

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูก จังหวัดจันทบุรี

A Business Management of Agrotourism at Ban Tha Son, Tambon Bo, Amphoe Khlung,
Changwat Chanthaburi

โดย

นายณัฐพล พิสมขรมย์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

พ.ศ. 2552



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

ปริญญา

ธุรกิจการเกษตร

เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอกุล จังหวัดจันทบุรี

A Business Management of Agrotourism at Ban Tha Son, Tambon Bo, Amphoe Khlung,
Changwat Chanthaburi

นามผู้วิจัย นายณัฐพล พิสมขรมย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์จารึก สิงห์ปรีชา, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย พุทธิกุล, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์เรืองไร โตกฤษณะ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

กิตติกรรมประกาศ

จากวันแรกที่ข้าพเจ้าคิดที่จะเรียนต่อก็เหมือนมีสิ่งคลอใจให้เพื่อนที่รักโทรศัพท์มาถามว่าอยากเรียนต่อหรือเปล่าและเพื่อนก็ไปเลือกแล้วจัดการลงทะเบียนให้อย่างเรียบร้อย ขณะที่ลงทะเบียนไปคือเศรษฐศาสตร์แห่งนี้ ข้าพเจ้าต้องมีการปรับพื้นอย่างหนักเพราะที่เรียนจบปริญญาตรีนั้นแตกต่างกับคณะที่นี้อย่างสิ้นเชิง ที่รอดมาได้ก็เพราะได้อาจารย์จารึก สิงห์ปรีชา ท่านได้ช่วยและให้คำแนะนำเป็นอย่างดีตลอดมา พูดได้ว่าชีวิตเข้าออกแต่ห้องพักอาจารย์ อาจารย์ได้จุดประกายความคิดในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยที่น่าสนใจ ความแปลกใหม่ในสายวิชานี้จนทำให้ข้าพเจ้ารักและเรียนได้ดีตลอดมา

ตลอดระยะเวลาที่เรียนที่มหาวิทยาลัยนี้ได้พบเจอเพื่อนและอาจารย์มากมายถือว่าเป็นชีวิตที่คุ้มค่ามาก ไม่ว่าจะเป็นสุขหรือทุกข์ก็มีเพื่อนและอาจารย์อยู่ด้วยเสมอ เมื่อถึงเวลาที่ทุกคนเริ่มต้นกับการทำวิทยานิพนธ์ข้าพเจ้าคิดว่าความสุขคงจบลงแล้ว แต่เปล่าเลยกลับทำให้ทุกอย่างมันมากขึ้นด้วยซ้ำ ทำให้เห็นว่าเพื่อนทุกคนรักกันและคอยช่วยเหลือกัน อย่างข้าพเจ้าเป็นต้น เนื่องจากงานที่ข้าพเจ้าทำไม่ค่อยเป็นเวลาและค่อนข้างหนัก คนแรกที่จุดประกายความคิดให้ทำเรื่องการท่องเที่ยวก็คือภริยาของคุณที่ทำให้ข้าพเจ้ามองเห็นฝั่งแต่จะว้ายไปอย่างไรนั้นมีผู้มีพระคุณอีกมากมายที่คอยผลักดันและคอยให้กำลังใจ ความรู้สึกพิเศษเหล่านี้ได้จาก คุณแม่กับป้าที่ข้าพเจ้ารักที่สุด พี่นุชโครงการที่น่ารัก พี่สาวที่แสนดีอย่างพี่ตึก พี่ปอลที่ทำให้ผมหายทุกข์ใจ กลุ่มเพื่อนของข้าพเจ้าที่รักมากช่วยทำงานให้ข้าพเจ้าจากศึกจนเข้าหลายวัน หึงเพื่อนที่แสนดีที่สุด รวมทั้งแก้วกับปลา พี่ตึกกับพี่น้อย เป็นนางฟ้าที่สวรรค์ส่งมา อาจารย์มาริสาจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ อาจารย์ก็เป็นอาจารย์ที่ให้คำปรึกษาได้ตลอดแม้ยามออกกำลังกายอยู่ก็ตาม ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอย่างสุดซึ้งกับทุกท่านที่ได้กล่าวมา รวมทั้งหนังสือทุกเล่มที่เหมือนหอมอนให้ข้าพเจ้าหนุนทุกคืน อาจารย์ทุกคนที่สอนข้าพเจ้ามาตั้งแต่เป็นเด็กน้อย ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ พี่บรรณารักษ์ทุกท่านที่เห็นว่าข้าพเจ้าหน้าตาเดี๋ยวนแต่ใส่ขาสั้นก็ให้เข้าห้องสมุดได้ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์เล่มนี้อีกหลายท่านที่มีได้เอ่ยนามถ้าไม่มีชื่อห้ามว่าเกินหนึ่งหน้าหรือเอาไว้ภาคผนวกได้ข้าพเจ้าจะทำ

ประโยชน์อันเนื่องมาจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีเพียงใดขอมอบแต่ทุกท่านที่ข้าพเจ้ารัก ที่ข้าพเจ้าได้กล่าวมา...

ณัฐพล พิสมขรมย์

พฤษภาคม 2552

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 และมีชาไข่มพื้เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

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

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอนเป็นครั้งแรก และทราบ
ข้อมูลจาก เพื่อน/ญาติ สื่อต่างๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และกลุ่มครอบครัว โดยตั้งใจ
กลับมาท่องเที่ยวอีก เพราะชอบสภาพธรรมชาติที่สวยงามของ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมากกว่าครั้งหนึ่งไม่รู้จัก
ไข่มพื้ ส่วนกลุ่มที่ซื้อไข่มพื้กลับเพราะต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และซื้อเป็นของฝาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่
เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ ที่ความพึงพอใจจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 31.34 บาทต่อครั้งต่อคน
และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สภาพพื้นที่มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย 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

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิดทางทฤษฎีและการตรวจเอกสาร	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	6
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยว	12
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว	15
ทฤษฎีความพึงพอใจ	16
แนวคิดการวิเคราะห์ถดถอยโลจิท (Logit regression)	19
การมีส่วนร่วมของประชาชน	23
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ SWOT Analysis	25
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	28
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
การสร้างแบบสอบถามนักท่องเที่ยว	44
การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ของบ้านท่าสอน	44
การวิเคราะห์ข้อมูล	47
กรอบแนวคิดการวิจัย	53
สมมติฐานในการศึกษา	55
บทที่ 4 ผลการศึกษาและวิจารณ์	58
ผลการศึกษา	58
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	58
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว	62
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากซาโบบลู	69
ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย รวมถึง ค่าบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน	74
ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยว พึงพอใจจ่ายกับปัจจัยส่วนบุคคล	79
ส่วนที่ 6 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยกับปัจจัยส่วนบุคคล	89
ส่วนที่ 7 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย	97

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยวิธี SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน	100
ส่วนที่ 9 สรุปผลจากสมมติฐาน	106
ส่วนที่ 10 ผลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาร่วมกับ ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้าน ท่าสอน โดย SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดม ความคิดของทุกส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับบ้านท่าสอน	108
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	113
สรุป	113
ข้อเสนอแนะ	120
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	128
ภาคผนวก	133
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	134
ภาคผนวก ข สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน	141
ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรมการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจาก จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน	161
ประวัติการศึกษา และการทำงาน	164

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	59
2	ข้อมูลด้านการศึกษาของนักท่องเที่ยว	59
3	ข้อมูลด้านอาชีพของนักท่องเที่ยว	60
4	ข้อมูลรายได้ของนักท่องเที่ยว	61
5	ข้อมูลทางด้านพื้นที่พของนักท่องเที่ยว	61
6	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	62
7	แหล่งการรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน	63
8	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอน	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
9	แหล่งท่องเที่ยวอื่นที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวก่อนมาเที่ยวที่บ้านท่าสอนและวิธีการเดินทาง	65
10	การทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เมื่อมาเที่ยวที่บ้านท่าสอน	66
11	ข้อมูลด้านการพักค้างแรมที่บ้านท่าสอน และลักษณะของการเดินทาง	67
12	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวในเรื่องชาไข่มุก	70
13	พฤติกรรมการบริโภคและการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากชาไข่มุก	71
14	ข้อมูลความสนใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องชาไข่มุก	72
15	ข้อมูลชนิดของชาไข่มุกที่ได้รับความสนใจและวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากชาไข่มุก	73
16	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่	75
17	ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในการพัฒนาบ้านท่าสอน หากมีการเก็บค่าบริการ	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดค่าบริการให้เช่าจักรยาน และบริการนั่งเรือชมธรรมชาติ	78
19	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามเพศ	80
20	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามอายุ	81
21	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามสถานภาพ	81
22	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า กับสถานภาพที่ต่างกัน เป็นรายคู่	82
23	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามระดับการศึกษา	83
24	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า กับระดับการศึกษาที่ต่างกัน เป็นรายคู่	84
25	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามอาชีพ	85
26	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน เป็นรายคู่	87
28	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	88
29	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ยกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ	90
30	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ	91
31	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ	92
32	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา	93
33	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
34	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95
35	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	96
36	ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากแบบจำลองโลจิต นำมาคำนวณค่า Marginal Effect	99

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการตัดสินใจเชิงเส้นในการท่องเที่ยว	12
2	พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	13
3	โครงร่างการตัดสินใจของผู้บริโภค	14
4	การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน	46
5	กรอบแนวคิดการศึกษา	54
ภาพผนวกที่		หน้า
1	แผนที่ของจังหวัดจันทบุรี	144
2	แผนที่การเดินทางไปยังสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน) จันทบุรี	152
3	ศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน สถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี)	153
4	ลานกางเต็นท์ ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน	155
5	ปูเป็นล่อง	156
6	เส้นทางจักรยาน ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน	157

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพผนวกที่	หน้า
7 ชมแสงหิ่งห้อยยามค่ำคืน ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน	158
8 ชมเหยี่ยวแดง ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน	158
9 หิ่งห้อย	159
10 เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน	160

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

นโยบายที่สำคัญประการหนึ่งของรัฐบาลไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) โดยเห็นว่าเป็นเครื่องมือทางนโยบายที่สำคัญ ที่จะทำให้เงินตราหมุนเวียนอยู่ภายในประเทศ รวมทั้งมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศด้วย เนื่องจากการท่องเที่ยวภายในประเทศจะก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเพราะกิจการการท่องเที่ยวทำให้เกิดการผลิตในสาขาธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกหลายประเภท เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น นอกจากนี้รัฐบาลยังเห็นว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศถือเป็นบริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชน ซึ่งถ้าได้มีการดำเนินการโดยเหมาะสมแล้ว ก็จะเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่ช่วยพัฒนาโลกทัศน์และภูมิปัญญา รวมทั้งเป็นการยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด และยังสร้างความภาคภูมิใจ ความรักหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติอีกด้วย ปัจจุบันจึงมีความพยายามที่จะส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในประเทศผ่านทางโครงการณรงค์ที่มีชื่อว่า “Visit Thailand Year 2008-2009” ขึ้น เพื่อสนับสนุนและร่วมมือกับธุรกิจภาคเอกชน และหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นในการที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ งานเทศกาล และงานประเพณีต่าง ๆ เพื่อที่จะดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี (เนาวรัตน์, 2538)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่นำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพของเกษตรกร ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาผสมผสาน ด้วยระบบการบริหารจัดการทรัพยากรที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน อันก่อให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ของเกษตรกรนำไปสู่การถ่ายทอดภูมิปัญญา และเทคโนโลยีการเกษตรแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือเป็นทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยว ทำให้ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ซึ่งจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวนาชนบท ชนบทธรรมนิยม

ประเพณีวัฒนธรรมรูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลายทั้งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม จนถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามในทุกพื้นที่ของประเทศไทย สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรีที่กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ตั้งอยู่ที่ตำบลบ่อ อำเภอบึง จังหวัดจันทบุรี โดยมีจุดเด่นที่การเดินทางชมหึ่งห้อย ในระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร นอกจากนี้สามารถศึกษาธรรมชาติพรรณไม้ นานาชนิดในป่าชายเลนในสะพานทางเดินศึกษาธรรมชาติ ระยะทาง 1.2 กิโลเมตร อีกทั้งมีบริการล่องเรือชมป่าชายเลนและชมเกาะที่เป็นแหล่งอาศัยของนกเหยี่ยวแดงคอขาวนับพันตัว และมีที่พักของสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 ไว้คอยบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะพักค้างคืนอีกด้วย นอกจากนี้ชุมชนบ้านท่าสอนยังมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนขึ้นมา โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร อาทิ ไข่ไข่มุก ผลผลิตแปรรูปอาหารทะเล และผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่น่าจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี เพื่อที่จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับทางจังหวัด และประชาชนในพื้นที่ตำบลบ่อ จากการพิจารณารายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี พบว่า รายได้เฉลี่ยของประชากรตำบลบ่อ มีค่า 49,758 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรของทั้งจังหวัด (53,833 บาทต่อคนต่อปี) และระดับรายได้เฉลี่ยประชากรของจังหวัดจันทบุรียังอยู่ในอันดับที่ 42 ของทั้งประเทศ (กรมสรรพากรจังหวัดจันทบุรี, 2551) ซึ่งเมื่อมองในภาพรวมแล้ว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านท่าสอน สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนภายในพื้นที่ตำบลบ่อได้ เนื่องจากบ้านท่าสอนเป็นพื้นที่ป่าชายเลน ผลผลิตจากป่าชายเลนสามารถทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เช่น เก็บฝักโกงกางขายไม่ต้องลงทุน ไม่มีความเสี่ยงและทำรายได้ต่อปีมากกว่าทำสวนเงาะ ทุเรียน การนำฝักประสักแดงมากประกอบอาหาร เช่น ประสักเชื่อม ก็สามารถนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ขายสู่ตลาดได้ นอกจากนั้น พืชหลายชนิดที่เป็นอาหารและยารักษาโรค ที่สามารถปลูกได้ เช่น ต้นขลุ่ ตาตุ่มทะเล ขอบ้าน ดอกแค มะเขือต้น ฯลฯ เป็นแหล่งอาหารและยาที่มีประโยชน์และปลอดภัย สำหรับต้นขลุ่ นั้น สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย เช่น ไข่ไข่มุกสำหรับชงดื่ม สบู่ กลี้อัดผิว ครีมพอกหน้า พิมเสน เป็นต้น โดยที่ทางราชการมีแนวคิดที่จะพัฒนาเป็นแนวคิด เป็นโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้จากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นจากคุณสมหมาย สรรพคุณ หัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี) กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กล่าวว่า แหล่ง

ห้องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านท่าสอน ยังไม่มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีแบบแผน แต่เป็นเพียงการดำเนินกิจกรรมตามวิถีชีวิตที่เคยดำเนินมา และยังพบปัญหาในเรื่องบุคลากรที่มีความชำนาญในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และงบประมาณสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว และงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาในพื้นที่ นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดทางผ่านไปเที่ยวยังจังหวัดตราดที่มีเกาะช้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จึงส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจและศึกษาถึงสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เพื่อศึกษาศักยภาพ การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนเสนอกลยุทธ์ด้านการตลาด และแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนที่เหมาะสม เพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนบ้านท่าสอน ตลอดจนเป็นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมและจูงใจผู้เยี่ยมชมและนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจและกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนอีกในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน
3. ศึกษาศักยภาพ การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนเสนอกลยุทธ์ด้านการตลาด และแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษานี้ ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ราย ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานราชการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ให้เหมาะสมตรงตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการของผู้เยี่ยมชม รวมทั้งเป็นข้อมูลให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เพื่อนำไปใช้ประกอบการวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนบ้านท่าสอนและจังหวัดจันทบุรี

นิยามศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในความหมายหรือคำจำกัดความที่ควรทราบในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดคำนิยามความหมายของคำต่างๆ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตร สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกการรักษาสภาพแวดล้อมของ สถานที่แห่งนั้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544)

พฤติกรรมกรการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากสาเหตุต่างๆ เช่น การอบรมเลี้ยงดู ธรรมเนียม การศึกษา เพศ วัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์ชีวิต (ชลัมพล , 2548)

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม นอกจากนั้น จะต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ ของสังคม และสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544)

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การพิจารณาคุณลักษณะด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัววัดศักยภาพ ที่จะนำมาเปรียบเทียบกันในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด เพื่อจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับข้อจำกัดของบุคลากร เครื่องมือ และงบประมาณที่มีอยู่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544)

ป่าชายเลน หรือ **ป่าโกงกาง** มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า "mangrove forest" หรือ "intertidal forest" คือเป็นกลุ่มสังคมพืชซึ่งขึ้นอยู่ในเขตน้ำลงต่ำสุดและน้ำขึ้นสูงสุด บริเวณชายฝั่งทะเล ปากแม่น้ำหรืออ่าว อีกความหมายหนึ่ง หมายถึง สังคมพืชที่ประกอบด้วยพันธุ์ไม้หลายชนิดหลายตระกูล และเป็นพวกที่มี ใบเขียวตลอดปี (evergreen species) ซึ่งมีลักษณะทางสรีรวิทยาและความต้องการสิ่งแวดล้อมที่คล้ายกัน ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วยพันธุ์ไม้สกุลโกงกาง (Rhizophora) เป็นไม้ลำค้ำยและมีไม้ตระกูลอื่นบ้าง

หิ่งห้อย คือ แมลงชนิดหนึ่งที่สามารถผลิตแสงได้ด้วยตัวเอง ซึ่งแสงที่เปล่งออกมาเป็นแสงที่เกิดจากกระบวนการทางชีวภาพนั่นเอง หิ่งห้อยมีชื่อเรียกที่แตกต่างกัน โดยในภาษาอังกฤษนิยมเรียกว่า "firefly" หรือ แมลงไฟ ขณะที่หิ่งห้อยตัวเมียซึ่งส่วนใหญ่จะไม่มีปีก มีลักษณะคล้ายหนอน จึงมีชื่อเรียกว่า glowworm หรือ lightning bug ซึ่งก็หมายถึง หนอนเรืองแสงนั่นเอง ส่วนในประเทศไทยนั้น หิ่งห้อยจะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันตามแต่ละภูมิภาค

ขาใบขลุ่ยหรือคันขลุ่ย เป็น ไม้พุ่มขนาดเล็ก ขึ้นเองตามธรรมชาติตามที่ลุ่มชื้น ตามหาดทรายหรือบริเวณป่าชายเลน โดยปกติชาวบ้านนิยมใช้คันขลุ่ยต้มกิน รักษา อาหารขัดเบา ขับปัสสาวะ แก้ไอ และแก้หอบหืด

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎีและการตรวจเอกสาร

การศึกษาด้านการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ต.บ่อ อ.ขลุง จ.จันทบุรี มีแนวคิด ทฤษฎี การตรวจเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยว
- 4.แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 5.ทฤษฎีความพึงพอใจ
- 6.แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์โลจิสติก (Logistic regression)
- 7.การมีส่วนร่วมของประชาชน
- 8.ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ SWOT Analysis
- 9.ทฤษฎีสวนประสมการตลาด
- 10.ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์กระทำเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากกิจกรงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และจะมีค้างแรมหรือไม่

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agrotourism) จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวชมชุมชนภาคเกษตรกรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของชาวชนบท ศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ในเรื่องเกษตรกรรม ซึ่งอาจเป็นทั้งเกษตรกรรมในรูปแบบดั้งเดิมและเกษตรกรรมที่มีความก้าวหน้าทันสมัย รวมถึงได้เที่ยวชมทัศนียภาพที่สวยงามของชุมชนนั้นๆ ทั้งนี้ เกษตรกรและชุมชนนั้นๆ จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตนเอง ซึ่งเป็น

การเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรและชุมชน ทั้งในภาคและนอกภาคเกษตรได้ นอกจากนั้น ยังเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรและชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนให้มีความยั่งยืนตลอดไป โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสำคัญ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544)

1.1 เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและชุมชนทั้งรายได้ภายในภาคเกษตร เช่น การขายผลผลิต หรือการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และรายได้นอกภาคเกษตร เช่น การให้บริการต่างๆ เป็นต้น

1.2 เพื่อก่อให้เกิดการกระจายตัวได้จากสังคมเมืองสู่ท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมในชุมชนภาคเกษตรกรรม

1.3 เพื่อพัฒนาเกษตรกรและชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นให้เกษตรกรและชุมชนโดยส่วนรวมได้รับประโยชน์อย่างสูงสุด

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ (อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ, 2548)

1.4 องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (environmental education-based tourism)

1.5 องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (identity or authentic or endemic or unique) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (eco-system) ในพื้นที่นั้นๆ องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (nature-tourism)

1.6 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (involvement of local community or people participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุง รักษาทรัพยากรท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (grass root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น อาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation-based tourism)

1.7 องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อ (responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (sustainable managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (responsible travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวชมชุมชนภาคเกษตรกรรม ได้เที่ยวชมทัศนียภาพที่สวยงามของชุมชนนั้นๆ ทั้งนี้ เกษตรกรและชุมชนนั้นๆ จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตนเอง ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรและชุมชน ทั้งในภาคและนอกภาคเกษตรได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรและชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนให้มีความยั่งยืนตลอดไป องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วม (ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนควบคู่) และด้านการจัดการ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) ศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ โดยสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (สมยศ นาวิการ, 2545)

2.1 สิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งนักการตลาดจะต้องสนใจสิ่งกระตุ้นจากภายนอก และจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นได้ และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เช่น สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม ซึ่งนักการตลาดควบคุมไม่ได้

2.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยบุคคลที่มีปัจจัยดังกล่าวต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

2.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณในการซื้อ

2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ และคณะ, 2545)

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จะช่วยให้สามารถจัดตั้งกระแสนทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้ตั้งกระแสนทางการตลาดผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดเดาได้ งานของผู้ขาย คือ ค้นหาและเข้าใจผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกและการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์ คือ ทำให้ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ วงจรชีวิต ครอบครัว อาชีพ การศึกษา ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีความต้องการ ความจำเป็นในตัวสินค้าที่แตกต่างกัน

ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า โดยองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยภายในที่สำคัญ คือ การจูงใจ

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow) ได้สร้างทฤษฎีลำดับของความต้องการ ซึ่งตั้งอยู่บนข้อสมมติฐานดังต่อไปนี้ (อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2545)

2.4.1 ความต้องการของคนสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้จากความต้องการระดับต่ำสุด คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการความสมหวังในชีวิต

2.4.2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของคนนั้นอีกต่อไป คนจะถูกจูงใจด้วยความต้องการที่อยู่สูงขึ้นไปที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2.4.3 ความต้องการของคนจะซ้ำซ้อนกัน ความต้องการอย่างหนึ่งจะยังไม่ทันหมดไป ความต้องการอย่างอื่นจะเกิดขึ้นมา

จากงานวิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ต.บ่อ อ.ขลุง จ.จันทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากต้นขลุ่ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถนำมาเป็นแนวทางได้โดยผู้วิจัยได้ศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการ โดยสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจของผู้ซื้อได้ กระบวนการนี้ตรงตามแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค และผู้วิจัยได้คำนึงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

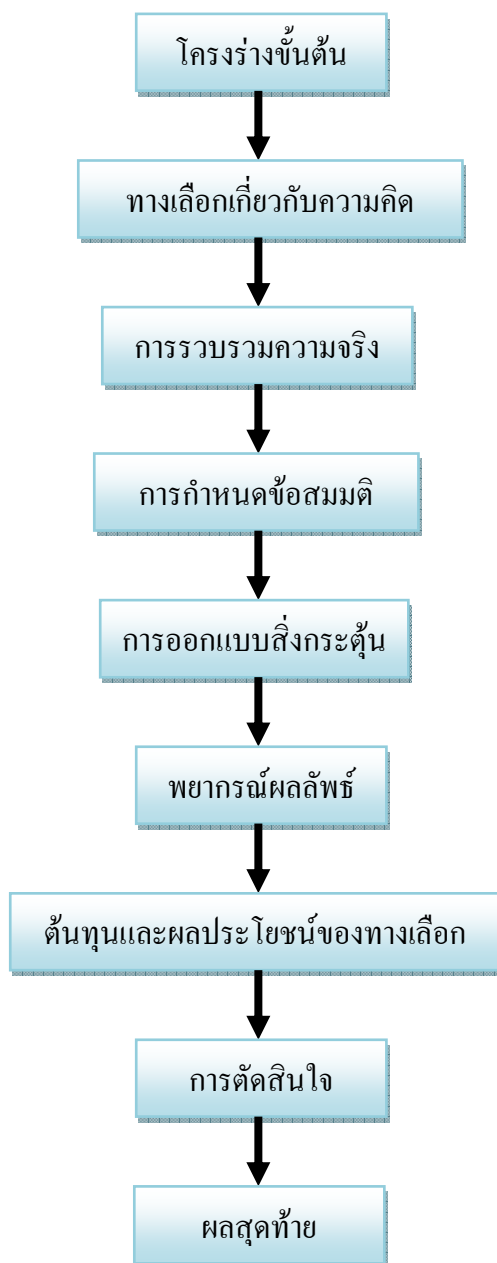
ปัจจัยภายนอก การทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จะช่วยให้สามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่เหมาะสม การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์ คือ ทำให้ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีความต้องการ ความจำเป็นในตัวสินค้าที่แตกต่างกัน

ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า โดยองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยภายในที่สำคัญ คือ การจูงใจ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยว

Wahab, Crompton and Rothfield (1976 cited in Swarbrooke and Horner, 1999) ได้เสนอแบบจำลองเชิงเส้นของกระบวนการตัดสินใจในการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการตัดสินใจเชิงเส้นในการท่องเที่ยว
ที่มา: Swarbrooke and Horner (1999)

Schmoll (1977 cited in Swarbrooke and Horner, 1999) ได้พัฒนาแบบจำลองซึ่งมีสมมติฐานว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นผลจากปัจจัย 4 ปัจจัย ดังนี้

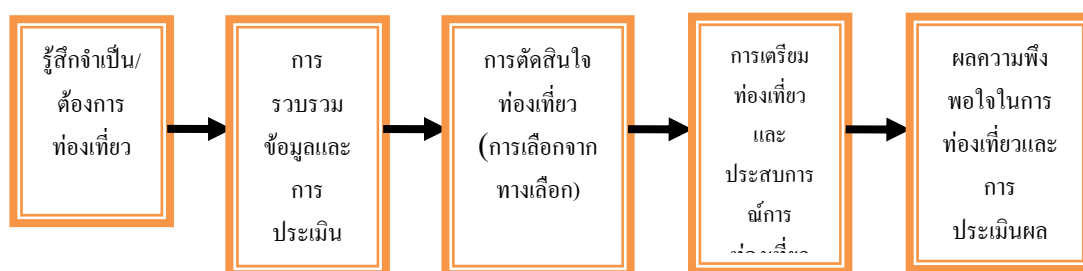
3.1 สิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว ได้แก่ หนังสือแนะนำเที่ยว รายงานจากผู้เดินทางอื่นๆ และการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

3.2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งจูงใจ ความปรารถนา และความคาดหวัง

3.3 ตัวแปรภายนอก ได้แก่ ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ความมั่นใจในธุรกิจนำเที่ยว และข้อจำกัด เช่น ต้นทุน และเวลา

3.4 ลักษณะเฉพาะและรูปแบบของบริการที่สถานที่ท่องเที่ยว เช่น การเปรียบเทียบต้นทุนและมูลค่าที่ได้รับ และขอบเขตความดึงดูดใจ และบริการทางการท่องเที่ยวที่นำเสนอมา

Mathieson and Wall (1982 อ้างถึงใน Swarbrooke and Horner, 1999) เสนอแบบจำลอง 5 ขั้นตอนเชิงเส้นตรงของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ซึ่งแสดงอยู่ในภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 พฤติกรรมกรท่องเที่ยว

ที่มา: Swarbrooke and Horner (1999)

นอกจากนั้น Mathieson and wall ยังได้เสนอโครงร่างเพื่อให้เข้าใจการตัดสินใจซื้อที่เกิดจาก 4 ปัจจัย ดังนี้

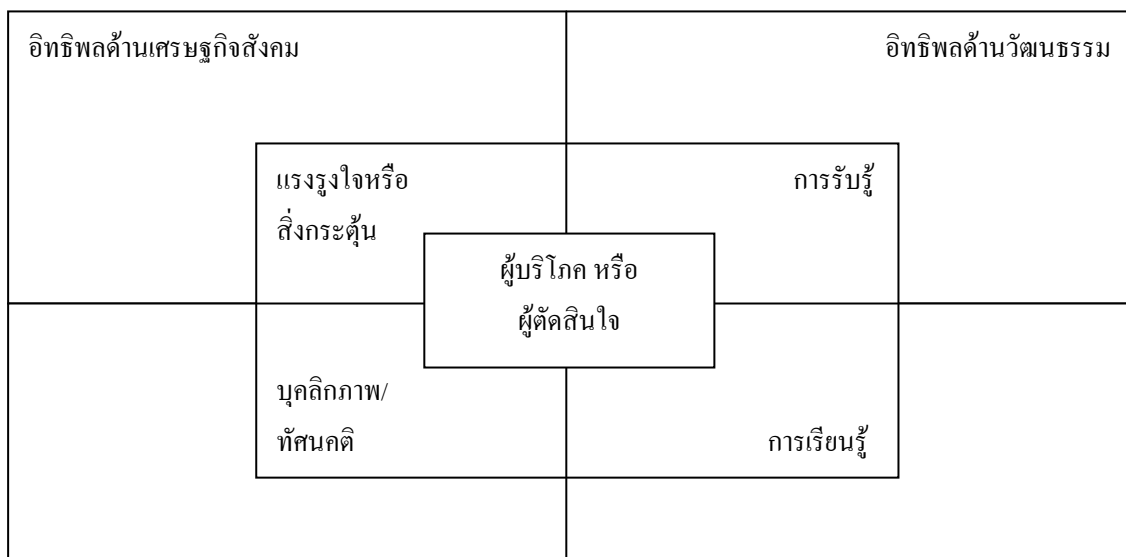
3.5 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (อายุ การศึกษา รายได้ ทักษะคติ ประสบการณ์และแรงจูงใจ)

3.6 การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล)

3.7 ทรรศนะและลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว (ความดึงดูดใจและลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยว)

3.8 ลักษณะของการท่องเที่ยว (ระยะทาง ระยะเวลาท่องเที่ยวและความเสี่ยงที่จะได้รับจากพื้นที่ที่ไปท่องเที่ยว)

Gillbert (1991 อ้างถึงใน Swarbrooke and Horner, 1999) เสนอแบบจำลองสำหรับการทำการตัดสินใจของผู้บริโภคในการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงร่างการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา: Swarbrooke and Horner (1999)

แบบจำลองนี้เสนอแนะว่ามีปัจจัย 2 ระดับที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค ระดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากกับอิทธิพลส่วนบุคคลและทางกายภาพ เช่น การรับรู้และการเรียนรู้ ระดับที่สองของปัจจัยที่มีอิทธิพลได้รวมสิ่งต่างๆ ที่ถูกพัฒนาระหว่างกระบวนการทางสังคมและรวมถึงกลุ่มอ้างอิงและอิทธิพลของครอบครัว

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้มีส่วนเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการและเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยวสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคในการท่องเที่ยวว่าต้องพิจารณาปัจจัยใดบ้างให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนบ้านท่าสอน และเพื่อให้เข้าใจการตัดสินใจซื้อบริการของผู้บริโภคในการท่องเที่ยวว่าต้องพิจารณาปัจจัยใดบ้างในมุมมองของผู้วิจัยเพื่อทำการศึกษาปัญหาได้อย่างถูกต้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

4.1 เพศ

ในอดีตนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยส่วนมากมักจะเป็นเพศชาย แต่ในระยะหลังๆ เพศหญิงมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (เนาวรัตน์, 2548)

4.2 อายุ

กลุ่มอายุ 15-25 ปี จัดเป็นกลุ่มวัยรุ่น มีพฤติกรรมกำลังระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียน ระยะเวลาผู้ใหญ่ตอนต้น ได้แก่ บุคคลอายุ 26-40 ปี เป็นระยะทดลองเพื่อหาแนวทางชีวิตที่ตนต้องการและพอใจ ระยะเวลากลางคน ได้แก่ บุคคลอายุในช่วง 41-60 ปี เป็นวัยที่แบบแผนชีวิตเข้ารูปเข้ารอยแล้ว มีความสำเร็จในชีวิตในระดับและในแนวทางตามประสบการณ์ที่ได้สะสมมา และระยะวัยสูงอายุ ได้แก่ บุคคลอายุ 61 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการเกษียณอายุแล้ว อยู่ในช่วงใช้ชีวิตเพื่อการพักผ่อน (ศรีเรือน, 2540)

4.3 รายได้

รายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจสรุปได้ว่า เมื่อรายได้เพิ่มมากขึ้นสัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้น (เนาวรัตน์, 2548)

4.4 การศึกษา

เมื่อบุคคลมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะวาระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้มีโอกาสประกอบอาชีพที่สร้างรายได้ได้มากขึ้น (เนาวรัตน์, 2548)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวนี้ ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของปัจจัยส่วนบุคคลว่ามีอิทธิพลในทิศทางใดกับการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดสมมติฐานการศึกษาได้อย่างเหมาะสม เพราะในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยส่วนบุคคลมาประยุกต์ใช้ในการหาว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับ ระดับราคาเฉลี่ย และได้นำปัจจัยส่วนบุคคลนี้มาหาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยอีกด้วย

ทฤษฎีความพึงพอใจ

5.1 ความหมาย

ความพึงพอใจ หมายถึง การตัดสินใจโดยที่มีความชอบในทัศนคติเกิดขึ้น ตามปฏิกิริยาในการซื้อสินค้าหรือบริการ หรือมีการก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อสินค้าหรือบริการเพื่อผู้บริโภค (อดุลย์ และคณะ, 2546)

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง

ของลูกค้า กล่าวคือ ระดับของความพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภค ความคาดหวังของลูกค้า เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนประโยชน์จากความสามารถตอบสนองหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นเกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่มทั้งจากการผลิตหรือบริการ และจากการตลาด (Kotler, 2003)

ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดคิดใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่ (ชัยสมพล, 2546)

5.2 การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นการวัดว่าผลผลิตรวมเป็นไปตามคาดหวังของลูกค้าหรือไม่เพียงใด ซึ่งถ้าต่ำกว่าความคาดหวังก็เท่ากับว่าช่องว่างในการให้บริการมีผลทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ โดยผลผลิตรวมนั้นเป็นการรวมทุกสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความคาดหวัง เช่น ตัวสินค้า ราคา ภาพพจน์ บรรยากาศ เป็นต้น (สิริยา, 2546)

Anton (1996 อ้างใน สิริยา, 2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้ และแสดงผลได้ มีทั้งวัดในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Qualitative and Quantitative Measurement) คือ สามารถบอกค่าตัวเลขได้ แบ่งเป็นระดับความพึงพอใจได้ วิธีการวัดความสามารถทำได้ 2 วิธี ได้แก่ มีการวางแผนล่วงหน้า และ/หรือ ทำเมื่อมีเหตุการณ์บังคับให้ทำ วิธีแรกในการวางแผนนั้นถือว่า เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานปกติของบริษัท ซึ่งต้องมีการรับฟังความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่จากลูกค้าโดยตรง ทั้งลูกค้าทั่วไป หรือจะเน้นเฉพาะกลุ่ม ส่วนวิธีที่สอง คือ ทำเพราะมีเหตุการณ์บังคับ เพราะทราบแล้วว่าลูกค้าไม่พอใจ อาจโดยการแจ้งของลูกค้าเอง เช่น ลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาแจ้งข้อบกพร่องให้ทราบ เมื่อได้ข้อสรุปปัญหาแล้วจัดการแก้ไขข้อบกพร่องทันทีโดยทั่วไปแล้ว ควรทำโดยมีการวางแผน เพราะถือว่าเป็นกระบวนการอันหนึ่งในการดำเนินงานของบริษัท

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าสามารถกระทำได้หลายวิธี ได้แก่ ระบบข้อเสนอแนะและร้องเรียน ตัวอย่างเช่น การออกแบบฟอร์มให้ลูกค้ากรอก ก่อแสดงความคิดเห็น การส่งคนปลอมตัวเป็นลูกค้า (Ghost shopping) ทั้งในบริษัทตนเองและคู่แข่ง การวิเคราะห์ลูกค้าเดิมที่หยุดการใช้บริการ และสำรวจความพึงพอใจลูกค้า ปัจจุบันทำได้หลายวิธีย่อยลงไป เช่น การออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์โดยตรง การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ฯลฯ ด้วยวิธีสุ่มว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด (Kotler, 2003)

5.3 ความพอใจภายหลังการบริการ

ปริมาณความพอใจของลูกค้าแต่ละราย ขึ้นอยู่กับการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในตัวผลิตภัณฑ์ กับการทำงานหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ารับรู้

ความคาดหวังของลูกค้าเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุและมาจากหลายทาง เช่น คำแนะนำของเพื่อน คำพูดปากต่อปาก และการคาดหวังขึ้นจากคำโฆษณาที่โฆษณาไว้ ทำให้ผู้ให้บริการบางรายไม่โฆษณาการบริการของเขาสูงเกินไป หรือบางครั้งการโฆษณาอาจต่ำกว่าสิ่งที่เขาสามารถทำได้จริง เพื่อก่อให้เกิดความพอใจของลูกค้าสูงกว่าที่คาดหวัง (Kotler, 2003)

5.4 พื้นฐานของความพอใจ

Aday and Anderson (1991 อ้างถึงใน เมธี, 2547) ซึ่งให้เห็นถึงพื้นฐานของความพอใจ 6 ประการ ได้แก่

5.4.1 ความพอใจที่ได้รับจากความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ แบ่งเป็น การใช้เวลารอคอย การได้รับดูแลบริการเมื่อมีความต้องการบริการนั้น และความสะดวกสบาย

5.4.2 ความพอใจต่อการประสานงานของการบริการ แบ่งเป็น ลูกค้าได้รับบริการทุกประเภทตามความต้องการ ความสนใจที่มีต่อลูกค้า และการติดตามผลของการให้บริการ

5.4.3 ความพอใจต่อการต้อนรับและการเอาใจใส่ของผู้บริการ ได้แก่ ท่าทางและการแสดงออกภายนอก อัจฉาศัย

5.4.4 ความพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับ

5.4.5 ความพอใจต่อคุณภาพของการบริการ

5.4.6 ความพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ทฤษฎีความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญเพราะความรู้สึกคุณค่าของนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึคนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดจิตใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่ น่าจะเป็นสิ่งจำเป็นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนพึงมี และทฤษฎีความพึงพอใจนี้สามารถวัดได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการเข้าบริการ ซึ่งถือว่าเป็นพื้นฐานหนึ่งของความพึงพอใจ

แนวคิดการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Logistic regression)

การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก คล้ายคลึงการวิเคราะห์ถดถอยทั่วไป กล่าวคือ มุ่งหาความสัมพันธ์หรือทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ เมื่อได้แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแล้วผู้วิจัยอาจจะนำไปใช้ในการประมาณค่าตัวแปรตาม หรือ การกำหนดโอกาสที่หน่วยวิเคราะห์แต่ละหน่วยจะเป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากค่าของตัวแปรตามที่ประมาณได้จะอยู่ระหว่าง 1 และ 0 โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกใช้กับการวิจัยที่ตัวแปรตามเป็นข้อมูลกลุ่ม และแบบจำลองหรือสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก คล้ายคลึงกับแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยทั่วไป เพียงแต่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรกลุ่มเท่านั้น ในขณะที่ตัวแปรอิสระเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งมีระดับการวัดเป็นช่วง (interval) หรือ อัตราส่วน (ratio) โดยการอ่านค่าผลการวิเคราะห์จะต้องพิจารณาเครื่องหมาย + หรือ - หน้าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ระดับนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (สุมาลี และ สมหมาย, 2546)

แบบจำลองโลจิส เป็นแบบจำลองที่ใช้กับกรณีที่ตัวแปรตามเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เป็นฟังก์ชันที่มีความสมมาตร ซึ่งเรียกว่า การแจกแจงแบบโลจิส และมีรูปแบบโมเดลดังนี้ (ยงยุทธ, 2529)

$$P_i = F(Z_i) = F(\alpha + \beta x_i) = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta x)}} \quad (1)$$

โดยที่ e = ฐานของเน็ทเชอรอลล็อก (natural log) ซึ่งมีค่าโดยประมาณ 2.718

P_i = โอกาสความน่าจะเป็นของแต่ละบุคคลที่จะตอบรับ

x_i = ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของบุคคล

F = ฟังก์ชันความน่าจะเป็นแบบสะสม

การคำนวณตามโมเดลนี้ ถ้าทำการคูณทั้งสองข้างจากสมการ (1) ด้วย $(1 + e^{-Z_i})$ จะได้

$$P_i(1 + e^{-Z_i}) = 1 \quad (2)$$

หารสมการ (2) ทั้งสองข้างด้วย P_i

$$(1 + e^{-Z_i}) = \frac{1}{P_i} \quad (3)$$

$$\text{หรือ} \quad e^{-Z_i} = \frac{1 - P_i}{P_i}$$

$$\text{หรือ} \quad e^{-Z_i} = \frac{P_i}{1 - P_i}$$

$$\text{หาล็อกทั้งสองข้าง} \quad Z_i = \log = \frac{P_i}{1 - P_i}$$

$$\text{Log} \frac{P_i}{1-P_i} = Z_i = \alpha + \beta x_i \quad (4)$$

โดยที่

P_i คือ ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์
 $1-P_i$ คือ ความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์

โดยตัวแปรตามในสมการถดถอย คือ ค่าล๊อคของค่าซึ่งเราจะต้องตัดสินใจเลือกซึ่งจุดเด่นของโมเดลโลจิสติกคือ จะแปลงค่าความน่าจะเป็นให้อยู่ในช่วง 0 กับ 1

การมีตัวแปรต่อเนื่องที่เป็นตัวกำหนดปัจจัยในโมเดลและมีตัวแปรอิสระจำนวนมาก ในแง่เศรษฐศาสตร์มีข้อเสนอแนะว่าควรใช้โมเดลแบบโลจิสติก โดยมีทางเลือกเพียงทางเดียว (one choice) ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่ม ถ้าเป็นเช่นนี้เครื่องมือแบบ maximum likelihood สามารถใช้ข้อมูลจากตัวอย่างแต่ละตัวในการวิเคราะห์ ซึ่งวิธีการนี้เราเชื่อว่าสามารถหาระดับความน่าจะเป็นสูงสุดได้เสมอในโมเดลแบบโลจิสติก ไม่ว่าจะ เป็นโมเดลแบบเส้นตรงหรือไม่ใช่เส้นตรง

การวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยโลจิสติก เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ จากนั้นนำสมการถดถอยที่ได้ไปประมาณการณ์หรือพยากรณ์ค่าตัวแปรตามเมื่อกำหนดค่าของตัวแปรอิสระ โดยที่การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกจะแตกต่างจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบอื่น ๆ คือ ค่าของตัวแปรตามในแต่ละกลุ่มจะมีค่าได้เพียง 2 ค่า ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นค่าของความน่าจะเป็น (probability)

โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดให้ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนสูงกว่าหรือเท่ากับระดับราคาเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 1 และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนต่ำกว่าระดับราคาเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 0 ซึ่งการผันแปรของตัวแปรตามขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระ ดังนั้นจึงไม่สามารถนำเทคนิคธรรมดามาใช้ได้เพราะจะได้สมการที่เมื่อแทนค่าของตัวแปรตาม ค่าที่ประมาณได้จะอยู่นอกช่วง (range) ของค่าตัวแปรตาม คือมากกว่า 1 หรือต่ำกว่า 0 เกิดขึ้นในแบบจำลองไม่ใช่เส้นตรง (nonlinear) ดังนั้น ในการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก หากจะให้ได้ผลที่เชื่อถือได้ จะต้องมียุทธศาสตร์ความเป็นอิสระอย่างเพียงพอ คือ ต้องมีจำนวนหน่วยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ที่มากกว่าจำนวนตัวแปร 2 ถึง 3 เท่า ทั้งนี้เนื่องจากการประมาณ

ค่าตัวแปรตามต้องใช้วิธีการประมาณแบบเป็นไปได้อย่างสูงสุด เป็นวิธีการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของประชากรที่ทำให้โอกาสความน่าจะเป็นที่ได้รับความผิดปกติสูงสุด ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะได้ผลดีที่สุดก็ต่อเมื่อมีหน่วยวิเคราะห์มาก ๆ และทำให้ค่าผิดพลาดมีการกระจายแบบปกติ (สุชาติ, 2537)

ดังนั้นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ โดยวิธีการวิเคราะห์แบบถดถอยโลจิสติก จึงจำเป็นต้องอาศัยสถิติการทดสอบที่สำคัญเพื่อการพิจารณา คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม (ค่า β ค่าสัมประสิทธิ์ของโลจิสติก) และค่าสถิติที่ทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์แต่ละตัว (ซึ่งเรียกว่า significant statistic) ซึ่งค่าของ β จะมีเครื่องหมายบวกหรือลบเพื่อบอกทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม กล่าวคือ ถ้าเป็นเครื่องหมายบวก หมายถึงตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน β หากตัวแปรอิสระมีค่าสูงขึ้นตัวแปรตามจะมีค่าสูงขึ้นด้วย หากตัวแปรอิสระมีค่าลดลงตัวแปรตามจะมีค่าลดลงตาม ถ้าเป็นลบแสดงว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งปริมาณของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจะดูได้จากค่าของ β โดยตรง เช่น ค่า $\beta = 0.0083$ เป็นค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระหมายความว่า ถ้าเพิ่มตัวแปรอิสระขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ \log (สัดส่วนของทางเลือก) เพิ่มขึ้น 0.0083 หน่วย ส่วนค่า significant statistic จะเป็นค่าที่บ่งชี้ว่า β มีค่าดังกล่าวจริงหรือไม่ และยิ่งค่า significant statistic มีค่ามากเท่าใด แสดงว่าค่า β นั้นจะมีนัยสำคัญมากเท่านั้น และแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งในความเป็นจริง การสุ่มตัวอย่างมักมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นเสมอ ดังนั้นในการวิเคราะห์ในครั้งนี้กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความมีนัยสำคัญของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม

ผู้วิจัยได้นำการวิเคราะห์แบบจำลองถดถอยโลจิสติก มาศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กล่าวคือเพื่อศึกษาว่าปัจจัยส่วนบุคคลใดได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับค่าเฉลี่ย

การมีส่วนร่วมของประชาชน

7.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาของประชาชน คือ การที่ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไข และร่วมมีผลประโยชน์ (ปกรณ, 2520)

การมีส่วนร่วมเป็นการร่วมมือปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบ ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคลหรือของกลุ่ม ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการดำเนินการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ด้องการ และเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (สุริย์, 2531)

องค์การสหประชาชาติ ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับจุดประสงค์ทางสังคม และการจัดสรรทรัพยากร และเป็นกรกระทำโดยสมัครใจต่อกิจกรรม และโครงการ (พจนา, 2545)

7.2 ลักษณะการมีส่วนร่วม

พจนา (2545) ได้ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนต้องเข้าร่วมในขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

7.2.1 การมีส่วนร่วมในการค้นปัญหา และสาเหตุของประชาชน เนื่องจากเหตุผลพื้นฐาน คือ ชาวบ้านชนบทที่ประสบปัญหาย่อมรู้ปัญหาของตนเองได้ดีที่สุด

7.2.2 การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา ผู้ที่เลือกแนวทางในการพัฒนา ควรเป็นประชาชนในชุมชนนั่นเอง ไม่ใช่บุคคลภายนอก เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรกับศักยภาพในการพัฒนาชุมชนนั้น

7.2.3 การมีส่วนร่วมในการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านแรงงาน การร่วมแรงประกอบกิจกรรม จะทำให้ประชาชนผูกพันกันมากขึ้น และก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมกันในการเป็น

เจ้าของกิจกรรมและผลงานที่ปรากฏ ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนบำรุงรักษาให้ดำรงอยู่อย่างสมบูรณ์ และมีประโยชน์ยืนยาว

7.2.4 การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล เพื่อค้นหา เพื่อหาข้อดีและข้อบกพร่องอันเกิดจากการดำเนินกิจกรรม ซึ่งจะนำมาเป็นบทเรียนในการหาหนทางปรับปรุงแก้ไข และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป

พจนาน (2545) สรุปการมีส่วนร่วมว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนา และควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในทุกระดับ ได้แก่

7.2.5 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ประกอบไปด้วย

- 1) การตัดสินใจริเริ่ม ซึ่งเป็นขั้นตอนระบุปัญหา และความต้องการ
- 2) การตัดสินใจวางรูปการ เป็นการตัดสินใจว่า โครงการควรจะมีกิจกรรมอะไรบ้าง และมีวิธีการปฏิบัติแต่ละกิจกรรมอย่างไร
- 3) การตัดสินใจบริหารจัดการโครงการ

7.2.6 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติโครงการ (implementation) ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคทรัพย์สิน แรงงาน วัสดุต่างๆ รวมทั้งข้อมูลข่าวสาร

7.2.7 การมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ ไม่ว่าจะผ่านทางด้านวัตถุ หรือทางด้านสังคม

7.2.8 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เช่น ร่วมให้ความคิดเห็นต่างๆ ในการประเมินผลโครงการหรือการแสดงถึงความพอใจหรือไม่ต่อโครงการ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดร่วมกัน เข้ามาวิเคราะห์ศักยภาพของบ้านท่าสอนนี้ จากการใช้แนวคิดและทฤษฎีนี้ดำเนินการ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ SWOT Analysis (ศิริวรรณ, 2542)

เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์สิ่งแวดล้อมภายนอกและสิ่งแวดล้อมภายในซึ่งช่วยให้ผู้บริหารกำหนด จุดแข็ง จุดอ่อน จากสิ่งแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร หรือหมายถึง วิธีการซึ่งช่วยผู้บริหารในการกำหนดจุดแข็งขององค์กร (Organization strengths (S)) จุดอ่อนขององค์กร (Organization weaknesses (W)) โอกาสจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental opportunities (O)) และอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental threats (T)) การวิเคราะห์แต่ละอย่างจะทำให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำงาน จุดแข็งเป็นความสามารถที่จะต้องใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนเป็นลักษณะที่ต้องแก้ไขโอกาสเป็นสถานการณ์ที่มีศักยภาพหรือข้อได้เปรียบ ซึ่งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ส่วนอุปสรรคเป็นปัญหาวิกฤติที่จะเป็นอุปสรรคไม่ให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย การกำหนด SWOT จะช่วยผู้บริหารให้มีพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างจุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาสสิ่งแวดล้อม ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ดี เพื่อเอาชนะอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อม หรือให้เกิดจุดอ่อนน้อยที่สุด การประเมิน SWOT ผู้บริหารจะต้องประเมินทั้งสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก

8.1 การประเมินภายใน (Internal assessment)

เป็นการสำรวจทรัพยากรภายในและความสามารถ เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งข้อมูลได้จากระบบการจัดการข้อมูลขององค์กรซึ่งครอบคลุมหน้าที่การงาน เช่น การเงิน การตลาดและการปฏิบัติการ แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมอื่น ได้แก่ ลูกค้า กระบวนการจัดจำหน่าย กิจกรรมการตลาด ผลลัพธ์ด้านการเงิน ผู้บริหารและพนักงาน ตลอดจนการสำรวจการทำงานในอดีตขององค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจสถานการณ์และผลลัพธ์จากกลยุทธ์ที่ผ่านมา รายละเอียดของจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรธุรกิจ อธิบายได้ดังนี้

8.1.1 จุดแข็ง ได้แก่

- 1) ความสามารถที่เด่น
- 2) ความแตกต่างทางการแข่งขัน
- 3) ตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก
- 4) นวัตกรรม
- 5) ผู้นำต้นทุนและราคา
- 6) พนักงานที่มีความสามารถ
- 7) การเงินที่มั่นคง
- 8) เทคโนโลยีล้ำหน้า
- 9) การควบคุมการจัดจำหน่าย

8.1.2 จุดอ่อน ได้แก่

- 1) การเงินไม่เพียงพอ
- 2) การพัฒนาสินค้าต่ำ
- 3) ความชำนาญด้านการตลาดน้อย
- 4) ต้นทุนสูง
- 5) ขาดความสามารถที่เด่น
- 6) สินค้าล้าสมัย
- 7) สิ่งื่ออำนวยความสะดวก

8.2 การประเมินภายนอก (External assessment)

การประเมินภายนอกช่วยผู้บริหารให้ค้นหาโอกาสและอุปสรรคจากการทำงานขององค์กร สิ่งแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมมหภาค (Macro environments) หรือ สิ่งแวดล้อมทั่วไป (General environments) และสิ่งแวดล้อมจุลภาค (Micro environments) หรือ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับงาน (Task environments) แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ธุรกิจ สมาคมการค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต ส่วนราชการ รายงานประจำปี พนักงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย ฝ่ายให้บริการ ฝ่ายวิจัยและฝ่ายอื่นๆ เนื่องจากอิทธิพลในการกำหนดกลยุทธ์มีลักษณะซับซ้อนยิ่งขึ้น และมีสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน บางองค์กรได้กำหนดแผนวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม โดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก จึงเป็นสิ่งสำคัญ

สำหรับผู้บริหารที่จะให้ความสำคัญในการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคเพื่อการวางแผนองค์กรในอนาคต รายละเอียดของโอกาสและอุปสรรคขององค์กรธุรกิจอธิบายได้ดังนี้

8.2.1 โอกาส ได้แก่

- 1) การเจริญเติบโตในตลาดใหม่
- 2) การขยายตลาดทั่วโลก
- 3) การพัฒนาสินค้าใหม่
- 4) การบริการใหม่
- 5) การพัฒนาคุณภาพ
- 6) การประสานงานแนวตั้ง
- 7) ลูกค้านำความต้องการสิ่งใหม่
- 8) การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์
- 9) การได้เปรียบในเชิงเศรษฐศาสตร์
- 10) กฎหมายที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

8.2.2 อุปสรรค ได้แก่

- 1) ผู้เข้ามาใหม่ในตลาด
- 2) ต้นทุนของวัตถุดิบ
- 3) การขาดแคลนวัตถุดิบ
- 4) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี
- 5) การเปลี่ยนแปลงเชิงประชากรศาสตร์
- 6) สิ่งทดแทนนำเข้า
- 7) ปัญหาเศรษฐกิจ
- 8) อุปสรรคจากกฎหมาย
- 9) การเปลี่ยนอำนาจความต้องการซื้อ
- 10) แรงกดดันจากลูกค้า

จากการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน ผู้วิจัยได้มีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน โดยศึกษาและประเมินศักยภาพของบ้านท่าสอน โดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการหาจุดแข็ง จุดอ่อน

โอกาส และอุปสรรค ซึ่งการวิเคราะห์แต่ละอย่างจะทำให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบ้านท่าสอน ซึ่งจุดแข็งเป็นความสามารถที่จะต้องใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนเป็นลักษณะที่ต้องแก้ไขโอกาสเป็นสถานการณ์ที่มีศักยภาพหรือข้อได้เปรียบ ซึ่งช่วยให้บ้านท่าสอนบรรลุเป้าหมาย ส่วนอุปสรรคเป็นปัญหาวิกฤติที่จะเป็นอุปสรรคไม่ให้การท่องเที่ยวบ้านท่าสอนบรรลุเป้าหมาย การกำหนด SWOT จะช่วยการท่องเที่ยวบ้านท่าสอนให้มีพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างจุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาสสิ่งแวดล้อม ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ดี เพื่อเอาชนะอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อม หรือให้เกิดจุดอ่อนน้อยที่สุด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Kotler, 2000) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งองค์กรต้องใช้ปัจจัยเหล่านี้ร่วมกัน เพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายและการโฆษณา

ต่อมามีการร่วมกันปรับปรุงและเพิ่มเติมส่วนประสมทางการตลาดขึ้นใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการ รูปแบบใหม่นี้พัฒนาขึ้นจะประกอบด้วยปัจจัย 8 ประการ โดยรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบมีดังนี้ (ยุพาวรรณ, 2549)

9.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) จะพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับขั้นของบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการบริการหลังการขาย

9.2 การตั้งราคา (Price) การพิจารณาด้านราคาดังกล่าวจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆ มีความแตกต่างกัน และมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ โดยเทียบระหว่างราคา และคุณภาพของบริการ

9.3 การจัดจำหน่าย (Place) ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ

9.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณชนและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์

9.5 บุคลากร (People) จะครอบคลุม 2 ประเด็น ดังนี้

9.5.1 บทบาทของบุคลากร ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการ ไปพร้อมๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

9.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้ารายอื่นแนะนำมา แต่ปัญหาหนึ่งๆ ที่ผู้บริหารการตลาดจะพบ ก็คือ การควบคุมระดับของคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับคงที่

9.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนักที่นำลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการก็ตาม ที่ปรากฏให้เห็นส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อม การสร้างบรรยากาศ การเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน เป็นต้น หรือใช้ลักษณะทางกายภาพเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น ยี่ห้อและคุณภาพของรถบริษัทให้เช่ารถ ถุงสำหรับใส่เสื้อผ้าซักแห้งต้องสะอาด

9.7 กระบวนการ (Process) กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสำคัญเช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดี ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้ทั้งหมด ระบบการส่งมอบบริการจะครอบคลุมถึงนโยบาย และกระบวนการที่นำมาใช้ระดับการใช้เครื่องจักรในการให้บริการ อำนาจการตัดสินใจของพนักงาน การมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ความสำคัญของประเด็นปัญหาไม่เพียงพอ แต่จะสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังคงสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความพอใจที่ลูกค้าจะได้รับ

9.8 ผลผลิตภาพ (Productivity) จากการที่บริการเป็นการกระทำของบุคคล 2 ฝ่าย เมื่อฝ่ายหนึ่งได้กระทำเพื่อให้เกิดงานบริการ อีกฝ่ายหนึ่งก็จะได้รับบริการในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และไม่สามารถเก็บเป็นสินค้าคงคลังไว้ได้ ส่งผลให้กิจการต้องเข้ามาจัดการกับความ ต้องการซื้อบริการของลูกค้า เพื่อให้ความต้องการบริการของลูกค้ากระจายไปตามช่วงเวลาต่างๆ ที่ให้บริการ เพื่อความต้องการในแต่ละช่วงเวลาจะได้ใกล้เคียงกันด้วย นอกจากนี้กิจการต้องจัดการกับกำลังการผลิตงานบริการ เพื่อให้เกิดความสมดุลกับความต้องการ

ธุรกิจให้บริการจะใช้เฉพาะส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นไม่เพียงพอ เครื่องมือที่ต้องการเพิ่ม คือ (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547)

การตลาดภายใน (internal marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการ ฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (interactive marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้บริการให้เป็นที่เชื่อถือเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า การพิจารณาคุณภาพของลูกค้าต่อการบริการของผู้ขายจะพิจารณาด้านต่างๆ คือ คุณภาพด้านเทคนิค คุณภาพด้านหน้าที่ ลักษณะบริการที่ลูกค้าประเมินได้ก่อนการซื้อเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินคุณภาพความเชื่อถือว่าได้รับ

งานที่สำคัญของธุรกิจบริการ มี 3 ประการ คือ

ก. ความแตกต่างจากคู่แข่ง (competitive differentiation) การตลาดของผู้ขายบริการ จะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งขึ้น แต่เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการบริการที่เหนือคู่แข่งสามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ

ลักษณะด้านนวัตกรรม (innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งขึ้นไป

การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ถูกคาดว่าจะได้รับจากกิจการ เช่น บริการพื้นฐานของการเข้าพักในโรงแรม ได้แก่ ความสะอาด ความสุขสบาย ในการเข้าพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่โรงแรมควรมีให้แก่ผู้พัก เป็นต้น

ลักษณะการให้บริการเสริม (secondary service features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีเพิ่มเติมให้ นอกเหนือจากบริการพื้นฐานโดยทั่วไป เช่น โรงแรมมีสวนหย่อม มีสระว่ายน้ำ มีห้องอาหาร มีฟิตเนสไว้บริการ เป็นต้น

ข.คุณภาพการให้บริการ (service quality) สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งกัน โดยการเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจบริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (what) เมื่อเขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่เค้าต้องการ (how) ธุรกิจบริการต้องการทำการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการดังต่อไปนี้

การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ต้องให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งอันเหมาะสมก็แสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้าอย่างหนึ่ง

การติดต่อสั่งการ (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ถูกต้อง เข้าใจง่าย

ความสามารถ (competence) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง และมีวิจรรณญาณ เป็นต้น

ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

ความเชื่อถือได้ (reliability) บริการให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงอันจะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ

การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้

การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understand/known customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ค. ประสิทธิภาพในการให้บริการ (productivity) ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการธุรกิจบริการสามารถทำได้ 6 วิธี คือ

- 1) การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเพิ่มขึ้น
- 2) เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง
- 3) เปลี่ยนบริการนี้ให้เป็นแบบอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ เช่น การขายอาหารแบบจานด่วน เป็นต้น
- 4) การให้บริการที่ไปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่นๆ เช่น บริการซักรีดเป็นลดบริการจ้างคนใช้หรือการใช้เตารีด เป็นต้น
- 5) การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 6) การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัท เช่น ร้านขายยา อาจจะเป็นแบบให้ลูกค้าบริการตนเอง เป็นต้น

ธุรกิจบริการที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพของการให้บริการ รวมทั้งรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากต้นขลุ่ เป็น ข้อมูลที่เราต้องนำมาประมวลผลและสรุปเพื่อเสนอกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสม การตลาดเข้ามาเป็นแนวทางในการศึกษาควบคู่ไปกับ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิด เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยว ทฤษฎีความพึงพอใจ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ SWOT Analysis เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารั้ครั้งนี้ได้จัดกลุ่มผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็น 3 กลุ่ม โดยทำการศึกษาเรียงตาม วัตถุประสงค์งานวิจัย ได้แก่

- 10.1 งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว
- 10.2 งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการท่องเที่ยว
- 10.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

10.1 งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

นงศ์เยาว์ วิริยานนท์ (2548) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวและความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยแวดล้อมด้านนันทนาการบริเวณน้ำตกเขากระทิง อุทยานแห่งชาติ เขาคิชฌกูฏ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษารั้ครั้งนี้ คือ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการมาเยือนพื้นที่ โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย โดยใช้สถิติเชิง พรรณา การวิเคราะห์การถดถอยพหุ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ในการสรุป และนำเสนอผล การศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเหมาะสมอยู่ ในระดับมาก มีความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีความสะดวกในการเข้าถึงมาก ความห่างไกล ของแหล่งท่องเที่ยวจากเสียงรบกวนจากภายนอกมีมาก ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมีสูง ร่องรอยผลกระทบจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์พื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง การควบคุม

นักท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบในระดับปานกลาง และมีความคิดเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของอุทยานแห่งชาติจัดให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และก่อให้เกิดความผันแปรในตัวแปรตาม ร้อยละ 9.80 เรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ระยะทาง และวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว และผลการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ 6 ตัว ต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ พบว่า มี 2 ตัว คือ รูปแบบการท่องเที่ยวและขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และก่อให้เกิดความผันแปรในตัวแปรตาม ร้อยละ 12.10 โดยเรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยว และขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยว และเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการมาเยือนพื้นที่ที่มีเพียงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อร่ามศรี สุวดีกุล (2548) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติแห่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คือ 1) ภูมิหลังของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติแห่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว และ 3) ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน โดยใช้แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 388 ราย แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธี t-test และ F-test กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 25 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เดินทางมาเป็นเพื่อนเป็นกลุ่ม นิยมตั้งแคมป์ ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากนิตยสาร และมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับดี นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการมาเยือน ระยะเวลาในการมาเยือน ลักษณะกลุ่มของนักท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กนกวรรณ มหิวรรณ (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัจจัย

ส่วนบุคคล และทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวสุขภาพ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ โดยการสัมภาษณ์ประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ร้อยละ และทดสอบสมมติฐานโคเนค่าสถิติทดสอบแบบไคสแควร์ (chi-square test)

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเลือกเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติมากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวสุขภาพที่เป็นที่น่าสนใจมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวแบบชายทะเล/เกาะ ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวสุขภาพจากเพื่อนและญาติมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ระยะเวลาส่วนใหญ่เลือกเดินทาง 2-4 วัน (ค้างคืน) ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ช่วงต่ำกว่า 3,000 บาท และระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท เลือกการเดินทางแบบไปกันเองมากที่สุด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญจากมากไปน้อยดังนี้ ลำดับที่หนึ่งปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางไปใช้บริการและคุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการ ลำดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ความคุ้มค่ากับบริการท่องเที่ยวสุขภาพที่ได้รับและโดดเด่นของบริการท่องเที่ยวสุขภาพ ลำดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความพร้อมและคุณภาพในการให้บริการและการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ลำดับที่สี่ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การมีศักยภาพในการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวหรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายและความสะดวกรวดเร็วและมีคุณภาพดีในการที่จะติดต่อหรือซื้อบริการการท่องเที่ยวสุขภาพ ลำดับที่ห้า คือ ปัจจัยด้านการตลาดที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ ได้แก่ การประสานงานของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ กับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและมีรายการนำเที่ยวสุขภาพแบบเบ็ดเสร็จ ครบถ้วน ลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสุขภาพและให้ข้อมูลที่ทันสมัยและส่งเสริมการขายบริการท่องเที่ยวสุขภาพให้กับลูกค้าด้วยส่วนลดหรือของที่ระลึก

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลที่ส่วนใหญ่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว สถานภาพสมรสมีผลต่อบุคคลที่ส่วนใหญ่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว แหล่งของข้อมูลข่าวสารและบุคคลที่มีบทบาท/ส่วนร่วมในการตัดสินใจ आयุมิผลต่อบุคคลที่มีบทบาทในการตัดสินใจ ระดับการศึกษามีผลต่อบุคคลที่ส่วนใหญ่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวและรูปแบบที่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสุขภาพในแต่ละครั้ง จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการตลาดยังคงมีน้อยอยู่และขาดการ

ประชาสัมพันธ์และทันสมัย และควรมีการมุ่งเน้นให้เกิดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะแสดงให้เห็นถึงประโยชน์และคุณค่าของการท่องเที่ยวสุขภาพควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการท่องเที่ยวสุขภาพ รวมทั้งการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย

ศิริวรรณ ปานปรีดา (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดน้ำตลิ่งชัน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน 3) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวมีต่อส่วนผสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวทั่วราชอาณาจักร 4) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วราชอาณาจักรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร ได้ใช้แบบสัมภาษณ์ตัวอย่างจำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ร้อยละ มาตรฐานแบบลิเกิร์ต และ ไค-สแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างและพนักงานบริษัท มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ทราบข้อมูลตลิ่งชันจากกลุ่มเพื่อนและญาติ/ครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว โดยกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยมอยู่ 3 อันดับ คือ นั่งเรือชมบรรยากาศตลาดน้ำตลิ่งชัน รับประทานอาหาร และเดินทางเที่ยวชมบรรยากาศตลาดน้ำตลิ่งชัน สินค้าที่นิยมซื้อส่วนใหญ่เป็นผลไม้ อาหาร/อาหารว่าง และต้นไม้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยเฉพาะความสะดวกในการซื้ออุปโภคบริโภคมาเป็นปัจจัยด้านราคา และด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวตลิ่งชัน โดยเฉพาะการได้ชมสภาพแวดล้อมริมคลองและอภิมหาสมุทรของมัสจุเทศน์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ให้ความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง การทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่วิเคราะห์ได้ว่าการศึกษาและที่อยู่ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาเที่ยว อายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การมาเที่ยว เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาเที่ยว อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า และสถานภาพ การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการตลิ่งชันทั่ว

จากการตรวจเอกสารเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาของแต่ละท่านในการหาพฤติกรรม ทักษะคิด และความคิดเห็นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามความเหมาะสมทางกายภาพแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่าไค-สแควร์เป็นหลัก และส่วนใหญ่เมื่อศึกษาพฤติกรรมแล้วก็จะหาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้วยว่ามีความสัมพันธ์กับเรื่องใดบ้าง เช่นหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้วิจัยได้นำแนวทางจากการอ่านงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ในด้านพฤติกรรม ทักษะคิด ความคิดเห็นในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน ตำบลบ่ออำเภอลง จังหวัดจันทบุรี และได้หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย เพื่อให้เกินความสมบูรณ์ของงานวิจัยนี้

10.2 งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการท่องเที่ยว

สิรินาท นุชชัยเหล็ก (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อประเมินผลการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-7 2) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจและสังคม สภาพโดยทั่วไป ตลอดจนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต และ 3) ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางสู่จังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ โดยการประมวลผลแบบแจกแจงความถี่และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไค-สแควร์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการศึกษา พบว่า จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ตเป็นกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันทั้งภูมิภานา ทักษะคิด ทัศนียม และความต้องการท่องเที่ยว ดังนั้น ปัจจัยบวก คือ สภาพภูมิทัศน์ของท้องถิ่นนั้นและสาธารณูปโภคที่เพียบพร้อม ส่วนปัจจัยลบมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคมากที่สุด คือ ปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นปัญหาค่าครองชีพสูงและการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางไปยังจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่เกิดจากจังหวัดเชียงใหม่มีการพัฒนาความเป็นเมืองสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เสียความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและยังประสบปัญหาต่อเนื่องอีก ได้แก่ ปัญหาการจราจรติดขัด และปัญหามลพิษ

สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับภูมิลำเนา ผลปรากฏว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยทางด้านบวกในด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ส่วนปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรม และปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนจังหวัดภูเก็ตปัจจัยทางด้านบวกในด้านสภาพภูมิอากาศที่ดีและความเป็นมิตรและอบอุ่น สิ่งแวดล้อมที่ดี และการอาบแดด ส่วนปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรม และปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอมีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น จะพบว่า ปัจจัยในแต่ละท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน

ยศพล ณ นคร (2543) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพยางและแพไม้ไผ่ของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมล่องแก่ง ณ อำเภออุ้งผาง จังหวัดตาก โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสภาพภูมิหลังนักท่องเที่ยว ตลอดจนทดสอบระดับความรู้ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมล่องแก่งในอำเภออุ้งผาง จังหวัดตาก เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมล่องแก่งในพื้นที่ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพยางและแพไม้ไผ่ของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมล่องแก่ง อำเภออุ้งผาง จังหวัดตาก

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีภูมิลำเนาในภาคกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานคร ไม่เคยมีประสบการณ์ในกิจกรรมล่องแก่ง มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับสูง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกทำกิจกรรมโดยใช้แพยางสำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพยางและแพไม้ไผ่ของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ แหล่งที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ในอำเภออุ้งผาง ประสบการณ์การล่องแก่ง ระดับความรุนแรงของแก่ง ค่าใช้จ่ายครั้งล่าสุดในการล่องแก่ง ข้อมูลความแตกต่างระหว่างแพยางและแพไม้ไผ่

ประกาศิต ทองเจือเพชร (2544) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย ลักษณะกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา และปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า ในตลาดระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียตะวันออกเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มทวีปอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับสาม ส่วนที่ 2 ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ทางชายฝั่งตะวันตก เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและมากับเพื่อน ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประทับใจความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุด และคาดว่าจะกลับมาเที่ยวอีก ส่วนที่ 5 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว พบว่า ราคาเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุด และส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับความสำคัญของราคามีความสัมพันธ์กับเพศ การศึกษา รายได้ และประเภทของระดับราคามีความสัมพันธ์กับอายุและการศึกษา ประเภทของการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับอายุ

จากการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหรือใช้บริการด้านต่างๆ บางท่านได้ใช้การเปรียบเทียบการบริการและการเปรียบเทียบระหว่างแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเพื่อเสนอแนวทางการจัดการและให้ข้อเสนอแนะกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น และได้มีการใช้ปัจจัยที่อยากศึกษามาหาความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์จะเป็นสถิติเชิงปริมาณ มีการกำหนดสมมติฐานของการศึกษาขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแต่ละพื้นที่ ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ประยุกต์เป็นแนวทางในการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีการ และแนวทาง เพราะในงานวิจัยนี้ได้มีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับปัจจัยส่วนบุคคล และวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าด้วย

10.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

รัชนิย์ ชนวัชรรัตน์ (2543) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบต่อผู้ใช้บริการทางด่วนจากการปรับอัตราค่าผ่านทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ทางด่วนของผู้ใช้ทางด่วนภายหลังการปรับอัตราค่าผ่านทาง และผลกระทบของการปรับอัตราค่าผ่านทางผู้ใช้บริการทางด่วนและปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ทางด่วน โดยทำการออก

แบบทดสอบจากผู้ใช้ทางด่วนและส่งคืนทางไปรษณีย์ และวิเคราะห์โดยใช้ตารางค่าร้อยละทดสอบด้วยค่าไคสแควร์ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สมการแบบถดถอยโลจิสติก

ผลการศึกษาพบว่า การปรับอัตราค่าผ่านทางด่วนมีผลทำให้ผู้ใช้บริการร้อยละ 61.4 ไม่เปลี่ยนแปลงการใช้ทางด่วน ร้อยละ 34 ลดปริมาณการใช้ทางด่วน ร้อยละ 4.6 เพิ่มปริมาณการใช้ทางด่วน โดยปริมาณการใช้ทางด่วนลดลงเฉลี่ยเดือนละ 0.7 เทียบ ผลกระทบต่อผู้ใช้บริการทางด่วนจากการปรับอัตราค่าผ่านทาง เมื่อคิดเป็นมูลค่าการไม่ประหยัดเท่ากับเที่ยวละ 10.11 บาท ในด้านปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการใช้ทางด่วนหลังการปรับอัตราค่าผ่านทาง ปรากฏว่าเพศชายมีแนวโน้มลดปริมาณการใช้ทางด่วน ผู้มีอายุมากมีแนวโน้มไม่ลดปริมาณการใช้ทางด่วน และผู้รับภาระการจ่ายค่าผ่านทางเองมีแนวโน้มที่จะลดการใช้ทางด่วน

ชาญวิทย์ สะอาดยิ่ง (2544) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการ โรงเรียนเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจและสังคมความแตกต่างด้านเศรษฐกิจและสังคมกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ โรงเรียนเกษตรกร และวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ สัมภาษณ์เกษตรกรที่ปลูกข้าวเป็นพืชหลัก และเข้าร่วมโครงการโรงเรียนเกษตรกร โดยการนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยวิธีใช้แบบจำลองโลจิสติก

ผลวิเคราะห์พบว่า การที่เกษตรกรมีผลผลิตต่อไร่มากมีความรู้ด้านแมลงระดับดีได้เข้าร่วมโครงการระยะยาว จะให้ความน่าจะเป็นของทางเลือกในการเข้าร่วมการอบรมครบถ้วนมาก นอกนั้นเกษตรกรที่มีรายได้สุทธินอกฟาร์มสูง จำนวนกิจกรรมที่ทำในฤดูเพาะปลูกนามีมากและครัวเรือเกษตรกรที่มีจำนวนคนที่คิดสารเคมีมาก มีความน่าจะเป็นในการเข้าร่วมการอบรมครบถ้วนต่ำ ทางด้านการหาผลกระทบส่วนเพิ่มของตัวแปรอิสระแต่ละตัวพบว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้เกษตรกรเข้าร่วมอบรมครบถ้วนมากที่สุด คือกำหนดให้โครงการเป็นโครงการระยะยาว และเป็นโอกาสสำหรับเกษตรกรที่ทำนอยาเดียวในช่วงฤดูกาลเพาะปลูกนาปี

อมรา ต้นประวัตติ (2544) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) กรณีศึกษานิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการ กยศ. และศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการชำระคืนเงินกู้โครงการ กยศ. ของนิสิต นักศึกษา

ระดับอุดมศึกษาเมื่อถึงระยะเวลาชำระคืน เพื่อเสนอแนะเป็นนโยบายต่อไป โดยทำการศึกษาด้วยวิธีการออกแบบสอบถามโดยส่งทางไปรษณีย์ เพื่อถามจากกลุ่มประชากรทั้งหมด คือ นิสิต นักศึกษาที่กู้ยืมเงิน จากโครงการ กยศ. แต่มีผู้ตอบกลับมาเพียง 111 รายจากจำนวน 1,357 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 8.17 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์สมการถดถอยแบบโลจิสติก

ผลการศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 111 ราย เป็นผู้ชำระคืนเงินกู้จำนวน 89 ราย และไม่ชำระคืนเงินกู้จำนวน 22 ราย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-25 ปี เป็นผู้สำเร็จ การศึกษาอย่างต่ำระดับ ปริญญาตรี มีรายได้อยู่ระหว่าง 4,700-10,000 บาท ต่อเดือน ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในสถานภาพโสด และมีจิตสำนึกในการชำระคืนเงินกู้โครงการ กยศ. ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ปัจจัยในเรื่องของรายได้ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับเป็นตัวเงินต่อเดือน กับ ความมีจิตสำนึกในการชำระคืนเงินกู้โครงการ กยศ. ได้แก่ การมีรายได้ที่น้อย ความไม่มีจิตสำนึกในการชำระคืน การขาดความรู้ความเข้าใจในหลักเกณฑ์เงื่อนไขของการชำระคืนเงินกู้โครงการ กยศ. ขาดการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงาน การดำเนินการติดตามทวงถามผู้ที่ถึงกำหนดชำระคืน และการจัดการด้านข้อมูลของ กยศ. ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ การขาดการประสานงานที่ีระหว่าง กยศ. สถานศึกษา และนิสิต นักศึกษาที่เป็นผู้กู้ยืม และสิ่งสุดท้าย คือ ความไม่ใส่ใจในการชำระหนี้คืนของผู้กู้ที่ถึงกำหนดชำระคืน ขอเสนอแนะ ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การชำระคืนเงินกู้โครงการ กยศ. ในครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ยังไม่เคยมีผู้ใดศึกษามาก่อน สำหรับเรื่องเกี่ยวกับโครงการ กยศ. นี้ โดยส่วนใหญ่จะศึกษาแต่การประเมินผลโครงการ กยศ. และเรื่องของประสิทธิภาพในการกระจาย เงินกู้ไปยังกลุ่มผู้กู้ระดับต่าง ๆ ทำให้การศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัด และปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ เป็นผลให้ผลการศึกษาไม่ชัดเจน

จากการศึกษาผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสมการถดถอยแบบโลจิสติก พบว่า งานวิจัยของหลายท่านใช้หาอิทธิพลที่มีความสำคัญกับปัจจัยที่กำลังศึกษา โดยต้องเข้าใจก่อนว่าตัวแปรตามต้องเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม มีค่าได้คือ 0 กับ 1 ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางจากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและวิธีการมาเป็นแนวทาง โดยใช้สมการถดถอยโลจิสติกในการศึกษาหาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย โดยคาดหวังว่าปัจจัยส่วนบุคคลน่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนี้

บทที่ 3

กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ต.ป่อ อ.ขลุง จ.จันทบุรี เป็นการศึกษาที่มีการประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดและวิธีการศึกษา ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน ไม่ว่าจะเป็น หัวหน้าสถานีทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 ผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 และ หมู่ 7 องค์กรบริหารส่วนตำบล ประชาชนในพื้นที่ นักเรียนนักศึกษา องค์กรอิสระ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการจัดประชุมระดมความคิด เพื่อหาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยกำหนดวันศุกร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 เป็นวันประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน
2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (ศิริวรรณ, 2541)

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{D^2} \quad (5)$$

โดยกำหนดให้

n = จำนวนตัวอย่าง

p = ความน่าจะเป็นที่ไม่ทราบค่าประชากร

(กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรจะใช้ความน่าจะเป็น 50%) คือมีค่าเท่ากับ 0.5

z = ค่าความเชื่อมั่น (ในที่นี้ให้มีความเชื่อมั่น $\alpha = 95\%$) คือมีค่า 1.96

D = ค่าความเบี่ยงเบนของข้อมูล (ความคลาดเคลื่อน 5%)

กำหนดให้มีความเชื่อมั่น 0.05

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณโดยสูตร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเชื่อมั่นที่สุด จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย โดยได้จัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างที่จะนำมาใช้เป็นตัวแทนของประชากรในครั้งนี้จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นมีลักษณะที่สำคัญคือ ไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะถูกเลือกมาจากประชากรทั้งหมด จึงไม่สามารถประมาณความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) หรือสุ่มโดยบังเอิญ เป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกของผู้ศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มที่ได้รับเลือกเป็นตัวอย่างจะขึ้นกับผู้ศึกษาเลือกขึ้นมา รวมทั้งความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูลซึ่งบังเอิญเป็นผู้ตอบรายนั้นๆ ปรากฏตัวขึ้นในช่วงเวลาทำการแจกแบบสอบถาม จึงไม่ทราบโอกาสที่ตัวอย่างแต่ละตัวอย่างจะถูกเลือก และเนื่องจากว่าจำนวนประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความไม่แน่นอนในแต่ละช่วงเวลา และผู้วิจัยไม่สามารถสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นได้ เนื่องจากการนัดหมายตัวอย่างทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น กลุ่มคนที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ผู้ศึกษาพบและสุ่มใครก็ตามที่ต้องการจะถาม และไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะของประชากร โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552

การสร้างแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

การสร้างแบบสอบถาม ได้พยายามสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยเป็นแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวและการบริโภคขาไปขกลับ ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าเช่าจักรยานและค่านั่งเรือนำเที่ยวเพื่อชมนกเหยี่ยวแดงคอกขวมมากที่สุด ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

1. ข้อมูลพฤติกรรมกรท่องเที่ยว
2. ข้อมูลพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากขาไปขกลับ
3. ด้านความพึงพอใจจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าใช้บริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน
4. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

สำหรับวิธีการจัดประชุมฯ เป็นการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น หัวหน้าสถานีทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 ผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 3 และ หมู่ 7 องค์กรบริหารส่วนตำบล ประชาชนในพื้นที่ นักเรียนนักศึกษา องค์กรอิสระ เพื่อศึกษาศักยภาพของบ้านท่าสอน โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ร่วมกัน โดยผลที่ได้จากการประชุมระดมความคิดเห็นครั้งนี้ จะนำไปศึกษาร่วมกับผลสรุปที่ได้จากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการ และเสนอกลยุทธ์การตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นนี้มีวิธีการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้เข้าไปสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน และได้พบกับผู้เป็นหัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 และเจ้าหน้าที่พื้นที่ ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์รายละเอียด โครงการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือกับทางสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 และได้

สัมภาษณ์หัวหน้าสถานีเกี่ยวกับพื้นที่นี้รวมถึงขอข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการวิจัย และได้มีการเชิญเข้าร่วมประชุมในขั้นต้น

2. สํารวจเบื้องต้นในพื้นที่ที่มีชุมชนอยู่ในเขตบ้านท่าสอน เพื่อวิเคราะห์โอกาสและข้อจำกัด แล้วกำหนดเป็นพื้นที่ศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตั้งชุมชน รายชื่อผู้นำชุมชน จุดเด่นของพื้นที่ แนะนำต่อชุมชน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์รายละเอียดโครงการวิจัย พร้อมทั้งได้สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนถึงภาพรวมของพื้นที่และได้มีการเชิญเข้าร่วมประชุมในขั้นต้น

3. สัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นกับหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้จากขาไปขลุ่ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัย

4. ผู้วิจัยได้เข้าไปขอข้อมูลเกี่ยวกับบ้านท่าสอนกับองค์การบริหารส่วนต.บ่อ อ.ขลุ่ จ.จันทบุรี โดยชี้แจงวัตถุประสงค์รายละเอียดของโครงการวิจัย และขอความอนุเคราะห์จากองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อ ให้มีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน ซึ่งมี

4.1 องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อ

4.2 ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 และหมู่ 7

4.3 หัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 และเจ้าหน้าที่พื้นที่

4.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4.5 ประชาชนบ้านท่าสอน

4.6 กลุ่มเยาวชน

4.7 องค์กรอิสระ

โดยกำหนดวันศุกร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 เป็นวันประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน



คุณประชา ชัยยะ
(นายกเทศมนตรี)



ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด
กับบ้านท่าสอน



คุณประชุม สว่างไสว
(ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 7)



คุณสมชาย สรรพคุณ
(หัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ
ป่าชายเลนที่ 2)



ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด
กับบ้านท่าสอน



คุณกขกร วัชราสิน
(ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลบ่อ)

ภาพที่ 4 การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน
ที่มา: จากการศึกษาวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 400 ราย รวมถึงผลการวิเคราะห์ศักยภาพของบ้านท่าสอนโดย SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

ประเภทที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ในพื้นที่บ้านท่าสอน จากสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี) รวมทั้งข้อมูลด้านสถิติและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ข้อมูลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากกรมส่งเสริมการเกษตร ข้อมูลรายได้ประชากรจังหวัดจันทบุรีจากสำนักงานสรรพากรจังหวัดจันทบุรี วารสารการศึกษาของสำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี องค์กรบริหารส่วนตำบลบ่อ อ.ขลุง จ.จันทบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมด้วยการตรวจเอกสาร แนวคิดต่างๆ และผลงานที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลុង จังหวัดจันทบุรี ทั้งสิ้น 400 ราย เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากต้นขลุ้ ราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าใช้จ่ายบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะจ่าย โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่อปี และจำนวนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบ้านท่าสอน และผู้วิจัยได้ทำการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของบ้านท่าสอน

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 3 โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1.1 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

โดยนำข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจทานถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ลงรหัสและนำไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วประมวลผลด้วยการใช้โปรแกรมทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาแจกแจงในรูปค่าสถิติ เช่น ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) เป็นข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

1.2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ ศึกษาศักยภาพ การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนเสนอกลยุทธ์ด้านการตลาด และแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยวิธี SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

นำข้อมูลที่ได้จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอนที่ได้จาก 5 กลุ่ม คือ

1.2.1 ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของภาครัฐมีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ในการที่จะทำให้งานประสบความสำเร็จ ดังนั้นการสร้างเข้าใจ และความร่วมมือจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เช่น

- 1) ส่วนราชการทางการปกครอง
- 2) ส่วนราชการท้องถิ่น
- 3) ส่วนราชการด้านการศึกษาและศาสนา
- 4) ส่วนราชการด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น
- 5) ส่วนราชการเกี่ยวกับการควบคุม เช่น ทหาร, ตำรวจ

ส่วนราชการนอกจากจะมีส่วนร่วมในการดำเนินการแล้ว ยังมีส่วนช่วยในการสร้างความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดีด้วย

1.2.2 กลุ่มผู้นำชุมชน

การเริ่มต้นการดำเนินงานนั้น ต้องเข้าพบผู้นำชุมชนบ้านท่าสอนก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งกลุ่มผู้นำชุมชนประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และองค์การบริหารส่วนตำบล โดยสร้างความเข้าใจกับกลุ่มผู้นำชุมชนเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจเชิงเกษตรของบ้านท่าสอน

1.2.3 กลุ่มเยาวชน

ผู้วิจัยเข้าไปยังโรงเรียนภายในชุมชน ขอความร่วมมือจากครู ในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ความรู้เรื่องป้าชายเลน ความสำคัญ ตลอดจนผลกระทบต่างๆ หากป้าชายเลน ถูกทำลาย อีกทั้งปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ให้แก่เยาวชน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

1.2.4 กลุ่มประชาชนทั่วไป

กลุ่มประชาชนทั่วไป เป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่ที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน จะส่งผลต่อเนื่องไปยังคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น

1.2.5 องค์กรอิสระอื่นๆ

การประสานแนวคิด แผนการดำเนินงาน ตลอดจนกิจกรรมที่ดำเนินงานกับองค์กรอิสระ ทำให้วิสัยทัศน์ครอบคลุมในทุกด้าน ภายใต้จุดหมายเดียวกัน คือ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชากรในท้องถิ่น อีกทั้งช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนด้วย

ข้อมูลที่วิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนโดย SWOT Analysis เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับข้อมูลที่เป็นผลสรุปจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

สามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนเสนอกลยุทธ์ด้านการตลาดได้

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูก จังหวัดจันทบุรี แบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 ส่วน คือ

2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งใช้สถิติเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยแบ่งเป็น

2.1.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (T-test) คือ การทดสอบความแตกต่างปัจจัยในเรื่องเพศกับค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยว มีขั้นตอนดังนี้

2.1.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) คือ การทดสอบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว กับค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยว

1) ทดสอบค่าความแปรปรวนของตัวแปรว่ามีความแปรปรวนเท่ากันหรือไม่ด้วยการทดสอบค่า Homogeneity-of-variance ทดสอบ โดยถ้าค่า Sig. มีค่ามากกว่า α คือ 0.05 แสดงว่า ขอมรับว่าค่าความแปรปรวนเท่ากัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน

2) หลังจากที่ได้ตรวจสอบค่าความแปรปรวนว่าเท่ากันหรือไม่ เพื่อหาตัวสถิติที่ใช้ทดสอบ นำค่า Sig. ของสถิตินั้นมาเปรียบเทียบกับค่า α โดย ถ้าค่า Sig. (2-tailed) มากกว่า α แสดงว่า ขอมรับค่าสมมติฐาน H_0 แต่ถ้า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า α แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_0

3) หากทดสอบว่าค่า Sig.(2-tailed) น้อยกว่า α ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน H_0 นั้นจะใช้ค่า สถิติ LSD ทดสอบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยต่างกัน

2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย โดยวิธีทางสถิติเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยโดยใช้วิธีไค-สแควร์ (chi-square) โดยดูค่าความเป็นอิสระระหว่างตัวแปร ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (กานดา พูนลาภทวี, 2539)

การตัดสินใจเปรียบเทียบค่า χ^2 ที่คำนวณได้ กับค่า χ^2 ที่ได้จากการเปิดตารางเทียบระดับนัยสำคัญที่กำหนด (α) และ degree of freedom (d.f.) = (r-1) (c-1)

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลองทางสถิติคือวิเคราะห์จากแบบจำลองของสมการถดถอยแบบโลจิสติก ประเภท binary logistic เนื่องจากตัวแปรตามของการศึกษาในครั้งนี้เป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม ซึ่งค่าของตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มในแต่ละกลุ่มจะมีค่าได้เพียง 2 ค่า คืออยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ดังนั้นจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิสติก ซึ่งมีตัวแปรตามได้ 2 ค่า โดยใช้วิธี ภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด และใช้โปรแกรมทางสถิติในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทางสถิติ ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ซึ่งสามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y = f(\text{sex, age, status, education, occupation, income, province})$$

เมื่อทำเป็นรูปแบบจำลองโลจิสติก จะได้ว่า

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{sex} + \beta_2 \text{age} + \beta_3 \text{status} + \beta_4 \text{education} + \beta_5 \text{occupation} + \beta_6 \text{income} + \beta_7 \text{province} \quad (6)$$

ตัวแปรตาม ได้แก่

Y = ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

โดยที่ $Y = 1$ แทน นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนสูงกว่าหรือเท่ากับระดับราคาเฉลี่ย
 $= 0$ แทน นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนต่ำกว่าระดับราคาเฉลี่ย

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

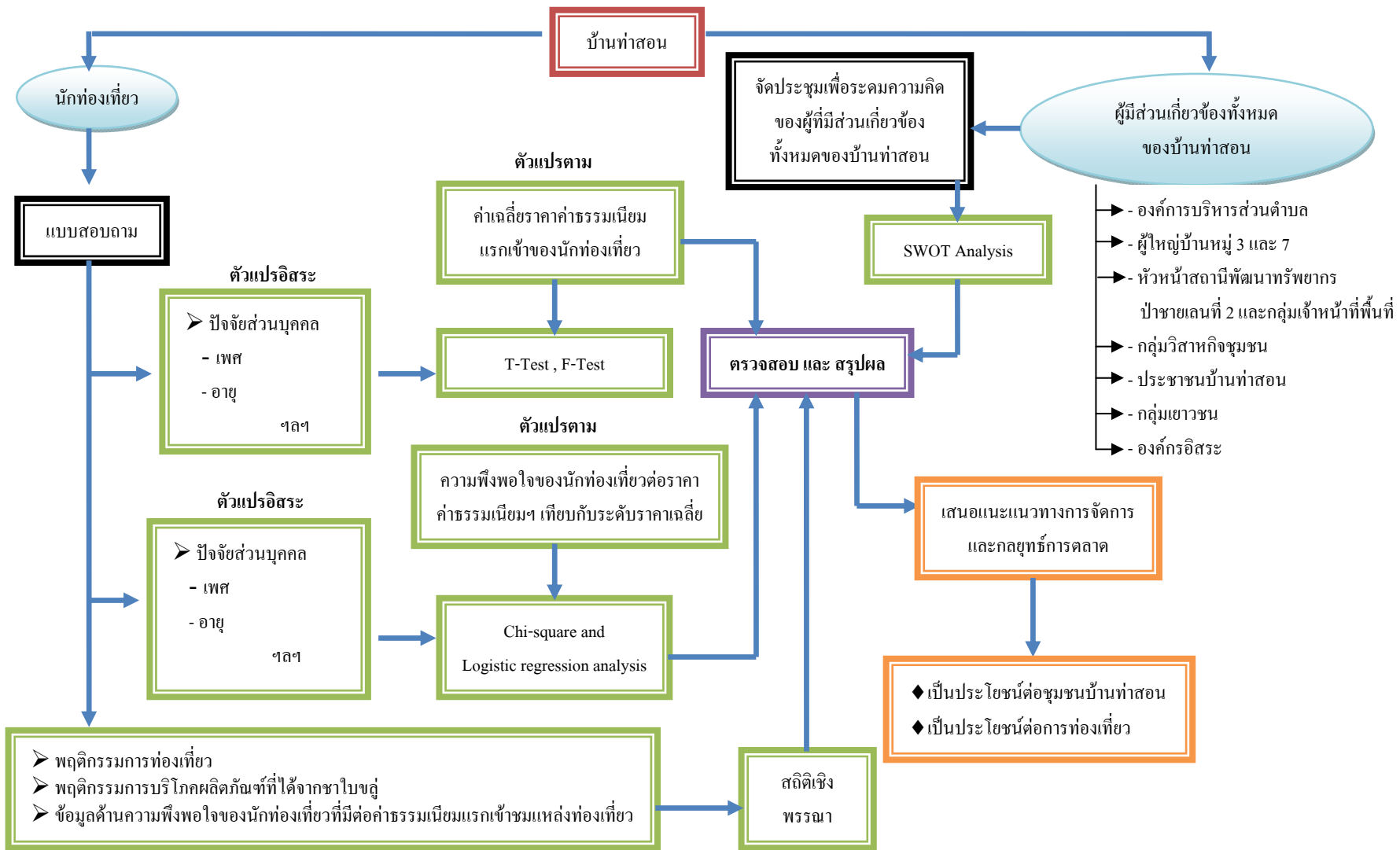
Sex = เพศ
 Age = อายุ
 Status = สถานภาพ
 Education = ระดับการศึกษา
 Occupation = อาชีพ
 Income = รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 Province = ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

โดยข้อมูลของตัวแปรอิสระจะได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 4 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทั้งนี้คาดว่า $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$ และ β_7 มีค่าไม่เท่ากับศูนย์ หรือกล่าวได้ว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการตรวจสอบ รวบรวมแนวคิดด้านต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้ศึกษาได้กรอบแนวคิดในการศึกษาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ต.บ่อ อ.ขลุง จ.จันทบุรี ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการศึกษา

สมมติฐานในการศึกษา

จากการศึกษาของงานวิจัยผู้วิจัยได้มีการกำหนดสมมติฐานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ดังนี้

1.สมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

2.สมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

3.สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

1.สมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรที่กล่าวไว้ในกรอบแนวคิดการศึกษา การศึกษาครั้งนี้จึงตั้งสมมติฐานการศึกษาไว้ดังนี้

1.1 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน

1.2 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

1.3 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน

1.4 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

1.5 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

1.6 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

1.7 ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน

2.สมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรที่กล่าวไว้ในกรอบแนวคิดการศึกษา การศึกษาครั้งนี้จึงตั้งสมมติฐานการศึกษาไว้ดังนี้

2.1 เพศมีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

2.2 อายุมีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

2.3 สถานภาพมีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

2.4 ระดับการศึกษามีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

2.5 อาชีพมีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

2.6 รายได้เฉลี่ยมีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

2.7 ภูมิฐานะ มีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

3.สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

มีการกำหนดสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล อาทิ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิฐานะ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย แตกต่างกัน

บทที่ 4

ผลการศึกษาและข้อวิจารณ์

การศึกษานี้ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูก จังหวัดจันทบุรี ทั้งสิ้น 400 ราย เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากต้นขลุ้ ราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าใช้จ่ายบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะจ่าย โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่อปี และจำนวนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบ้านท่าสอน และผู้วิจัยได้ทำการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของบ้านท่าสอน

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษา โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามทั้งหมด 400 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.2) มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี (ร้อยละ 40.5) รองลงมา คือ ช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป และช่วงอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 29.7 และ ร้อยละ 27.0 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 69.8) สังเกตได้ว่า ช่วงอายุดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นวัยเรียน และวัยทำงาน แสดงดังตารางที่

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

(n=400)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	171	42.8
หญิง	229	57.2
อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	11	2.8
15 – 24 ปี	162	40.5
25 – 34 ปี	108	27.0
35 ปีขึ้นไป	119	29.7
สถานภาพ		
โสด	279	69.8
สมรส	115	28.7
หย่าร้าง	6	1.5

ที่มา: จากการคำนวณ

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.3) รองลงมา คือ มัธยมศึกษา และ ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา (ร้อยละ 21.0 และร้อยละ 16.0 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านการศึกษานักท่องเที่ยว

(n=400)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การศึกษา		
ประถมศึกษา	10	2.5
มัธยมศึกษา	84	21.0
ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา	64	16.0
ปริญญาตรี	201	50.3
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.2

ที่มา: จากการคำนวณ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา (ร้อยละ 32.3) รองลงมา คือ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เท่ากันกับ ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 28.0 และ ร้อยละ 28.0 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านอาชีพของนักท่องเที่ยว

(n=400)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	129	32.3
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	112	28.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	41	10.2
ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	112	28.0
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	2	0.5
อื่นๆ เช่น ข้าราชการบำนาญ , ตกงาน	4	1.0

ที่มา: จากการคำนวณ

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 26.3) รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท (ร้อยละ 23.0 และ ร้อยละ 15.2 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลรายได้ของนักท่องเที่ยว

(n=400)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	105	26.3
5,000 - 10,000 บาท	61	15.2
10,001 - 15,000 บาท	57	14.3
15,001 - 20,000 บาท	92	23.0
20,001 - 30,000 บาท	52	13.0
มากกว่า 30,001 บาท	33	8.2

ที่มา: จากการคำนวณ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัดจันทบุรี แต่อำเภออื่น (ร้อยละ 44.3) รองลงมา คือ เป็นคนจังหวัดอื่น เช่น กรุงเทพฯ , ระยอง , ตราด , ชลบุรี , ขอนแก่น , อุรธานี , ลำปาง เป็นต้น และเป็นคนในพื้นที่ อำเภอขลุง (ร้อยละ 33.2 และ ร้อยละ 22.5 ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อมูลทางด้านพื้นเพของนักท่องเที่ยว

(n=400)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พื้นเพของนักท่องเที่ยว		
เป็นคนในพื้นที่ อำเภอขลุง	90	22.5
เป็นคนในจังหวัดจันทบุรี แต่อำเภออื่น	177	44.3
เป็นคนจังหวัดอื่นๆ เช่น กรุงเทพฯ , ระยอง , ตราด , ชลบุรี , ขอนแก่น , อุรธานี , ลำปาง เป็นต้น	133	33.2

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว พบว่า ในด้านของรสนิยมนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่าชาย โคนมีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี สถานภาพโสด ในส่วนของอำนาจซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นนักศึกษา โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้ ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาท และเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ภายในจังหวัดจันทบุรี จากข้อมูลทั้งหมดพบว่า ควรมุ่งเน้นกลยุทธ์

ทางด้านราคามากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีรายได้ค่อนข้างต่ำ ควรมีการลดราคาค่าเช่าจักรยานและนั่งเรือชมสภาพแวดล้อม ให้กับ นิสิต/นักศึกษา ที่เข้ามาใช้บริการ และ กลยุทธ์ทางด้านโปรโมชั่น เช่นการ โฆษณา เชิงประชาสัมพันธ์ ให้นักท่องเที่ยวนอกทราบถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเพิ่มมากขึ้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่า 5 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 23.7) รองลงมาท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี และท่องเที่ยว 2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 23.2 และ ร้อยละ 21.5 ตามลำดับ) ช่วงวันที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 51.0) รองลงมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ และช่วงวันหยุด (ร้อยละ 20.5 และ ร้อยละ 17.8 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

	(n=400)	
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่อปี		
1 ครั้ง	45	11.3
2 ครั้ง	86	21.5
3 ครั้ง	93	23.2
4 ครั้ง	48	12.0
5 ครั้ง	33	8.3
มากกว่า 5 ครั้ง	95	23.7
ช่วงวันที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่		
วันธรรมดา(วันราชการทำการ)	10	2.5
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	204	51.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	82	20.5
ช่วงวันหยุด	71	17.8
ช่วงวันหยุดลาพักร้อน	31	7.7
อื่นๆ เช่น แล้วแต่โอกาส, แล้วแต่โปรแกรมทัวร์จัด	2	0.5

ที่มา: จากการคำนวณ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอนมาจาก เพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 70.5) รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต และนิตยสาร (ร้อยละ 49.3 และ ร้อยละ 44.3 ตามลำดับ) โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอนเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 68.2) รองลงมา คือ เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 และ ครั้งที่ 3 (ร้อยละ 17.0 และ ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แหล่งการรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน

(n=400)		
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งการรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน		
อันดับ 1 เพื่อน/ ญาติ	282	70.5
อันดับ 2 อินเทอร์เน็ต	197	49.3
อันดับ 3 นิตยสาร	177	44.3
อันดับ 4 หนังสือพิมพ์	157	39.3
อันดับ 5 โทรทัศน์	151	37.8
อันดับ 6 บังเอิญผ่านมา	127	31.8
อันดับ 7 วิทยุ	98	24.5
อันดับ 8 อื่นๆ เช่น แผ่นพับจากศูนย์ท่องเที่ยว , ป้ายโฆษณา	25	6.3

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อถามถึงความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวบ้านท่าสอนอีก พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวอีกถึงร้อยละ 88.3 มีเพียงร้อยละ 11.7 ที่ไม่กลับมา โดยสาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตั้งใจกลับมาเที่ยวบ้านท่าสอนอีก คือ ชอบสภาพธรรมชาติที่สวยงามของบ้านท่าสอน (ร้อยละ 45.7) รองลงมา คือ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศในการพักผ่อน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้ความรู้และความเพลิดเพลิน และต้องการมาชมหิ่งห้อย (ร้อยละ 11.6 , ร้อยละ 10.6 และ ร้อยละ 10.1 ตามลำดับ) ส่วนสาเหตุที่ส่วนใหญ่ที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาเที่ยวบ้านท่าสอนอีก คือ ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป (ร้อยละ 42.1) รองลงมาคือ สถานที่ที่เที่ยวอยู่ไกล (ร้อยละ 31.5) ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอน

(n=400)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่เดินทางมาบ้านท่าสอน		
ครั้งแรก	273	68.2
ครั้งที่ 2	68	17.0
ครั้งที่ 3	32	8.0
มากกว่า 3 ครั้ง	27	6.8
การกลับมาท่องเที่ยวบ้านท่าสอน		
กลับมา	353	88.3
ไม่กลับมา	47	11.7
เหตุผลของการกลับมาท่องเที่ยวบ้านท่าสอน (n=199)*		
ชอบสภาพธรรมชาติที่สวยงามของบ้านท่าสอน	91	45.7
ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศในการพักผ่อน	23	11.6
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ให้ความรู้และ ความเพลิดเพลิน	21	10.6
ต้องการมาชมหิ่งห้อย	20	10.1
อยากแนะนำญาติ, เพื่อน มาเที่ยว	15	7.5
สถานที่เที่ยวอยู่ใกล้บ้าน	10	5.0
การเที่ยวในครั้งนี้อยู่เที่ยวไม่ทั่วถึง	5	2.5
ต้องการมาชมเหยี่ยวแดง	3	1.5
ชอบอาหาร	3	1.5
ชอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3	1.5
หากเดินทางผ่านมา ก็จะแวะเที่ยว	2	1.0
ปริมาณนักท่องเที่ยวไม่มากเกินไป	2	1.0
ความสะดวกในการเดินทาง	1	0.5

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=400)		
พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลของการไม่กลับมาท่องเที่ยวบ้านทำสอน (n=19)*		
ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป	8	42.1
สถานที่เที่ยวอยู่ไกล	6	31.5
ไม่ประทับใจ	4	21.1
ไม่สะดวก	1	5.3

ที่มา: จากการคำนวณ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวก่อนมาเที่ยวบ้านทำสอนอันดับแรก คือ โอเอซิสซีเวิร์ล (ชมปลาโลมา) (ร้อยละ 41.1) รองลงมา คือ น้ำตกพลิ้ว ชายหาดแหลมสิงห์ และ จังหวัดตราด (ร้อยละ 39.6 , ร้อยละ 34.4 และ ร้อยละ 29.3 ตามลำดับ) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 89.5) รองลงมาคือ รถเช่า/ บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 5.0) แสดงดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แหล่งท่องเที่ยวอื่นที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวก่อนมาเที่ยวที่บ้านทำสอนและวิธีการเดินทาง

(n=400)		
พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวอื่นที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวก่อนมาเที่ยวบ้านทำสอน (n=389)*		
โอเอซิสซีเวิร์ล (ชมปลาโลมา)	160	41.1
น้ำตกพลิ้ว	154	39.6
ชายหาดแหลมสิงห์	134	34.4
จังหวัดตราด	114	29.3
น้ำตกตรองนอง	95	24.4
คุกกี้ไก่อ	64	16.5
ตึกแดง	50	12.9
แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เขาคิชฌกูฏ , เกาะช้าง , หาดเจ้าหลาว , คุ้งวิมาน , น้ำตกเขาสอยดาว , น้ำตกคลองนารายณ์ , ตลาดจันทบุรี	36	9.3

ตารางที่ 9 (ต่อ)

(n=400)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิธีการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	358	89.5
รถเช่า/ บริษัทนำเที่ยว	20	5.0
รถโดยสารสาธารณะ	9	2.3
รถอื่นๆ เช่น รถมหาวิทยาลัย , มอเตอร์ไซค์	13	3.2

ที่มา: จากการคำนวณ

การทำกิจกรรมเมื่อมาเที่ยวบ้านทำสอนอันดับแรก คือ จักรยานชมหิ้งห้อยยามค่ำคืน อันดับ 2 คือ เดินศึกษาพันธุ์ไม้ป่าชายเลน อันดับ 3 คือ นั่งเรือชมนกเหยี่ยวแดงคอขาวยามเย็น อันดับ 4 คือ ซ้อมสินค้า/ ผลิตภัณฑ์/ ของฝาก และอันดับ 5 คือ ชมวิถีชีวิตชาวประมง แสดงดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เมื่อมาเที่ยวที่บ้านทำสอน

(n=400)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การทำกิจกรรมเมื่อมาเที่ยวบ้านทำสอน		
อันดับ 1 จักรยานชมหิ้งห้อยยามค่ำคืน	327	81.8
อันดับ 2 เดินศึกษาพันธุ์ไม้ป่าชายเลน	201	50.3
อันดับ 3 นั่งเรือชมนกเหยี่ยวแดงคอขาวยามเย็น	207	51.8
อันดับ 4 ซ้อมสินค้า/ ผลิตภัณฑ์/ ของฝาก	207	51.8
อันดับ 5 ชมวิถีชีวิตชาวประมง	174	43.5
อันดับ 6 กิจกรรมอื่นๆ	14	3.5

ที่มา: จากการคำนวณ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่บ้านทำสอนส่วนใหญ่ไม่พักค้างแรม (ร้อยละ 86.5) และพักค้างคืนเพียงร้อยละ 13.5 โดยกลุ่มที่ไม่พักค้างแรมให้เหตุผลเพราะ สถานที่เที่ยวอยู่ใกล้บ้าน (ร้อยละ 23.7) รองลงมา คือ อยู่ในเงินทุนหรืออยู่แล้ว (ร้อยละ 20.2) และสามารถเดินทางไป-กลับสะดวก

เท่ากันกับ ไม่สะดวก (ร้อยละ 14.9 และ ร้อยละ 14.9 ตามลำดับ) ส่วนกลุ่มที่พังก้างแรมส่วนใหญ่ พัก 1 คืน (ร้อยละ 87.8) และพัก 2 คืน (ร้อยละ 12.2) และมีเหตุผลที่พังก้างคืน เพราะอยากชมธรรมชาติให้เต็มที่ (ร้อยละ 36.7) รองลงมา คือ บรรยากาศดี นำพักผ่อน และต้องการชมหิ้งห้อยยามค่ำคืน (ร้อยละ 33.3 และ ร้อยละ 13.3 ตามลำดับ) สำหรับลักษณะของการเดินทาง ส่วนใหญ่ มากับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 52.0) รองลงมา มากับกลุ่มครอบครัว (ร้อยละ 37.8) ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ข้อมูลด้านการพังก้างแรมที่บ้านท่าสอน และลักษณะของการเดินทาง

(n=400)		
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การพังก้างแรมที่บ้านท่าสอน		
ไม่พังก้างแรม	346	86.5
พังก้างคืน	54	13.5
จำนวนคืนที่พังก้างแรม (n=49)*		
1 คืน	43	87.8
2 คืน	6	12.2
เหตุผลที่ไม่พังก้างแรม (n=114)*		
สถานที่เที่ยวอยู่ใกล้บ้าน	27	23.7
อยู่ในจันทบุรีอยู่แล้ว	23	20.2
สามารถเดินทางไป-กลับสะดวก	17	14.9
ไม่สะดวก	17	14.9
จองที่พักไว้ที่อื่นแล้ว	15	13.2
ต้องไปเที่ยวอีกหลายที่	11	9.6
ต้องเดินทางกลับ	4	3.5

ตารางที่ 11 (ต่อ)

(n=400)		
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลที่พิกค้างคืน (n=30)*		
อยากชมธรรมชาติให้เต็มที่	11	36.7
บรรยากาศดี น่าพักผ่อน	10	33.3
ต้องการชมหิ้งห้อยยามค่ำคืน	4	13.3
มีกิจกรรมต้องทำ	3	10.0
บ้านไกลไม่สามารถกลับได้	2	6.7
ลักษณะของการเดินทาง		
มากับกลุ่มเพื่อน	208	52.0
มากับบริษัททัวร์	10	2.5
มากับกลุ่มครอบครัว	151	37.8
มาเป็นกลุ่มคณะ	19	4.7
อื่นๆ เช่น เช่น มาคนเดียว	12	3.0

* มีค่า Missing Data

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ในแต่ละปี ได้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 3 ครั้งต่อปี และจะเดินทางไปเที่ยวในวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยได้รับข่าวสารเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน จาก เพื่อน และญาติ เป็นอันดับแรก และ จากสื่อต่างๆ (อินเทอร์เน็ต, สิ่งพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ) เป็นอันดับต่อมา และส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และ บอกว่าจะกลับมาเที่ยวในครั้งต่อไปอีก โดยชื่นชอบสภาพธรรมชาติที่สวยงามของบ้านท่าสอน ส่วนนักท่องเที่ยว ที่ตอบว่าจะไม่กลับไปเที่ยวบ้านท่าสอนอีก เพราะ ต้องการจะไปเที่ยวในแหล่งที่ยังไม่เคยไป โดยก่อนจะท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอนพบว่า ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี ก่อน และเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว และมาบ้านท่าสอนเพื่ออยากชมหิ้งห้อย และเมื่อชมเสร็จ ไม่นิยมที่จะพิกค้างคืน เนื่องจากส่วนมาเป็นคนในพื้นที่ และถ้าเป็นคนนอกพื้นที่ ก็นิยมเข้าไปพักแรมในตัวเมืองจันทบุรีมากกว่า ในส่วนของกลยุทธ์ ควรใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ในด้านการโฆษณา การให้ข่าวเชิงประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับ

บุคคลภายนอก เนื่องจากพบข้อมูลว่า สื่อต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวที่บ้านทำ
สอน รวมถึงกลยุทธ์ทางด้านบุคลากร เช่นการบริการที่ดี เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวได้ พுகัน
ปากต่อปาก เพื่อเสริมช่องทางการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และควรอนุรักษ์
พื้นที่บ้านทำสอน ให้คงความสมบูรณ์เชิงนิเวศให้มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากชาใบขลุ่ย

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ้านทำสอนมากกว่าครึ่งหนึ่ง ไม่รู้จักชาใบขลุ่ย (ร้อยละ 55.0) และ
รู้จักชาใบขลุ่ย (ร้อยละ 45.0) โดยกลุ่มที่รู้จักชาใบขลุ่ย ส่วนใหญ่จะรู้จักมาก่อน (ร้อยละ 64.4) และ
เพิ่งมารู้จักที่นี้ (ร้อยละ 35.6) ด้านสื่อที่ทำให้รู้จักชาใบขลุ่ย อันดับแรกคือ เพื่อน/ญาติ อันดับ 2 คือ
บังเอิญผ่านมา อันดับ 3 คือ นิตยสาร อันดับ 4 คือ หนังสือพิมพ์ อันดับ 5 คือ อินเทอร์เน็ต อันดับ 6
คือ วิทยุ อันดับ 7 คือ โทรทัศน์ และอันดับ 8 คือ อื่นๆ เช่น รู้จักผ่านร้านค้า , บ้านญาติขาย แสดงดัง
ตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวในเรื่องชาไข่มุก

(n=400)		
พฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์ชาไข่มุก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การรู้จักชาไข่มุก		
รู้จัก	180	45.0
ไม่รู้จัก	220	55.0
การรู้จักชาไข่มุกมาก่อน (n=180)**		
รู้จักมาก่อน	116	64.4
เพิ่งมารู้จักที่นี่	64	35.6
สื่อที่ทำให้รู้จักชาไข่มุก (n=180)**		
อันดับ 1 เพื่อน/ญาติ	105	58.3
อันดับ 2 บังเอิญผ่านมา	48	26.7
อันดับ 3 นิตยสาร	41	22.8
อันดับ 4 หนังสือพิมพ์	42	23.3
อันดับ 5 อินเทอร์เน็ต	39	21.7
อันดับ 6 วิทยุ	25	13.9
อันดับ 7 โทรทัศน์	23	12.8
อันดับ 8 อื่นๆ เช่น รู้จักผ่านร้านค้า, บ้านญาติขยาย	8	4.4

** คำนวณเฉพาะกลุ่มที่เข้าข่ายตอบ

ที่มา: จากการคำนวณ

นักท่องเที่ยวที่รู้จักชาไข่มุก มากกว่าครึ่งหนึ่งเคยซื้อผลิตภัณฑ์ชาไข่มุก (ร้อยละ 54.5) และไม่เคยซื้อ (ร้อยละ 45.6) โดยชนิดของผลิตภัณฑ์จากชาไข่มุกที่เคยซื้อ อันดับแรก คือ ชาไข่มุกสำหรับชงดื่ม (ร้อยละ 50.0) รองลงมา คือ สนุ่ และ เกลือขัดผิว (ร้อยละ 27.6 และ ร้อยละ 15.3 ตามลำดับ) โดยส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จากชาไข่มุกจากบ้านท่าสอน (ร้อยละ 82.7) และซื้อจากที่อื่น เช่น ในห้างสรรพสินค้า, จังหวัดตราด, ชลบุรี (ร้อยละ 17.3) แสดงดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 พฤติกรรมการบริโภคและการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากชาใบขลู่

(n=400)

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาใบขลู่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเคยซื้อผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่ (n=180)**		
เคยซื้อ	98	54.4
ไม่เคยซื้อ	82	45.6
ชนิดของผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่ที่เคยซื้อ (n=98)**		
ชาใบขลู่สำหรับชงดื่ม	49	50.0
สมุนไพร	27	27.6
เกลือขัดผิว	15	15.3
พืชมะนาว	4	4.0
อื่นๆ	3	3.1
แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่ (n=98)**		
บ้านท่าสอน	81	82.7
อื่นๆ เช่น ในห้างสรรพสินค้า, จังหวัดตราด, ชลบุรี	17	17.3

** คำนวณเฉพาะกลุ่มที่เข้าข่ายตอบ

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาในการมาเที่ยวครั้งนี้นักท่องเที่ยวจะซื้อชาใบขลู่กลับไปหรือไม่ พบว่า ร้อยละ 51.5 ไม่ซื้อ และ ร้อยละ 48.5 ซื้อกลับ ซึ่งเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มที่ซื้อชาใบขลู่กลับไปให้เหตุผล เพราะต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 46.2) รองลงมาคือ ซื้อเป็นของฝาก และเห็นว่า เป็นสมุนไพรอย่างหนึ่ง (ร้อยละ 22.6 และ ร้อยละ 12.9 ตามลำดับ) ส่วนกลุ่มที่ไม่ซื้อชาใบขลู่กลับไป เพราะไม่รู้จัก (ร้อยละ 44.4) รองลงมา คือ ไม่นิยมทดลองของใหม่ (ร้อยละ 33.3) แสดงดัง ตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ข้อมูลความสนใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องชาใบขลู่

(n=400)		
พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาใบขลู่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การมาเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะซื้อชาใบขลู่กลับไป		
ซื้อ	194	48.5
ไม่ซื้อ	206	51.5
เหตุผลที่ซื้อชาใบขลู่กลับไป (n=93)*		
ต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์	43	46.2
ซื้อเป็นของฝาก	21	22.6
เป็นสมุนไพรอย่างหนึ่ง	12	12.9
ซื้อไปใช้เอง	9	9.7
ชื่นชอบ	5	5.4
ชงชาดื่ม รสชาติอร่อยดี	3	3.2
เหตุผลที่ไม่ซื้อชาใบขลู่กลับไป (n=36)*		
ไม่รู้จัก	16	44.4
ไม่นิยมทดลองของใหม่	12	33.3
ยังไม่รู้จักสรรพคุณดีพอ	4	11.2
ไม่ชอบรสชาติ	3	8.3
ของเก่ายังเหลืออยู่	1	2.8

* มีค่า Missing Data

ที่มา: จากการคำนวณ

ด้านชนิดของผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่ที่จะซื้อกลับไปในครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อชาใบขลู่สำหรับชง ดื่ม (ร้อยละ 54.6) รองลงมา คือ สนุ่ และ เกลือขัดผิว (ร้อยละ 20.7 และ ร้อยละ 14.4 ตามลำดับ) สำหรับวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่เพื่อทดลองใช้กับตัวท่านเอง (ร้อยละ 45.9) รองลงมา คือ เป็นของฝาก และเคยใช้มาแล้วถูกใจ แล้วอยากใช้อีก (ร้อยละ 40.7 และ ร้อยละ 11.9 ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ข้อมูลชนิดของชาใบขลู่ที่ได้รับความสนใจ และวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่

(n=400)		
พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ชาใบขลู่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชนิดของผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่ที่จะซื้อกลับไปในครั้งนี้ (n=194)**		
ชาใบขลู่สำหรับชง คิม	106	54.6
สมุนไพร	40	20.7
เกลือขัดผิว	28	14.4
ครีมพอกหน้า	5	2.6
พืชมะนาว	13	6.7
อื่นๆ	2	1.0
วัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากชาใบขลู่ (n=194)**		
ทดลองใช้กับตัวท่านเอง	89	45.9
เคยใช้มาแล้วถูกใจ แล้วอยากใช้อีก	23	11.9
เป็นของฝาก	79	40.7
อื่นๆ	3	1.5

** คำนวณเฉพาะกลุ่มที่เข้าข่ายตอบ

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากชาใบขลู่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้จักชาใบขลู่ ส่วนใหญ่ทราบเรื่องชาใบขลู่มาจากเพื่อน/ญาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดจันทบุรี ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่รู้จักชาใบขลู่พบว่า ได้ซื้อผลิตภัณฑ์มาเพื่อใช้ชงคิม แต่สำหรับนักท่องเที่ยวใหม่พบว่า หลังจากที่ได้เห็นผลิตภัณฑ์ชาใบขลู่แล้ว ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์กลับไป เนื่องจากไม่รู้จัก แต่ที่ซื้อกลับไป เพราะต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ โดยวัตถุประสงค์คือซื้อไว้ทานเองและ ใช้เป็นของฝาก สำหรับกลยุทธ์ในส่วนนี้ ควรใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) เช่น ควรศึกษาวิจัย ชาใบขลู่ว่าเมื่อรับประทานแล้ว มีผลดีต่อร่างกายอย่างไร เพื่อนำมาเป็นจุดในแคมเปญประชาสัมพันธ์ ตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงควรจัดแพคเกจจิ้งรูปแบบของชาใบขลู่ให้สวยงาม และใช้กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่นการให้นักท่องเที่ยว ทดลองชิมชาใบขลู่พร้อมบอกถึงสรรพคุณข้อดีของตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดตั้ง

ศูนย์ OTOP เพื่อยกระดับขาไปขากลับให้เป็นที่ต้องการของท้องตลาด เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทาง ในการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในบ้านท่าสอน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย รวมถึงค่าบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน

จากการศึกษาราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ (ร้อยละ 74.8) ส่วนกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยมีเพียง ร้อยละ 25.2 สำหรับสาเหตุที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมส่วนใหญ่คือ นำไปพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 45.5) รองลงมา คือ จะได้เป็นเงินสมทบเพื่อใช้ในการบริหารจัดการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว (ร้อยละ 41.3) ช่วยในการพัฒนาป่าชายเลน และเป็นการตอบแทนการให้บริการ (ร้อยละ 4.9 และ ร้อยละ 4.9 ตามลำดับ) ส่วนกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมให้เหตุผลว่า ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น (ร้อยละ 52.6) รองลงมา คือ มีการเก็บค่าใช้จ่ายอย่างอื่นแล้ว เช่น ค่าเช่าจักรยาน ค่าเช่าเรือ (ร้อยละ 31.6) และเห็นว่า หน่วยงาน อบต. มีงบประมาณอยู่แล้ว (ร้อยละ 10.5) นอกจากนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจจ่ายค่าธรรมเนียมที่อัตราเริ่มต้น 20 บาท (ร้อยละ 51.6) รองลงมา คือ พึงพอใจจ่ายค่าธรรมเนียมที่อัตราเริ่มต้น 30 บาท (ร้อยละ 18.7) 40 บาท และ 50 บาท (ร้อยละ 9.9 และ ร้อยละ 8.4 ตามลำดับ) และค่าธรรมเนียมที่พึงพอใจจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 31.34 บาท ดังแสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่

(n=400)		
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียม ในการเข้าชมสถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียม		
เห็นด้วย	299	74.8
ไม่เห็นด้วย	101	25.2
เหตุผลที่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียม (n=143)*		
นำไปพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว	65	45.5
จะได้เป็นเงินสมทบเพื่อใช้ในการบริหารจัดการดูแล สถานที่ท่องเที่ยว	59	41.3
ช่วยในการพัฒนาป่าชายเลน	7	4.9
ตอบแทนการบริการ	7	4.9
สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3	2.1
เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียม (n=19)*		
ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น	10	52.6
มีการเก็บค่าใช้จ่ายอย่างอื่นแล้วเช่น ค่าเช่าจักรยาน ค่าเช่าเรือ	6	31.6
หน่วยงาน อบต. มีงบประมาณอยู่แล้ว	2	10.5
สถานที่ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	1	5.3
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	2	1.3
(n=400)		
อัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม/ คน/ ครั้ง (n=273)*		
เริ่มต้นที่ 5 บาท	1	0.4
เริ่มต้นที่ 10 บาท	9	3.3
เริ่มต้นที่ 15 บาท	1	0.4
เริ่มต้นที่ 20 บาท	141	51.6

ตารางที่ 16 (ต่อ)

(n=400)		
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียม ในการเข้าชมสถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เริ่มต้นที่ 25 บาท	1	0.4
เริ่มต้นที่ 30 บาท	51	18.7
เริ่มต้นที่ 35 บาท	6	2.2
เริ่มต้นที่ 40 บาท	27	9.9
เริ่มต้นที่ 50 บาท	23	8.4
เริ่มต้นที่ 80 บาท	1	0.4
เริ่มต้นที่ 100 บาท	8	2.9
เริ่มต้นที่ 150 บาท	1	0.4
เริ่มต้นที่ 200 บาท	3	1.1
$\bar{X} = 31.34$, S.D. = 25.215		

* มีค่า Missing Dat

ที่มา: จากการคำนวณ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำค่าบริการที่เรียกเก็บจากการเข้าชมสถานที่ ไปพัฒนาบ้านทำสอนในด้านต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สภาพพื้นที่มากที่สุด (ร้อยละ 98.0) รองลงมา คือ ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาและบริการ (ร้อยละ 95.3) ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยวและด้านอื่นๆ (ร้อยละ 94.3 และ ร้อยละ 26.8 ตามลำดับ) ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในการพัฒนาบ้านทำสอน หากมีการเก็บค่าบริการ

(n=400)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญ ในการพัฒนาบ้านทำสอน (n=299)**	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อันดับ 1 ด้านการอนุรักษ์สภาพพื้นที่	293	98.0
อันดับ 2 ด้านการพัฒนาและบริการ	285	95.3
อันดับ 3 ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยว	282	94.3
อันดับ 4 ด้านอื่นๆ	80	26.8

** คำนวณเฉพาะกลุ่มที่เข้าข่ายตอบ

ที่มา: จากการคำนวณ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดค่าบริการให้เข้าจักรยานของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าค่าบริการเข้าจักรยาน 20 บาท/คน/ครั้ง มีความเหมาะสม (ร้อยละ 89.3) และเห็นว่าไม่เหมาะสม (ร้อยละ 10.7) โดยกลุ่มที่เห็นว่าราคาค่าบริการไม่เหมาะสม ส่วนใหญ่เห็นว่า ค่าบริการแพงเกินไป (ร้อยละ 70.8) และ ควรให้บริการฟรี (ร้อยละ 16.7)

สำหรับการกำหนดค่าบริการนั่งเรือชมธรรมชาติ จำนวน 200 บาท/คน หากมาเกิน 8 คน และสามารถเหมาลำได้ในราคา 1,500 บาท หากมาไม่เกิน 7 คน พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า มีความเหมาะสม (ร้อยละ 69.3) และเห็นว่าไม่เหมาะสม (ร้อยละ 30.7) โดยกลุ่มที่เห็นว่าราคาค่าบริการไม่เหมาะสม ส่วนใหญ่เห็นว่าค่าบริการแพงเกินไป (ร้อยละ 95.9) และ เห็นว่าควรมีราคาพิเศษสำหรับ นักศึกษาหรือผู้มาเที่ยวเป็นกลุ่มคณะ (ร้อยละ 4.1) ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดค่าบริการให้เช่าจักรยาน และบริการนั่งเรือชมธรรมชาติ

(n=400)		
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดค่าบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การให้บริการเช่าจักรยาน จำนวน 20 บาท/คน/ครั้ง		
เหมาะสม	357	89.3
ไม่เหมาะสม	43	10.7
เหตุผลที่เห็นว่าค่าบริการเช่าจักรยานไม่เหมาะสม (n=24)*		
ค่าบริการแพงเกินไป	17	70.8
ควรให้บริการฟรี	4	16.7
ค่าเช่าจักรยานถูกเกินไป	2	8.3
ไม่ควรกำหนดค่าบริการต่อคน	1	4.2
แต่ควรกำหนดเป็นต่อคัน		
การให้บริการนั่งเรือชมธรรมชาติ จำนวน 200 บาท/คน หาก		
มาเกิน 8 คน และสามารถเหมาลำได้ในราคา 1,500 บาท		
หากมาไม่เกิน 7 คน		
เหมาะสม	277	69.3
ไม่เหมาะสม	123	30.7
เหตุผลที่เห็นว่าค่าบริการนั่งเรือชมธรรมชาติไม่เหมาะสม (n= 98)*		
ค่าบริการแพงเกินไป	94	95.9
ควรมีราคาพิเศษสำหรับนักศึกษาหรือ	4	4.1
ผู้มาเที่ยวเป็นกลุ่มคณะ		

* มีค่า Missing Data

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการศึกษาข้อมูลด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย รวมถึงค่าบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน พบว่าส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อนำเงินที่ได้ไปพัฒนาบริหารจัดการ และอนุรักษ์สภาพพื้นที่บ้านท่าสอน ส่วนที่ไม่เห็นด้วย บอกว่าควรทำเพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากๆ โดยอัตราค่าธรรมเนียมในการเข้าพบว่า ควรเก็บอัตราค่าธรรมเนียมเริ่มต้นที่ 20 บาท ซึ่งภายในแหล่งท่องเที่ยวยังมีการให้เช่าจักรยานและเรือ

นั่งชมธรรมชาติ พบว่าจากการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว ให้เก็บค่าจักรยานเป็นจำนวนเงินระหว่าง 20-50 บาท/คน/ครั้ง และค่าเรือนั่งชมธรรมชาติเป็นจำนวนเงิน 200 บาท/คน จากข้อสรุปที่ได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เนื่องจากมีการตื่นตัวทางด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จึงควรใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเสียค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแล้ว จึงมอบต้นไม้กิ่งกวางเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และกลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategies) ใช้สำหรับแบ่งการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า สำหรับ นักเรียน/นักศึกษา อาจได้ในราคาพิเศษ ถ้าแสดงบัตรนักศึกษา หรือ ในกรณีที่เข้าชมแบบกลุ่ม เช่น จัดอบรมสัมมนา , จัดรับน้องใหม่, ทัศนศึกษา

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่ายกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่ายกับปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้การทดสอบ T-test และ F-test

ตัวแปรต้น คือ ตัวแปรในด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรอิสระ คือ ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยว (บาท/ครั้ง)

1. เพศ

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ ระหว่าง นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง ดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามเพศ

	เพศ	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ T	ระดับ นัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	ชาย	34.32	1.999	0.047*
	หญิง	28.25		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

2. อายุ

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยว กับช่วงอายุ มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามอายุ

	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ F	ระดับ นัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	ต่ำกว่า 15 ปี	25.00	2.506	0.059
	15 - 24 ปี	29.02		
	25 - 34 ปี	28.96		
	35 ปีขึ้นไป	38.36		

ที่มา: จากการคำนวณ

3. สถานภาพ

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยว กับสถานภาพ มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามสถานภาพ

	สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ F	ระดับ นัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	โสด	29.06	3.153	0.044*
	สมรส	37.75		
	หย่าร้าง	30.00		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า เท่ากับ 37.75 มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ โสด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า เท่ากับ 29.06 ดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับ สถานภาพที่ต่างกัน เป็นรายคู่

สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หย่าร้าง
โสด	29.06	-	-8.69*	-0.94
สมรส	37.75		-	7.75
หย่าร้าง	30.00			-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

4. ระดับการศึกษา

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมสถานที่ของ นักท่องเที่ยว กับระดับการศึกษา มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามระดับการศึกษา

	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ F	ระดับนัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	ประถมศึกษา	30.00	3.601	0.007**
	มัธยมศึกษา	25.00		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	32.18		
	ปริญญาตรี	36.33		
	สูงกว่าปริญญาตรี	21.67		

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษามัธยมศึกษา และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเท่ากับ 36.33 มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษามัธยมศึกษา และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าเท่ากับ 25.00 และ 21.67 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับระดับการศึกษาที่ต่างกัน เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ประสม	มัธยม	ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
ประถมศึกษา	30.00	-	5.00	-2.18	-6.33	8.33
มัธยมศึกษา	25.00		-	-7.18	-11.33**	3.33
ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	32.18			-	-4.15	10.51
ปริญญาตรี	36.33				-	14.67**
สูงกว่าปริญญาตรี	21.67					-

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา: จากการคำนวณ

5. อาชีพ

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยวกับอาชีพ มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามอาชีพ

	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ F	ระดับ นัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	นักเรียน/นักศึกษา	29.42	0.572	0.721
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30.83		
	ธุรกิจส่วนตัว	30.31		
	ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	34.07		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20.00		
	อื่นๆ	45.00		

ที่มา: จากการคำนวณ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยวกับรายได้ มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ F	ระดับ นัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	ต่ำกว่า 5,000 บาท	25.68	7.403	0.000**
	5,000 - 10,000 บาท	39.90		
	10,001 - 15,000 บาท	27.14		
	15,001 - 20,000 บาท	26.35		
	20,001 - 30,000 บาท	27.37		
	มากกว่า 30,001 บาท	54.17		

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า เท่ากับ 54.17 มากกว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า เท่ากับ 25.68 , 39.90 , 27.14 , 26.35 และ 27.37 ตามลำดับ

และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้ 15,001-20,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้

5,000 - 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า เท่ากับ 39.90 มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า เท่ากับ 25.68 , 27.14 , 26.35 และ 27.37 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ากับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
ต่ำกว่า 5,000 บาท	25.68	-	-14.22**	-1.47	-0.67	-1.69	-28.49**
5,000 - 10,000 บาท	39.90		-	12.76*	13.55**	12.53*	-14.27*
10,001 - 15,000 บาท	27.14			-	0.80	-0.23	-27.02**
15,001 - 20,000 บาท	26.35				-	-1.02	-27.82**
20,001 - 30,000 บาท	27.37					-	-26.80**
มากกว่า 30,001 บาท	54.17						-

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

7. ภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยว กับภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าจำแนกตามภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว

	ภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าสถิติ F	ระดับ นัยสำคัญ
ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า	เป็นคนในพื้นที่ อำเภอขลุง	30.82	0.333	0.717
	เป็นคนในจังหวัดจันทบุรี แต่อำเภออื่น	30.22		
	เป็นคนจังหวัดอื่นๆ	32.99		

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการศึกษาการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะจ่ายกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าเฉลี่ยแล้วเป็นจำนวนเงิน 34.32 บาท ซึ่งสูงกว่าเพศหญิง และยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว มีความพอใจจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้า มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด อันเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวที่มีครอบครัวแล้วนั้นมีอำนาจซื้อมากกว่า นักท่องเที่ยวที่ยังโสด โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ ระดับการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้า มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ ในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าเฉลี่ย ที่ราคา 39.90 บาท จากบทสรุปทั้งหมด พบว่า อำนาจซื้อ มีอิทธิพลต่อการพึงพอใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้า ดังนั้น อาจเสนอกกลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategies) สำหรับผู้มีอำนาจซื้อที่พอใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมในราคาถูก

เช่น หากมีอาชีพเป็นนักศึกษา ที่เข้ามาทัศนารเป็นหมู่คณะ โดยให้ส่วนลด และ กลยุทธ์ทางด้าน โพรโมชัน (Promotion Strategies) อาทิ การจัดแพ็คเกจ คู่รัก หรือ ทริปโรแมนติก เพื่อ ส่งเสริมให้ ผู้หญิง มีความพึงพอใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวที่บ้านทำสอน และ โพรโมชันในส่วนของกลุ่มคนโสด วัยรุ่น อำนาจซื้อต่ำ อย่างเช่นจัดทริปล่องเรือ ปูปลูกป่าชายเลน ให้อาหารนกเหนียว

ส่วนที่ 6 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้การทดสอบ Chi-Square Test โดยกำหนด

ตัวแปรต้น คือ ตัวแปรในด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

1. เพศกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับนักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

เพศ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับ นัยสำคัญ
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
ชาย	95	44	139	6.103	0.013*
หญิง	109	25	134		
รวม	204	69	273		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

2. อายุกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับช่วงอายุ มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ

อายุ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับ นัยสำคัญ
	ความพึงพอใจ		รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
ต่ำกว่า 15 ปี	3	1	4	1.895	0.594
15 – 24 ปี	90	27	117		
25 – 34 ปี	63	19	82		
35 ปีขึ้นไป	48	22	70		
รวม	204	69	273		

ที่มา: จากการคำนวณ

3. สถานภาพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับสถานภาพ มีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 31

ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับ นัยสำคัญ
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
โสด	154	43	197	6.337	0.042*
สมรส	48	23	71		
หย่าร้าง	2	3	5		
รวม	204	69	273		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

4. ระดับการศึกษากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับระดับการศึกษา มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 32

ตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับ นัยสำคัญ
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
ประถมศึกษา	2	2	4	18.718	0.18
มัธยมศึกษา	51	14	65		
ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	31	8	39		
ปริญญาตรี	91	44	135		
สูงกว่าปริญญาตรี	29	1	30		
รวม	204	69	273		

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ที่มา: จากการคำนวณ

5. อาชีพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับอาชีพ มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับ นัยสำคัญ
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
นักเรียน/นักศึกษา	69	26	95	6.744	0.240
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	51	15	66		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	6	32		
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	56	19	75		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	-	1		
อื่นๆ	1	3	4		
รวม	204	69	273		

ที่มา: จากการคำนวณ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับนัยสำคัญ
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
ต่ำกว่า 5,000 บาท	57	17	74	9.025	0.108
5,000 – 10,000 บาท	33	17	50		
10,001 – 15,000 บาท	24	11	35		
15,001 – 20,000 บาท	45	7	52		
20,001 – 30,000 บาท	30	8	38		
มากกว่า 30,001 บาท	15	9	24		
รวม	204	69	273		

ที่มา: จากการคำนวณ

7. ภูมิภานาของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับภูมิภานาของนักท่องเที่ยว มีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ภูมิภานาของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 35

ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับ ระดับราคาเฉลี่ย			ค่าสถิติ Chi-Square	ระดับ นัยสำคัญ
	พึงพอใจ	พึงพอใจ	รวม		
	$< \bar{X}$	$\geq \bar{X}$			
เป็นคนในพื้นที่ อำเภอลดุง	45	16	61	1.453	0.484
เป็นคนในจังหวัดจันทบุรี แต่อำเภออื่น	90	25	115		
เป็นคนจังหวัดอื่นๆ	69	28	97		
รวม	204	69	273		

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยการทดสอบ Chi-Square Test พบว่า เพศ, สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคา ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน จากการศึกษา นี้ จึงควรให้น้ำหนัก กับ เพศชาย และ สถานภาพ โสด ที่มีความพึงพอใจที่จะจ่าย ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ในการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) อย่างเช่น จัดทริปล่องเรือ ปลูกป่าชายเลน ให้อาหารนกเหนียว และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์และมีการจัดโปรโมชั่น โดยเน้นที่ความสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย เช่นการทำกิจกรรมและ สันทนาการที่เหมาะสมกับการรับน้อง โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้

ส่วนที่ 7 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย โดยวิเคราะห์ด้วยสมการการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

$$Z = \beta_0 + \beta_1 \text{sex} + \beta_2 \text{age} + \beta_3 \text{status} + \beta_4 \text{edu} + \beta_5 \text{occupation} + \beta_6 \text{income} + \beta_7 \text{province}$$

กำหนดให้ Z = ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

β_0 = ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณค่าได้จากข้อมูล

ตัวแปรอิสระ

sex	=	เพศ,	1 คือ เพศชาย 0 คือ เพศหญิง
age	=	อายุ (ปี)	
status	=	สถานภาพ,	1 คือ โสด 0 คือ สมรสหรือหย่าร้าง
education	=	การศึกษา (ปี)	
income	=	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
province	=	ภูมิลำเนา,	1 คือ คนในพื้นที่ 0 คือ คนนอกพื้นที่

การประมาณตัวแบบ (The Logistic Regression Model Estimation)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Logistic Regression เป็นการประมาณค่าความน่าจะเป็นของการเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

$$E(Y) = \frac{e^Z}{1 + e^Z}$$

กำหนดให้ $E(Y)$ = แทนความน่าจะเป็นที่จะเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย โดยใช้สมการการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) และได้ทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้การนำตัวแปรเข้าหมดทุกตัว (Enter) ซึ่งมีตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย และตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศอายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลของแบบจำลองเขียนสมการได้ดังนี้

$$\begin{aligned} Z &= -1.084 + 0.783 \text{ sex} + 0.733 \text{ status} \\ R^2 &= 0.205 \end{aligned}$$

จากสมการสรุปได้ว่าปัจจัยด้านเพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับราคาเฉลี่ยโดยมีค่าสถิติที่ใช้ในการตัดสินใจหรือ R^2 เท่ากับ 0.205 หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดในตารางสามารถอธิบายมูลค่าของการจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนได้ร้อยละ 20.5 ที่เหลืออีกร้อยละ 79.5 อาจเป็นผลจากปัจจัยเชิงคุณภาพอื่นๆ ที่

ไม่ได้นำมาพิจารณาในครั้งนี้ เช่น พฤติกรรมการท่องเที่ยว ฤดูกาล การรับรู้ข่าวสารและค่านิยม เป็นต้น

ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากแบบจำลองโลจิท นำมาคำนวณค่า Marginal Effect ได้ดังตารางที่ 36

ตารางที่ 36 ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากแบบจำลองโลจิท นำมาคำนวณค่า Marginal Effect

	Coefficient	Marginal Effect
Sex	0.783	0.1956
Status	0.733	0.1831

ที่มา : จากการคำนวณ

ค่า Marginal Effect ที่คำนวณได้หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีความน่าจะเป็นที่จะเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1956

หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสดจะมีความน่าจะเป็นที่จะเกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.1831

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย พบว่าปัจจัยด้านเพศและสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความน่าจะเป็นที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยวิธี SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดย SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน ไม่ว่าจะเป็นหัวหน้าสถานีทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 ผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 และ หมู่ 7 องค์การบริหารส่วนตำบล ประชาชนในพื้นที่ นักเรียนนักศึกษา องค์กรอิสระ เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูก จังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปขั้นตอนและผลการศึกษา ได้ดังนี้

8.1 ขั้นตอนการเตรียมการก่อนจัดการประชุม

1. ขอความอนุเคราะห์จากนายกเทศมนตรี ตำบลบ่อ ในการจัดการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอนด้วยวิธีการเชิญทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องผ่านนายกเทศมนตรีตำบลบ่อ ประกอบด้วย

- 1.1 องค์กรบริการส่วนตำบลบ่อ
- 1.2 ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 และหมู่ 7
- 1.3 หัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 และเจ้าหน้าที่พื้นที่
- 1.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- 1.5 ประชาชนบ้านท่าสอน
- 1.6 กลุ่มเยาวชน
- 1.7 องค์กรอิสระ

เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิเคราะห์ศักยภาพของบ้านท่าสอนจากการมีส่วนร่วมและเป็นการระดมความคิดเห็นจากมุมมองของผู้เข้าร่วมประชุม

2. การเตรียมความพร้อมของผู้วิจัย ได้วางแผนและหาแนวทางในการจัดประชุมรวบรวมประเด็นให้ตรงกับเนื้อหาและสอดคล้องกับหลักการ SWOT Analysis มากที่สุด เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด

8.2 ขั้นตอนการดำเนินการประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

ก่อนการดำเนินการประชุมผู้ศึกษาได้ทำการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี) เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยและลดช่องว่างระหว่างกัน และเมื่อเห็นว่ามีคามคุ้นเคยกันแล้ว จึงดำเนินการประชุมดังนี้

1. ให้แต่ละคนสะท้อนความเป็นจริงตามที่ตนเองเห็น (โดยการเขียนข้อความลงในแผ่นกระดาษ)

2. แลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยที่

2.1 ทุกคนให้เกียรติ ความรัก ความเป็นมิตร การให้คุณค่าซึ่งกันและกัน

2.2 ถามข้อสงสัยได้ แต่ไม่สามารถที่จะวิจารณ์ความคิดเห็นของคนอื่นได้

3. สรุปความคิดเห็นของทุกคนให้เป็นแนวเดียวกัน โดยที่ทุกคนยอมรับ

8.3 การดำเนินการประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

ผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมประชุมวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี) วัตถุประสงค์นี้เป็นการให้ผู้ร่วมประชุมได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นในเรื่องการท่องเที่ยวตามมุมมองของตนเองว่ามีสถานการณ์อย่างไรในปัจจุบัน และร่วมวิเคราะห์สถานการณ์

วิธีการ คือ ให้ทุกคนเขียนข้อความตามความคิดเห็นของตนเองลงในกระดาษที่เตรียมให้ และเมื่อเขียนข้อความเสร็จแล้ว รวบรวมข้อความทั้งหมด แล้วจำแนกประเภทของข้อความที่มีลักษณะทางความคิดคล้ายคลึงกัน จัดเป็นหมวดหมู่ โดยแบ่งเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน จากนั้นนำเสนอข้อความในแต่ละหมวดหมู่ต่อที่ประชุม และเปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดหรือมุมมองของแต่ละคน

ออกมา เพื่อแสดงให้เห็นบุคคลที่เข้าร่วมประชุมได้รับฟัง และสรุปผลโดยการยกมือเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

โดยผลที่ได้จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน สามารถสรุปศักยภาพและข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนได้ดังนี้

8.3.1 จุดแข็ง (Strength)

- 1) ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนของบ้านท่าสอนและทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2) ศักยภาพของพื้นที่ยังเอื้อต่อการพัฒนา มีแหล่งทรัพยากรป่าชายเลนที่สมบูรณ์กว่า 100,000 ไร่ ทำให้เกิดระบบนิเวศที่งดงาม เช่น มีหิ่งห้อยจำนวนมาก สัตว์น้ำป่าชายเลนนานาพรรณ และมีปากแม่น้ำที่กว้างใหญ่ คลื่นลมไม่รุนแรงมากนัก เมื่อนั่งเรือออกไปก็จะพบฝูงเหยี่ยวแดงคอบขาวนับพันตัว ถือว่าอุดมสมบูรณ์มาก
- 3) ประชาชนมีความเชื่อว่า การมีป่าเพิ่มขึ้นจะทำให้สัตว์น้ำเพิ่มขึ้น มีความจำเป็นต้องพึ่งพาป่าชายเลน ในทางอ้อมมากกว่าทางตรง คือ อาศัยป่าชายเลนเป็นที่อยู่อาศัย และเป็นแหล่งอาหารของสัตว์น้ำชายฝั่งมากกว่าการจะตัดไม้มาใช้ประโยชน์หรือนำพื้นที่มาใช้ประโยชน์โดยตรง
- 4) ผู้ครอบครองป่าผืนใหญ่ มีจิตใจกว้างขวาง ให้ความร่วมมือด้านการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 5) ชุมชนในป่าชายเลนเป็นชุมชนเก่าแก่ มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ และเพื่อนบ้าน ดังนั้น เมื่อประชาชนมีทัศนคติในทิศทางบวก โอกาสที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นไปได้ง่าย
- 6) ความสำคัญของพื้นที่ เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับนานาชาติ ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ

8.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) การมีทัศนคติที่มองป่าเป็นศัตรู คือ คิดว่าเมื่อมีป่า คนจะต้องถูกไล่ออกเป็นความขัดแย้ง ระหว่างคนกับป่าในเชิงกฎหมายมากกว่าเชิงธรรมชาติ เพราะแท้จริงของธรรมชาติแล้ว ป่าเป็นมิตรกับคนและเป็นที่พักพิงเสมอ

2) การฝากภารกิจในการจัดการไว้กับเจ้าหน้าที่ มากเกินกำลังที่จะดำเนินการได้ เมื่อเทียบสัดส่วนของอัตรากำลังเจ้าหน้าที่กับพื้นที่ดำเนินการ ดังนั้น การให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

3) กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านงบประมาณ และการใช้ประโยชน์ ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนั้นการจัดการพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดยังขัดข้องทางด้านกฎหมายเป็นอย่างมาก

8.3.3 โอกาส (Opportunity)

1) ทางด้านอาชีพของชุมชน ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อป่า ในอดีตที่ป่ามีความสมบูรณ์ ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สามารถดำรงชีวิตและประกอบอาชีพ โดยอาศัยสัตว์น้ำชายฝั่ง เมื่อป่าถูกทำลายสัตว์น้ำชายฝั่งลดลง

2) ทางด้านอาชีพของชุมชน การพึ่งพาสัตว์น้ำชายฝั่ง ไม่จำกัดเฉพาะคนที่อาศัยอยู่ในป่าชายเลนเท่านั้น ประชาชนใกล้เคียงที่อาศัยอยู่โดยรอบ สามารถประกอบอาชีพจับสัตว์น้ำชายฝั่งได้อีกด้วย บ่อยครั้งที่คนต่างถิ่นได้ประโยชน์จากการจับสัตว์น้ำ เช่น ปูแสม ทำให้เกิดแนวร่วมในการฟื้นฟูป่าชายเลนเพิ่มขึ้น

3) ผลผลิตจากป่าชายเลน ทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์ทางตรง เช่น เก็บผักโขงกางขายไม่ต้องลงทุน ไม่มีความเสี่ยงและทำรายได้ต่อปีมากกว่าทำสวนเงาะ ทุเรียน การนำผักประสักแดงมาประกอบอาหาร เช่น ประสักเชื่อม โดยที่ทางราชการมีแนวคิดที่จะพัฒนาเป็นโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นพืชหลายชนิดที่เป็นอาหารและยารักษาโรคที่

สามารถปลูกได้ เช่น ต้นขลุ้, ตาคุ่มทะเล, ขอบ้าน, ดอกแค, มะเขือต้น ฯลฯ เป็นแหล่งอาหารและยาที่มีประโยชน์และปลอดภัย

4) ป่าชายเลนปากแม่น้ำเวฬุมีความสวยงามตามธรรมชาติ มีสัตว์บก และ สัตว์น้ำนานาชนิด เช่น เขี้ยวแดงคอกขานับพันตัว อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน นกกระยางอพยพมา ช่วงฤดูหนาวเป็นจำนวนมาก การจับสัตว์น้ำในลักษณะประมงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ลำต้นที่เป็นพูกอนของไม้ในป่าชายเลนนั้น มีความสวยงามแปลกตา การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดตราดได้แวะพักผ่อน ประชาชนก็จะมี รายได้เพิ่มขึ้น

5) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุน เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดรายได้ต่อประชาชนในท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรีมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดมากขึ้น

6) จังหวัดจันทบุรีมีนโยบายที่จะพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวมากขึ้น

8.3.4 อุปสรรค (Threat)

1) ความสับสนของประชาชนที่จะสามารถออกเอกสารสิทธิ์ในป่าได้ หรือ การค้าประกันเพื่อหวังเงินกู้ในรูปแบบต่างๆ

2) การส่งเสริมอาชีพที่ทำลายป่า ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ต้องทำอย่างรอบคอบและระมัดระวัง

3) องค์กรปกครองท้องถิ่นยังขาดความรู้และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบของการจัดการท่องเที่ยว เช่น การจัดการภูมิทัศน์และการจัดเก็บขยะมูลฝอย

4) ประชาชนและหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเองในระยะสั้น ขาดการวางแผนระยะยาว

จากการศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยใช้ SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน พบว่า จุดแข็งของบ้านท่าสอนอยู่ที่ ผู้นำชุมชนและชาวบ้าน มีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ส่วนจุดอ่อนพบว่า มีการฝากภาระหน้าที่ไว้กับเจ้าหน้าที่มากจนเกินไป เนื่องจากกำลังเจ้าหน้าที่และงบประมาณมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งทำให้การจัดการดูแลไม่ทั่วถึง ในส่วนของโอกาส มีโอกาสอันดี เนื่องจาก ชาวบ้านในพื้นที่ มีความเข้าใจอันดีต่อการอนุรักษ์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน เพื่อเป็นแหล่งรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อไป ส่วนอุปสรรค นั้น ประกอบด้วย การขาดความรู้ความเข้าใจขององค์กรส่วนปกครอง รวมถึงขาดการวางแผนที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในระยะยาว จากข้อสรุปทั้งหมด ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพ (Strategy to increase potential) โดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ คือ ทัศนคติที่ดีของ ผู้นำชุมชน และ ชาวบ้าน ให้ ร่วมกันอนุรักษ์ และ เพิ่มการปลูกป่าชายเลน เพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ให้สิ่งห้อยยังมีอยู่ต่อไป และ เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวนี้ กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกัน (Strategy to build security) ให้ความรู้กับชาวบ้าน และ เด็กๆ ในชุมชน ว่าทำไมต้องอนุรักษ์ป่าชายเลน และ ปลูกฝังให้เด็กในพื้นที่เป็นภาคีเทศก์ในการนำเที่ยว เป็นการเสริมรายได้ให้กับเยาวชนในพื้นที่ กลยุทธ์เร่งพัฒนา (Strategy to accelerate development) เร่งพัฒนาพื้นที่บ้านท่าสอน ในการชมหิ้งห้อย ให้เทียบเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวแบบเดียวกัน อาทิ อัมพวา เพื่อดึงจำนวนนักท่องเที่ยว ให้มีจำนวนมากขึ้น และ การใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) โดยการสร้างความแตกต่างให้กับ แหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน โดยชี้จรรยาบรรณ ให้ แตกต่างจาก การชมหิ้งห้อยที่อัมพวา ที่ต้องนั่งเรือชม โดยเน้น เรื่องของตัวหิ้งห้อย ว่า ที่นี่มีหิ้งห้อย เยอะมากกว่าที่อัมพวา และสามารถดูหิ้งห้อยได้ตลอดทั้งปี แตกต่างจาก ที่อัมพวา ซึ่งจะมีช่วงเวลาในการชมหิ้งห้อย และ ยังได้ ออกกำลังกายและ รักษาระบบนิเวศของป่าชายเลน เนื่องจาก การนั่งเรือ เข้าชมอย่างที่อัมพวา จะก่อให้เกิด ก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งทำลายระบบนิเวศของป่าชายเลน

ส่วนที่ 9 สรุปผลจากสมมติฐาน

จากการศึกษาของงานวิจัยผู้วิจัยได้มีการกำหนดสมมติฐานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ดังนี้

1. สมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
2. สมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย
3. สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

9.1 สมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักท่องเที่ยวที่มีพื้นเพต่างกันมีความพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

9.2 สมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

9.3 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ย

การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนต่ำกว่าระดับราคาเฉลี่ยที่ 31.34 บาท พบว่าปัจจัยด้านเพศและสถานภาพของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนต่ำกว่าระดับราคาเฉลี่ยที่ 31.34 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 10 ผลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาพร้อมกับผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดย SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของทุกส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับบ้านท่าสอน

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าแหล่งท่องเที่ยว เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการจ่ายจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูกกา จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ราย และได้มีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของหัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกส่วนของบ้านท่าสอน ตลอดจนผู้ประกอบการรวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของบ้านท่าสอน โดยทำการศึกษาช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 และเมื่อนำผลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์

ร่วมกับศักยภาพของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนที่ได้จากการประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

เมื่อศึกษาจุดเด่น พบว่า มีปัจจัยที่เป็นข้อเด่นหลายประการ อันจะส่งผลให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนประสบผลสำเร็จ ได้แก่ ความเข้มแข็งของผู้นำและการมีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนา เนื่องจากพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนนั้น เป็นแหล่งระบบนิเวศน์ที่มีความสมบูรณ์ อีกทั้งในส่วนของประชาชนในพื้นที่ จำเป็นต้องพึ่งพาป่าชายเลนในทางอ้อมมากกว่าทางตรง คือ เป็นที่อยู่อาศัย และเป็นแหล่งอาหารของสัตว์น้ำชายฝั่ง โดยประชาชนในพื้นที่นั้น เป็นชุมชนเก่าแก่ มีความสัมพันธ์กันทางเครือญาติและเพื่อนบ้าน จึงช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ทำให้การพัฒนาทำได้โดยง่าย ตลอดจนความสำคัญของพื้นที่นั้น ถือว่าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำมีความสำคัญระดับนานาชาติ ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ

จุดด้อย พบว่า ประชาชนในพื้นที่ยังมีทัศนคติที่มองป่าเป็นศัตรู เมื่อมีป่าคนจะถูกไล่ออกแต่ในเชิงธรรมชาตินั้น คนกับป่าต้องอยู่ร่วมกัน ส่วนในด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อัตรากำลังยังมีน้อยมาก เมื่อเทียบกับปริมาณงาน อีกทั้งกฎหมาย ระเบียบต่างๆ ยังไม่เอื้อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมเท่าที่ควร รวมทั้งการส่งเสริม และการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐ ในการประกอบอาชีพยังมีข้อจำกัด เช่น การผลิต การแปรรูป และการตลาด ถ้าสามารถช่วยให้ประชาชนในพื้นที่มีอาชีพที่มั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง การดูแลรักษาจะง่ายขึ้น นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนนั้นมีคู่แข่งที่เป็นสถานที่ชมหิ่งห้อยที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน เช่น ที่ริมคลองตลาดน้ำอัมพวา อำเภอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งอยู่ใกล้กรุงเทพฯมากกว่า และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน มีน้อยเกินไป

โอกาสที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน พบว่า ป่าชายเลนปากแม่น้ำเวฬุมีความสวยงามตามธรรมชาติ มีสัตว์บก และสัตว์น้ำนานาชนิด เช่น เขี้ยวแดงคอกขาวนับพันตัวอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน นกกระยางอพยพมาช่วงฤดูหนาวเป็นจำนวนมาก การจับสัตว์น้ำในลักษณะประมงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ลำต้นที่เป็นพูกอนของไม้ในป่าชายเลนนั้นมีความสวยงามแปลกตา การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดตราดได้แวะพักผ่อน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ได้มาเที่ยวชมยังบ้านท่าสอนแล้วอยากกลับมาเที่ยวบ้านท่าสอนอีกครั้ง ประชาชนก็จะมียาได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ได้รับความนิยมนมากในปัจจุบัน ทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุน เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดรายได้ต่อประชาชนในท้องถิ่น

อุปสรรคที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเติบโต และเป็นที่หมายปองของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่จะเข้ามาครอบครองพื้นที่ และใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากการทำลายความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ป่าชายเลน ส่งผลให้มีการส่งเสริมอาชีพที่ทำลายป่าจากประชาชนในพื้นที่ เนื่องจากความสับสนของประชาชนที่คิดว่า โฉนดที่ดินของตนสามารถออกเอกสารสิทธิ์ได้ และนำไปค้าประกันหรือขายต่อให้กับนายทุนเพื่อหวังเงินกู้ในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งองค์การปกครองท้องถิ่นยังขาดความรู้และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อแก้ปัญหาในจุดนี้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ถึงความสำคัญและคุณค่าของธรรมชาติป่าชายเลน อย่างมุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเองในระยะสั้น ควรมีการจัดวางแผนระยะยาว

จากการศึกษาผลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาร่วมกับผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดย SWOT Analysis จากการจัดประชุมระดมความคิดของผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดของบ้านท่าสอน จากข้อสรุปทั้งหมด ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพ (Strategy to increase potential) โดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ คือ ทศนคติที่ดีของ ผู้นำชุมชน และ ชาวบ้าน ให้ ร่วมกันอนุรักษ์ และ เพิ่มการปลูกป่าชายเลน เพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ให้สิ่งห้อยยังมีอยู่ต่อไป และ เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวนี้ โดยต้องสร้างจิตสำนึกให้ทั้งชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ทราบถึงกรรมวิธีในการอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกัน (Strategy to build security) ให้ความรู้กับชาวบ้าน เด็กๆ ในชุมชน และนักท่องเที่ยว ให้ ทราบว่าทำไมต้องอนุรักษ์ป่าชายเลน และ ปลูกฝังให้เด็กในพื้นที่เป็นมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว เป็นการเสริมรายได้ให้กับเยาวชนในพื้นที่ และมีการจัดห้องนิทรรศการ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับป่าชายเลนและระบบนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าชายเลน ซึ่งเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้กับชาวบ้าน ทั้งทางตรง เช่นการประมง และ ทางอ้อม จากการท่องเที่ยว กลยุทธ์เร่งพัฒนา (Strategy to accelerate development) เร่งพัฒนาพื้นที่บ้านท่าสอน ในการชมห้อยให้เทียบเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวแบบเดียวกัน เช่น อัมพวา รวมถึงพัฒนาในด้านการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ชาวบ้าน และ นักท่องเที่ยว เช่นจัดสัมมนา ให้ชาวบ้าน และประชาชนเห็นถึงความสำคัญของป่าชายเลน และ

พัฒนาการบริการต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยว เนื่องจากแบบสอบถาม ได้สำรวจว่านักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเที่ยวที่นี่อีกครั้ง เนื่องจากมีจุดแข็งอย่าง หิ้งห้อยที่สมบูรณ์ รวมถึงการพัฒนาในด้านของฝาก เช่น ซาบายจู้ให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และจุดเด่นในเรื่องของค่าธรรมเนียมแรกเข้า ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและ การใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) โดยการสร้างความแตกต่าง ให้กับ แหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน โดยจัดกิจกรรม ให้ แตกต่างจาก การชมหิ้งห้อยที่อัมพวา ที่ต้องนั่งเรือชม โดยเน้น เรื่องของตัว หิ้งห้อย ว่า ที่มีหิ้งห้อย เยอะมากกว่าที่อัมพวา และสามารถดูหิ้งห้อยได้ตลอดทั้งปี แตกต่างจาก ที่อัมพวา ซึ่งจะมีช่วงเวลาในการชมหิ้งห้อย และ ยังได้ ออกกำลังกายและ รักษาระบบนิเวศน์ของป่าชายเลน เนื่องจาก การนั่งเรือ เข้าชมอย่างที่อัมพวา จะ ก่อให้เกิด ก๊าซ คาร์บอน ไดออกไซด์ ซึ่งทำลายระบบนิเวศของป่าชายเลน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำดวน จังหวัดจันทบุรี ทั้งสิ้น 400 ราย เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากต้นขลุ้ ราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าใช้จ่ายบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะจ่าย โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่อปี และจำนวนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบ้านท่าสอน โดยนำข้อมูลจากการสำรวจมาทำการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบกับการวิเคราะห์สมการถดถอย และการทดสอบ T-test , F-test โดยผู้วิจัยได้ทำการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน เพื่อวิเคราะห์ถึงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านท่าสอน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา รองลงมา คือ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ใน 2 ช่วง คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัดจันทบุรี แต่อาศัยอยู่ในอำเภออื่นๆ

2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่า 5 ครั้งต่อปี โดยจะเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอนมาจาก เพื่อน/ญาติ รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอนเป็นครั้งแรก และตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอน

อีกในครั้งต่อไป เนื่องจากชอบสภาพธรรมชาติที่สวยงามของบ้านท่าสอน และยังต้องการเปลี่ยนบรรยากาศในที่ใหม่ๆ โดยเห็นว่า บ้านท่าสอน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้ความรู้และความเพลิดเพลิน และจุดเด่นที่สำคัญคือต้องการมาชมหิ่งห้อย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามว่าจะไม่กลับมาเที่ยวบ้านท่าสอนอีกเพราะต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป

จากแบบสอบถามพบว่า บ้านท่าสอนเป็นทางผ่านของนักท่องเที่ยว ที่ได้ท่องเที่ยว จากที่อื่นๆ ในจังหวัดจันทบุรี และตราด และจึงมาท่องเที่ยวที่บ้านท่าสอน โดยในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวก่อนมาเที่ยวบ้านท่าสอนอันดับแรกคือ โอเอซิสซีเวิร์ล รองลงมา คือ น้ำตกพลิ้ว ชายหาดแหลมสิงห์ และจังหวัดตราด โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ด้านการทำกิจกรรมเมื่อมาท่องเที่ยวบ้านท่าสอน อันดับแรก คือ ชีจรรย์านชมหิ่งห้อยยามค่ำคืน รองลงมา คือ เดินศึกษาพันธุ์ไม้ป่าชายเลน และนั่งเรือชมนกเหยี่ยวแดงคอขาวยามเย็น

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่บ้านท่าสอนส่วนใหญ่ไม่พักค้างแรม โดยให้เหตุผลว่า สถานที่เที่ยวอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ อยู่ในจันทบุรีอยู่แล้ว และสามารถเดินทางไป-กลับสะดวก ส่วนกลุ่มที่พักค้างแรมส่วนใหญ่พัก 1 คืน และมีเหตุผลที่พักค้างคืน เพราะอยากชมธรรมชาติให้เต็มที่ รองลงมา คือ บรรยากาศดี น้ำตกผ่อน และต้องการชมหิ่งห้อยยามค่ำคืน ด้านลักษณะของการเดินทาง ส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มเพื่อน รองลงมา มากับกลุ่มครอบครัว

3. ข้อมูลพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากชาใบขลุ่

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ้านท่าสอนมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่รู้จักระชาใบขลุ่ โดยกลุ่มที่รู้จักระชาใบขลุ่ ส่วนใหญ่จะรู้จักระชาชนิดนี้มาก่อน ด้านสื่อที่ทำให้ชาใบขลุ่เป็นที่รู้จัก อันดับแรกคือ เพื่อน/ญาติ รองลงมา คือ สื่อนิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต โดยนักท่องเที่ยวที่รู้จักระชาใบขลุ่มากกว่าครึ่งหนึ่งเคยซื้อผลิตภัณฑ์ชาใบขลุ่ ส่วนใหญ่ซื้อชาใบขลุ่สำหรับชง ดื่ม รองลงมาคือ สนุ่ และเกลือขัดผิว โดยซื้อผลิตภัณฑ์จากชาใบขลุ่จากบ้านท่าสอน

สำหรับการมาเที่ยวในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ซื้อชาใบขลุ่กลับ เพราะไม่รู้จักระรองลงมา คือ ไม่นิยมทดลองของใหม่ ส่วนกลุ่มที่ซื้อชาใบขลุ่กลับ เนื่องจากต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ซื้อเป็นของฝาก และเห็นว่าเป็นสมุนไพรอย่างหนึ่ง โดยในการเที่ยวครั้งนี้

ส่วนใหญ่ซื้อขาไบขลุ่ยสำหรับขง ต้ม รองลงมา คือ สนุ่ และ เกลือขัดผิว และวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากขาไบขลุ่ยเพื่อทดลองใช้กับตัวเอง รองลงมาคือ เป็นของฝาก และเคยใช้มาแล้วถูกใจแล้วจึงอยากใช้อีก

4. ข้อมูลด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย รวมถึงค่าใช้จ่ายบริการเรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ โดยเห็นว่า จะได้นำค่าธรรมเนียมที่ได้รับไปพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา คือ จะได้เป็นเงินสมทบเพื่อใช้ในการบริหารจัดการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว ช่วยในการพัฒนาป่าชายเลน และเป็นการตอบแทนการให้บริการ ส่วนกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการเก็บค่าธรรมเนียมให้เหตุผลว่า ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น รองลงมา คือ มีการเก็บค่าใช้จ่ายอย่างอื่นแล้วเช่น ค่าเช่าจักรยาน ค่าเช่าเรือ และเห็นว่าหน่วยงาน อบต. มีงบประมาณอยู่แล้ว นอกจากนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจจ่ายค่าธรรมเนียมที่อัตราเริ่มต้น 20 บาท รองลงมา คือ พึงพอใจจ่ายค่าธรรมเนียมที่อัตราเริ่มต้น 30 บาท 40 บาท และ 50 บาท ตามลำดับ โดยค่าธรรมเนียมที่พึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ 31.34 บาท

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำค่าบริการที่เรียกเก็บจากการเข้าชมสถานที่ ไปพัฒนาบ้านท่าสอนในด้านต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สภาพพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือให้ความสำคัญด้านการพัฒนาและบริการ ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยว และด้านอื่นๆ ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดค่าบริการให้เช่าจักรยานของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าค่าบริการเช่าจักรยาน 20 บาท/คน/ครั้ง มีความเหมาะสม ส่วนกลุ่มที่เห็นว่าราคาค่าบริการไม่เหมาะสม ส่วนใหญ่เห็นว่า ค่าบริการแพงเกินไป และ ควรให้บริการฟรี

สำหรับการกำหนดค่าบริการนั่งเรือชมธรรมชาติ จำนวน 200 บาท/คน หากมาเกิน 8 คน และสามารถเหมาลำได้ในราคา 1,500 บาท หากมาไม่เกิน 7 คน พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า ค่าบริการนั่งเรือชมธรรมชาติ มีความเหมาะสม ส่วนกลุ่มที่เห็นว่าราคาค่าบริการไม่เหมาะสม ส่วนใหญ่เห็นว่าค่าบริการแพงเกินไป และ เห็นว่าควรมีราคาพิเศษสำหรับนักศึกษาหรือผู้มาเที่ยวเป็นกลุ่มคณะ

5. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่ายกับปัจจัยส่วนบุคคล

5.1 เพศ : นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากกว่านักท่องเที่ยวหญิง

5.2 อายุ : นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 สถานภาพ : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด

5.4 ระดับการศึกษา : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษามัธยมศึกษา และการศึกษาลดกว่าปริญญาตรี

5.5 อาชีพ : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าไม่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.6 รายได้ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากกว่ารายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท ตามลำดับ

และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท ตามลำดับ

5.7 ภูมิภานาของนักท่องเทียว : นักท่องเทียวที่มีภูมิภานาต่างกันมีคาเฉลี่ยของราคาคาธรรมเนียมแรกเขาไมแตกตางกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเทียวต่อราคาคาธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเทียวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนเทียบกับระดับราคาเฉลี่ยกับปัจจัยส่วนบุคคล

โดยการทดสอบ Chi-Square test พบว่า เพศ, สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเทียวต่อราคาคาธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเทียวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน จากการศึกษา นี้ จึงควรให้น้าหนัก กับ เพศชาย และ สถานภาพโสด ที่มีความพึงพอใจที่จะจ่ายคาธรรมเนียมแรกเขา

7. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเทียวต่อราคาคาธรรมเนียมแรกเข้าชมแหล่งท่องเทียวเชิงเกษตรบ้านท่าสอนต่ำกว่าระดับราคาเฉลี่ย

พบว่าปัจจัยด้านเพศและสถานภาพของนักท่องเทียวที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเทียวต่อราคาคาธรรมเนียมแรกเข้าชมแหล่งท่องเทียวเชิงเกษตรที่แตกตางกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเทียวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดยวิธี SWOT Analysis จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน

8.1 จุดแข็ง (Strength)

1) ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนของบ้านท่าสอนและทัศนคติที่ดีต่อการท่องเทียวเชิงเกษตร

2) ศักยภาพของพื้นที่ยังเอื้อต่อการพัฒนา มีแหล่งทรัพยากรป่าชายเลนที่สมบูรณ์กว่า 100,000 ไร่ ทำให้เกิดระบบนิเวศน์ที่งดงาม เช่น มีหิ่งห้อยจำนวนมาก สัตว์น้ำป่าชายเลนนานา

พรรณ และมีปากแม่น้ำที่กว้างใหญ่ คลื่นลมไม่รุนแรงมากนัก เมื่อนั่งเรือออกไปก็จะพบฝูงเหยี่ยวแดงคอขาวนับพันตัว ถือว่าอุดมสมบูรณ์มาก

3) ประชาชนมีความเชื่อว่า การมีป่าเพิ่มขึ้นจะทำให้สัตว์น้ำเพิ่มขึ้น มีความจำเป็นต้องพึ่งพาป่าชายเลน ในทางอ้อมมากกว่าทางตรง คือ อาศัยป่าชายเลนเป็นที่อยู่อาศัย และเป็นแหล่งอาหารของสัตว์น้ำชายฝั่งมากกว่าการจะตัดไม้มาใช้ประโยชน์หรือนำพื้นที่มาใช้ประโยชน์โดยตรง

4) ผู้ครอบครองป่าผืนใหญ่ มีจิตใจกว้างขวาง ให้ความร่วมมือด้านการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

5) ชุมชนในป่าชายเลนเป็นชุมชนเก่าแก่ มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ และเพื่อนบ้าน ดังนั้น เมื่อประชาชนมีทัศนคติในทิศทางบวก โอกาสที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นไปได้ง่าย

6) ความสำคัญของพื้นที่ เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับนานาชาติ ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ

8.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) การมีทัศนคติที่มองป่าเป็นศัตรู คือ คิดว่าเมื่อมีป่า คนจะต้องถูกไล่ออก เป็นความขัดแย้ง ระหว่างคนกับป่าในเชิงกฎหมายมากกว่าเชิงธรรมชาติ เพราะแท้จริงของธรรมชาติแล้ว ป่าเป็นมิตรกับคนและเป็นที่พักเสมอ

2) การฝากภารกิจในการจัดการไว้กับเจ้าหน้าที่ มากเกินกำลังที่จะดำเนินการได้ เมื่อเทียบสัดส่วนของอัตรากำลังเจ้าหน้าที่กับพื้นที่ดำเนินการ ดังนั้น การให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

3) กฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านงบประมาณ และการใช้ประโยชน์ ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนั้นการจัดการพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดยังเกิดขัดแย้งด้านกฎหมายเป็นอย่างมาก

8.3 โอกาส (Opportunity)

1) ทางด้านอาชีพของชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงและเกษตรกรรมทำให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อป่าจึงง่ายต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในการทำการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2) ทางด้านอาชีพของชุมชน การพึ่งพาสัตว์น้ำชายฝั่ง ไม่จำกัดเฉพาะคนที่อาศัยอยู่ในป่าชายเลนเท่านั้น ประชาชนใกล้เคียงที่อาศัยอยู่โดยรอบ สามารถประกอบอาชีพจับสัตว์น้ำชายฝั่งได้อีกด้วย บ่อยครั้งที่คนต่างถิ่นได้ประโยชน์จากการจับสัตว์น้ำ เช่น ปูแสม ทำให้เกิดแนวร่วมในการฟื้นฟูป่าชายเลนเพิ่มขึ้น

3) ค่าครองชีพของประชากรต่ำอันเนื่องจากป่าชายเลนมีความอุดมสมบูรณ์ ทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์ทางตรง เช่น เก็บผักโกกงขายไม่ต้องลงทุน ไม่มีความเสี่ยงและทำรายได้ต่อปีมากกว่าทำสวนเงาะ ทุเรียน การนำผักประสักแดงมาประกอบอาหาร เช่น ประสักเชื่อม โดยที่ทางราชการมีแนวคิดที่จะพัฒนาเป็นโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นพืชหลายชนิดที่เป็นอาหารและยารักษาโรคที่สามารถปลูกได้ เช่น ต้นขลุ้, ตาคุ่มทะเล, ยอดบ้าน, ดอกแค, มะเจียดัน ฯลฯ เป็นแหล่งอาหารและยาที่มีประโยชน์และปลอดภัย

4) ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งคือป่าชายเลนที่จุดปากแม่น้ำเวฬุมีความสวยงามตามธรรมชาติ มีสัตว์บก และสัตว์น้ำนานาชนิด เช่น เขี้ยวแดงคอกขาวนับพันตัว อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน นกกระยางอพยพมาช่วงฤดูหนาวเป็นจำนวนมาก การจับสัตว์น้ำในลักษณะประมงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ลำต้นที่เป็นพูกอนของไม้ในป่าชายเลนนั้น มีความสวยงามแปลกตา การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดตราดได้แวะพักผ่อน ประชาชนก็จะมียาได้เพิ่มขึ้น

5) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุน เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดรายได้ต่อประชาชนในท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรีมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดมากขึ้น

6) จังหวัดจันทบุรีมีนโยบายที่จะพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวมากขึ้น

8.4 อุปสรรค (Threat)

1) ความสับสนของประชาชนที่จะสามารถออกเอกสิทธิ์ในที่ป่าได้ หรือการค้าประกันเพื่อหวังเงินกู้ในรูปแบบต่างๆ

2) การส่งเสริมอาชีพที่ทำลายป่า ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ต้องทำอย่างรอบคอบและระมัดระวัง

3) องค์กรปกครองท้องถิ่นยังขาดความรู้และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบของการจัดการท่องเที่ยว เช่น การจัดการภูมิทัศน์และการจัดเก็บขยะมูลฝอย

4) ประชาชนและหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเองในระยะสั้น ขาดการวางแผนระยะยาว

9. ผลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาร่วมกับผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน โดย SWOT Analysis จากการจัดประชุมระดมความคิดของผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดของบ้านท่าสอน

จากข้อสรุปทั้งหมด ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพ (Strategy to increase potential) โดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ คือ ทิศนาคิดที่ดีของ ผู้นำชุมชน และ ชาวบ้าน ให้ ร่วมกันอนุรักษ์ และ เพิ่มการปลูกป่าชายเลน เพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ให้หิ้งห้อยยังมีอยู่ต่อไปและ เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวนี้ โดยต้องสร้างจิตสำนึกให้ทั้งชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ทราบถึงกรรมวิธี

ในการอนุรักษ์หิ้งห้อยให้คงอยู่ตลอดไป รวมถึงการสร้างสื่อใหม่ อาทิ สื่อเว็บไซต์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกัน (Strategy to build security) ให้ความรู้กับชาวบ้าน เด็กๆในชุมชน และนักท่องเที่ยว ให้ทราบว่าทำไมต้องอนุรักษ์ป่าชายเลน และ ปลูกฝังให้เด็กในพื้นที่เป็นมัลติเทสก์ในการนำเที่ยว เป็นการเสริมรายได้ให้กับเยาวชนในพื้นที่ และมีการจัดห้องนิทรรศการ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับป่าชายเลนและระบบนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าชายเลน ซึ่งเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้กับชาวบ้าน ทั้งทางตรง เช่นการประมง และทางอ้อม จากการท่องเที่ยว กลยุทธ์เร่งพัฒนา (Strategy to accelerate development) เร่งพัฒนาพื้นที่บ้านท่าสอน ในการชมหิ้งห้อย ให้เทียบเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวแบบเดียวกัน เช่น อัมพวา รวมถึงพัฒนาในด้านการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ชาวบ้าน และ นักท่องเที่ยว เช่นจัดสัมมนา ให้ชาวบ้านและประชาชนเห็นถึงความสำคัญของป่าชายเลน และ พัฒนาการบริการต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยว เนื่องจากแบบสอบถาม ได้สำรวจว่านักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเที่ยวที่นี่อีกครั้ง เนื่องจากมีจุดแข็งอย่างหิ้งห้อยที่สมบูรณ์ รวมถึงการพัฒนาในด้านของฝาก เช่น ซาบายคลูให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว และจุดเด่นในเรื่องของค่าธรรมเนียมแรกเข้าให้เหมาะสมกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวและ การใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) โดยการสร้างความแตกต่าง ให้กับ แหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน โดยจัดจรรย์านชม ให้แตกต่างจาก การชมหิ้งห้อยที่อัมพวา ที่ต้องนั่งเรือชม โดยเน้น เรื่องของตัวหิ้งห้อย ว่า ที่นี่มีหิ้งห้อย เยอะมากกว่าที่อัมพวา และสามารถดูหิ้งห้อยได้ตลอดทั้งปี แตกต่างจาก ที่อัมพวา ซึ่งจะมีช่วงเวลาในการชมหิ้งห้อย และ ยังได้ ออกกำลังกายและ รักษาระบบนิเวศน์ของป่าชายเลน เนื่องจาก การนั่งเรือ เข้าชมอย่างที่อัมพวา จะ ก่อให้เกิด ก๊าซ คาร์บอนมอนอกไซด์ ซึ่งทำลายระบบนิเวศของป่าชายเลน

ข้อเสนอแนะ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน ในที่นี้ขอเสนอการจัดการ ดังนี้

1. เนื่องจากบทสรุปจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวและ SWOT Analysis ที่ได้จากการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านท่าสอน มีความเห็นตรงกันว่า ที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีหิ้งห้อยเป็นจำนวนมาก ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นว่า ควรจะสร้างจุดเด่นในเรื่องของหิ้งห้อยเป็นหลัก เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ในส่วนนี้ให้มากขึ้นอีกด้วย

2. การกำหนดค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอน ควรคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

2.1 ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ กล่าวคือ ควรกำหนดค่าธรรมเนียมเข้าชมที่กำหนดขึ้นควรครอบคลุมต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการที่เกิดขึ้นจริง เพื่อเป็นการลดภาระของชุมชน

2.2 ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจุบันยังไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชม แต่จากการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่ายอยู่ที่ 31.34 บาทต่อคนต่อครั้ง ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอนฯ อาจกำหนดค่าธรรมเนียมเข้าชมอยู่ในช่วง 20 – 30 บาทต่อคนต่อครั้ง อาจมีส่วนลดให้กับนักเรียน นักศึกษา ในราคาพิเศษ เช่น 10 บาทต่อคนต่อครั้ง อาจส่งเสริมการขายโดยการไม่เก็บค่าธรรมเนียม แต่เป็นการจำหน่ายตั๋วผ่านร้านค้าปลีกไม่ป่าชายเลนให้กับนักท่องเที่ยว โดยกำหนดราคาอยู่ที่ 20-50 บาท เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้ทำกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยว และเป็นการสร้างจุดเด่นของกิจกรรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวนี้ เป็นต้น

3. เมื่อพิจารณาพฤติกรรมกรทราบบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ทราบบข้อมูลจาก เพื่อน/ญาติ มากที่สุด แสดงว่า กลุ่มเพื่อนและญาติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้น การที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้นนั้น ควรเน้นประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมากที่สุด ซึ่งอาจทำได้ด้วยการสร้างความประทับใจในระหว่างการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวประทับใจแล้วก็จะมีการบอกต่อๆ กัน วิธีนี้จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และยังสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้นได้

4. จากการสอบถามนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม สามารถสรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ได้ดังนี้

4.1 ควรมีโครงการปลูกป่าชายเลน หรือปลูกต้นไม้ โกงกาง เพื่อเป็นการรักษาธรรมชาติ และระบบนิเวศน์ของป่าชายเลน และควรได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย เช่น ประชาชนในพื้นที่

บ้านท่าสอน นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น เพื่อให้เป็นการร่วมมือในการอนุรักษ์ป่าชายเลนทั้งจากชุมชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

4.2 ประชาสัมพันธ์ สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อช่วยให้มีรายได้เข้าประเทศ และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยขอความสนับสนุนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เนื่องจากว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ไม่มีงบประมาณในการจัดการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว เพียงแต่ได้รับการสนับสนุนในการดูแลรักษาป่าชายเลนจากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่หัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี) นายสมหมาย สรรพคุณ มองเห็นศักยภาพของบ้านท่าสอนว่าจะสามารถที่จะทำรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ในด้านการท่องเที่ยวได้ และในปัจจุบัน ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี ก็ให้ความสนับสนุนกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

4.3 ควรมีการจัดการระบบการบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ทั้งทางด้านการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว และการบริการด้านอื่นๆ ให้เป็นระบบที่เหมาะสม และอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวทุกคน เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก และสร้างความประทับใจ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี อยากจะกลับมาเยี่ยมชมที่นี้อีก

5. จากบทสรุปของแบบสอบถามทำให้ทราบว่า แหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านท่าสอน ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะ ที่จะเป็นตัวกลางในการนำสื่อโทรทัศน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ เนื่องจาก ผู้ศึกษาเป็นศิลปินในสังกัดไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งมีรายการที่น่าสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และในปัจจุบันนี้ สื่อทุกสื่อให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน นอกจากนี้ ผู้ศึกษาสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้

6. ควรมีการจัดตั้งห้องนิทรรศการในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ในเรื่องป่าชายเลนระบบนิเวศน์ การประกอบอาชีพในพื้นที่บ้านท่าสอน รวมถึงการบอกถึงที่มาของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ได้จากป่าชายเลน เช่น ต้นขลุ่ ต้นตะปุ่นขาว หวายลิง เป็นต้น

7. จากบทสรุปของแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้จักขาใบขลุ่ ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะว่า ควรที่จะทำการตลาดมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขาใบขลุ่ใน 4 ด้านหลัก ดังนี้

7.1 ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) : ผลิตภัณฑ์ชาใบขลุ่ยที่จัดจำหน่ายต้องมีคุณภาพ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อ และได้รับการยอมรับโดยผ่านมาตรฐานที่เหมาะสมและจำเป็นสำหรับประเภทของผลิตภัณฑ์ บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ระบุวิธีการใช้ วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุอย่างชัดเจน

7.2 ราคา (Price) : ผู้ผลิตควรพิจารณากำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ไม่กำหนดราคาที่สูงเกินไปซึ่งถือเป็นการค้ากำไรเกินควร และส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

7.3 การจัดจำหน่าย (Place) : จัดตั้งศูนย์สินค้า OTOP ภายในบริเวณพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยอาจเปิดการประมูลให้บุคคลในพื้นที่ หรือกลุ่มรัฐวิสาหกิจเป็นผู้ดูแลการผลิตและการจัดจำหน่าย ถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ และดึงดูดความสนใจของบุคคลต่างท้องถิ่น นอกจากนี้อาจพิจารณาขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานของรัฐประจำจังหวัดในเรื่องการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาใบขลุ่ยคู่กับสินค้าที่มีชื่อเสียงอื่นๆ ของจังหวัด ได้แก่ ทุเรียน พริกไทย เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ติดตลาดเร็วขึ้น

7.4 โพรโมชัน (Promotion) : เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลชาใบขลุ่ยจากญาติ แสดงให้เห็นว่ายังขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ช่องทางอื่นๆ จึงควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และนิตยสารต่างๆ โดยบรรยายถึงสรรพคุณ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ชาใบขลุ่ย และเน้นย้ำว่าชาใบขลุ่ยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดจันทบุรี

นอกจากนี้ การจัดประชาสัมพันธ์ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นอีกช่องทางหนึ่ง โดยอาจจัดทำป้ายโฆษณา หรือให้บริการชิมชาบริเวณจุดนั่งพัก พร้อมทั้งให้ข้อมูลชาใบขลุ่ยควบคู่ไปด้วยผ่านทางการบรรยายหรือแผ่นพับที่จัดเตรียมไว้บริเวณจุดนั่งพัก

8. จากบทสรุปของแบบสอบถาม จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 51 จะมาเที่ยวในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะว่า ควรที่จะมีการจัดกิจกรรมพิเศษในวันเสาร์และอาทิตย์ เป็นหลัก

9. ควรมีการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี เป็นแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว ลักษณะคล้ายกับการไหว้พระ 9 วัด โดยพิจารณาจากสถานที่ที่เหมาะสมที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และมีชื่อเสียง ในราคาประหยัด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี และบ้านท่าสอนด้วย เป็นต้น

9.1 แพคเกจเที่ยวสบายจ่ายราคาถูก โดยเริ่มจาก

8.00 น. ขึ้นรถตู้หรือรถบัสนำเที่ยว หน้าศาลหลักเมืองจังหวัดจันทบุรี เมื่อพร้อมแล้วเราจะมุ่งหน้าสู่ตึกแดง และเรือนจำเก่า ซึ่งเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่มีชื่อของจังหวัดจันทบุรี

9.00 น. ถึงตึกแดง และเรือนจำเก่า

10.00 น. ออกเดินทางมุ่งหน้าสู่ โอเอซิสซีเวิร์ด เพื่อชมปลาโลมาแสนรู้

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ร้านชาหมูปลิ้วสุดอร่อย

13.00 น. เดินทางสู่น้ำตกพลิ้ว น้ำตกที่มีชื่อเสียงของจังหวัดจันทบุรี

15.00 น. เดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

15.30 น. ถึงบ้านท่าสอน วิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับป่าชายเลน และกล่าวต้อนรับ

16.30 น. ถึงท่าขึ้นเรือ เพื่อไปชมเหยี่ยวแดงคอขาวนับพัน และชมวิถีการดำเนินชีวิตของชาวประมง

19.00 น. ถึงท่าเรือ และพร้อมตื่นตาตื่นใจกับหิ่งห้อยมากมายตลอด 1.2 กิโลเมตร

19.20 น. ถึงหน้าสถานี รับประทานอาหารเย็นกับอาหารทะเลสดๆ ได้แสงจันทร์

20.30 น. เดินทางกลับสู่ อ.เมือง จังหวัดจันทบุรี

(โปรแกรมอาจมีการเปลี่ยนแปลง ตามสภาพอากาศ)

9.2 แพคเกจรักษ์โลกสุดๆ กับบ้านทำสอน โดยเริ่มจาก

8.00 น. ขึ้นรถตู้หรือรถบัสนำเที่ยว หน้าศาลหลักเมืองจังหวัดจันทบุรี เมื่อพร้อมแล้วเราจะมุ่งหน้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอน

9.00 น. ถึงบ้านทำสอน วิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับป่าชายเลน และกล่าวต้อนรับ และรับประทานอาหารเช้า

10.00 น. เดินทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน บนสะพานไม้ตลอด 2 กิโลเมตร

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 น. กิจกรรมปลูกป่าชายเลน และปล่อยสัตว์น้ำ เพื่อเป็นการฟื้นฟูสัตว์น้ำให้กับป่าชายเลน

15.30 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย

16.30 น. ถึงท่าขึ้นเรือ เพื่อไปชมเหยี่ยวแดงคอกขาวนับพัน และชมวิถีการดำเนินชีวิตของชาวประมง

19.00 น. ถึงท่าเรือ และพร้อมตื่นตาตื่นใจกับหิ่งห้อยมากมายตลอด 1.2 กิโลเมตร

19.20 น. ถึงหน้าสถานีฯ รับประทานอาหารเย็นกับอาหารทะเลสดๆ ได้แสงจันทร์

20.30 น. เดินทางกลับสู่ อ.เมือง จังหวัดจันทบุรี

(โปรแกรมอาจมีการเปลี่ยนแปลง ตามสภาพอากาศ)

นอกจากนี้ อาจมีกิจกรรมอื่นๆ ได้อีก เช่น การจัดกิจกรรม walk rally บริเวณพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านทำสอน กิจกรรมสันตนาการของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มองค์กรต่างๆ และอาจจะมีการพักแรมในพื้นที่ของสถานีพัฒนาป่าชายเลนที่ 2 (ทำสอน จันทบุรี) โดยมีเตียงจำนวน 125 หลัง แบ่งเป็นเตียงขนาด 2 คน จำนวน 100 หลัง และเตียงขนาด 5 คน จำนวน 25 หลัง เป็นต้น

10. จากบทสรุปการเปรียบเทียบราคา ค่าเฉลี่ยของราคา ค่าธรรมเนียมแรกเข้าของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้บทสรุปว่า เพศ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยของราคา ค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

10.1 เพศ : จากการเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า เพศหญิงให้ค่าเฉลี่ยของราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าน้อยกว่าเพศชาย แสดงว่าราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่เพศหญิงเต็มใจจะจ่ายนั้นน้อยกว่า จึงควรพิจารณาจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมให้เพศหญิงยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น โดยจัดกิจกรรมที่เพศหญิงสนใจ เช่น การจัดช้อปปิ้งถ่ายรูป การงดค่าธรรมเนียมแรกเข้าสำหรับคุณแม่ลูกในวันแม่ เป็นต้น หรือเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่เพศหญิงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นจุดนั่งพัก หรือห้องน้ำ

10.2 สถานภาพ : เมื่อพิจารณาข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นคู่สมรสมีความประทับใจกับบรรยากาศ จึงให้ค่าเฉลี่ยราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้แต่งงาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มหลังอาจรู้สึกเหงา เบื่อ และไม่รู้สึกประทับใจบรรยากาศเท่าที่ควร จึงควรจัดกิจกรรมโดยเน้นกิจกรรมกลุ่ม เช่น กิจกรรมการร่วมกันปลูกป่าชายเลน การจัด walk rally หรือ adventure ต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ และ ไม่รู้สึกว่าท่องเที่ยวอย่างโดดเดี่ยว

10.3 การศึกษา : คำนึงถึงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว โดยให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติของป่าชายเลน และความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ระดับการศึกษายังใช้เป็นช่องทางในการออกแบบรายการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพิจารณาเลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมต่อระดับการศึกษา ตัวอย่างเช่น การเข้าไปประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษาสำหรับเด็กเล็ก จนถึงระดับมัธยมศึกษา หรือการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์สำหรับระดับการศึกษาที่สูงขึ้นซึ่งส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้จากสถานที่ทำงาน เป็นต้น

11. จากการศึกษานี้ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลและมาความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน เทียบกับระดับราคาเฉลี่ย ให้ผลเดียวกัน คือ เพศ และ สถานภาพ มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนี้ ซึ่งความมีกิจกรรม ที่ รองรับความต้องการของทั้งเพศชาย และเพศหญิง โดยให้ยอมรับต่อค่าธรรมเนียมแรกเข้า ที่อาจจะกำหนดขึ้นในอนาคต ตามราคาที่เหมาะสม ส่วนเรื่องสถานภาพนั้น ก็มีบทบาทที่สำคัญ สถานภาพโสด แสดงถึง นักเรียน/ นักศึกษา ซึ่งแปรผันตรงกับรายได้ที่มีค่อนข้างน้อย จึงอาจจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคาเข้ามาเกี่ยวข้อง อาทิ ส่วนมิลด และ การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง มหาวิทยาลัย และ นักเรียน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายในการเข้า

มาจัดกิจกรรมของสถาบัน อาทิ ทัศนศึกษา, รับประทานอาหาร ในส่วนสถานภาพของกลุ่มคนรัก ควรจะ
จัดแพ็คเกจ ในด้านส่วนของคู่รัก พาชมหิ่งห้อย ในรูปแบบโรแมนติก โดยยึดหลักความปลอดภัย
ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กนกวรรณ มหิวรรณ. 2549. การศึกษาพฤติกรรมทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการท่องเที่ยวสุขภาพ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กานดา พูนลาภทวี. 2539. สถิติเพื่อการวิจัย. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพมหานคร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2551. สถิตินักท่องเที่ยว. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2544. คู่มือการบริหารและจัดการ “การท่องเที่ยวเกษตร”. ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมสรรพากร. 2551. รายได้ประชากร. กรมสรรพากร จังหวัดจันทบุรี.
- คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2547. รายงานการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพมหานคร.
- ชาญวิทย์ สะอาดยิ่ง. 2544. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการโรงเรียนเกษตรกร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. ซีเอ็ดยูเคชั่น : กรุงเทพมหานคร.
- ชญญา เอี่ยมเจริญ. 2548. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. 2548. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปกรณีย์ ปรียากร. 2520. ทฤษฎีแนวคิดและกลยุทธ์เกี่ยวกับการพัฒนา. คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ประกาศิต ทองเจือเพชร. 2544. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พจนาน ศวนศรี. 2545. การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยว ในเอกสาร การสอนชุดวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี 360 น.

พิศศักดิ์ กุสุโมทย์. 2543. ความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมต่อคุณภาพของศูนย์ฝึกอบรมการปีโตรเลียมแห่งประเทศไทย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เมธี คณารักษ์สันติ. 2547. ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายเหนือของบริษัท ขนส่ง จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ขงยุทธ แฉล้มวงษ์. 2549. หลักเศรษฐมิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณขั้นสูงทางเศรษฐศาสตร์เกษตร. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยศพล ณ นคร. 2543. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพยางและแพไม้ไผ่ของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมล่องแก่ง ณ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. 2549. การตลาดบริการ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพมหานคร.

รัชনীย์ ธวัชรัตน์. 2543. การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบต่อผู้ใช้บริการทางด่วนจากอัตราค่าผ่านทาง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วัลย์ภรณ์ รัตนบุญทวี. 2546. **ทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้าสินค้าเงินเชื่อกรุงไทยธนวิภูใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, วิทยาลัยพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ ปานปรีดา. 2549. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณ ตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา ธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญญา ลักขิตานนท์. 2541. **การบริหาร การตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์. อ้างถึง Philip Kotler. 1997. **Marketing Management**. New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์, ชวลิต ประภวานนท์, ณดา จันทร์สม และ วัลย์ลักษณ์ อัครีรวงศ์. 2541. **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ A.N. การพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2542. **การบริหารเชิงกลยุทธ์ และ กรณีศึกษา**. Diamond in business word: กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, สุดา สุวรรณภิรมย์, ชวลิต ประภวานนท์ และสมศักดิ์ วานิช- ยากรณ์. 2545. **องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์**. บริษัท ธรรมสาร จำกัด : กรุงเทพมหานคร.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. 2540. **จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุจิตรา นาควานิช. 2546. **การศึกษาความพึงพอใจเชิงเปรียบเทียบของนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาใน หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจภาคพิเศษ**. กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าด้วย ตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2537. **การสร้างมาตรฐานวัดในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรม ศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุริย์ ตันท์ศรีสุโรจน์. 2531. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของผู้นำเยาวชน ในชุมชนคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศุมาลี สันติพลวุฒิ และ สมหมาย อุดมวิทิต. 2546. เอกสารประกอบการฝึกอบรมการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา).

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก. 2541. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สิริยา สุจริตชาติ. 2546. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมยศ นาวิการ. 2545. ธุรกิจเบื้องต้น. สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด: กรุงเทพมหานคร.

อร่ามศรี สุวัตติกุล. 2548. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดเพชรบูรณ์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อมรา ดันประวัตติ. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้โครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษากรณีศึกษานิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินไชน่า.

อุดม เขยทิวังค์, วิมล จิโรจพันธ์ และประชิด สกณะ. 2548. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สำนักพิมพ์แสงดาว : กรุงเทพมหานคร.

Bandara, R and C. Tisdell. 2004. The Net Benefit of Saving the Asian Elephant: A Policy and contingent Valuation Study. **Ecological Economics**. , (Online). www.sciencedirect.com, April 19, 2009.

Kotler, Philip. 2003. **Marketing Management**. New Jersey. USA: Pearson Education.


Swarbrooke, John and Susan, Horner. 1999. **Consumer Behavior in Tourism**. Butterworth-Heinemann.

Venkatachalam, L. 2004.. **Environmental Impact Assessment Review**, (Online).
www.sciencedirect.com, April 19, 2009.

Yamane, T. 1973. **Statistics; An Introduction Analysis**. 3d ed., Harper & Row, New York.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

	<p>แบบสอบถาม : นักท่องเที่ยว การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูกกา จังหวัดจันทบุรี</p>
---	--

คำชี้แจง

แบบสอบถามประกอบการศึกษาเพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ข้อมูลด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่บ้านท่าสอน รวมถึงค่าบริการเรือนำเที่ยว และค่าเช่าจักรยาน ขอให้ท่านกรอกข้อมูลแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อความสมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทางผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

จงทำเครื่องหมาย ลงใน หรือช่องว่าง ที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมบริการโภคผลิดภัณฑ์ที่ได้จากขาไ้บขลู่

ส่วนที่ 3 ด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย รวมถึง ค่าใช้บริการเรือ
นำเที่ยวและเช่าจักรยาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในประเทศปีละกี่ครั้ง

1 ครั้ง

3 ครั้ง

5 ครั้ง

2 ครั้ง

4 ครั้ง

มากกว่า 5 ครั้ง

2. ท่านเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันใดเป็นส่วนใหญ่

วันธรรมดา (วันราชการทำการ)

วันหยุดนักขัตฤกษ์

ช่วงวันหยุดลาพักร้อน

วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์

ช่วงวันหยุด

อื่นๆ (ระบุ)

3. ท่านทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบ้านท่าสอนจากแหล่งใด (เรียงลำดับจากมากไปน้อย)
- | | |
|--------------------|--------------------------|
| เพื่อน /ญาติ | หนังสือพิมพ์ |
| นิตยสาร | โทรทัศน์ |
| วิทยุ | บังเอิญผ่านมา |
| อินเทอร์เน็ต | อื่นๆ (ระบุ) |
4. ท่านเดินทางมาบ้านท่าสอนเป็นครั้งที่เท่าไร
- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 1 | <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 2 |
| <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 3 | <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง |
5. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวบ้านท่าสอนอีกหรือไม่
- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> กลับมา เพราะ..... |
| <input type="checkbox"/> ไม่กลับมา เพราะ..... |
6. ท่านเดินทางไปเที่ยวสถานที่ใด ก่อนที่จะมาเที่ยวบ้านท่าสอนหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้ำตกตรอกนอง | <input type="checkbox"/> น้ำตกพลิว |
| <input type="checkbox"/> โอเอซิสซีเวิร์ด (ชมปลาโลมา) | <input type="checkbox"/> ชายหาดแหลมสิงห์ |
| <input type="checkbox"/> คุกขี้ไก่ | <input type="checkbox"/> ตึกแดง |
| <input type="checkbox"/> จังหวัดตราด | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |
7. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางในครั้งนี
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> รถเช่า / บริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> รถโดยสารสาธารณะ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |
8. ท่านเดินทางมาเที่ยวบ้านท่าสอน ท่านทำกิจกรรมใดบ้าง (เรียงลำดับจากมากไปน้อย)
- | | |
|---------------------------------------|--|
| ช้จักรยานชมหิ้งห้อยยามค่ำคืน | นั่งเรือชมนกเหยี่ยวแดงคอกขาว ยามเย็น |
| ซื้อสินค้า / ผลิตภัณฑ์ / ของฝาก | ชมวิถีชีวิตชาวประมง |
| เล่นศึกษาพันธุ์ไม้ป่าชายเลน | อื่นๆ (ระบุ) |
9. ในการเดินทางเที่ยวบ้านท่าสอน ท่านจะพักค้างแรมหรือไม่
- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่พักค้างแรม เพราะ..... |
| <input type="checkbox"/> พักค้างคืน จำนวน คืน (ระบุ) เพราะ..... |

10. ลักษณะในการเดินทางมาในครั้งนี้
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> มากับกลุ่มเพื่อน | <input type="checkbox"/> มากับบริษัททัวร์ |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มครอบครัว | <input type="checkbox"/> มาเป็นกลุ่มคณะ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้จากซาบซู่

11. ท่านรู้จักซาบซู่หรือไม่ (ถ้าไม่รู้ไปตอบข้อ 17 เลขครับ)
- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> รู้ | <input type="checkbox"/> ไม่รู้ |
|------------------------------|---------------------------------|
12. ท่านรู้จักซาบซู่มาก่อนหรือไม่
- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> รู้จักมาก่อน | <input type="checkbox"/> เพิ่งมารู้จักที่นี่ |
|---------------------------------------|--|
13. ถ้ารู้จักมาก่อนท่านรู้จักมาจากสื่อใด (เรียงลำดับจากมากไปน้อย)
- | | |
|--------------------|--------------------------|
| เพื่อน /ญาติ | หนังสือพิมพ์ |
| นิตยสาร | โทรทัศน์ |
| วิทยุ | บังเอิญผ่านมา |
| อินเทอร์เน็ต | อื่นๆ (ระบุ) |
14. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์จากซาบซู่หรือไม่
- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคยซื้อ | <input type="checkbox"/> ไม่เคยซื้อ |
|----------------------------------|-------------------------------------|
15. ถ้าท่านเคยซื้อ ท่านซื้อผลิตภัณฑ์จากซาบซู่ชนิดใด
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ซาบซู่สำหรับขง ดีม | <input type="checkbox"/> สบู่ |
| <input type="checkbox"/> เกลือขัดผิว | <input type="checkbox"/> ครีมพอกหน้า |
| <input type="checkbox"/> ฟิมเสน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |
16. ทำซื้อจากแหล่งใด
- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> บ้านท่าสอน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |
|-------------------------------------|---|
17. การมาเที่ยวในครั้งนี้ ท่านจะซื้อกลับไปหรือไม่ (ถ้าไม่ซื้อไปตอบส่วนที่3เลขครับ)
- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> ซื้อ เพราะ..... |
| <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อ เพราะ..... |
18. ในการมาเที่ยวครั้งนี้ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์จากซาบซู่ตัวใดกลับไป
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ซาบซู่สำหรับขง ดีม | <input type="checkbox"/> สบู่ |
| <input type="checkbox"/> เกลือขัดผิว | <input type="checkbox"/> ครีมพอกหน้า |
| <input type="checkbox"/> ฟิมเสน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |

19. ท่านซื้อไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด

ทดลองใช้กับตัวท่านเอง

เคยใช้มาแล้วถูกใจแล้วอยากใช้อีก

เป็นของฝาก

อื่นๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 3 ด้านราคาค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจจ่าย รวมถึง ค่าใช้บริการเรือนำเที่ยว และเช่าจักรยาน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกที่หนึ่งของจังหวัดจันทบุรี แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านท่าสอน ยังไม่มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีแบบแผน แต่เป็นเพียงการค้าเนินกิจกรรมตามวิถีชีวิตที่เคยดำเนินการเก็บค่าบริการเพื่อเข้าชมหิ้งห้อย และเหยี่ยวแดงคอขาว เป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำเงินค่าบริการที่จัดเก็บได้นำมาดูแลรักษาพื้นที่ และเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนทราบถึงมูลค่าที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของบ้านท่าสอน (ในปัจจุบันยังไม่มีเก็บค่าธรรมเนียม มีเพียงการเก็บค่าบริการการใช้เรือนำเที่ยวและเช่าจักรยาน) ท่านพึงพอใจจ่ายหรือไม่อย่างไร

1. ถ้าต้องการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่แห่งนี้ ท่านเห็นด้วยหรือไม่ (ถ้าไม่เห็นด้วยไปตอบข้อ 4 เลขครึ่ง)

เห็นด้วย เพราะ.....

ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

2. ถ้าเห็นด้วยท่านคิดว่าราคาเท่าไรถึงจะเหมาะสม บาท/คน/ครึ่ง

3. หากมีการเก็บค่าบริการ เพื่อนำไปพัฒนาบ้านท่าสอนในด้านต่างๆ ท่านคิดว่าท่านจะจัดลำดับให้มีความสำคัญในด้านใด กรุณาเรียงลำดับความสำคัญ (ใส่ตัวเลขลงใน (...) โดยที่ เลข 1 = สำคัญอันดับแรก, 2 = สำคัญลำดับที่สอง, 3 = สำคัญลำดับที่สาม, 4 = สำคัญลำดับสุดท้าย) ดังนี้

(.....) ด้านการอนุรักษ์สภาพพื้นที่

(.....) ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยว

(.....) ด้านการพัฒนาและบริการ

(.....) อื่นๆ

4. หากกำหนดค่าบริการในการใช้บริการเช่าจักรยาน จำนวน 20 บาท/คน/ครึ่ง ท่านคิดว่าค่าบริการนี้เหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม

ไม่เหมาะสม เพราะ.....

5. หากกำหนดค่าบริการในการใช้บริการนั่งเรือชมธรรมชาติของป่าชายเลนและชมนกเหยี่ยวแดงคอขาว จำนวน 200 บาท/คน หากท่านมาเกิน 8 คน และสามารถเหมาลำได้ในราคา 1,500 บาท หากท่านมาไม่เกิน 7 คน ท่านคิดว่าค่าบริการนี้เหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม

ไม่เหมาะสม เพราะ.....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | | |
|-------------------------|--|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15 ปี | <input type="checkbox"/> 15 – 24 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 25 – 34 ปี | <input type="checkbox"/> 35 ปีขึ้นไป |
| | | |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส |
| | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง | |
| 4. การศึกษา | <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา |
| | <input type="checkbox"/> ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี |
| | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |
| | | |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน |
| | <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน / แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) |
| | | |
| 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,000 – 10,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30,001 บาท |
| | | |
| 7. ท่านเป็นคนที่ไหน | <input type="checkbox"/> เป็นคนในพื้นที่อำเภอขลุง | <input type="checkbox"/> เป็นคนในจังหวัดจันทบุรี แต่อำเภออื่น |
| | <input type="checkbox"/> เป็นคนจังหวัดอื่น (ระบุ.....) | |

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

๘๘๘ ขอขอบพระคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้กรุณาความร่วมมือ **๒๒๒**

ภาคผนวก ข

สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดจันทบุรี

จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดทางชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ทิศเหนือติดกับจังหวัดฉะเชิงเทรา สระแก้ว และปราจีนบุรี ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดตราดและประเทศกัมพูชา ทิศใต้ติดกับอ่าวไทย และทิศตะวันตกติดกับจังหวัดระยองและชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 245 กิโลเมตร สภาพพื้นที่มีทั้งป่าไม้ ภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบลุ่มน้ำ และที่ราบชายฝั่งทะเล ภูมิศาสตร์

ขนาดและที่ตั้ง

จังหวัดจันทบุรีตั้งอยู่บนพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ระหว่างเส้นรุ้งที่ 12-13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101-102 องศาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 245 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 6,338 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,961,250 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ของพื้นที่ภาคตะวันออก และเท่ากับร้อยละ 1.8 ของพื้นที่ทั้งประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ

- 1.1 ทิศเหนือ ติดจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดสระแก้ว จังหวัดปราจีนบุรี
- 1.2 ทิศตะวันออก ติดจังหวัดตราดและประเทศกัมพูชา
- 1.3 ทิศใต้ ติดอ่าวไทย
- 1.4 ทิศตะวันตก ติดจังหวัดระยองและจังหวัดชลบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่โดยทั่วไปทางด้านทิศเหนือและทิศตะวันออก เป็นป่าไม้ ภูเขา และที่ราบสูง เป็นส่วนใหญ่ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 30-190 เมตร ทิศใต้เป็นชายฝั่งทะเลมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม บางแห่งเป็นอ่าวแหลมและหาดทราย สูงจากระดับน้ำทะเล 30-190 เมตร พื้นที่จังหวัดจันทบุรี แยกลักษณะภูมิประเทศออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

- 2.1 ภูเขาสูงและเนินเขา
- 2.2 ที่ราบสูงและที่ราบเชิงเขา
- 2.3 ที่ราบลุ่มน้ำและที่ราบชายฝั่งทะเล

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปจังหวัดจันทบุรีตั้งอยู่ในเขตที่มีอากาศร้อนชื้น มีฝนตกชุก ติดต่อกันประมาณ 6 เดือนต่อปี และในปี พ.ศ. 2542 มีฝนตกจำนวน 182 วัน วัดปริมาณน้ำฝน โดยรวม 3,509.40 มิลลิเมตร และเดือนที่มีอุณหภูมิต่ำสุดในรอบปี คือเดือนธันวาคม วัดได้ 13.10 องศาเซลเซียส อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 28.46 องศาเซลเซียส ประกอบด้วย 3 ฤดู คือ

- 3.1 ฤดูร้อน ตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม
- 3.2 ฤดูฝน ตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม
- 3.3 ฤดูหนาว ตั้งแต่กลางเดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์

หน่วยการปกครอง

การปกครองแบ่งออกเป็น 10 อำเภอ 76 ตำบล 690 หมู่บ้าน



ภาพผนวกที่ 1 แผนที่ของจังหวัดจันทบุรี

ที่มา: <http://www.chanthaburi.go.th/Other%20file/maps.htm>

ข้อมูลทั่วไปของศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน ลุ่มแม่น้ำเวฬุ (แหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรบ้านท่าสอน)

พื้นที่ลุ่มน้ำเวฬุ มีพื้นที่ลุ่มน้ำประมาณ 12,982.93 ตารางกิโลเมตร หรือ 8,114,331.20 ไร่ ตั้งอยู่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ของจังหวัดตราด ระยอง ชลบุรี และ จันทบุรี การวางตัวของลุ่มน้ำมีลักษณะเป็นแนวแคบๆ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นแนวเทือกเขา ที่ราบส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณริมฝั่งลำน้ำ ลำน้ำในลุ่มน้ำนี้จะเป็นลำน้ำสายย่อย ได้แก่ แม่น้ำระยอง คลองบางไผ่ แม่น้ำตราด แม่น้ำจันทบุรี แม่น้ำประแสร์ คลองวังโตนด และคลองใหญ่ ขอบเขตของพื้นที่ลุ่มน้ำ ทิศเหนือติดกับลุ่มน้ำบางปะกง ลุ่มน้ำปราจีนบุรี และลุ่มน้ำโตนเลสาบ ทิศใต้และทิศตะวันตกติดกับทะเล ส่วนทิศตะวันออกติดกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของพื้นที่ลุ่มน้ำ แบ่งตามลักษณะภูมิประเทศได้เป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

2.1 ที่ราบชายฝั่งทะเลและที่ราบลุ่มแม่น้ำ

เริ่มต้นจากที่ราบลุ่มน้ำเจ้าพระยาและบางปะกง ขนานไปกับฝั่งทะเลไปยังจังหวัดระยอง มีลักษณะเป็นที่ราบแคบๆ ชายฝั่งทะเล เกิดจากตะกอนน้ำเค็มและน้ำกร่อยและตะกอนจากแม่น้ำ มีภูเขาเล็กๆ สลับอยู่บางตอน ชายฝั่งทะเลมีลักษณะเว้าแหว่ง บางแห่งเป็นปากแม่น้ำหรือที่ลุ่มน้ำทะเลท่วมถึง มีป่าชายเลนหรือป่าโกงกางขึ้น เช่น ที่บริเวณปากแม่น้ำระยอง และแม่น้ำประแสร์ บางแห่งเป็นหาดทรายที่สวยงาม เช่น หาดบางแสน หาดพิทยา และหาดจอมเทียน ในจังหวัดชลบุรี หาดแม่รำพึง หาดบ้านแพ และหาดแม่พิมพ์ ในจังหวัดระยอง

2.2 ที่ราบลูกคลื่นและเนินเขา

เป็นส่วนที่อยู่สูงถัดจากที่ราบลุ่มแม่น้ำ และที่ราบชายฝั่งทะเลขึ้นไป เป็นที่ราบลูกคลื่น และเนินเขาเตี้ยๆ สลับกัน ได้แก่ พื้นที่ด้านทิศตะวันออกของจังหวัดชลบุรี และตอนบนของจังหวัดระยอง ก่อนที่จะถึงบริเวณที่เป็นภูเขาสูงชัน

2.3 ที่สูงชันและภูเขา

เป็นเขตที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลตั้งแต่ 200 เมตรขึ้นไป ครอบคลุมอาณาบริเวณส่วนใหญ่ของพื้นที่ลุ่มน้ำ มักจะทอดตัวในแนวเหนือ – ใต้ สลับกับที่ราบ ยอดเขาที่สูง ได้แก่ เขาสอยดาวใต้ มีความสูง 1,633 เมตร ภูเขาส่วนใหญ่เป็นภูเขาหินแกรนิต หินคาค โซฟิลไลต์ และหินปูน

2.4 เกาะต่างๆ

ประกอบด้วยเกาะใหญ่ – น้อย อยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลตั้งแต่ 2 – 40 กิโลเมตร มีมากกว่า 50 เกาะ ซึ่งมีเกาะขนาดใหญ่จำนวนมากกว่า 15 เกาะ เช่น เกาะสีชัง เกาะล้านในจังหวัดชลบุรี

สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปของพื้นที่ลุ่มน้ำพอสรุปได้ว่า อุณหภูมิโดยเฉลี่ยตลอดทั้งปี ประมาณ 27.1 องศาเซลเซียส เดือนเมษายน – มิถุนายน อุณหภูมิโดยเฉลี่ยจะสูงที่สุด ประมาณ 29 – 30 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์โดยเฉลี่ยตลอดทั้งปีจะอยู่ระหว่าง 89% โดยที่จังหวัดชลบุรี จะมีความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดปีต่ำที่สุด และจะค่อยๆ มีค่าสูงขึ้นที่จังหวัดระยอง และจันทบุรี ตามลำดับ เดือนกันยายน – ตุลาคม จะเป็นช่วงที่มีความชื้นสัมพัทธ์สูงสุด และเดือนธันวาคม – มกราคม จะเป็นช่วงที่มีความชื้นสัมพัทธ์ต่ำสุด ความเร็วลมโดยเฉลี่ย 2.6 กม./ชม. จังหวัดระยอง ก่อนข้างจะมีลมแรงที่สุด ตามด้วยจังหวัดชลบุรีและจันทบุรี ตามลำดับ ปริมาณฝนทั้งปี 2,852.1 มิลลิเมตร โดยในเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม มีปริมาณฝนเฉลี่ยมากที่สุด (สถิติข้อมูล 30 ปี พ.ศ. 2514 – 2543, กรมอุตุนิยมวิทยา)

สภาพธรณีวิทยา

ตั้งแต่ตอนใต้ของจังหวัดชลบุรีลงไปถึงอำเภอสัตหีบ หินส่วนมากจะเป็นหินแกรนิตและหินแปรพวกไนส์ – ซีสต์ แต่ในบริเวณศิราษจะพบหินพวกควอทไซต์ – ฟลไนท์ และเป็นแนวติดต่อกันไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัดชลบุรี บริเวณตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดระยองมีหินแปรไนส์ – ซีสต์ และทางตะวันตกของจังหวัดระยองจะเป็นหินปูน ซึ่งมักจะพบใกล้ชายฝั่งทะเล ส่วนที่อำเภอแกลง จะมีตะกอนชั้นที่ริมฝั่งทะเลด้วย ทางทิศเหนือและทิศตะวันออกของจังหวัดชลบุรีจะพบหินอัคนีเช่นกัน ซึ่งเป็นพวกหินแกรนิต นอกจากนี้ที่จังหวัดจันทบุรีและตราดยังมีหินอัคนีที่เรียกว่าบะซอลท์ ซึ่งนับว่ามีอายุน้อยมาก ได้แก่ หินบะซอลท์ที่เขาพลอยแหวน อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี และอำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด มีหินบะซอลท์เกิดแทรกดันขึ้นมาเป็นจุดๆ ตามรอยแยกของแผ่นดิน ตามรอยเลื่อน (Faults) ในลักษณะการไหล (Flows) และแทรกตัดผ่านหินชนิดอื่นๆ ในรูปผนัง (Dike) และปลั๊กส์ (Plugs)

ลักษณะของธรณีสัณฐานของพื้นที่ลุ่มน้ำแบ่งออกตามลักษณะการเกิด และความสูงต่ำของพื้นที่ได้ ดังนี้

4.1 ธรณีสัณฐานที่เกิดจากการทับถมของตะกอน แบ่งได้เป็น

- 4.1.1 ธรณีสัณฐานที่เป็นชายหาดหรือเป็นสันทรายริมฝั่งทะเล
- 4.1.2 ธรณีสัณฐานที่เป็นที่ราบลุ่มที่เกิดจากตะกอนของน้ำทะเลและน้ำกร่อย
- 4.1.3 ธรณีสัณฐานที่เป็นลานตะพักลำนํ้าระดับต่ำ ระดับกลาง และระดับสูง

4.2 ธรณีสัณฐานที่เหลื่อมตัก้างจากการกัดกร่อน

- 4.3 ธรณีสัณฐานที่เป็นที่ราบระดับสูงเกิดจากหินเหลวเย็นตัว
- 4.4 ธรณีสัณฐานที่เป็นภูเขา

ทรัพยากรดิน

ลักษณะของดินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งตามลักษณะทางธรณีฐาน ลักษณะการเกิดและความสูงต่ำของพื้นที่ ดังนี้

5.1 ดินที่เกิดจากการทับถมของตะกอน แบ่งได้เป็น

5.1.1 ดินที่เกิดบนชายหาดหรือสันทรายริมฝั่งทะเล

5.1.2 ดินที่เกิดบนที่ราบลุ่มที่เกิดจากตะกอนของน้ำทะเล

5.1.3 ดินที่เกิดบนที่ราบน้ำท่วม

5.2 ดินที่เกิดบนพื้นที่ที่หลุดตกค้างจากการกัดกร่อน

5.3 ดินที่เกิดบนที่ราบระดับสูง เกิดจากหินเหลวเย็นตัว

5.4 ดินที่เกิดบนพื้นที่ที่เป็นภูเขา

ทรัพยากรน้ำ

ลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นลุ่มน้ำที่มีปริมาณฝนตกค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับลุ่มน้ำอื่นๆ ในประเทศ แต่เนื่องจาก ลักษณะทางภูมิประเทศ ทำให้ลุ่มน้ำบริเวณนี้เป็นลุ่มน้ำย่อยๆ หลายลุ่มน้ำ และบางลุ่มน้ำก็มีลักษณะเป็นแนวยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล ทำให้มีพื้นที่รับน้ำในแต่ละลุ่มน้ำน้อย และทำเลที่เหมาะสมในการก่อสร้างอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ได้ยาก ทำให้ในอดีตที่ผ่านมาไม่ค่อยจะมีโครงการก่อสร้างอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ เมื่อล่วงเลยมาถึงปัจจุบันความต้องการน้ำเพิ่มขึ้น ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม จึงทำให้มีความพยายามในการหาแหล่งน้ำเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่า มีการก่อสร้างอ่างเก็บน้ำมากขึ้นกว่าในอดีต

การใช้ที่ดิน

สภาพการใช้ที่ดินในพื้นที่ลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตร ประมาณ 65% รองลงมาเป็นพื้นที่ป่าไม้ประมาณ 26% ที่เหลืออีกประมาณ 10% เป็นพื้นที่อื่นๆ เช่น ที่ลุ่ม เหมือนแร่ ทุ่งหญ้า อ่างเก็บน้ำ

การเกษตรกรรม

ในปัจจุบันอาชีพเกษตรกรรมยังมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกสิกรรม การปศุสัตว์ และการประมง ซึ่งสรุปได้ดังนี้

8.1 การกสิกรรม การเพาะปลูกของลุ่มน้ำนี้ส่วนใหญ่จะเป็นพืชไร่ ไม้ผล ไม้ยืนต้น และนาข้าว พืชไร่ที่สำคัญ คือ มันสำปะหลัง อ้อย สับปะรด ข้าวโพด และถั่วต่างๆ สำหรับไม้ผลและไม้ยืนต้นที่สำคัญ ได้แก่ ทุเรียน เงาะ มังคุด ลางสาด มะพร้าว และยางพารา

8.2 การปศุสัตว์ ประเภทของสัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงกันมาก ได้แก่ โค กระบือ ไก่ และเป็ด

8.3 การประมง การประมงของลุ่มน้ำนี้ประกอบด้วย การประมงน้ำจืด การประมงน้ำเค็ม และการเพาะเลี้ยงชายฝั่ง การประมงน้ำเค็มเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของลุ่มน้ำ โดยสัตว์ทะเลที่จับกันมาก ได้แก่ ปลาหู ปลาเลย ปลาเป็ด กุ้ง ปู และปลาหมึก

สภาพเศรษฐกิจสังคม

9.1 อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ระหว่าง พ.ศ.2547 – 2532 มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของทุกจังหวัดอยู่ในอัตราน้อยกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจรวมทั้งประเทศ

9.2 รายได้ประชากร ใน พ.ศ.2532 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า มีเพียงจังหวัดชลบุรีและระยองเท่านั้นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวทั้งประเทศ

9.3 ประชากร การกระจายตัวของประชากรในพื้นที่ลุ่มน้ำส่วนใหญ่ รวมตัวอยู่ใน 4 บริเวณ ได้แก่ อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอบ้านบึง อำเภอท่าใหม่ อำเภอเมืองระยอง อำเภอแกลง และอำเภอบ้านค่ายในจังหวัดระยอง อำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอท่าใหม่ อำเภอสอยดาวในจังหวัดจันทบุรี และอำเภอเมืองตราดในจังหวัดตราด

ลุ่มน้ำเวฬุ

ลุ่มน้ำเวฬุ เป็นลุ่มน้ำย่อยของลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออก (สาขา) มีแหล่งกำเนิดจากเทือกเขาสระบาป และเขาชะอม และมีสายน้ำ 13 สาย ไหลลงสู่ลุ่มน้ำเวฬุ ได้แก่ คลองเสม็ด คลองตะปอนน้อย คลองพร้าว คลองคานรูด คลองเกวียนหัก คลองขลุ้ง คลองซึ้ง คลองอีมั่ง คลองตรอกโสน คลองเคล คลองตรอกนอง คลองมะกอก คลองเขาอ่าง ไหลลงสู่ทะเลที่บ้านบางชัน อำเภอขลุ้งจังหวัดจันทบุรี

มีพื้นที่ลุ่มน้ำ 954.90 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อนุรักษ์ คือ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคลองเครือหวายเฉลิมพระเกียรติฯ

สำหรับพื้นที่โดยรวมของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว ยังคงความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ต้นน้ำ ทั้งสภาพป่า ปริมาณน้ำที่ไหลตลอดทั้งปี และคุณภาพน้ำ ซึ่งมีสัตว์น้ำที่พบเป็นตัวชี้วัด ส่วนพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าคลองเครือหวายเฉลิมพระเกียรติฯ สภาพโดยรวมของระบบนิเวศน์ต้นน้ำ ควรได้รับการฟื้นฟู เนื่องจากมีสภาพพื้นที่เป็นเขาสูงทำให้การไหลของน้ำมีความเร็วมีการเคลื่อนตัวของหน้าดิน ทำให้เกิดตะกอนในแหล่งน้ำจำนวนมาก จะทำให้เกิดปัญหาแหล่งน้ำของสัตว์ป่าในอนาคต ทำให้เกิดการออกหาแหล่งน้ำของสัตว์ป่าออกนอกเขตพื้นที่อนุรักษ์ จึงเห็นสมควรฟื้นฟูระบบนิเวศน์ต้นน้ำ เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าว เป็นแหล่งกำเนิดของลุ่มน้ำเวฬุ ลุ่มน้ำย่อยของลุ่มน้ำแม่น้ำจันทบุรี ซึ่งเป็นลุ่มน้ำสาขาที่สำคัญกลุ่มหนึ่งของลุ่มน้ำชายฝั่งทะเลตะวันออกที่เป็นลุ่มน้ำหลัก 1 ใน 25 ลุ่มน้ำหลักของประเทศ

แม่น้ำเวฬุ และแม่น้ำจันทบุรี

เป็นแม่น้ำสายสำคัญที่หล่อเลี้ยงคนในจังหวัดจันทบุรีได้ใช้ในการดำรงชีวิต ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ พื้นที่ป่าเขาสะพาน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว เป็นแหล่งน้ำอีกแหล่งหนึ่งที่ผลิตน้ำลงสู่แม่น้ำจันทบุรี แม่น้ำเวฬุ โดยมีต้นกำเนิดของแหล่งน้ำที่เอื้ออำนวยประโยชน์แก่ผู้ที่อยู่ 23 แห่ง แบ่งออกเป็น

1. ต้นน้ำที่ผลิตน้ำลงสู่แม่น้ำจันทบุรี 10 สาย ได้แก่ ห้วยตาโบ ห้วยชาไม้แดง คลองโป่งแรด คลองนารายณ์ คลองสะพาน คลองมะจั่ว คลองคบบาง คลองนาป่า คลองพลั่ว และคลองน้ำแห้ง หล่อเลี้ยงคนในพื้นที่ อำเภอเมือง อำเภอแหลมสิงห์ และอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

2. ต้นน้ำที่ผลิตน้ำลงสู่แม่น้ำเวฬุ 13 สาย ได้แก่ คลองเสม็ด คลองตะปอนน้อย คลองพริ้ว คลองคานรูด คลองเกวียนหัก คลองขลุง คลองซึ้ง คลองอีมั้ง คลองตรอกโสน คลองเคด คลองตรอกนอง คลองมะกอก คลองเขาอ่าง หล่อเลี้ยงคนในพื้นที่อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งสามารถผลิตน้ำที่เพียงพอับความต้องการใช้รอบพื้นที่เขาสะพาน พื้นที่แห่งนี้มีโครงการชลประทานขนาดเล็กโดยรอบพื้นที่ถึง 4 แห่ง ได้แก่ อ่างเก็บน้ำห้วยตาโบ อ่างเก็บน้ำหนองเสม็ด อ่างเก็บน้ำมะกอก และอ่างเก็บน้ำกงสิไร่ นอกจากนี้ ยังใช้เป็นแหล่งน้ำดิบในการทำน้ำประปาของอำเภอขลุง และอำเภอสิงห์ ในจังหวัดจันทบุรี

สถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน) จันทบุรี

“ป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ” เป็นที่ตั้งของศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 7 บ้านท่าสอน ตำบลบ่อ อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี ระหว่าง กม.ที่ 374 – 375 บนเส้นทางถนนสุขุมวิท จากอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี มุ่งหน้าไปอำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด



ภาพผนวกที่ 2 แผนที่การเดินทางไปยังสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน)
จันทบุรี

ที่มา: <http://www.weluwetland.net/webpage/contract.html>

ศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านท่าสอน

เนื่องจากพื้นที่ป่าชายเลนนั้นมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีปรากฏการณ์ทางธรรมชาติในแต่ละฤดูกาลที่ต่างกัน มีความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งในเบื้องต้น พบแหล่งท่องเที่ยวและปรากฏการณ์ธรรมชาติ ดังนี้

1.1 หึ่งห้อยส่องแสงระยิบระยับตลอด 2 ชั่วโมง ระยะทาง 3 กิโลเมตร และกระจายในพื้นที่ป่าชายเลน

1.2 สะพานทางเดินศึกษาธรรมชาติที่ทอดตัวผ่านพันธุ์ไม้ป่าชายเลนนานาพรรณ

1.3 เส้นทางล่องเรือชมหึ่งห้อยในยามค่ำคืน

1.4 เขี้ยวแดงนับร้อยตัว และนกนานาชนิดที่มาให้เห็นในทุกฤดู

1.5 แหล่งอาหารทะเลสดๆ ทั้งจากธรรมชาติและเพาะเลี้ยง

1.6 พันธุ์ไม้ป่าชายเลนที่สวยงาม แหล่งสมุนไพรป่าชายเลน และความหลากหลายทาง

ชีวภาพ

- 1.7 ตะกาดหาดเลนตามธรรมชาติ
- 1.8 ปูเป็นร่อง และฝูงนกกระยางอพยพในช่วงต้นฤดูหนาว
- 1.9 หมู่บ้านประมง รวมทั้งเกาะที่สวยงามตามธรรมชาติ

ศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน

เนื่องจากพื้นที่ศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ มีขนาดพื้นที่ที่กว้างใหญ่ จึงแบ่งพื้นที่ออกเป็น 9 โซน เพื่อความสะดวกในการบริการจัดการพื้นที่และศึกษาเรียนรู้



ภาพผนวกที่ 3 ศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน สถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน จันทบุรี)

2.1 โซนที่ 1 สำนักงาน

จัดเป็นโซนอำนวยการทางด้านการจัดการทรัพยากรป่าชายเลนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบไปด้วย

- 2.1.1 อาคารโรงอาหาร ปัจจุบันได้ปรับปรุงให้สามารถเป็นห้องบรรยาย ประชุม สัมมนา และทำกิจกรรมต่างๆ
- 2.1.2 อาคารหอประชุมเล็ก ปัจจุบันได้ดัดแปลงให้เป็นสำนักงานชั่วคราว เพื่อเป็นศูนย์อำนวยการด้านการจัดการทรัพยากรป่าชายเลน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1.3 โรงจอดรถ เพื่อรองรับการจัดการทรัพยากรป่าชายเลน และรองรับกิจกรรมการล่องเรือของนักท่องเที่ยว

2.14 อาคาร โรงเก็บพัสดุ เพื่อใช้ในการเก็บรักษาและซ่อมแซมครุภัณฑ์ต่างๆ ของศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ

2.15 อาคาร โรงจอดรถ เพื่อใช้ในการจอดรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และรถจักรยานของเจ้าหน้าที่ของศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ และบุคคลทั่วไป

2.16 อาคารรับรองเรือนจาก เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และเป็นที่ยึดติดต่อประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่กับนักท่องเที่ยวในด้านการให้บริการต่างๆ

2.1.7 ลานจอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว สามารถรองรับรถบัสได้ประมาณ 20 คัน และรถยนต์ได้ประมาณ 100 คัน

2.1.8 ร้านอาหารทำสอน ซีฟู๊ด จำหน่ายอาหารทะเลสด รสชาติอร่อย ที่เป็นผลผลิตจากป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ

2.2 โชนที่ 2 ลานกางเต็นท์

จัดทำขึ้นเพื่อรองรับการใช้ประโยชน์ในกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น กิจกรรมเข้าค่ายพักแรมของนักเรียน นิสิต นักศึกษา กิจกรรมแคมป์ไฟ กิจกรรมกีฬา ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น

- ลานกางเต็นท์ ซึ่งตอนนี้ทางศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ มีเต็นท์ไว้รองรับนักท่องเที่ยว จำนวน 125 หลัง แบ่งเป็นเต็นท์ขนาด 2 คน จำนวน 100 หลัง และเต็นท์ขนาด 5 คน จำนวน 25 หลัง ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ รวมจำนวน 16 ห้อง ลานกิจกรรมสำหรับทำกิจกรรมนันทนาการต่างๆ



ภาพผนวกที่ 4 ลานกางเต็นท์ ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน

2.3 โซนที่ 3 ศูนย์รวมพันธุ์สัตว์น้ำ

จัดเป็นแหล่งปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำ อนุบาลสัตว์น้ำ และรักษาพันธุ์สัตว์น้ำ เนื่องจากมีลำน้ำที่เกิดจากการขุดลอก เพื่อทำเส้นทางจีจกรยาน ทำให้เกิดเส้นทางน้ำขึ้น ทางศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ จึงกันพื้นที่ส่วนนี้ให้ปลอดจากการจับสัตว์น้ำ เพื่อเป็นแหล่งศึกษาและขยายพันธุ์สัตว์น้ำต่อไป



ภาพผนวกที่ 5 ปูแป้นล่อง

2.4 โซนที่ 4 เส้นทางจีจรรย์าน

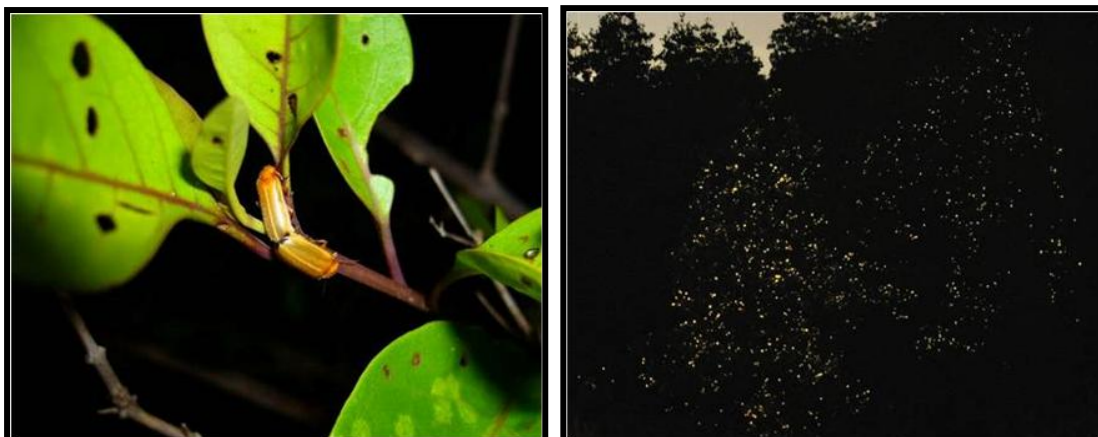
เพื่อส่งเสริมให้มีการออกกำลังกายควบคู่ไปกับการชื่นชมธรรมชาติป่าชายเลน มีระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร ลัดเลาะไปตามพรรณไม้ป่าชายเลนอันอุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังสามารถพบเห็นสัตว์น้ำและนกนานาชนิดที่หากินอยู่บริเวณ ใกล้เคียงอีกด้วย ซึ่งทางศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ มีจักรยานไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวจำนวน 55 คัน



ภาพผนวกที่ 6 เส้นทางจักรยาน ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน
บ้านท่าสอน

2.5 โซนที่ 5 เส้นทางเดินชมหึ่งห้อย

กิจกรรมเดินชมหึ่งห้อย นับว่าเป็นกิจกรรม High light สำคัญของศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ เนื่องจากภายในพื้นที่มีระบบนิเวศป่าชายเลนทำให้หึ่งห้อยมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และทางศูนย์ฯ ได้ตัดเส้นทางถนนลาดยางเข้าไปในป่าชายเลน ทำให้สะดวกแก่การเดินชมหึ่งห้อยเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งยังปลอดภัยและสามารถหยุดชมได้เป็นเวลานาน



ภาพผนวกที่ 7 ชมแสงหิ่งห้อยยามค่ำคืน ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน
บ้านท่าสอน

2.6 โชนที่ 6 สวนนกน้ำ

ศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนลุ่มน้ำเวฬุ ได้ทำการเพิ่มแหล่งอาหารให้
นก โดยการทำท่งหญ้าที่วางเปล่าให้เป็นนาข้าว เพื่อเป็นแหล่งอาหารของนกเล็ก และขนาดใหญ่
และทางศูนย์ฯ มีกล้องดูนกแบบ 2 ตา (Binocular) และแบบตาเดี่ยว (Scope) ไว้คอยบริการแก่
นักท่องเที่ยว



ภาพผนวกที่ 8 ชมเหยี่ยวแดง ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนบ้านท่าสอน

2.7 โชนที่ 7 อุทยานหิ่งห้อย

จัดทำขึ้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรหิ่งห้อยให้เพิ่มขึ้น จึงต้องมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับหิ่งห้อย เพื่อให้ทราบถึงวงจรชีวิต อาหาร ถิ่นที่อยู่และการขยายพันธุ์ เพื่อเพิ่มปริมาณของหิ่งห้อยต่อไป



ภาพผนวกที่ 9 หิ่งห้อย

2.8 โชนที่ 8 ศูนย์รวมพันธุ์สัตว์น้ำ

จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมพันธุ์ไม้ป่าชายเลน สะดวกแก่การศึกษาหาความรู้ และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของผู้ที่มาเที่ยวชม

2.9 โชนที่ 9 สะพานทางเดินศึกษาธรรมชาติ

มีระยะทางประมาณ 1,200 เมตร ทอดผ่านไปตามพันธุ์ไม้ป่าชายเลนนานาพรรณ ตลอดทางสองข้างจะได้พบกับสัตว์น้ำ และพันธุ์ไม้ป่าชายเลนชนิดต่างๆ เหมาะสำหรับนักเรียน นิสิต นักศึกษาที่สนใจศึกษาหาความรู้ด้านระบบนิเวศป่าชายเลน อีกทั้งยังมีศาลาที่พักระหว่างทางอยู่ทั้งหมด 6 ศาลา แต่ละศาลาจะมีภาพและข้อความสื่อความหมายอยู่ตามจุดสำคัญต่างๆ



ภาพผนวกที่ 10 เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ในศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลน บ้านท่าสอน

ภาคผนวก ก

ภาพกิจกรรมการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดของบ้านทำสอน



ส่วนราชการของเทศบาลทำสอน ร่วมประชุม
และวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน



คณะกรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน



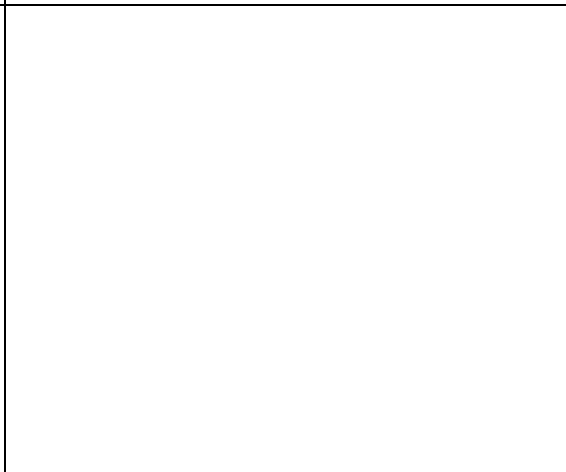
คณะกรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน



คณะกรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน



คณะกรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน





หัวหน้าสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าสอน
จันทบุรี) ร่วมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น



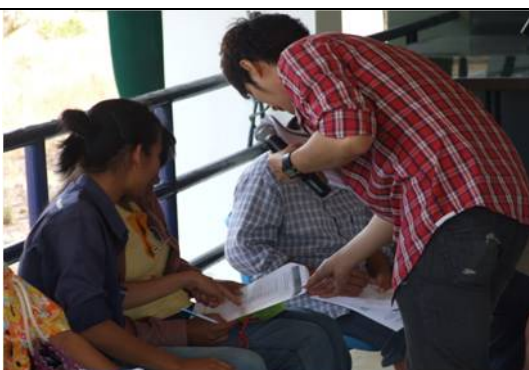
คณะทำงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน



คณะทำงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน



คณะทำงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน



คณะทำงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และวางแผนการดำเนินการร่วมกัน

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ –นามสกุล	นายณัฐพล พิสมขรมย์
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 29 สิงหาคม 2524
สถานที่เกิด	จันทบุรี
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี วท.บ.(วิทยาศาสตร์) (พ.ศ.2547) มหาวิทยาลัยมหิดล
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ศิลปินในสังกัดไทยทีวีสีช่อง 3