โดยจับคู่สลับกันจนครบทุกกลุ่ม ภายหลังจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่พบว่ามีความสำคัญทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

การหาสัดส่วนร้อยละ (Percentage) หาได้จาก

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนข้อมูลย่อย}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100$$

การหาค่าเฉลี่ย (Mean) หาได้จาก

$$\text{ค่าเฉลี่ย} = \frac{\sum x}{N}$$

โดยที่ X แทนคะแนนของแต่ละคน
N แทนจำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N^2}}$$

โดยที่ S แทนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
X แทนคะแนนแต่ละตัว
N แทนจำนวนสมาชิกในกลุ่มนั้น

การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม (t-test)

การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม เพื่อดูความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

โดยที่	t	แทนค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ
	\bar{X}_1	แทนค่าเฉลี่ยตัวอย่างในกลุ่มที่ 1
	\bar{X}_2	แทนค่าเฉลี่ยตัวอย่างในกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทนความแปรปรวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 1
	S_2^2	แทนความแปรปรวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 2
	n_1	แทนจำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 1
	n_2	แทนจำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 2

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เป็นการทดสอบเพื่อดูความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่โดย คำนวณหา F จากสูตร (บุญชม, 2541: 266-267)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทนค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ
	MS_b	แทนค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทนค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดยที่

$$MS_b = SS_b / (k-1)$$

$$MS_w = SS_w / (N-k)$$

เมื่อ

SS_b แทนผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม

SS_w แทน ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม

$k-1$ แทน degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม

$N-k$ แทน degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

เปรียบเทียบด้วยวิธี LSD (least significant difference) เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ หลังจากการวิเคราะห์ One Way ANOVA ด้วย F- test โดยในการเปรียบเทียบจะคำนวณหาค่า LSD แล้วนำไปเปรียบเทียบกับผลลบของค่าเฉลี่ยแต่ละคู่ ถ้าผลลบคู่ใดมีค่ามากกว่าค่า LSD ที่คำนวณได้ คู่่นั้นค่าเฉลี่ยจะแตกต่างกัน โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$LSD = \sqrt{\frac{2(MSw)F}{n}}$$

เมื่อ F = ค่า F ในตาราง α คือ ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05 และ $df = 1, n-k$

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 200 ราย และผู้นำชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 17 ราย รวมทั้งหมด 217 ราย การนำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนของชุมชน ส่วนของนักท่องเที่ยว และการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ส่วนของชุมชนที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประกอบด้วยการศึกษา 3 ประเด็น คือ (1) ลักษณะการดำเนินธุรกิจ (2) การดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชน และ (3) ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละชุมชน โดยในประเด็นที่ 2 จะศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานของชุมชนที่สังเกตได้ กับ กรอบแนวคิดในเรื่องลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจชุมชนที่พึงประสงค์

4.2 ส่วนของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนโดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อทราบถึง (1) ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว (2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการนำเสนอ

4.3 การทดสอบสมมติฐาน เป็นการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน โดยจะใช้การทดสอบ ค่า t-test สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน นั่นคือ ตัวแปร เพศ และพฤติกรรมมาเที่ยวในหัวข้อ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป อันได้แก่ ตัวแปร อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะพฤติกรรมมาเที่ยว อันได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์การ

เดินทาง จากนั้นจะทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference ภายหลังจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.1 ส่วนของชุมชนที่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4.1.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการดำเนินการร่วมกันในลักษณะสมาชิกกลุ่มเกษตรกรภายในชุมชน มีทั้งประเภทที่พักค้างในชุมชนได้ที่เรียกว่า โฮมสเตย์ และประเภทระยะสั้น ไม่เกิน 1 วัน ชุมชนใช้ความสวยงามของพืชผลทางการเกษตร วิธีการดำเนินชีวิตริมคลอง วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชน รูปแบบของกิจกรรม การประกอบอาชีพทางการเกษตรที่มีความหลากหลาย เช่น การทำสวนส้มโอ การเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว การเพาะเลี้ยงแมงไทยโบราณ ผสมกลมกลืนกับธรรมชาติที่มีทัศนียภาพที่สวยงามในชุมชนต่างๆ เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็น โดยลักษณะการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละชุมชน (ตารางที่ 3) สามารถแยกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ คือ

1. การผลิต ได้แก่ การเพาะเลี้ยงแมงไทยโบราณ การผลิตวุ้นน้ำมะพร้าว การเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม
2. การเพาะปลูกและการอนุรักษ์ ได้แก่ การทำสวนส้มโอด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ การอนุรักษ์และการปลูกป่าชายเลน การอนุรักษ์ป่าชายคลองและหิ้งห้อย การอนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวพื้นบ้าน การอนุรักษ์นกชายทะเล และการอนุรักษ์ตลาดน้ำท่าคา
3. การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตผลทางการเกษตร ได้แก่ การสาธิตการเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว การทำวุ้นมะพร้าวในน้ำเชื่อม น้ำหวานหางจรเข้ กล้วยทอดเนย การสาธิตการทำผลไม้แช่อิ่ม การสาธิตการทำน้ำพริก ไข่เค็ม ขนมหไทย การทำแชมพูสมุนไพร ไวน์สมุนไพร และ การทำผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้ การทำกะปิ
4. การให้ที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว แบบ โฮมสเตย์ (home stay)

ชุมชนท่องเที่ยวจะแบ่งเขตเพื่อให้เหมาะสมและง่ายต่อการจัดการท่องเที่ยวเป็นส่วนๆ คือ จุดหรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวจะแวะพักก่อนเที่ยวชมหรือร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงเป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของชุมชน และ ส่วนที่เป็นพื้นที่ทางการเกษตรในชุมชนที่จะให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมตามที่แต่ละชุมชนได้จัดขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงลักษณะการดำเนินธุรกิจ ของแต่ละกลุ่มชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ชื่อกลุ่ม/ชุมชน	ลักษณะของกิจกรรมที่ดำเนินการ
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรครดาว โด่ง	สาธิตการเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าว จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว วุ้นมะพร้าว น้ำว่านหางจระเข้ กลัวยทอดเนย
กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรม	สาธิตการทำสวนส้มโอด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งการใช้ระบบชีววิธีในการกำจัดศัตรูพืช จำหน่ายส้มโอพันธุ์พื้นเมืองขาวใหญ่
กลุ่มสตรีเกษตรพัฒนา	สาธิตการทำผลไม้แช่อิ่ม จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้แช่อิ่ม
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรเกิดไทร่วมใจ	สาธิตการทำน้ำพริก ขนมไทย และจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริก ขนมไทย
กลุ่มแม่บ้าน บ้านหัวหาด	โฮมสเตย์ (home stay)
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดประดู่พัฒนา	สาธิตการทำวุ้นมะพร้าวจากน้ำมะพร้าว และจำหน่ายวุ้นมะพร้าว
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง	สาธิตการทำขนมพูนสมุนไพร ไลน์สมุนไพร และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมพูน ไลน์สมุนไพร และ โฮมสเตย์ (home stay)
กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70	การอนุรักษ์นกชายทะเล ล่องแพชมป่าชายเลนดูนก
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรท่าคา	ตลาดน้ำท่าคา (เฉพาะ 2 7 12 ค่ำ) และ โฮมสเตย์ (home stay)
กลุ่มอนุรักษ์แมวไทยแควอ้อม	เพาะเลี้ยงแมวไทยโบราณ
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว	สาธิตการทำนาเกลือ และน้ำพริก และ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์เกลือ ไข่เค็ม และน้ำพริก
บ้านเขยี่สาร	สาธิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้
กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพรงพง	โฮมสเตย์ (home stay)
ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าว	อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวพื้นบ้าน สาธิตการเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าว จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว
กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านริมคลอง	โฮมสเตย์ (home stay)
ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ตำบล บ้านท้ายหาด	ถ่ายทอดเทคโนโลยีการทำเกษตร เช่น การเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม การทำสวนส้มโอ การอนุรักษ์ป่าชายคลอง หิ่งห้อย
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลคลองโคน	สาธิตการทำกะปิ การอนุรักษ์พื้นที่ป่าชายเลนและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์กะปิ

4.1.2 การดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชน

ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้าน เป็นการอยู่ร่วมกันที่ทำให้เกิดความอบอุ่น มีภูมิคุ้มกัน และความสำเร็จในสังคม การรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชน ต้องอาศัย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรมชุมชน เทคโนโลยีที่เหมาะสม ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาให้เกิดธุรกิจชุมชนก่อให้เกิดรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก คือด้านการเกษตรกรรม และชุมชนต้องสามารถอยู่รอดได้ด้วยตัวเองได้ แต่การพัฒนาให้ชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน มีความเข้มแข็ง ต้องมีแนวคิดทางยุทธศาสตร์ความเป็นชุมชน ดังต่อไปนี้

โครงสร้างชุมชนแบบองค์รวม เกิดจากการพัฒนาชุมชนที่มีลักษณะหลากหลาย พึ่งพากันและเลี้ยงตนเองได้ โดยอาศัยองค์กรชุมชน ทรัพยากร และแรงงานภายในชุมชนที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้ภูมิปัญญาชาวบ้าน

โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร โดยความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านเงินทุน ความรู้ทางวิชาการในการฝึกอบรม รวมไปถึงการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ นอกชุมชน ชุมชนนำเอาคุณลักษณะที่ดีมีประโยชน์จากส่วนต่างๆของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนร่วมมือกันในการพัฒนาชุมชน

โครงสร้างอธิปไตยชุมชนและการมีส่วนร่วม เน้นบทบาทหน้าที่ขององค์กรชุมชนที่ชาวบ้านเป็นสมาชิกอยู่ และการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ร่วมมือกันในการกำหนดชะตากรรมชีวิตของตนเอง

โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชน เป็นฐานสำคัญที่จะระดมทรัพยากร ความร่วมมือ สร้างศักยภาพให้เกิดความสำเร็จอย่างสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน

โครงสร้างเครือข่ายขององค์กรชุมชน เป็นฐานคิดสำคัญในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนบทเรียนกันอันนำไปสู่การต่อยอดความรู้ในการพัฒนาชุมชน

สรุปการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในแต่ละโครงสร้างของชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. โครงสร้างชุมชนแบบองค์รวมของชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามเกิดจากการพัฒนาชุมชนที่มีลักษณะหลากหลาย มีองค์กรชุมชนที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบดำเนินงานแก้ปัญหาและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนการเข้ามาจัดการเกี่ยวกับเรื่องผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาชุมชน มีการสร้างวงจรรทุนในชุมชนดังจะเห็นได้จากการจัดตั้งกองทุนภายในหมู่บ้านหรือในชุมชนเพื่อช่วยเหลือคนในหมู่บ้านหรือชุมชนที่เดือดร้อน

ในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวนั้น ทางชุมชนได้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายใต้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมชุมชนเป็นจุดดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชม โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นจะมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวตลาดน้ำ การเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าว การทำสวนส้ม ไร่ด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรด้วยวิธีการต่างๆ เช่น แช่อิ่ม การทำน้ำพริก การทำไวน์สมุนไพร การทำกะปิ การทำนาเกลือ การทำวุ้นมะพร้าวจากน้ำมะพร้าว ตลอดจนการที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ด้วยการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์

2. โครงสร้างชุมชนแบบพันธมิตรของชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ ชุมชนได้นำเอาคุณลักษณะที่ดีและมีประโยชน์จากภาคส่วนต่างๆ ของสังคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรประชาชนร่วมมือกันเพื่อพัฒนาชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือจากนักวิชาการ สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานราชการ เข้ามาช่วยเหลือในรูปแบบต่างๆ เช่น เงินทุนสนับสนุน การจัดการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่คนในชุมชน และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชาวบ้าน เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยรวมร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน เช่นการจัดแพ็คเกจทัวร์ร่วมกันเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวใน

การที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเกษตร ทางจังหวัดสมุทรสงครามเองก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของทางจังหวัด

3. โครงสร้างอาชีพโดยชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โครงสร้างชุมชนแบบมีส่วนร่วมเป็นพื้นฐานการสร้างกลุ่ม สร้างองค์กรที่เข้มแข็ง ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจะมีการจัดประชุมภายในชุมชนของตนเพื่อระดมความคิดเห็น และคิดค้นโครงการหรือกิจกรรมที่จะมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตน รวมไปถึงศักยภาพของชุมชน ปัญหา อุปสรรคที่พบจากการดำเนินงาน โดยที่ประชุมจะเปิดโอกาสให้สมาชิกที่เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนที่ดำเนินการอยู่ รวมไปถึงร่วมกันแก้ไขปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการท่องเที่ยว สมาชิกจะรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกันและร่วมมือกันในการกำหนดแนวทางที่สมาชิกในชุมชนต้องการจะให้เป็น

4. โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ของชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นเป็นการส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งเป็นฐานสำคัญที่จะระดมทรัพยากร ความร่วมมือ และสร้างศักยภาพที่ทรงพลังให้เกิดผลสำเร็จอย่างสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน ในด้านการผลิต การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตผลทางการเกษตรให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม แต่ละชุมชนจะสร้างความแตกต่างในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ต่างจากชุมชนอื่น

การจัดให้มีศูนย์รับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการจัดการท่องเที่ยว การใช้แรงงานในท้องถิ่น เช่น มักคุเทศก์นำเที่ยวที่เติบโตมาในพื้นที่ มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การประกอบอาชีพ เป็นการเพิ่มโอกาสในการมีงานทำของคนในชุมชนมากขึ้น

5. โครงสร้างด้านเครือข่ายขององค์กรชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามมีการบริหารจัดการเครือข่ายขององค์กรชุมชน ซึ่งจะเป็นฐานคิดสำคัญในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ยกย่องความรู้ และแลกเปลี่ยนบทเรียนกัน นำไปสู่การต่อยอดความรู้ในการพัฒนาตนเอง ดังจะเห็นได้จากมีการประชุมอบรม สัมมนา รวมทั้งปรึกษาหารือจัดการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างชุมชน การศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวอื่น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนของตน มีการถ่ายทอดประสบการณ์ปัญหาการดำเนินการและการแก้ปัญหาไปยังชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวแหล่งอื่น รวมไปถึงมีการดำเนินจัดการท่องเที่ยวร่วมกันกับชุมชนอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 สรุปการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนพึงประสงค์ ที่สังเกตได้

ชุมชนที่จัดกิจกรรม ท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ค่าเฉลี่ยคุณสมบัติของการดำเนินงานแบบชุมชนพึงประสงค์ ที่สังเกตได้					รวม
	โครงสร้าง	การพัฒนา	อธิปไตยชุมชน	ภูมิปัญญา	เครือข่าย	
	แบบ องค์รวม	แบบ พันธมิตร	และ การมีส่วนร่วม	ชาวบ้าน	ชุมชน	
1. กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรดาวโด่ง	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก
2. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพ ส้มโอบาง พรม	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มากที่สุด	มาก
3. กลุ่มสตรีเกษตร พัฒนา	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
4. กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรเทิดไท ร่วมใจ	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
5. กลุ่มแม่บ้าน บ้านหัว หาด	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก
6. กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรวัดประคู้ พัฒนา	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
7. กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบางจะ เกร็ง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
8. กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐ วิทยา 70	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
9. กลุ่มอนุรักษ์ตลาด น้ำท่าคา	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ชุมชนที่จัดกิจกรรม ท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ค่าเฉลี่ยคุณสมบัติของการดำเนินงานแบบชุมชนพึ่งประสงค์ ที่สังเกตได้					รวม
	โครงสร้าง	การพัฒนา	อธิปไตยชุมชน	ภูมิปัญญา	เครือข่าย	
	แบบ องค์รวม	แบบ พันธมิตร	และ การมีส่วนร่วม	ชาวบ้าน	ชุมชน	
10. กลุ่มอนุรักษ์แมว ไทยแควอ้อม	ปานกลาง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	น้อย	น้อย
11. กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบางแก้ว	ปานกลาง	ปานกลาง	มากที่สุด	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
12. บ้านเขายี่สาร	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	น้อย	น้อย
13. กลุ่มอนุรักษ์บ้าน ทรงไทยปลาย โพรงพง	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก
14. ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์ มะพร้าว	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	น้อย	มาก	ปานกลาง
15. กลุ่มท่องเที่ยวเชิง เกษตร บ้านริมคลอง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
16. ศูนย์บริการและถ่าย ทอดเทคโนโลยีการ เกษตร ตำบล ท้าย หาด	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
17. ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองโคก	ปานกลาง	น้อย	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
รวม	ปานกลาง	น้อย	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า มีชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว 8 แห่ง ที่มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวโด่ง กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรหม กลุ่มแม่บ้าน บ้านหัวหาด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดประดู่พัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70 กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทย ปลายโพรงพง และศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ตำบล ท้ายหาด อีก 7 ชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งได้แก่ กลุ่มสตรีเกษตรพัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเทิดไท่ร่วมใจ กลุ่มอนุรักษ์

ตลาดน้ำท่าคา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านริมคลอง ท่องเที่ยวอนุรักษ์ตำบลคลองโคน และมี 2 ชุมชนที่มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับน้อย คือ กลุ่มอนุรักษ์แมวไทยแควอ้อม และบ้านเขายี่สาร โดยไม่มีชุมชนใดเลยที่มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาแต่ละชุมชนสามารถสรุปการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวโด่ง โดยภาพรวมมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในระดับมาก แต่ยังมีข้อด้อยในโครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตรที่ยังอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากขาดการประสานงานกันหน่วยงานเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงขาดเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรหม โดยภาพรวมมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในระดับมาก โดยมีจุดเด่นที่เครือข่ายของค์ชุมชน เนื่องจากชุมชนดังกล่าวเป็นต้นแบบในด้านการจัดอบรมการศึกษาดูงาน การรวมกลุ่มระหว่างเกษตรกรและการถ่ายทอดประสบการณ์ ปัญหา รวมถึงการแก้ไขปัญหาไปยังชุมชนอื่น

3. กลุ่มสตรีเกษตรกรพัฒนา มีการประสานงานระหว่างชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวรวมถึงการรวมกลุ่มเกษตรกรระหว่างชุมชนเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จึงทำให้เครือข่ายของค์ชุมชนกลายเป็นจุดเด่นที่สำคัญของกลุ่มชุมชนนี้ แต่อย่างไรก็ตามชุมชนก็ยังมีจุดด้อยในเรื่องการพัฒนาแบบพันธมิตร จึงทำให้ภาพรวมของชุมชนมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในระดับปานกลาง

4. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเทิดไทร่วมใจ มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในทุกโครงสร้างใกล้เคียงกันคือในระดับปานกลาง

5. กลุ่มแม่บ้าน บ้านหัวหาด โครงสร้างการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก มีเพียงด้านโครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตรที่อยู่ในเกณฑ์น้อย เนื่องจากขาดการประสานงานกับองค์กรนอกชุมชนในเรื่องเงินทุนสนับสนุนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

6. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดประดู่พัฒนา โครงสร้างการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก มีเพียงโครงสร้างการพัฒนาแบบองค์รวมที่อยู่ในเกณฑ์น้อย เนื่องจากองค์กรชุมชนที่จัดตั้งขึ้นไม่ได้เข้ามาช่วยเหลือจัดการในด้านรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมไปถึงการยังไม่มีกองทุนชุมชนเพื่อช่วยเหลือคนในหมู่บ้านที่เดือดร้อน

7. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในทุกโครงสร้างใกล้เคียงกันคือในระดับมาก

8. กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70 กลุ่มชุมชนนี้มีลักษณะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนเช่นเดียวกันกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง คือ มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในทุกโครงสร้างใกล้เคียงกันในระดับมาก

9. กลุ่มอนุรักษ์ตลาดน้ำท่าคา โดยภาพรวมชุมชนนี้มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง แต่ชุมชนยังขาดการประสานงานกับหน่วยงานเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งขาดเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้เครือข่ายขององค์กรชุมชนเป็นจุดด้อยของกลุ่มชุมชนนี้

10. กลุ่มอนุรักษ์แมวไทยแควอ้อม ภาพรวมชุมชนนี้มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาแบบพันธมิตรอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากชุมชนขาดการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างคนในชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยมีหน่วยงานของทางราชการให้การสนับสนุน อีกทั้งขาดเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และการประสานงานกับหน่วยงานเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

11. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว ถึงแม้ว่าชุมชนนี้มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง แต่ก็มีโครงสร้างอุปถัมภ์โดยชุมชนและการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีการจัดการประชุมภายในเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกที่เข้าร่วมประชุมได้มีส่วนร่วมระดมความคิดเห็นและคิดค้นโครงการหรือกิจกรรมใหม่ๆ ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนของตน

12. บ้านเขายี่สาร มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาแบบพันธมิตรอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากชุมชนขาดการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างคนในชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยมีหน่วยงานของทางราชการให้การสนับสนุน อีกทั้งขาดเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และการประสานงานกับหน่วยงานเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

13. กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ชุมชนมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก แม้ว่าจะมีโครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตรอยู่ในระดับน้อยก็ตาม การที่ชุมชนมีโครงสร้างพัฒนาดังกล่าวน้อย ทั้งนี้เนื่องจากขาดการประสานงานกับหน่วยงานและองค์กรนอกชุมชนในเรื่องเงินทุนสนับสนุนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

14. กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์มะพร้าว โดยภาพรวมชุมชนมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีโครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชนอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากชุมชนยังไม่มีศูนย์รับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน และยังขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตนตามสื่อต่างๆ อีกด้วย

15. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านริมคลอง โดยภาพรวมชุมชนมีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีโครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตรอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากขาดการประสานงานกับหน่วยงานและองค์กรนอกชุมชนในเรื่องเงินทุนสนับสนุนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งการจัดอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างชาวบ้านในชุมชนกับหน่วยงานราชการยังน้อย

16. ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ตำบลท้ายหาด มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนในทุกโครงสร้างใกล้เคียงกันคือในระดับมาก

17. ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลคลองโคน มีการดำเนินงานการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากขาดเงินทุนสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชนเพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และการประสานงานกับหน่วยงานเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

และเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมจะพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วทุกชุมชนมีโครงสร้างอาชีพโดยชุมชน และการมีส่วนร่วม โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชน และ โครงสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน ใกล้เคียงกันคืออยู่ในระดับมาก ส่วนโครงสร้างแบบองค์กรรวม อยู่ในระดับปานกลาง และ โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร อยู่ในระดับน้อย

4.1.3 ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน

ความพร้อมในสิ่งต่างๆ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในชุมชน เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสและเกิดความประทับใจ ก็มีความต้องการที่จะกลับไปท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งก็เป็นผลดีต่อชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นมา ปีจ้ยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่

สิ่งดึงดูดใจ ซึ่งอาจเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ การคมนาคมขนส่งที่จะพานักท่องเที่ยวสู่แหล่งท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมไปถึงสาธารณูปโภคต่างๆ

การต้อนรับของผู้ให้บริการ คือ อัทรยาศัยไมตรีของผู้คนในท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

หากเกิดปัญหาในด้านต่างๆ เหล่านี้ขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการจัดการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ในการศึกษานี้ได้แบ่งปัญหาและอุปสรรคออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินงาน การบริหารและการจัดการ และด้านนักท่องเที่ยว รายละเอียดผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัญหา	ชุมชน																
	ดาวโด่ง	บางพรหม	สตรีเกษตรพัฒนา	เทิดไทยร่วมใจ	บ้านท่าหาด	วัดประดู่พัฒนา	บางจะเกร็ง	โรงเรียนไทยรัฐ 70	แม่บ้านท่าคา	แม่ไทยแควอ้อม	เกษตรกรบางแก้ว	บ้านเขายี่สาร	ปลายโพรงพง	ศูนย์อนุรักษ์มะพร้าว	บ้านริมคลอง	บ้านท่าหาด	คลองโค่น
1. พื้นที่ในชุมชนคับแคบ ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละปริมาณมากๆ	/	/	/			/					/	/		/			
2. การเดินทางเพื่อเข้าไปยังชุมชนท่องเที่ยว	/		/	/		/	/	/		/	/	/	/	/	/		/
3. การหาที่ตั้งของชุมชน	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/
4. การพัฒนาพื้นที่เกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว										/		/		/		/	/
5. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามสื่อต่างๆ					/	/	/				/	/		/	/	/	/
6. สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณูปโภคต่างๆ						/						/	/		/	/	

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ปัญหา	ชุมชน																
	ดาวโด้ง	บางพรหม	สตรีเกษตรพัฒนา	เทิดไทยร่วมใจ	บ้านหัวหาด	วัดประดู่พัฒนา	บางจะเกร็ง	โรงเรียนไทยรัฐ 70	แม่บ้านท่าคา	แม่วไทยแคว้อ้อม	เกษตรกรบางแก้ว	บ้านเขาลีสาร	ปลายโพรงพง	ศูนย์อนุรักษ์มะพร้าว	บ้านริมคลอง	บ้านท่าหยาด	คลองโคกน
7. สถานที่แสดงกิจกรรมทางการเกษตร	/					/	/				/						/
8. สถานที่พักผ่อนนักท่องเที่ยว	/	/			/					/	/			/	/		/
9. สถานที่จำหน่ายสินค้า																	/
10. ห้องน้ำ/ห้องสุขา				/				/		/	/		/	/			/

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบมากที่สุดคือ ปัญหาในด้าน การหาที่ตั้งของชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเส้นทางที่เข้าสู่ชุมชนท่องเที่ยวในบางแห่งถนนแคบเล็ก และป้ายบอกทางมีน้อย รongลงมา เป็นปัญหาเรื่อง การเดินทางเพื่อเข้าถึงชุมชน ที่บางชุมชนถนนยังไม่ได้ลาดยางสภาพพื้นผิวถนนเป็นหลุมบ่อ

ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามสื่อต่างๆที่ยังน้อยอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อน/ญาติมากกว่ารู้จากสื่อต่างๆ

ปัญหาด้านสถานที่พักของนักท่องเที่ยว ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทั้งในด้านคุณภาพของที่พักแรมที่บางชุมชนสภาพบ้านทรุดโทรมต้องปรับปรุง และในด้านปริมาณที่ยังน้อยเกินไปไม่เพียงพอหากนักท่องเที่ยวมาในปริมาณมาก รวมไปถึงห้องน้ำ/ห้องสุขาที่ต้องเพิ่มจำนวนให้มากกว่าเดิม

ปัญหาด้านพื้นที่ในชุมชนคับแคบ ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละปริมาณมาก ส่วนปัญหาที่พบน้อยที่สุด คือ เรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าทางการเกษตร

ตารางที่ 6 แสดงปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัญหา	ชุมชน																
	ดาวโด่ง	บางพรหม	สตรีเกษตรพัฒนา	เทิดไทยร่วมใจ	บ้านท่าหาด	วัดประดู่พัฒนา	บางจะเกร็ง	โรงเรียนไทยรัฐ 70	แม่บ้านท่าคา	แม่ไวไทยแควอ้อม	เกษตรกรรมบางแก้ว	บ้านเขายี่สาร	ปลายโพรงพง	ศูนย์อนุรักษ์มะพร้าว	บ้านริมคลอง	บ้านท่าหาด	คลองโคน
1. ความเพียงพอของบุคลากร	/	/								/						/	
2. ความพร้อมของบุคลากร															/		/
3. ความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของ บุคลากร																	
4. ความรู้/ประสบการณ์มีคฤเทศก์																	
5. การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของ บุคลากร										/							/
6. เจ้าหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงาน นอกชุมชน										/							/
7. บุคคลในชุมชนที่มีใจรักท่องเที่ยว						/			/				/	/	/		

จากตารางที่ 6 พบว่า ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีปัญหาในด้านบุคลากรน้อย โดยปัญหาที่พบจะเป็นปัญหาในเรื่อง บุคคลในชุมชนที่มีไชนักท่องเที่ยวมาสร้างปัญหาให้แก่ชุมชน เช่น การไม่ให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวเนื่องจากขาดความรู้ ความเข้าใจถึงประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการท่องเที่ยว

ปัญหาในเรื่องความไม่เพียงพอ และความพร้อมของบุคลากร เนื่องจากผู้ประกอบการมีอาชีพหลักคือเป็นเกษตรกรมีหน้าที่หลายอย่างต้องรับผิดชอบ จึงไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

ส่วนในเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของบุคลากร และ ความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ ไม่เป็นปัญหาสำหรับชุมชน เนื่องจากชุมชนใช้บุคลากรที่เติบโตมาในพื้นที่ที่มีความรู้เกี่ยวกับชุมชนที่ตนอยู่เป็นอย่างดี และได้ผ่านการฝึกอบรมในด้านการบริการการท่องเที่ยว

ตารางที่ 7 แสดงปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการดำเนินงานการบริหารและการจัดการของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัญหา	ชุมชน																
	ดาวโด่ง	บางพรหม	สตรีเกษตรพัฒนา	เทิดไทยร่วมใจ	บ้านท่าหาด	วัดประดู่พัฒนา	บางจะเกร็ง	โรงเรียนไทยรัฐ 70	แม่บ้านท่าคา	แม่ไทยแควอ้อม	เกษตรกรบางแก้ว	บ้านเขยี่สาร	ปลายโพรงพง	ศูนย์อนุรักษ์มะพร้าว	บ้านริมคลอง	บ้านท่าหาด	คลองโค่น
1. การสื่อสารภายในชุมชน							/					/					
2. การสื่อสารระหว่างชุมชน										/		/			/		
3. การดูแลความสะอาดในชุมชน							/			/		/			/		/
4. รายได้จากการท่องเที่ยว	/						/	/		/				/	/		/
5. ความสามารถของชุมชนในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	/									/		/		/	/		
6. การวางแผนการตลาดของชุมชน	/					/	/			/		/				/	
7. ความร่วมมือระหว่างชุมชน										/						/	

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ปัญหา	ชุมชน																
	ดาวไถ่	บางพรม	สตรีเกษตรพัฒนา	เทิดไทยร่วมใจ	บ้านหัวหาด	วัดประดู่พัฒนา	บางจะเกร็ง	โรงเรียนไทยรัฐ 70	แม่บ้านท่าคา	แม่ไทยแถวอ้อม	เกษตรกรบางแก้ว	บ้านเขยี่สาร	ปลายโพรงพง	ศูนย์อนุรักษ์มะพร้าว	บ้านริมคลอง	บ้านท้ายหาด	คลองโค่น
8. ความพร้อมของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว			/				/							/			/
9. การจัดระบบการจำหน่ายสินค้า												/					/
10. การเข้ามาพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
11. รูปแบบการชำระค่าบริการ					/							/					
12. เงินทุนช่วยเหลือจากหน่วยงานนอกชุมชน	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัญหาที่พบมากในด้านการบริหาร จัดการ คือเรื่อง เงินทุนช่วยเหลือจากหน่วยงานนอกชุมชน ซึ่งชุมชนต้องการความช่วยเหลือในรูปของเงินมากกว่าความช่วยเหลือในด้านสิ่งของที่ได้รับและ เรื่องการเข้ามาพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่ยังน้อยเกินไป

ปัญหารายได้จากการท่องเที่ยวที่ไม่แน่นอนและยังน้อยอยู่มากในบางชุมชน เนื่องจากการขาดการประชาสัมพันธ์ชุมชนเป็นที่รู้จักในวงแคบ ขาดความหลากหลายของนักท่องเที่ยว

ปัญหาด้านความสะอาดของชุมชนซึ่งบางแห่งอยู่ติดชายทะเลมีขยะลอยมาจากที่อื่น

ปัญหาความพร้อมของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในบางชุมชนยังไม่มีศูนย์แห่งนี้ ในขณะที่บางแห่งมี แต่ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในศูนย์ เช่น โต๊ะ เก้าอี้

ส่วนปัญหาด้านการจัดระบบการจำหน่ายสินค้า และรูปแบบการชำระค่าบริการ เป็นปัญหาที่พบน้อย

ตารางที่ 8 แสดงปัญหาและอุปสรรคด้านนักท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัญหา	ชุมชน																
	ดาวโด่ง	บางพรหม	สตรีเกษตรพัฒนา	เทิดไทยร่วมใจ	บ้านห้วยหาด	วัดประดู่พัฒนา	บางจะเกร็ง	โรงเรียนไทยรัฐ 70	แม่บ้านท่าคา	แม่บัวไทยแค่อ้อม	เกษตรกรรมบางแก้ว	บ้านเนินเขื่อนสาร	ปลายโพรงพง	ศูนย์อนุรักษ์ ..	บ้านริมนคลอง	บ้านห้วยหาด	คลองโคก
1. ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร																	/
2. จำนวนนักท่องเที่ยว		/					/	/			/	/				/	/
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		/		/		/			/			/					
4. ความต้องการของนักท่องเที่ยว												/	/			/	
5. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว																	

จากตารางที่ 8 พบว่าปัญหาที่พบบ่อยมากในด้านนักท่องเที่ยว คือ เรื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวที่
น้อยเกินไปและมีปริมาณไม่สม่ำเสมอ นักท่องเที่ยวถูกจำกัดอยู่เพียงบางกลุ่ม เช่น นักเรียน นักศึกษา
ที่มาดูงาน สอดคล้องกับปัญหาในด้านการจัดการในเรื่องรายได้ที่ไม่แน่นอนจากการท่องเที่ยว

ปัญหาเรื่องพฤติกรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยว เช่น เรียกร้องความสะดวกสบายเกินควร
การไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของตนเองขณะที่สัญจรทางน้ำ

ส่วนในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวไม่เป็นปัญหาสำหรับชุมชน

ตารางที่ 9 สรุปปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาที่สังเกตได้				รวม
	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ด้านบุคลากร	ด้านการดำเนินงาน	ด้านนักท่องเที่ยว	
1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรครดาวโด่ง	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
2. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรม	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
3. กลุ่มสตรีเกษตรพัฒนา	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
4. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรเทิดไท่ร่วมใจ	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
5. กลุ่มแม่บ้าน บ้านหัวหาด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
6. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรวัดประคูลพัฒนา	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
7. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
8. กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
9. กลุ่มอนุรักษ์ตลาดน้ำท่าคา	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
10. กลุ่มอนุรักษ์แมวไทยแควอ้อม	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อยที่สุด	น้อย
11. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
12. บ้านเขายี่สาร	น้อย	น้อยที่สุด	ปานกลาง	น้อย	น้อย
13. กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพรงพง	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
14. ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าว	มาก	น้อยที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย
15. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านริมคลอง	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
16. ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรตำบลท้ายหาด	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด
17. ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลคลองโคน	มาก	น้อย	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย
รวม	น้อย	น้อยที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด

จากตารางพบว่า มีชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร 12 แห่ง พบปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวโด่ง กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรม กลุ่มสตรีเกษตรพัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเทิดไทร่วมใจ กลุ่มแม่บ้านบ้านหัวหาด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดประคู้พัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70 กลุ่มอนุรักษ์ตลาดน้ำท่าคา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพพวง และ ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรตำบลท้ายหาด และ อีก 5 ชุมชนที่พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในระดับ น้อย ซึ่งได้แก่ กลุ่มอนุรักษ์แม่ไไทยแควอ้อม บ้านเขายี่สาร ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านริมคลอง และท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลคลองโคน โดยไม่พบชุมชนใดเลยที่มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการในระดับ ปานกลาง มาก และมากที่สุด

และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านนั้น พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในด้านบุคลากร และด้านนักท่องเที่ยวจะพบในระดับน้อยที่สุด ส่วนในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านการดำเนินงาน จะพบในระดับน้อย ยกเว้นศูนย์อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าวที่ชุมชนยังไม่พร้อมในด้านสถานที่ ทั้งเรื่องการเดินทางเข้าชุมชนที่ยังไม่มีถนน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำ/ห้องสุขา ยังไม่มี และชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลคลองโคนที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สถานที่ท่องเที่ยวเป็นป่าชายเลนยังขาดการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ยังไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องน้ำ/ห้องสุขา ตลอดจนสถานที่จำหน่ายสินค้า/เครื่องค้ำของชุมชนและกลุ่มอนุรักษ์แม่ไไทยแควอ้อม ที่พบปัญหาด้านการดำเนินงานในระดับมาก เนื่องจากชุมชนมีปัญหาเรื่องเงินทุนทั้งที่เป็นรายได้ของชุมชนเองและจากการช่วยเหลือจากหน่วยงานนอกชุมชนที่จะมาดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

4.2 ส่วนของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

4.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 10 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	จำนวนตัวอย่าง 200 คน
		ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
หญิง	132	66
ชาย	68	34
<u>อายุ</u>		
ต่ำกว่า 25 ปี	50	25
25-30 ปี	42	21
31-35 ปี	38	19
36-40 ปี	29	14.5
41-45 ปี	10	10
มากกว่า 45 ปี	31	15.5
<u>ระดับการศึกษา</u>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	22.5
ปริญญาตรี	138	69
สูงกว่าปริญญาตรี	17	8.5
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
น้อยกว่า 10,000 บาท	64	32
10,000-15,000 บาท	32	16
15,001-20,000 บาท	32	16
20,001-25,000 บาท	21	10.5
25,001-30,000 บาท	22	11
มากกว่า 30,000 บาท	29	14.5

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	จำนวนตัวอย่าง 200 คน
		ร้อยละ
<u>อาชีพ</u>		
รับราชการ	39	19.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4
พนักงานบริษัทเอกชน	61	30.5
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	19	9.5
นิสิต/นักศึกษา	43	21.5
ค้าขาย/รับจ้าง	9	4.5
อื่นๆ	21	10.5

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวร้อยละ 66 เป็นเพศหญิง และ ร้อยละ 34 เป็นเพศชาย โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี รองลงมา ร้อยละ 21 มีอายุอยู่ระหว่าง 25-30 ปี ร้อยละ 19 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 15.5 มีอายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 14.5 มีอายุระหว่าง 36-40 ปี และร้อยละ 5 มีอายุระหว่าง 41-45 ปี

ในด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 69 มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 22.5 มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรี และร้อยละ 8.5 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 32 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 16 มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 14.5 รายได้มากกว่า 30,000 บาท และร้อยละ 10.5 มีรายได้ 20,001-25,000 บาทต่อเดือน

สำหรับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 30.5 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา เป็นนิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 21.5 รับราชการร้อยละ 19.5 อาชีพอื่นๆ เช่น พนักงานธนาคาร ข้าราชการบำนาญ ร้อยละ 10.5 ทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9.5 ค้าขาย/รับจ้าง ร้อยละ 4.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4

4.2.2 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 11 ที่มาของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

			จำนวนตัวอย่าง 200 คน
จังหวัดที่เดินทางมา	ระยะทาง (กม.)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	72	123	61.50
สมุทรสงคราม	-	9	4.50
ราชบุรี	43	5	2.50
สมุทรปราการ	101	20	10.00
นนทบุรี	93	2	1.00
ชลบุรี	152	6	3.00
ระยอง	252	7	3.50
เพชรบุรี	53	8	4.00
ประจวบคีรีขันธ์	210	3	1.50
ปทุมธานี	118	16	8.00
สุพรรณบุรี	160	1	0.50

จากตารางที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาจากกรุงเทพมหานครมากที่สุดถึงร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ จังหวัดสมุทรปราการ ปทุมธานี สมุทรสงคราม เพชรบุรี ระยอง ชลบุรี ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ นนทบุรี และสุพรรณบุรี ร้อยละ 10.00 8.00 4.50 4.00 3.50 3.00 2.50 1.50 1.00 0.50 ตามลำดับ และมีระยะทางเฉลี่ย 125.40 กิโลเมตร

ตารางที่ 12 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

		จำนวนตัวอย่าง 200 คน
ลักษณะพฤติกรรมท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร</u>		
เคย	45	22.5
ไม่เคย	155	77.5
<u>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</u>		
มาส่วนตัว	146	73
มากับบริษัทนำเที่ยว	0	0
มากับองค์กร/สถาบันการศึกษา	54	27

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่าง 200 คน		
<u>ผู้ร่วมเดินทาง</u>		
มาคนเดียว	7	3.5
มากับครอบครัว/ญาติ	42	21
มากับเพื่อน	132	66
มากับบริษัทนำเที่ยว	0	0
อื่นๆ	19	9.5
<u>วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง</u>		
พักผ่อนหย่อนใจ	140	70
ศึกษาหาความรู้/ดูงาน	53	26.5
อื่นๆ เช่น ซื้อผลผลิตทางการเกษตร		
หาช่องทางธุรกิจ เยี่ยมญาติ/เพื่อน		
เป็นทางผ่านในการเดินทาง	7	3.5
<u>สาเหตุที่เดินทางมาเที่ยว</u>		
การคมนาคมสะดวก	7	3.5
สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	51	25.5
สถานที่ที่มีชื่อเสียง	3	1.5
รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	108	54
การประชาสัมพันธ์	0	0
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	14	7
อื่นๆ	17	8.5
<u>แหล่งข้อมูลข่าวสารของที่ท่องเที่ยว</u>		
เอกสารเผยแพร่/แผ่นพับ	41	20.5
หนังสือพิมพ์/วารสาร	21	10.5
บริษัทนำเที่ยว	1	0.5
วิทยุ/โทรทัศน์	35	17.5
เพื่อน/ญาติ	87	43.5
อื่นๆ	15	7.5

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่าง 200 คน		
<u>จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม</u>		
1 แห่ง	58	29
2 แห่ง	54	27
3 แห่ง	42	21
4 แห่ง	8	4
มากกว่า 4 แห่ง	38	19
<u>การพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว</u>		
ค้าง	161	80.5
ไม่ค้าง	39	19.5
<u>สถานที่พักค้างแรม</u>		
โรงแรม	2	1.2
ที่พักแบบโฮมสเตย์	154	95.7
บังกะโล/รีสอร์ท	4	2.5
บ้านญาติ/เพื่อน	1	0.6
บ้านรับรองราชการ/บริษัท	0	0
<u>จำนวนคืนที่พักค้างแรม</u>		
1 คืน	159	98.7
มากกว่า 1 คืน	2	1.3
<u>ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อคน</u>		
ต่ำกว่า 500 บาท	27	13.5
500-1,000 บาท	144	72
1,001-1,500 บาท	20	10
มากกว่า 1,500 บาท	9	4.5

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวร้อยละ 77.5 ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน ส่วนร้อยละ 22.5 เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อนแล้ว และ ร้อยละ 73 จะเดินทางมาเอง อีกร้อยละ 27 มากับองค์กร/สถาบัน โดยกลุ่มตัวอย่างไม่มีใครเลยที่มากับบริษัทนำเที่ยว และร้อยละ 66 มากับเพื่อน ร้อยละ 21 มากับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 9.5 มากับบุคคลอื่นๆ เช่น อาจารย์ นักศึกษา ร้อยละ 3.5 เดินทางมาคนเดียว แต่ไม่มีใครเลยที่มากับบริษัทนำเที่ยวเช่นกัน

โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาที่เขื่อน ร้อยละ 70 ของกลุ่มตัวอย่างมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 26.5 มาเพื่อศึกษาหาความรู้ และอื่นๆ เช่น มาเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นทางผ่านในการเดินทางไปอื่น มาเพื่อหาช่องทางธุรกิจ เดินทางมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน อีกร้อยละ 3.5

ส่วนสาเหตุที่เดินทางมาที่เขื่อน เป็นเพราะ รูปแบบการท่องเที่ยว ร้อยละ 54 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ร้อยละ 25.5 อื่นๆ เช่น ตามเพื่อนมา ถูกบังคับให้มา ไม่เคยมาเที่ยว ลักษณะนี้มาก่อน ร้อยละ 8.5 ค่าใช้จ่ายไม่แพง ร้อยละ 7 การคมนาคมสะดวก ร้อยละ 3.5 สถานที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 1.5 โดยไม่มีใครมาเที่ยวเพราะการประชาสัมพันธ์เลย

ในด้านข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจาก เพื่อน/ญาติ ร้อยละ 43.5 จากเอกสารเผยแพร่/แผ่นพับ ร้อยละ 20.5 จากวิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 17.5 จากหนังสือพิมพ์/วารสาร ร้อยละ 10.5 อื่นๆ คือ Internet ร้อยละ 7.5 และทราบจากบริษัทนำเที่ยว เพียงร้อยละ 0.5

กลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างที่เดินทางมาที่เขื่อน ร้อยละ 80.5 พักค้างคืน ร้อยละ 19.5 ไม่ค้างคืน โดยนักท่องเที่ยวจะพักค้างคืนที่พักแบบโฮมสเตย์มากถึงร้อยละ 95.7 รองลงมาเป็นที่พักแบบบังกะโล/รีสอร์ท ร้อยละ 2.5 พักโรงแรม ร้อยละ 1.2 พักบ้านญาติ/เพื่อน ร้อยละ 0.6 โดยไม่มีใครในกลุ่มตัวอย่างที่พักค้างคืนที่บ้านพักรับรองของทางราชการหรือบริษัท ส่วนจำนวนคืนที่พักค้างคืน ร้อยละ 98.7 พักเพียง 1 คืน และอีก ร้อยละ 1.3 พักมากกว่า 1 คืน

และเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ร้อยละ 29 จะได้เที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพียง 1 แห่ง ร้อยละ 27 ได้เที่ยวชม 2 แห่ง ร้อยละ 21 ได้เที่ยวชม 3 แห่ง ร้อยละ 19 ได้เที่ยวชมมากกว่า 4 แห่ง และเพียงร้อยละ 8 ที่ได้เที่ยวชม 4 แห่ง

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ร้อยละ 72 เสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 500-1,000 บาท ร้อยละ 13.5 เสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 10 เสียค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาท และ ร้อยละ 4.5 ที่เสียค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,500 บาท

4.2.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 13 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง	3.5813	0.49716	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	3.0410	0.57190	ปานกลาง
ด้านผู้ให้บริการ	3.4924	0.58759	มาก
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.3060	0.55742	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.3558	0.47144	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่ง และด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5813 และ 3.4924 ตามลำดับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3060 และ 3.0410 ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 3.3558 ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน สามารถแบ่งสมมติฐานเป็น 2 ข้อ คือ 1) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนต่างกัน และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) และ t-test เป็นเครื่องมือทางสถิติในการทดสอบ โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) และ ร้อยละ 99 ($\alpha = 0.01$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัย ถ้าหากค่า p น้อยกว่าหรือเท่ากับ α จะปฏิเสธสมมติฐานศูนย์และยอมรับสมมติฐานเลือก แต่ถ้า p มากกว่า α ก็จะไม่ปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ แต่ปฏิเสธสมมติฐานเลือก ส่วนตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรต้นแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ ส่วนอีกกลุ่มเป็นลักษณะพฤติกรรมท่องเที่ยว อันได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยว

ตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย

ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน มีดังต่อไปนี้

1. เพศ

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน ระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิง โดยใช้การทดสอบค่า t-test

ตารางที่ 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านต่างๆ ที่จำแนกตาม เพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ค่าสถิติ t	ระดับนัยสำคัญ
	หญิง	ชาย		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง	3.5971	3.5506	-45.112	0.532
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	3.0418	3.0394	-32.328	0.977
ด้านผู้ให้บริการ	3.4883	3.5003	-40.482	0.891
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.3000	3.3176	-38.253	0.833
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.3592	3.3494	-42.395	0.890

จากตารางที่ 14 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน พบว่า โดยภาพรวมเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และด้านราคาและค่าใช้จ่าย พบว่า เพศชายและหญิงมีความพึงพอใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้านดังกล่าว ไม่ต่างกัน

2. อายุ

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way ANOVA

ตารางที่ 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ ที่จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว							ระดับนัย สำคัญ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	มากกว่า 45 ปี	ค่า สถิติ f	
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่ง	3.7754	3.3888	3.6239	3.4290	3.6880	3.5848	3.713	0.003**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการ	3.2382	2.8788	3.0363	2.9910	2.8810	3.0468	2.125	0.064
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย เฉลี่ยโดยรวม	3.4640	3.2619	3.3158	3.3448	3.3200	3.0581	2.177	0.058
	3.5680	3.2190	3.3716	3.2759	3.3540	3.2552	3.381	0.006**

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 15 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน กับช่วงอายุ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าช่วงอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านผู้ให้บริการ มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ช่วงอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีค่านัยสำคัญ มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ช่วงอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ไม่ต่างกัน

และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านผู้ให้บริการ และความพึงพอใจโดยภาพรวม กับช่วงอายุที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงในตารางที่ 16 ถึง 18

ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่ง กับช่วงอายุที่ต่างกันเป็นรายคู่

กลุ่มอายุ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6
ต่ำกว่า 25 ปี	3.7754	1	-	0.3866**	0.1515	0.3464**	0.0874	0.1906
25-30 ปี	3.3888	2		-	0.2351**	0.0402	0.2992	0.1960
31-35 ปี	3.6239	3			-	0.1950	0.0641	0.0391
36-40 ปี	3.4290	4				-	0.2590	0.1559
41-45 ปี	3.6880	5					-	0.1032
45 ปีขึ้นไป	3.5848	6						-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี และช่วงอายุ 36-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 31-35 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.7754 มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี และ 36-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3888 และ 3.4290 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวช่วงอายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.6239 ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวช่วงอายุ 25-30 ปี

ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ กับ ช่วงอายุที่ต่างกัน เป็นรายคู่

กลุ่มอายุ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6
ต่ำกว่า 25 ปี	3.7884	1	-	0.4479**	0.2926**	0.4229**	0.2744	0.4603**
25-30 ปี	3.3405	2		-	0.1553	0.0250	0.1735	0.0124
31-35 ปี	3.4958	3			-	0.1303	0.0182	0.1677
36-40 ปี	3.3655	4				-	0.1485	0.0375
41-45 ปี	3.5140	5					-	0.1859
45 ปีขึ้นไป	3.3281	6						-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 17 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปีและอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.7884 มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปีและอายุมากกว่า 45 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3405 3.4958 3.3655 และ 3.3281 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.5140

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวม กับ ช่วงอายุที่ต่างกัน เป็นรายคู่

กลุ่มอายุ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6
ต่ำกว่า 25 ปี	3.5680	1	-	0.3490**	0.1964**	0.2921**	0.2140	0.3128**
25-30 ปี	3.2190	2		-	0.1525	0.0568	0.1350	0.0361
31-35 ปี	3.3716	3			-	0.0957	0.0176	0.1164
36-40 ปี	3.2759	4				-	0.0781	0.0207
41-45 ปี	3.3540	5					-	0.0988
45 ปีขึ้นไป	3.2552	6						-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 18 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่าง จากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปี และอายุมากกว่า 45 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.5680 มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.2190 3.3716 3.2759 และ 3.2552 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 41-45 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3540

3. ระดับการศึกษา

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way ANOVA

ตารางที่ 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านต่างๆ ที่จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง			ค่าสถิติ f	ระดับนัยสำคัญ
	นักท่องเที่ยว				
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการ คมนาคมขนส่ง	3.5949	3.5798	3.5576	0.036	0.964
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัย	3.1580	3.0435	2.7112	3.879	0.022*
ด้านผู้ให้บริการ	3.5718	3.5064	3.1676	3.111	0.047*
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.3289	3.3174	3.1529	0.706	0.495
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.4153	3.3615	3.1524	1.971	0.142

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 19 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับการศึกษา ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน เมื่อ

พิจารณาในภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทุกด้านมีค่านัยสำคัญ มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวม ไม่ต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับ ด้านผู้ให้บริการ มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับ ด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีค่านัยสำคัญ มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ไม่ต่างกัน

และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และ ด้านผู้ให้บริการกับระดับการศึกษาที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงในตารางที่ 20 ถึง 21

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับระดับการศึกษาที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.1580	1	-	0.1144	0.4468*
ปริญญาตรี	3.0435	2		-	0.3323*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.7112	3			-

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.7112 น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึง

พอใจเท่ากับ 3.1580 และ 3.0435 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการกับระดับการศึกษาที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.5718	1	-	0.0653	0.4041*
ปริญญาตรี	3.5064	2		-	0.3388*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.1676	3			-

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.1676 น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.5718 และ 3.5064 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการไม่ต่างกัน

4. รายได้

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ กับรายได้ของนักท่องเที่ยวโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way ANOVA

ตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจด้านต่างๆ ที่จำแนกตาม รายได้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	รายได้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว						ค่าสถิติ f	ระดับนัยสำคัญ
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง	3.6545	3.5556	3.5900	3.7038	3.5327	3.3866	1.502	0.191
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	3.2102	3.0856	2.9147	3.0614	2.9218	2.8334	2.225	0.031*
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.7052	3.4466	3.4378	3.4971	3.2864	3.2862	3.195	0.009**
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.4959	3.3363	3.2984	3.4190	3.2223	3.1872	2.497	0.032*

* และ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ร้อยละ 99 ตามลำดับ

จากตารางที่ 22 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับรายได้ ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าค่าระดับนัยสำคัญ นั้นมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05 และ น้อยกว่า 0.01 ตามลำดับ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจใน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ กับ ด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีค่านัยสำคัญ มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ไม่แตกต่างกัน

และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และในภาพรวมทุกด้าน กับระดับรายได้ที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงใน ตารางที่ 23 ถึง 25

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับระดับรายได้ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.2102	1	-	0.1246	0.2955*	0.1488	0.2884*	0.3767*
10,000-15,000 บาท	3.0856	2		-	0.1709	0.0242	0.1638	0.2522
15,001-20,000 บาท	2.9147	3			-	0.1467	0.0071	0.0812
20,001-25,000 บาท	3.0614	4				-	0.1396	0.2280
25,001-30,000 บาท	2.9218	5					-	0.0884
มากกว่า 30,000 บาท	2.8334	6						-

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 และ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.2102 มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 และ มากกว่า 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.9147 2.9218 และ 2.8334 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.0856 และ 3.0614 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการกับระดับรายได้ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.7052	1	-	0.2586**	0.2673**	0.2080	0.4188**	0.4189**
10,000-15,000 บาท	3.4466	2		-	0.0087	0.0506	0.1602	0.1604
15,001-20,000 บาท	3.4378	3			-	0.0593	0.1514	0.1516
20,001-25,000 บาท	3.4971	4				-	0.2108	0.2109
25,001-30,000 บาท	3.2864	5					-	0.0002
มากกว่า 30,000 บาท	3.2862	6						-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 และ มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.7052 มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 และ มากกว่า 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.4466 3.4378 3.2864 และ 3.2862 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.4971

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวม กับ
ระดับรายได้ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.4959	1	-	0.1597	0.1975	0.0769	0.2737*	0.3087*
10,000-15,000 บาท	3.3363	2		-	0.0378	0.0828	0.1140	0.1490
15,001-20,000 บาท	3.2984	3			-	0.1206	0.0762	0.1112
20,001-25,000 บาท	3.4190	4				-	0.1968	0.2318
25,001-30,000 บาท	3.2223	5					-	0.0350
มากกว่า 30,000 บาท	3.1872	6						-

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในภาพรวม แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 25,001-30,000 และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.4959 มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 25,001-30,000 และ มากกว่า 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.2223 และ 3.1872 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3363 3.2984 และ 3.4190 ตามลำดับ

5. อาชีพ

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ กับอาชีพของนักท่องเที่ยวโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way ANOVA

ตารางที่ 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านต่างๆ ที่จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	อาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว							ค่า สถิติ f	ระดับนัย สำคัญ
	ราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	ค้าขาย	อื่นๆ		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.5987	3.5125	3.5033	3.4674	3.7853	3.4944	3.5243	1.791	0.103
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก									
ด้านผู้ให้บริการ	3.4951	3.2500	3.2949	3.6326	3.8502	3.4944	3.2924	5.205	0.000**
ด้านราคา									
ค่าใช้จ่าย	3.3590	3.2250	3.2033	3.3158	3.5349	3.0889	3.1524	2.213	0.043*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.3746	3.2375	3.2095	3.3716	3.6188	3.3211	3.2533	3.772	0.001**

* และ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ร้อยละ 99 ตามลำดับ

จากตารางที่ 26 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพ ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าค่านัยสำคัญ นั้นมีค่าน้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย แตกต่างกัน

ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง มีค่านัยสำคัญ มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ไม่แตกต่างกัน

และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย และในภาพรวม กับอาชีพที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงใน ตารางที่ 27 ถึง 30

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับอาชีพที่ต่างกัน เป็นรายคู่

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6	7
ราชการ	3.0308	1	-	0.0770	0.1826	0.0303	0.2670**	0.1737	0.0088
รัฐวิสาหกิจ	2.9537	2		-	0.1056	0.1073	0.3440	0.2507	0.0858
เอกชน	2.8428	3			-	0.2129	0.4495**	0.3562	0.1913
ส่วนตัว	3.0611	4				-	0.2367	0.1434	0.0215
นักศึกษา	3.2977	5					-	0.0933	0.2582
ค้าขาย	3.2044	6						-	0.1649
อื่นๆ	3.0395	7							-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย แตกต่างจากกลุ่มราชการ และพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.2977 มากกว่า กลุ่มราชการ และพนักงานเอกชน ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.0308 และ 2.8428 ตามลำดับ แต่มีความพึง

พอใจไม่ต่างจากกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.9537 3.0611 3.2044 และ 3.0395 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการกับอาชีพที่ต่างกัน เป็นรายคู่

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4	5	6	7
ราชการ	3.4951	1	-	0.2451	0.2002	0.1375	0.3551**	0.0007	0.2027
รัฐวิสาหกิจ	3.2500	2		-	0.0449	0.3826	0.6002**	0.2444	0.0424
เอกชน	3.2949	3			-	0.3377**	0.5553**	0.1995	0.0025
ส่วนตัว	3.6326	4				-	0.2176	0.1382	0.3403
นักศึกษา	3.8502	5					-	0.3558	0.5579**
ค้าขาย	3.4944	6						-	0.2021
อื่นๆ	3.2924	7							-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ แตกต่างจากกลุ่มราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.8502 มากกว่า กลุ่มราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และอาชีพอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.4951 3.2500 3.2949 และ 3.2924 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างจากกลุ่มธุรกิจส่วนตัวและ ค้าขาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.6326 และ 3.4944 ตามลำดับ

และกลุ่มธุรกิจส่วนตัวก็มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ แตกต่างจากกลุ่ม พนักงานเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.6326 มากกว่า พนักงานเอกชนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.2949

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่ายกับอาชีพที่ต่างกัน เป็นรายคู่

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่ม ที่	1	2	3	4	5	6	7
ราชการ	3.3590	1	-	0.1340	0.1557	0.0432	0.1759	0.2701	0.2066
รัฐวิสาหกิจ	3.2250	2		-	0.0217	0.0908	0.3099	0.1361	0.0726
เอกชน	3.2033	3			-	0.1125	0.3316*	0.1144	0.0509
ส่วนตัว	3.3158	4				-	0.2191	0.2269	0.1634
นักศึกษา	3.5349	5					-	0.4460*	0.3825*
ค้าขาย	3.0889	6						-	0.0635
อื่นๆ	3.1524	7							-

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย ต่างจากกลุ่มพนักงานเอกชน ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.5349 มากกว่า พนักงานเอกชน ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.2033 3.0889 3.1524 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างจากกลุ่ม ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพส่วนตัว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3590 3.2250 และ 3.3158 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวม กับอาชีพ ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่ม ที่	1	2	3	4	5	6	7
ราชการ	3.3746	1	-	0.1317	0.1651	0.0030	0.2442**	0.0535	0.1213
รัฐวิสาหกิจ	3.2375	2		-	0.0280	0.1341	0.3813**	0.0836	0.0158
เอกชน	3.2095	3			-	0.1621	0.4093**	0.1116	0.0438
ส่วนตัว	3.3716	4				-	0.2473**	0.0505	0.1182
นักศึกษา	3.6188	5					-	0.2977	0.3655**
ค้าขาย	3.3211	6						-	0.0678
อื่นๆ	3.2533	7							-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจในภาพรวม แตกต่างจากกลุ่มราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.6188 มากกว่า กลุ่มราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3746 3.2375 3.2095 3.3716 และ 3.2533 ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจไม่ต่างจากกลุ่มอาชีพค้าขาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3211

ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน

1. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน กับลักษณะของการเดินทางมาเที่ยวโดยใช้การทดสอบค่า t-test

ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านต่างๆ ที่จำแนกตามลักษณะของการเดินทางมาเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		ค่าสถิติ t	ระดับนัยสำคัญ
	มาส่วนตัว	มากับองค์กร/สถาบันการศึกษา		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง	3.5131	3.7657	-31.510	0.001**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	2.9640	3.2493	-22.459	0.002**
ด้านผู้ให้บริการ	3.3788	3.7993	-30.783	0.000**
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.2452	3.4704	-25.972	0.011*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.2752	3.5739	-29.115	0.000**

* และ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ร้อยละ 99 ตามลำดับ

จากตารางที่ 31 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนกับลักษณะการเดินทางมาเที่ยวแบบ มาส่วนตัว กับมากับองค์กร/สถาบันการศึกษา ในด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และในภาพรวม พบว่า ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ 4 ด้าน และในภาพรวม ดังกล่าว ต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มากับองค์กร/สถาบันการศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวส่วนตัว

2. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way ANOVA

ตารางที่ 32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านผู้ร่วมเดินทาง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ผู้ร่วมเดินทางมาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง				ค่าสถิติ f	ระดับนัยสำคัญ
	มาคนเดียว	มากับญาติ	มากับเพื่อน	อื่นๆ		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง	3.4600	3.5740	3.5355	3.9605	4.417	0.005**
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	3.1314	2.9852	3.0212	3.2689	1.256	0.291
ด้านผู้ให้บริการ	3.5314	3.3671	3.4700	3.9100	4.092	0.008**
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.3429	3.3238	3.2455	3.6737	3.420	0.018*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.3686	3.3081	3.3196	3.7084	4.134	0.007**

* และ ** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ร้อยละ 99 ตามลำดับ

จากตารางที่ 32 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทางมาที่นักท่องเที่ยว ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าค่านัยสำคัญ นั้นมีค่าน้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ผู้ร่วมเดินทางมาที่นักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ตามลำดับดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าผู้ร่วมเดินทางมาที่นักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย แตกต่างกัน

ส่วนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย มีค่านัยสำคัญ มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านนี้ ไม่ต่างกัน

และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และโดยภาพรวม กับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงใน ตารางที่ 33 ถึง 36

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4
มาคนเดียว	3.4600	1	-	0.1140	0.0755	0.5005**
มากับญาติ	3.5740	2		-	0.0386	0.3865**
มากับเพื่อน	3.5355	3			-	0.4251**
อื่นๆ	3.9605	4				-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 33 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ต่างจากกลุ่มที่มาคนเดียว กลุ่มที่มาญาติ และกลุ่มที่มาเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.9605 มากกว่ากลุ่มที่มาคนเดียว กลุ่มที่มาญาติ และกลุ่มที่มาเพื่อน ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.4600 3.5740 และ 3.5355 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ กับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4
มาคนเดียว	3.5314	1	-	0.1643	0.0614	0.3786
มากับญาติ	3.3671	2		-	0.1029	0.5429**
มากับเพื่อน	3.4700	3			-	0.4400**
อื่นๆ	3.9100	4				-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 34 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ต่างจากกลุ่มที่มากับญาติ และกลุ่มที่มากับเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.9100 มากกว่า กลุ่มที่มากับญาติ และกลุ่มที่มากับเพื่อน ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3671 และ 3.4700 ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ไม่ต่างจากกลุ่มที่มาคนเดียว ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.5314

ตารางที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่ายกับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4
มาคนเดียว	3.3429	1	-	0.0190	0.0974	0.3308
มากับญาติ	3.3238	2		-	0.0784	0.3499*
มากับเพื่อน	3.2455	3			-	0.4282*
อื่นๆ	3.6737	4				-

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 35 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย ต่างจากกลุ่มที่มากับญาติ และกลุ่มที่มากับเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนัก

ท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.6737 มากกว่า กลุ่มที่มากับญาติ และกลุ่มที่มากับเพื่อน ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3238 และ 3.2455 ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ไม่ต่างจากกลุ่มที่มาคนเดียว ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3429

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวม กับผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3	4
มาคนเดียว	3.3686	1	-	0.0605	0.0490	0.3398
มากับญาติ	3.3081	2		-	0.0115	0.4003**
มากับเพื่อน	3.3196	3			-	0.3888**
อื่นๆ	3.7084	4				-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 36 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในภาพรวม ต่างจากกลุ่มที่มากับญาติ และกลุ่มที่มากับเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.7084 มากกว่า กลุ่มที่มากับญาติ และกลุ่มที่มากับเพื่อน ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3081 และ 3.3196 ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในภาพรวมไม่ต่างจากกลุ่มที่มาคนเดียว ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.3686

3. วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว

เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ในด้านต่างๆ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way ANOVA

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว			ค่าสถิติ t	ระดับนัยสำคัญ
	พักผ่อน	หาความรู้/ดูงาน	อื่นๆ		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง	3.5391	3.7696	2.9986	9.932	0.000**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	2.9690	3.2882	2.6100	8.667	0.000**
ด้านผู้ให้บริการ	3.4287	3.7389	2.8986	9.867	0.000**
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	3.2757	3.4528	2.8000	5.134	0.007**
ค่าเฉลี่ยรวม	3.3029	3.5655	2.8286	11.623	0.000**

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 37 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน เมื่อพิจารณาในภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทุกด้าน พบว่าค่านัยสำคัญ นั้นก็มีค่าน้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีค่านัยสำคัญ น้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวที่ต่างกัน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย แตกต่างกัน

และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และ โดยภาพรวม กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงใน ตารางที่ 38 ถึง 42

ตารางที่ 38 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่ง กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
พักผ่อน	3.5391	1	-	0.2305**	0.5406**
หาความรู้/ดูงาน	3.7696	2		-	0.7711**
อื่นๆ	2.9986	3			-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 38 พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แบบมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาหาความรู้/ดูงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 3.7696 รองลงมา คือ มาพักผ่อน มีความพึงพอใจเท่ากับ 3.5391 และนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีความพึงพอใจเท่ากับ 2.9986

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
พักผ่อน	2.9690	1	-	0.3192**	0.3590
หาความรู้/ดูงาน	3.2882	2		-	0.6782**
อื่นๆ	2.6100	3			-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 39 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาหาความรู้/ดูงานมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ที่แตกต่างจากกลุ่มที่มาพักผ่อนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาหาความรู้/ดูงาน มีความพึงพอใจ เท่ากับ 3.2882 มากกว่ากลุ่มที่มาพักผ่อน ที่มีความพึงพอใจเท่ากับ 2.9690

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ที่แตกต่างจากกลุ่มที่มาหาความรู้/ดูงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาหาความรู้/ดูงาน มีความพึงพอใจ เท่ากับ 3.2882 มากกว่ากลุ่มที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ที่มีความพึงพอใจเท่ากับ 2.6100

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ กับ วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
พักผ่อน	3.4287	1	-	0.3102**	0.5301**
หาความรู้/ดูงาน	3.7389	2		-	0.8403**
อื่นๆ	2.8986	3			-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 40 พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แบบมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาหาความรู้/ดูงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 3.7389 รองลงมา คือ มาพักผ่อน มีความพึงพอใจเท่ากับ 3.4287 และนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีความพึงพอใจเท่ากับ 2.8986

ตารางที่ 41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
พักผ่อน	3.2757	1	-	0.1771**	0.4757**
หาความรู้/ดูงาน	3.4528	2		-	0.6528**
อื่นๆ	2.8000	3			-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 41 พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แบบมีความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาหาความรู้/ดูงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 3.4528 รองลงมา คือ มาพักผ่อน มีความพึงพอใจเท่ากับ 3.2757 และนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีความพึงพอใจเท่ากับ 2.8000

ตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวม กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว ที่ต่างกัน เป็นรายคู่

วัตถุประสงค์การเดินทางมาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	1	2	3
พักผ่อน	3.3029	1	-	0.2626**	0.4743**
หาความรู้/ดูงาน	3.5655	2		-	0.7369**
อื่นๆ	2.8286	3			-

** มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 42 พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แบบมีความพึงพอใจในภาพรวม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาหาความรู้/ดูงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 3.5655 รองลงมา คือ มาพักผ่อน มีความพึงพอใจเท่ากับ 3.3029 และนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ มีความพึงพอใจเท่ากับ 2.8286

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนได้ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 17 แห่งในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม
2. ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 200 คน

สรุปผลการศึกษาส่วนของผู้ชมที่ดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ของเกษตรกร มีรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการอยู่ คือ ด้านการผลิต ด้านการเพาะปลูกและการอนุรักษ์ ด้านการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร และ การให้ที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยวประเภทโฮมสเตย์ (home stay) โดยเมื่อพิจารณาประกอบกับคุณสมบัติของการดำเนินงานในรูปแบบชุมชนที่พึงประสงค์ อันได้แก่ โครงสร้างชุมชนแบบองค์รวม โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร โครงสร้างอธิปไตยชุมชนและการมีส่วนร่วม โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้าน และฐานข้อมูลความรู้ชุมชน และโครงสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วทุกชุมชนมีโครงสร้างอธิปไตยชุมชนและการมีส่วนร่วม โครงสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชน ใกล้เคียงกันคืออยู่ในระดับมาก ส่วนโครงสร้างแบบองค์

รวม อยู่ในระดับปานกลาง และ โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร อยู่ในระดับน้อยและเมื่อพิจารณาในแต่ละชุมชน จะพบว่า ชุมชนที่มีความเป็นธุรกิจชุมชนในระดับมาก มีทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรครดาวโด่ง กลุ่มปรับปรุงคุณภาพส้มโอบางพรม กลุ่มแม่บ้าน บ้านหัวหาด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดประดู่พัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางจะเกร็ง กลุ่มเยาวชนเกษตร โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 70 กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพรงพาง และศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ตำบลท้ายหาด อีก 7 ชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่ง ได้แก่ กลุ่มสตรีเกษตรกรพัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรเทิดไท้ร่วมใจ กลุ่มอนุรักษ์ตลาดน้ำท่าคา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางแก้ว ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์มะพร้าว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านริมคลอง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลคลองโคน และมี 2 ชุมชนที่มีความเป็นธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับน้อย คือ กลุ่มอนุรักษ์แมวไทยแควอ้อม และบ้านเขาฮีสาร โดยไม่มีชุมชนใดเลยที่มีความเป็นธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับ มากที่สุดและน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สิ่งที่ชุมชนมักจะขาด คือ ที่ปรึกษาด้านการตลาด การบริหารงานการท่องเที่ยว การนำเครือข่ายคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนใช้ประโยชน์ในด้านการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เงินทุนสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชน เช่น องค์กรพัฒนาชุมชน หรือ กรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อมาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการประสานงานระหว่างธุรกิจนำเที่ยวเอกชนกับชุมชน เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น

ส่วนในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ปัญหาที่พบส่วนมาก เป็นปัญหาในเรื่องการหาแหล่งที่ตั้งของชุมชนที่หายาก ป้ายบอกทางมีน้อย เรื่องการเข้ามาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเงินทุนช่วยเหลือของหน่วยงาน/องค์กรนอกชุมชนที่ยังน้อยไป และเมื่อพิจารณาในภาพรวม ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานที่พบในด้านต่างๆ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัญหาด้านสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาด้านการดำเนินงาน การบริหารและการจัดการ ปัญหาด้านนักท่องเที่ยว และสุดท้ายปัญหาด้านบุคลากร แต่เมื่อพิจารณาถึงระดับของปัญหาก็พบว่า เป็นเพียงปัญหาในระดับน้อยที่สุดและระดับน้อยเท่านั้น

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 200 คน

ลักษณะประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง ร้อยละ 66 และเป็นชาย ร้อยละ 34 โดยมีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 25 รองลงมาในช่วงอายุ 25-30 ปี 31-35 ปี มากกว่า 45 ปี และ 41-45 ปี ตามลำดับระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 69 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.5 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.5 รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 32 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 16 มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 14.5 25,001-30,000 บาท ร้อยละ 11 และ 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 10.5 ส่วนอาชีพ อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 30.5 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา เป็นนิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 21.5 รับราชการ ร้อยละ 19.5 อาชีพอื่นๆ เช่น พนักงานธนาคาร ข้าราชการบำนาญ ร้อยละ 10.5 ทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9.5 ค้าขาย/รับจ้าง ร้อยละ 4.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4

ส่วนการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ พบว่า

อายุ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านผู้ให้บริการ และความพึงพอใจในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และด้านผู้ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ

รายได้ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ และความพึงพอใจในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และความพึงพอใจในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

ลักษณะพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ส่วนมากเดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 61 รองลงมา คือ จังหวัดสมุทรปราการ ร้อยละ 10 และ จังหวัดปทุมธานี ร้อยละ 8 โดยร้อยละ 77.5 ไม่เคยมา เที่ยวแบบนี้มาก่อน ส่วนอีกร้อยละ 22.5 เคยมาเที่ยวแล้ว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว ร้อยละ 73 มา ส่วนตัว อีกร้อยละ 27 มาที่บองค์กร/สถาบันการศึกษา บุคคลที่จะเดินทางมาด้วย เป็นเพื่อน ร้อยละ 66 รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 21 และบุคคลอื่นๆ เช่น อาจารย์ นักศึกษา ร้อยละ 9.5

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ร้อยละ 70 รองลงมา ร้อยละ 26.5 มาเพื่อศึกษาหาความรู้ สาเหตุหลักที่ทำให้เดินทางมาเที่ยวเพราะ รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มากที่สุด ร้อยละ 54 รองลงมา เพราะสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ร้อยละ 25.5 และ อื่นๆ เช่น ยังไม่เคยมาก่อน ตามเพื่อนมา ร้อยละ 8.5 แหล่งข้อมูลข่าวสารของ สถานที่ท่องเที่ยว นั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวทราบจาก เพื่อน/ญาติ มากที่สุด ร้อยละ 43.5 รองลงมาเป็น เอกสารเผยแพร่/แผ่นพับ ร้อยละ 20.5 และวิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 17.5 จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวที่ เที่ยวชม ร้อยละ 29 ได้เที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพียง 1 แห่ง ร้อยละ 27 เที่ยวชม 2 แห่ง และ ร้อยละ 21 ได้เที่ยวชม 3 แห่ง การพักค้างคืนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว นั้น ร้อยละ 80.5 พักค้างคืน ร้อยละ 19.5 ไม่ค้างคืน โดยนักท่องเที่ยวจะพักค้างคืนที่พักแบบโฮมสเตย์ มากถึงร้อยละ 95.7 รองลงมาเป็นที่พักแบบบังกะโล/รีสอร์ท ร้อยละ 2.5 พักโรงแรม ร้อยละ 1.2 ส่วนจำนวนคืนที่พักค้างนั้น ร้อยละ 98.7 พักเพียง 1 คืน และอีก ร้อยละ 1.3 พักมากกว่า 1 คืน และค่า ใช้จ่ายในการเดินทาง ร้อยละ 72 เสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 500-1,000 บาท ร้อยละ 13.5 เสียค่าใช้จ่าย ต่ำ กว่า 500 บาท ร้อยละ 10 เสียค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาท

ส่วนการทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ในด้าน ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย และ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง มาเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านต่างๆ พบว่า

ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้าน สถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้ บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และความพึงพอใจในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

ผู้ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคมขนส่ง ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และความพึงพอใจในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และความพึงพอใจในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5813 รองลงมาเป็นด้านผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.4924 ด้านราคาและค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 3.3060 และมีความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.0410

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามมีโครงสร้างการดำเนินงานที่เน้นอธิปไตยชุมชนและการมีส่วนร่วม ด้านเครือข่ายองค์กรชุมชน และด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชน ทั้ง 3 ด้านนี้จึงอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควรพัฒนาในโครงสร้างแบบองค์กรรวม และ โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร โดยภาครัฐ ภาคเอกชนและหน่วยงานอื่นๆ ร่วมมือกันเข้าไปพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างจริงจัง โดยประเด็นที่ต้องให้ความช่วยเหลือจากการศึกษานี้ พบว่า ชุมชนต้องการความช่วยเหลือทั้งทรัพยากรที่เป็น เงินทุน และสิ่งของ โดยเฉพาะเส้นทางที่จะเข้าถึงชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นตลาดแรงงานของเกษตรกรในท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้และการสร้างงานไปสู่ชนบท

2. ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามมีจุดเด่นในเรื่องการส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำผ้ามัดย้อมจากเปลือกไม้ และรูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ดังนั้นจึงควรรักษาจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่ดีเหล่านี้

นี้ไว้เพื่อเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึงร้อยละ 54 นั้นมีความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนกำลังดำเนินงานอยู่

3. รายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนบางแห่งที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวยังไม่แน่นอน และยังไม่มากเท่าที่ควร ทั้งนี้เพราะหลายชุมชนในจังหวัดมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายๆ กัน และอาจเป็นเพราะความหลากหลายของนักท่องเที่ยวยังมีน้อย ถูกจำกัดอยู่เพียงบางกลุ่ม เช่น กลุ่มนักศึกษาที่ต้องการมาดูงาน ดังนั้นชุมชนเองควรสร้างความแตกต่าง เช่น การจัดการท่องเที่ยวแนวผจญภัยสำหรับกลุ่มผู้รักความท้าทาย จัดเรลล์ริมคลอง การแข่งขันพายเรือในคลอง เพื่อเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน แต่ชุมชนเองต้องมีการพัฒนาพื้นที่เกษตรให้มีความเหมาะสมเพื่อรองรับกิจกรรมที่เกิดขึ้น

4. จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นนักศึกษา รายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จะมีความพึงพอใจในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย และความพึงพอใจในภาพรวมมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ อาจเป็นเพราะลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ทั้งในเรื่องการเดินทางและค่าที่พักแรม รวมถึงการได้อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักให้นักศึกษาเดินทางมาเที่ยว ชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรเผยแพร่ลักษณะเช่นนี้ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเพิ่มความหลากหลายของนักท่องเที่ยวมากขึ้น จะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ชุมชนและสามารถแก้ปัญหาเรื่องรายได้จากการท่องเที่ยว เหมือนกับที่บางชุมชนกำลังประสบปัญหาอยู่

5. เมื่อพิจารณาลักษณะพฤติกรรมมารับข่าวสารของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่า แหล่งข่าวสารที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ เพื่อนและญาติ ซึ่งมีประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของแหล่งข้อมูลทั้งหมด นั่นคือ กลุ่มเพื่อนและญาติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นการที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้นนั้น ควรมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมากที่สุด ซึ่งอาจทำได้โดยการสร้างความประทับใจในระหว่างการท่องเที่ยว ทั้งการมีกิจกรรม และการใช้เวลาส่วนตัวในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวประทับใจและมีการบอกต่อๆ กัน และวิธีการนี้จะทำให้ชุมชนสามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ได้ทางหนึ่ง

6. จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า ลักษณะในการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย และวัตถุประสงค์การมาเที่ยว นั้น มีผลต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆ คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ดังนั้นชุมชนควรจัดกิจกรรมให้เข้ากับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจะทำให้ได้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีการบันทึกรายละเอียดการเดินทางมาและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ โดยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอาจทำในรูปแบบ แพ็กเกจทัวร์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ นอกจากนี้การบันทึกจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นประโยชน์ต่อการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์กลับไปยังนักท่องเที่ยวถึงการพัฒนาดังกล่าวอีกด้วย

ผู้วิจัยขอเสนอรูปแบบของ แพ็กเกจทัวร์ โดยอาศัย 2 กลยุทธ์ประกอบกัน คือ การให้นักท่องเที่ยวเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการได้เอง ซึ่งกลยุทธ์นี้จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท ซึ่งแน่นอนว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแบบครอบครัว แบบกลุ่มนักศึกษาธรรมชาติ หรือคู่รัก แม้กระทั่งเดินทางมาคนเดียว ย่อมมีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ดังนั้นการที่สามารถเลือกกิจกรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวได้เองจะให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากเข้าร่วมมากกว่า

ส่วนอีกกลยุทธ์หนึ่งคือการดึงการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ นั้นจะเข้ามาในรูปของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ แต่อย่างไรก็ตามการสร้างความหลากหลายของกิจกรรมที่เป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่สุด โดยผู้นำชุมชนจะต้องมีความรอบรู้ในด้านข้อมูลของการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ที่มีในพื้นที่จังหวัดของตน

7. ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้สนใจควรศึกษาต่อยอดในเรื่องต่างๆ เช่น ศักยภาพของชุมชนในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือแม้กระทั่งการศึกษาถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรดำเนินต่อไปอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กองประชาสัมพันธ์ ททท. 2545. “โครงการเที่ยวทั่วไทย ไปได้ทุกเดือน ฤดู 6 เดือน มีรายได้
หมุนเวียน 4,152 ล้านบาท”. ข่าวประชาสัมพันธ์. แหล่งที่มา: <http://www.tat.or.th/pr> ,
20 เมษายน 2546

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2537. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.
กรุงเทพมหานคร

กองอนุรักษ์. มปป. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมบริการ (Agrotourism). กรุงเทพมหานคร

คุณทลทิพย์ มาลากุล ณ อยู่ชยา. 2526. การศึกษาเปรียบเทียบความพอใจระหว่างผู้อยู่อาศัยใน
แฟลตกับเรือนแถว กรณีเคหะชุมชนบางบัว 2 กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. 2540. องค์กรชุมชน:กลไกเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม. กรุงเทพมหานคร:
บริษัท แพลน ฟรันทิง จำกัด.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2546. การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัชวาล เรื่องประพันธ์. 2537. สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม MINITAB
SPSS/PC+ และSAS. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2538. “องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว”. จุลสารการท่องเที่ยว 4 (ตุลาคม-
ธันวาคม 2538): 38-45

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2544. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ ลานนา
การพิมพ์.

ทัศนวรรณ วิบุตขยมานนท์. 2545. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว
เที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธงชัย สันติวงศ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร:
บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

บุญชม ศรีสะอาด. 2541. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร:
สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2531. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. (พิมพ์
ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศรีอนันต์.

ประกาศิต ทองเจือเพชร. 2544. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวใน
ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประดิษฐ์ มัชฌิมา. 2523. สังคมวิทยาชนบทและการสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรียานุช ป็องภัย. 2541. ชุมชนเข้มแข็ง: บทเรียนภาคปฏิบัติ. ขอนแก่น: โรงพิมพ์พระธรรมจันต์.

พิทยา ว่องกุล. 2541. ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 1999-2000. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

มนทิพย์ กระจ่างเวช, ประณีต เขียววิจิตร, กนก ปานบัว และบุญเสริม ชันแก้ว. 2545. คู่มือท่องเที่ยวเชิงเกษตร. กรมส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพมหานคร.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2544. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร. กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.

วิภา วัฒนพงษ์ชาติ. 2542. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริ ฮามสุโพธิ์. 2543. สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, สุดา สุวรรณภรณ์, ชวลิต ประภวานนท์ และสมศักดิ์ วนิชยาภรณ์. 2545. องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์. (ปรับปรุงใหม่ล่าสุด). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ศุภร เสรีรัตน์. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ อาร์ บีซิเนสเพรส จำกัด.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วท.). 2542. รายงานเบื้องต้นการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agotourism). กรุงเทพมหานคร.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วท.). 2543. รายงานขั้นสุดท้ายการศึกษา เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agrotourism). กรุงเทพมหานคร.
- สมยศ นาวิการ. 2545. ธุรกิจเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด.
- สิรินาถ นุชชัยเหล็ก. 2541. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2544. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้า พรินติ้ง จำกัด.
- สุดารัตน์ พันธุ์นิกุล. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เสนาะ ดิยาวี. 2544. หลักการบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เสาวณิต ตั้งตระกูล. 2533. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม. 2545. “สำนักงานเกษตรจังหวัด”. ข้อมูลทั่วไปด้านการเกษตร (ตัดยอดข้อมูล มิถุนายน 2545). แหล่งที่มา: <http://samutsongkham.doae.go.th/>, 10 กันยายน 2546.

ฤโสภา. 2545. “จากเส้นทางสองฝั่งสวนผลไม้ที่นครปฐม ราชบุรี และสมุทรสงคราม”. อสท.
(พฤษภาคม 2545): 77

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ คลยา จาตุรงค์กุล. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับมาตรฐาน.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler Philip. 1997. Marketing Management: Analysis; Planning; Implementation and Control.
9thED. New Jersey: A Simon and Schuster Company.

Yamane Taro. 1967. Elementary Sampling Theory. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ แบบสอบถามผู้นำชุมชน

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ศึกษาในโครงการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนต่อไป

คำชี้แจง กรุณาตอบโดยทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ที่ตรงกับคำตอบที่ท่านต้องการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานนักท่องเที่ยว

1.	เพศ	หญิง	ชาย
2.	อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี
		31-35 ปี	36-40 ปี
		41-45 ปี	มากกว่า 45 ปี
3.	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		สูงกว่าปริญญาตรี	
4.	รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000-15,000 บาท
		15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท
		25,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
5.	อาชีพ	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
		นิสิต/นักศึกษา	€ ค่าขาย/รับจ้าง
		€ อื่นๆ ระบุ.....	

8. ท่านได้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบนี้จากที่ใด
- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| เอกสารเผยแพร่ / แผ่นพับ | หนังสือพิมพ์ / วารสาร |
| บริษัทนำเที่ยว | วิทยุ / โทรทัศน์ |
| เพื่อน / ญาติ | อื่นๆ ระบุ..... |
9. ในการเดินทางมาเที่ยวในครั้งนี้ท่านจะได้เที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมดกี่แห่ง
- | | |
|------------------|----------|
| € 1 แห่ง | € 2 แห่ง |
| € 3 แห่ง | € 4 แห่ง |
| € มากกว่า 4 แห่ง | |
10. ท่านพักค้างคืนหรือไม่ในการมาเที่ยวครั้งนี้
- | | |
|--------|----------------------------|
| € ค้าง | € ไม่ค้าง (ข้ามไปทำข้อ 13) |
|--------|----------------------------|
11. ท่านพักค้างคืนที่ใด
- | | |
|------------------------------------|---------------------------------|
| € โรงแรม | € ที่พักแบบโฮมสเตย์ (HOME STAY) |
| € บังกะโล/รีสอร์ท | € บ้านญาติ/เพื่อน |
| € บ้านรับรองของทางราชการหรือบริษัท | |
12. ระยะเวลาที่ท่านพักค้างคืนจำนวน.....คืน
13. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ต่อคนโดยประมาณ.....บาท
- | | |
|-------------------|---------------------|
| € ต่ำกว่า 500 บาท | € 500-1,000 บาท |
| € 1,001-1,500 | € มากกว่า 1,500 บาท |

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง ในแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว และขอความกรุณาตอบทุกข้อ

3.1 ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไรเมื่อพิจารณาตามข้อความต่อไปนี้

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ความสะดวกของการค้นหาชุมชนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ความสะดวกสบายของสภาพถนนเพื่อเข้าถึงชุมชนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ความน่าสนใจ และสิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชน					
4. การกำหนดเส้นทางการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน					
5. สภาพแวดล้อมภายในชุมชน					
6. การออกแบบสถานที่ท่องเที่ยว					
7. การบำรุงรักษาภายในสถานที่ท่องเที่ยว					
8. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว					
9. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่					

3.2 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกและความปลอดภัย

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไรเมื่อพิจารณาตามข้อความต่อไปนี้

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ					
2. ความปลอดภัยของเส้นทางการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ป้ายแนะนำในการเที่ยวชมตามจุดสำคัญ					
4. ป้ายบอกชื่อ ประเภท ลักษณะต้นไม้ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม					
5. การจัดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและร่วมกิจกรรมทางการเกษตร เช่น การปลูกพืช การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร					
6. เอกสาร แผ่นพับ คู่มือ ประกอบการเที่ยวชม และให้ความรู้					
7. ที่นั่งพักตามเส้นทางท่องเที่ยว					
8. การบริการน้ำดื่ม					
9. ห้องน้ำ ห้องสุขา					
10. ถึงขยะและจุดวางถังขยะ					
11. อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น เสื้อชูชีพ ไม้เท้าค้ำยัน ฯลฯ					

3.3 ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไรเมื่อพิจารณาตามข้อความต่อไปนี้

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ความประทับใจในการให้บริการของพนักงานต้อนรับ					
2. ความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของพนักงาน					
3. ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมทางการเกษตรของพนักงานที่นำชมสถานที่ท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่ดูแลตามจุดต่างๆของเส้นทางเที่ยวชม					
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
6. การสาธิตกิจกรรมทางการเกษตรแก่นักท่องเที่ยว					
7. ผลิตผลทางการเกษตรที่จำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยว					

3.4 ปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่าย

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไรเมื่อพิจารณาข้อความต่อไปนี้

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ราคาค่าบริการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวรวมไปถึงค่าบริการยานพาหนะที่นำชมแหล่งท่องเที่ยว เช่น เรือ รถ					
2. ความเหมาะสมของการบริการที่ได้รับกับค่าบริการ					
3. รายการส่งเสริมการขายที่ได้รับ เช่น ส่วนลด					
4. รูปแบบและช่องทางการชำระค่าบริการ เช่น เงินสด เครดิตการ์ด					
5. ราคาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เกษตรกรนำมาจำหน่าย					

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

กิตติศักดิ์ รัตนหล

นิสิตปริญญาโท ธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถามผู้นำชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ชื่อชุมชน.....

วันที่.....เดือน.....ปี พ.ศ.

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความเป็นธุรกิจชุมชนของชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของชุมชนในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ศึกษาในโครงการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้าน ต่อไป

ส่วนที่ 1 ความเป็นธุรกิจชุมชนของชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำชี้แจง กรุณาตอบโดยทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ที่ตรงกับคำตอบที่ท่านต้องการ

1. โครงสร้างชุมชนแบบองค์รวม

1.1 ในชุมชนของท่านมีองค์กรชุมชนที่จัดตั้งโดยสมาชิกในชุมชน เพื่อรับผิดชอบดำเนินงานแก้ปัญหา และอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่นักท่องเที่ยว

มี ไม่มี

€ €

- ถ้ามีองค์กรที่ก่อตั้งโดยชุมชนนั้นสามารถเข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ในด้านการจัดการการท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

1.2 มีการจัดตั้งกองทุน ภายในหมู่บ้านหรือในชุมชน เพื่อช่วยเหลือคนในหมู่บ้านหรือในชุมชนที่เดือดร้อน

มี ไม่มี

€ €

- ถ้ามี ได้แก่ 1.

- 2
- 3

และ กองทุนที่จัดตั้งขึ้นนั้น สามารถช่วยเหลือคนในหมู่บ้านที่เดือดร้อนได้มากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

1.3 ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีการใช้ทรัพยากรที่มีในพื้นที่ และ แรงงานภายในชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการมีงานทำของคนในชุมชนหรือไม่

มี ไม่มี

€ €

- ถ้าใช่ คนในชุมชนมีงานทำมากขึ้นเพียงไร เมื่อมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

1.4 รายได้/ผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว ดำเนินการโดยองค์กรชุมชน

มี ไม่มี

€ €

- ถ้าใช่ ผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการพัฒนาของชุมชนมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

1.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการเป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้าน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นหลัก

มี ไม่มี

€ €

- ถ้าใช่ ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใต้ภูมิปัญญาชาวบ้าน และใช้ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชน เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

2. โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร

2.1 ชุมชนที่ดำเนินงานการท่องเที่ยว เคยได้รับเงินสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชน เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน หรือ กรมส่งเสริมการเกษตร เพื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

เคย ไม่เคย
€ €

- ถ้าเคย ชุมชนของท่านได้รับเงินสนับสนุนจากองค์กรนอกชุมชน เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน หรือ กรมส่งเสริมการเกษตร อย่างเพียงพอแค่ไหน

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
€ € € € €

2.2 มีการจัดการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีหน่วยงานของทางราชการให้การสนับสนุน

เคย ไม่เคยมี
€ €

- หน่วยงานของทางราชการมาจัดอบรมเพิ่มพูนความรู้แก่คนในชุมชนบ่อยครั้งเพียงไร

บ่อยมากที่สุด บ่อยครั้ง ปานกลาง นานๆ ที่ แทบไม่เคย
(ทุกเดือน) (เดือนเว้นเดือน) (สอง สามเดือนครั้ง) (ครั้งปีครั้ง) (ปีละครั้ง)
€ € € € €

2.3 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของทางจังหวัด เพื่อเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เคย ไม่เคยมี
€ €

- ถ้ามี การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของทางจังหวัดบ่อยครั้งเพียงไร

บ่อยมากที่สุด บ่อยครั้ง ปานกลาง นานๆที่ แทบไม่เคย
(มากกว่า 2 ครั้งต่อปี) (ปีละ 2 ครั้ง) (ปีละครั้ง) (สองปีครั้ง) (มากกว่า 2 ปีครั้ง)
€ € € € €

2.4 เจ้าหน้าที่ของรัฐ กับ องค์กรชุมชน ร่วมกันในการกำหนดนโยบาย (เช่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

มี ไม่มี

€ €

- เจ้าหน้าที่ของรัฐ กับ องค์กรชุมชนร่วมมือกันในการตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

€ € € € €

2.5 ชุมชนมีที่ปรึกษาด้านการตลาด การบริหารงานการท่องเที่ยว ตลอดจนด้านการบริการการท่องเที่ยว

มี ไม่มี

€ €

- ที่ปรึกษาที่มีอยู่ได้ให้ความช่วยเหลือมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

€ € € € €

2.6 มีการประสานงานระหว่างธุรกิจนำเที่ยวเอกชนกับชุมชนของท่านเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น เช่น packet tour

มี ไม่มี

€ €

- ถ้ามี การประสานงานระหว่างธุรกิจนำเที่ยวเอกชนกับชุมชนของท่านเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นนั้นมีบ่อยครั้งเพียงไร

บ่อยมากที่สุด บ่อยครั้ง ปานกลาง นานๆ ที่ แทบไม่เคย

(ทุกเดือน) (เดือนเว้นเดือน) (สอง สามเดือนครั้ง) (ครั้งปีครั้ง) (ปีละครั้ง)

€ € € € €

3. โครงสร้างอภิปไตยชุมชน และการมีส่วนร่วม

3.1 สมาชิกส่วนใหญ่ในหมู่บ้านเป็นสมาชิกขององค์กรชุมชนที่ดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มี ไม่มี

€ €

- การมีส่วนร่วมของสมาชิกองค์กรชุมชนในการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น เป็นผู้นำชมสถานที่ท่องเที่ยว เป็นผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ มีมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

€ € € € €

3.2 มีการจัดประชุมภายในชุมชนของตนเพื่อระดมความคิดเห็น และคิดค้น โครงการหรือ กิจกรรมที่จะมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตน

มี ไม่มี

€ €

- การจัดประชุมภายในชุมชนของตนเพื่อระดมความคิดเห็น และคิดค้น โครงการหรือ กิจกรรมที่จะมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตน

จัดประจำทุกเดือน เดือนเว้นเดือน สอง สามเดือนครั้ง นานๆที ปีละครั้ง

€ € € € €

3.3 ที่ประชุมจะเปิดโอกาสให้สมาชิกที่เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

มี ไม่มี

€ €

- การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมของชุมชนมีมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

€ € € € €

3.4 ในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ มีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบระหว่างสมาชิกกันอย่างทั่วถึง

มี ไม่มี

€ €

- ท่านเห็นด้วยกับการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานของชุมชนท่านว่ามี การแบ่งงานกันอย่างทั่วถึง

เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
€	€	€	€	€

3.5 มีการศึกษาถึงศักยภาพของชุมชน ปัญหา อุปสรรค ต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของชุมชน

มี ไม่มี

€ €

- คนในชุมชนร่วมกันแก้ไขปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

4. โครงสร้างด้านภูมิปัญญาชาวบ้านและฐานข้อมูลความรู้ชุมชน

4.1 รูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวแหล่งอื่น

มี ไม่มี

€ €

- ชุมชนของท่านสามารถสร้างความแตกต่างในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ ต่างจากชุมชนอื่นๆ ได้มากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

4.2 มีการถ่ายทอดความรู้ในด้านการผลิต การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร แก่ นักท่องเที่ยวที่มา เที่ยวชม

มี ไม่มี

€ €

- ชุมชนของท่านเน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้าน
ในด้านการผลิต การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

4.3 มักุเทศน์ที่นำเที่ยวเป็นคนท้องถิ่น

มี	ไม่มี
€	€

- มักุเทศน์ที่นำเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมาก
น้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

4.4 ชุมชนมีศูนย์รับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

มี	ไม่มี
€	€

- ชุมชนของท่านได้ประโยชน์จากการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนมาก
น้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

4.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของคุณตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทร
ทัศน์ และ แผ่นพับเผยแพร่

มี	ไม่มี
€	€

- มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของท่านมากน้อย
เพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

4.6 การนำเครือข่ายคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสาร เช่น ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในจังหวัด ตลอดจนใช้ประโยชน์ในด้านการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว

มี ไม่มี
€ €

- มีการนำเครือข่ายคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนใช้ประโยชน์ในด้านการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
€ € € € €

5. โครงสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน

5.1 มีการติดต่อสื่อสาร และ ประสานงานระหว่างชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

มี ไม่มี
€ €

- การประสานงานระหว่างชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมมีมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
€ € € € €

5.2 การประชุม อบรม สัมมนา รวมทั้งปรึกษาหารือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างชุมชน

มี ไม่มี
€ €

- การจัดประชุมเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างชุมชนบ่อยเพียงไร

บ่อยมากที่สุด บ่อยครั้ง ปานกลาง นานๆ ที่ แทบไม่เคย
(ทุกเดือน) (เดือนเว้นเดือน) (สอง สามเดือนครั้ง) (ครั้งปีครั้ง) (ปีละครั้ง)
€ € € € €

5.3 การศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

มี ไม่มี
€ €

- มีการศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนของคนบ่อเพียงไร

บ่อยมากที่สุด (ทุกเดือน)	บ่อยครั้ง (เดือนเว้นเดือน)	ปานกลาง (สอง สามเดือนครั้ง)	นานๆ ที่ (ครั้งปีครั้ง)	แทบไม่เคย (ปีละครั้ง)
€	€	€	€	€

5.4 การรวมกลุ่มหรือองค์กรของเกษตรกรระหว่างชุมชนที่ทำการเกษตรในรูปแบบที่คล้ายๆกัน ผลทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใหม่ๆ ตามมา

มี ไม่มี
€ €

- ท่านเห็นด้วยเพียงไรกับการรวมกลุ่มขององค์กรของเกษตรกรระหว่างชุมชนทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใหม่ๆเกิดขึ้น

เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
€	€	€	€	€

5.5 มีการถ่ายทอดประสบการณ์ ปัญหาการดำเนินงานและการแก้ปัญหาไปยังชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวแหล่งอื่น

มี ไม่มี
€ €

- มีการถ่ายทอดประสบการณ์ ปัญหาการดำเนินงานและการแก้ปัญหาไปยังชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวแหล่งอื่นมากน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

5.6 มีการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยวร่วมกันกับชุมชนหรือหมู่บ้านอื่นๆ

มี ไม่มี

€ €

- มีการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยวร่วมกันกับชุมชนหรือหมู่บ้านอื่นๆอย่างน้อยเพียงไร

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
€	€	€	€	€

5.7 สื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น แผ่นป้ายแสดงกิจกรรมการท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยว แห่งอื่นๆ ในจังหวัดเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชนของตนไปท่องเที่ยวในชุมชนอื่น

มี ไม่มี

€ €

- สื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งอื่นๆ ในจังหวัดเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชนของตนไปท่องเที่ยวในชุมชนอื่นมีเพียงพอหรือไม่

มีมากที่สุด	มีมาก	พอมีบ้าง	มีน้อย	แทบไม่มี
€	€	€	€	€

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายวงกลมล้อมรอบระดับของปัญหาที่เป็นตัวเลข 4 ถึง 0 และระบุสภาพของปัญหาที่เกิดขึ้นท้ายข้อความ โดยกำหนดให้

ปัญหาที่พบระดับ 4 หมายถึง เป็นปัญหาในระดับมากที่สุด

ปัญหาที่พบระดับ 3 หมายถึง เป็นปัญหาในระดับมาก

ปัญหาที่พบระดับ 2 หมายถึง เป็นปัญหาในระดับปานกลาง

ปัญหาที่พบระดับ 1 หมายถึง เป็นปัญหาในระดับน้อย

ปัญหาที่พบระดับ 0 หมายถึง ไม่พบปัญหาในใดๆในส่วนนี้

1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

1.1 สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมีพื้นที่ไม่กว้างนักทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละปริมาณมากๆ.....

4 3 2 1 0

1.2 เส้นทางในการเดินทางเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

1.3 การหาแหล่งที่ตั้งของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

1.4 การพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างจริงจัง.....

4 3 2 1 0

1.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามสื่อต่างๆ.....

4 3 2 1 0

1.6 สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ระบบประปา ไฟฟ้า ในแหล่งท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

1.7 สถานที่แสดงกิจกรรมการเกษตร และ ส่วนแสดงวิชาการในด้านการเกษตร เช่น การเพาะกึ่งพันธุ์ไม้ผล การทำน้ำตาลมะพร้าว

4 3 2 1 0

1.8 สถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

1.9 สถานที่จำหน่ายสินค้า/เครื่องคัม.....

4 3 2 1 0

1.10 ห้องน้ำ/ห้องสุขา.....

4 3 2 1 0

2. ด้านบุคลากร

2.1 ความเพียงพอของบุคลากรต่อการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

2.2 ความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม.....

4 3 2 1 0

2.3 ความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของบุคลากร.....

4 3 2 1 0

2.4 ความรู้ ประสิทธิภาพของมัคคุเทศน์ที่นำเที่ยวในชุมชน.....

4 3 2 1 0

2.5 การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่มสมาชิกในด้านต่างๆ เช่น การจัดทำเอกสาร
แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การทำป้ายโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

2.6 เจ้าหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว
โรงแรม ฯลฯ.....

4 3 2 1 0

2.7 บุคคลภายนอกชุมชนที่มีสำนักท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

3. ด้านการดำเนินงาน การบริหารและการจัดการ

3.1 การสื่อสารภายในชุมชน.....

4 3 2 1 0

3.2 การสื่อสารระหว่างชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

3.3 การดูแลความสะอาดภายในชุมชน.....

4 3 2 1 0

3.4 รายได้จากการจัดการท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

3.5 ความสามารถของชุมชนในการตอบสนองความต้องการ/ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....

4 3 2 1 0

3.6 การวางแผนการตลาดของชุมชน.....	4	3	2	1	0
3.7ความร่วมมือกันระหว่างชุมชนที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	4	3	2	1	0
3.8 ความพร้อมสำหรับการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่.....	4	3	2	1	0
3.9 การจัดระบบการจัดจำหน่ายสินค้า เช่น ผลผลิตทางการเกษตร สินค้าแปรรูปหัตถกรรมของที่ระลึกในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....	4	3	2	1	0
3.10 การเข้ามาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง.....	4	3	2	1	0
3.11 รูปแบบการชำระค่าบริการ.....	4	3	2	1	0
3.12 เงินทุนช่วยเหลือของหน่วยงาน/องค์กรนอกชุมชน.....	4	3	2	1	0

4. ด้านนักท่องเที่ยว

4.1 ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว.....	4	3	2	1	0
4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม.....	4	3	2	1	0

4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนักที่มา.....

4 3 2 1 0

4.4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวนัก.....

4 3 2 1 0

4.5 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวนัก.....

4 3 2 1 0

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
กิตติศักดิ์ รัตนพล

ภาคผนวก ข

รายนามผู้นำชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้สัมภาษณ์

รายนามผู้นำชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้สัมภาษณ์

นาง เปรี๊ยะ มรรคทรัพย์

นาย สมทรง แสงตะวัน

นางสาว จวีวรรณ หัตถกรรม

นาง ทองห่อ สุดสวาท

นาง ทองหยิบ แก้วนิลกุล

นาง เอมอร ชื่นสกุล

นาย พิษณุ อินทรพิทักษ์

นาย บุญปลอด เจริญฤทธิ์

นาย ทวีป เจือไทย

กำนัน ปรีชา พุคะบุตร

นาง มาลี ชื่นจิตร

นาย ธนู พยงค์ยิ้ม

นาย ธวัช บุญพัค

นางสาว คณัทยา ยังยิ้ม

นาง ศศวรรณ มีศิลป์

นาย สมพร หวังเจริญ

นาย สมหมาย สมปรุง

ภาคผนวก ค

กรอบแนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน

กรอบแนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน

ประคิษฐ์ มัชฌิมา (2523: 44) กล่าวว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มชนที่รวมกันอยู่เป็นกลุ่มก้อนในที่เดียวกัน เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีความรู้สึกนึกคิดคล้ายกัน มีผลประโยชน์ร่วมกัน ทำธุรกิจและใช้บริการทางสังคมร่วมกัน

ปรียานุช ป็องภัย (2541: 83) กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนเป็นทางเลือกหนึ่งของชาวบ้าน จากที่เคยทำการผลิตเพียงพอบริโภคในครอบครัว เช่น เลี้ยงปลา ปลูกข้าว เป็นต้น มาเป็นการผลิตที่อิงระบบตลาด ซึ่งต้องจับตาว่าอะไรที่ตลาดต้องการ แต่ไม่ทำมากเกินไป มีการรวมกลุ่มกันทำ โดยอาศัยปัจจัยที่มีอยู่คนละเล็กละน้อยของคนมารวมกัน เพื่อลดข้อจำกัดในการทำธุรกิจเพียงคนเดียว โดยความเป็นมาพื้นฐานของหลักการธุรกิจชุมชนจะมาจากหลักคิดพื้นฐานสำคัญที่มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. ความยั่งยืน ซึ่งหมายถึง กิจกรรมธุรกิจชุมชนต้องไม่ไปทำลายสิ่งแวดล้อม หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งในชุมชน ที่สำคัญคือ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ถึงที่สุดชุมชนมีความสามารถในการดำเนินการไปได้ด้วยตัวเอง

2. ชุมชน มีการรวมกลุ่มกันเป็นองค์กร มีระบบสมาชิก กรรมการ มีส่วนร่วมในการร่วมทั้งทุน การบริหารจัดการ ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจบนพื้นฐานของการใช้ความเป็นประชาธิปไตยในการบริหารกิจการของชุมชนและที่สุคผลประโยชน์ต้องเป็นของชุมชน เช่น มีการกระจายการถือหุ้นแก่คนในชุมชน ผลกำไรที่ได้นำไปพัฒนาชุมชน

3. จริยธรรมในงานธุรกิจชุมชน หัวใจหลักคือ การไม่เอาเปรียบชุมชน สมาชิก ผู้รับบริการ ผู้บริโภค ผู้ผลิต ทั้งในเรื่องของราคาสินค้า ค่าแรง ตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการผลิตของผู้ผลิต และการรับบริการของผู้บริโภคที่ไม่ส่งผลในการทำลายสิ่งแวดล้อม

4. ธุรกิจ ในสายตาของนักธุรกิจ ธุรกิจ หมายถึง กำไร-ขาดทุน แต่สำหรับชุมชน ฐานของธุรกิจชุมชนมาจากการผลิตเดิมเพื่อเลี้ยงตัวเอง และมีการพัฒนาการผลิตที่อิงระบบตลาดมากขึ้น จึงต้องตระหนักว่า อะไรที่ตลาดต้องการถึงจะทำการผลิตขึ้น มีการรวมกลุ่ม รวมทุนกันในระดับชุมชน และที่สำคัญคือ ผลกำไรกลับไปสู่ชุมชน

ฐานคิดทางยุทธศาสตร์ความเป็นชุมชน (พิทยา, 2541: 173-184)

1. โครงสร้างชุมชนแบบองค์รวม (เศรษฐกิจชุมชน) จะต้องเกิดจากการพัฒนาชุมชนที่มีลักษณะหลากหลาย พึ่งพากันและเลี้ยงตนเองได้ โดยอาศัยการเกษตรผสมผสาน หรือวนเกษตร การสร้างวงจรรทุนในชุมชนที่มองครอบคลุมทั้งการสะสมเงินตราจากน้อยสู่ใหญ่เพื่อสร้างกลุ่มออมทรัพย์ ธนาคารชุมชน หรือธุรกิจชุมชน ซึ่งอาศัยเงินตราเป็นสื่อ และทุนทางสังคมที่มาจากบุคลากร ภูมิปัญญา ประเพณีวัฒนธรรมชุมชน สถาบันในชุมชน สาธารณสมบัติ ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน การจัดระบบสวัสดิการ การตลาดภายในชุมชนก่อนไปสู่ตลาดภายนอก

2. โครงสร้างการพัฒนาแบบพันธมิตร โดยนำเอาคุณลักษณะที่ดีและมีประโยชน์จากภาคส่วนต่างๆของสังคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรประชาชนมาร่วมมือกันเพื่อพัฒนาชุมชน หรือที่เรียกว่า เเบญจภาคี (ราชการ ธุรกิจ วิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน และชุมชน บนจุดยืนและผลประโยชน์ของชุมชน เช่น กระบวนการศึกษาวิจัยโดยอาศัยความร่วมมือจากนักวิชาการ หรือสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานภายนอกชุมชน กับการส่งเสริมให้ชุมชน หรือสถาบันในชุมชน (โรงเรียน ครู ปัญญาชน ผู้นำชุมชน) ทำงานวิจัยเอง เพื่อนำผลที่ได้มาวางแผนพัฒนาชุมชนในขั้นตอนต่อไป โดยได้รับเงินทุนสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาที่กำหนดขึ้นจากภาคเอกชน

3. โครงสร้างอธิปไตยชุมชน หรือประชาสังคม ซึ่งเน้นบทบาทหน้าที่ขององค์กรชุมชน/สังคม ให้มีส่วนร่วมหรือเป็นผู้กำหนดชะตากรรมชีวิตของตนเอง ซึ่งโครงสร้างชุมชน/สังคมแบบมีส่วนร่วมเป็นพื้นฐานการสร้างกลุ่ม สร้างองค์กรที่เข้มแข็ง สร้างกองทุน และความร่วมมือที่ทรงพลัง เช่นการวางแผนพัฒนาชุมชน ตำบล จังหวัด ภาค หรือมีส่วนร่วมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติที่มาจากระดับล่างขึ้นมาสู่ระดับบน (Bottom- Up) รวมไปถึงแผนแม่บทของประชาชนสาขาอาชีพต่างๆ ที่ร่วมกันร่างขึ้นมา

4. โครงสร้างฐานข้อมูลความรู้ชุมชน และการสื่อสารมวลชน โดยการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลแบบปฏิสัมพันธ์ มีลักษณะปรับเปลี่ยนไปตามสภาพความเปลี่ยนแปลงของชุมชน/สังคม เป็นศูนย์รวมข้อมูลที่พันธมิตรสามารถใช้ได้ในลักษณะปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยอาศัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนทุกประเภท

5. โครงสร้างภูมิปัญญา ระบบการเรียนรู้ และประเพณีวัฒนธรรมชุมชน/สังคม เป็นฐานสำคัญที่จะระดมทรัพยากร ความร่วมมือ และสร้างศักยภาพที่ทรงพลังให้เกิดผลสำเร็จอย่างสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน สร้างความมั่นคงแบบบูรณาการ และสะท้อนความเป็นไทย มีศักดิ์ศรีของตนเอง รวมไปถึงการเน้นกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างฐานความรู้ และองค์ความรู้ที่เป็นของตนเอง

6. โครงสร้างการบริหารจัดการเครือข่ายองค์กรชุมชน ซึ่งจะเป็นฐานคิดสำคัญในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ยกกระดับความรู้ และแลกเปลี่ยนบทเรียนกันนำไปสู่การต่อยอดความรู้ในการพัฒนาตนเองและเครือข่ายอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนร่วมกันวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจในระดับสังคมอย่างสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละชุมชน โดยมีเครือข่ายองค์กรชุมชนในแต่ละระดับมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างเป็นกระบวนการจนกระทั่งพัฒนาเป็นกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ การดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชนร่วมกัน

ธุรกิจชุมชน (กาญจนา, 2540: 46-47)

ธุรกิจชุมชนมีลักษณะร่วมบางประการกับกิจกรรมอื่นๆของชุมชน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นๆในชุมชนแล้ว ธุรกิจชุมชนมีความแตกต่างตรงที่ ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่เหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา เพราะฉะนั้นการติดตามข้อมูลข่าวสารจากภายนอกจึงมีความจำเป็นอย่างมาก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจโดยทั่วไป แม้ว่าการทำธุรกิจชุมชนจะมีเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นกัน แต่ทว่า กำไร ก็มีใ้เป้าหมายเพียงประการเดียวของกิจกรรมนี้ เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้ว ธุรกิจชุมชนยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีสะอาดเป็นต้น โดยรูปแบบธุรกิจนั้น จะเป็นการถือหุ้นของมหาชน เจ้าของทุนและคนทำงานเป็นคนเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจสูงต่อธุรกิจและมีผลกับการควบคุมคุณภาพสินค้าอีกด้วย ส่วนการบริหารจัดการนั้น ก็มีงลักษณะการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบ

แนวคิดหลักการธุรกิจชุมชน (ปรียานุช, 2541: 89-90)

1. ผลประโยชน์เป็นขององค์กรชาวบ้านและชุมชน
2. ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารกิจการในสัดส่วนที่มากกว่าคนอื่น
3. ต้องส่งเสริมสินค้าและบริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
4. ต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับชุมชนและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
5. ต้องคำนึงถึงการจัดสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานอย่างเป็นธรรม
6. ต้องส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม