

ฉัฐพล พิสมขรมย์ 2552: การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูกขัน จังหวัด
จันทบุรี ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาคเศรษฐศาสตร์
เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์จารึก สิงห์ปรีชา, Ph.D. 164 หน้า

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งสิ่งที่จำเป็นต้องทำควบคู่ไปด้วย คือ
การบริการให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวสูงสุด แหล่งท่องเที่ยวเชิง
เกษตรบ้านท่าสอน จังหวัดจันทบุรี ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เหมาะสมที่จะพัฒนาเป็น
แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากมีทรัพยากรที่สวยงาม และมีชาโบบลูเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (2) ศึกษาความพอใจจ่ายของ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน และ (3) ศึกษาศักยภาพ การดำเนินงาน ปัญหาและ
อุปสรรค ตลอดจนเสนอกลยุทธ์ด้านการตลาด และแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ข้อมูลจากการตอบ
แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ และสมการ
ถดถอยโลจิสติกในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า
เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย และนำมาเปรียบเทียบกับการระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอนเป็นครั้งแรก และทราบ
ข้อมูลจาก เพื่อน/ญาติ สื่อต่างๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และกลุ่มครอบครัว โดยตั้งใจ
กลับมาท่องเที่ยวอีก เพราะชอบสภาพธรรมชาติที่สวยงามของ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมากกว่าครั้งหนึ่งไม่รู้จักชา
โบบลู ส่วนกลุ่มที่ซื้อชาโบบลูกลับเพราะต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และซื้อเป็นของฝาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่
เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ ที่ความพึงพอใจจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 31.34 บาทต่อครั้งต่อคน
และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สภาพพื้นที่มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย พบว่า เพศและสถานภาพมี
อิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมเข้าชมเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่ง
ท่องเที่ยวเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศและสถานภาพมีความสัมพันธ์กับความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมเข้าชมเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การ
เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่พึงพอใจจ่ายกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ
สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าพอใจจ่าย
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า รัฐบาลควรให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เพราะ
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ควรจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและให้ความรู้ความเข้าใจแก่
ชุมชน โดยส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในพื้นที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น
รวมถึงเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อที่จะเป็นอีกหนึ่งแหล่งใน
สร้างรายได้ ให้กับชุมชนในท้องถิ่นต่อไป

Nattapon Pisamayarom 2009: A Business Management of Agrotourism at Ban Tha Son, Tambon Bo, Amphoe Khlung, Changwat Chanthaburi. Master of Art (Agribusiness), Major Field: Agribusiness, Department of Agricultural and Resource Economics. Thesis Advisor: Mr. Charuk Singhaprecha, Ph.D. 164 pages.

At present, Agro tourism is very popular. Necessary thing which has to be done along with it is service for tourists to make them feel most satisfied. Agro tourist place at Ban Thasorn, Tambol Bor, Klung District, Chantaburi Province can be considered as an appropriate natural tourist place which should be developed to be an important Thailand's tourist place because of its beautiful nature and outstanding local product, the Bai Klu Tea.

This research aims to study in: (1) tourist behavior, (2) willingness to pay of the tourists who come to Ban Thasorn Agro tourist place and (3) potential, working process, problems and obstacles. Also, to present marketing strategies and administration guidelines for this tourist place. Factors which influenced tourist satisfaction in the entrance fee for the Ban Thasorn Agro tourist place compared to the average price were analyzed. Analysis was done using descriptive and quantitative statistical analysis and logistic regression analysis on 400 tourists' questionnaires. Results were then compared to brainstorming ideas of related people to the place.

From the study, most of the tourists came to Ban Thasorn for the first time and got its information from friends/relatives and medias, such as, internet, magazines, radio and television. Most of them came in group of friends and families. They intended to come back again because of the beautiful nature of Ban Thasorn. More than half of the tourists who came here did not know about the Bai Klu Tea and did not buy it. Some tourists bought it because they wanted to try the product and took it for souvenir. Most of the tourists agreed with the entrance fee. Average satisfied entrance fee was at 31.34 Baht/person/one time. The tourists gave the most importance to conservation of location; development and service, including tourists' space utility were followed. It was found that tourist gender and status had statistically significant influence on the tourist satisfaction in the entrance fee compared to the average price, in the same direction. The tourist satisfaction in the entrance fee compared to the average price were correlated with the tourist gender and status, with statistical significance. Comparison of the average satisfied entrance fee and personal factors found that the tourists in different gender, status, education level and average monthly income gave different average satisfied entrance fee, with statistical significance.

The study indicated that Government should promote the Agro tourism at Ban Thasorn because it is an interesting tourist place, create positive attitude to the Agro tourism, educate and build understanding to people and community to encourage them to be more participated in administration and management as well as increasing more public relations through various media, offering a chance for Ban Thasorn to become another tourist place which can provide more income to the local community in the long run

Student's signature

Thesis Advisor's signature