

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว
และปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดราชบุรี
Analysis of tourists' demographic characteristics and factors associated
with agricultural tourism management in Ratchaburi Province

¹ชลธิชา พันธส่วง, ²เสรี วงษ์มณฑา, ³ชวลีย์ ณ ถลาง, ⁴กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์

¹Chonticha Pansawang, ²Seri Wongmontha, ³Chawalee Na Thalang,

⁴Kannapa Pongponrat

^{1, 2, 3}มหาวิทยาลัยพะเยา, ⁴มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^{1, 2, 3} University of Phayao, Thailand, ⁴Thammasat University, Thailand

Received March 9, 2021; Revised March 9, 2021; Accepted March 10, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี (ได้แก่ แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด) เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวทั้งหมด 400 คน ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 10 แห่ง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ค่าทีเทส และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่าระดับแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยว กลุ่มเดินทาง การบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กระบวนการให้บริการ และการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพมีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งสามารถนำมาเสนอแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดราชบุรี ในด้านการเตรียมความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านข้อมูลการท่องเที่ยวกับภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการฝึกอบรมพนักงานในด้านกระบวนการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ลักษณะทางประชากรศาสตร์; แรงจูงใจนักท่องเที่ยว; พฤติกรรมการท่องเที่ยว; องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว; ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objectives of this study were to study the level of factors associated with agricultural tourism management in Ratchaburi province (i.e., tourists' motivations, travel behaviors, attraction components and marketing mix) different in tourists' demographic characteristics. A questionnaire was used to collect data from 400 tourists visiting in 10 agricultural attractions. The data was analyzed by using chi-square test, t-test and one-way analysis of variance. The results indicated that the level of pull factor, travel group composition, ancillary service, amenity, process and providing quality service were significantly different by demographic characteristics. The recommendations for managing agricultural tourism in Ratchaburi province are 1) preparing amenities to provide services for tourists, 2) creating cooperative networks to exchange tourism information with government, private sector and local people, and 3) training staffs related to service processes in tourist attractions.

Keywords: Demographic characteristics; tourists' motivations; travel behaviors; attraction components; marketing mix

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างการเจริญเติบโตให้แก่ประเทศ เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานในท้องถิ่น และมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมขนส่ง รวมถึงการค้าและการลงทุน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) การท่องเที่ยวถูกกระทุความสำคัญไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งกำหนดเป้าประสงค์ที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถในสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมสร้างมูลค่าเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559) ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่กำลังดำเนินการเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ให้เป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการให้การศึกษาด้านการผลิตและการจัดการสิ่งแวดล้อมทางการเกษตรผ่านการจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เช่น การทำนาข้าว สวนผลไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนสมุนไพร การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงไหม เป็นต้น (พิรัชย์ กุลชัย, 2543) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเป็นแหล่งความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและเกษตรกรในการอนุรักษ์ อีกทั้งสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ลดความต้องการใช้พื้นที่ป่าเพื่อขยายพื้นที่เกษตรได้อีกด้วย (นุชนารถ ไชยโรจน์, 2541)

จังหวัดราชบุรีถือเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรเกษตรที่มีความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนพื้นที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงถือได้ว่าราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย (สำนักงานจังหวัดราชบุรี, 2560) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนและศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร โดยมีการเปิดให้เข้าชมพื้นที่และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ การเพาะเห็ดหอม การชมสวนไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น ในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวอันนำมาซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น และอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ แรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีแตกต่างกันในลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเตรียมความพร้อมด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (เศวตฉัตร นาคชาติ, 2555)

ในการศึกษาทางศาสตร์จิตวิทยาและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว มีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาทางการตลาดในการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย (วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2558) โดยแรงจูงใจถือเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ แรงจูงใจอันเกิดจากปัจจัยผลัก (push factors) ซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่กระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยว เช่น ต้องการสร้างเสริมประสบการณ์และการเรียนรู้ เป็นต้น และแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยดึง (pull factors) ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกดึงดูดให้คนออกไปท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นต้น (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545) สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกกระตุ้นจากแรงจูงใจนั้นถือเป็นการกระทำและความรู้สึกนึกคิดที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้สินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มการเดินทาง จำนวนสมาชิก ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง และค่าใช้จ่าย (รวิวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, 2558) นอกจากนี้ความแตกต่างทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ถือเป็นส่วนประเด็นที่มีความท้าทายต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ตรงตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมีการประยุกต์แนวคิดที่หลากหลายมาใช้เพื่อเตรียมความพร้อม วางแผน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามศักยภาพที่มีอยู่ ได้แก่ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (10 A's) ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร, 2542) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารจัดการ ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้ ลักษณะที่ปรากฏ ความเชื่อมั่น และ

การเห็นคุณค่า (Buhalis, 2000; Pelasol, 2012; Morrison, 2013) นอกจากนี้ส่วนประสมทางการตลาด (10 P's) เป็นแนวคิดสำหรับกำหนดกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงการออกแบบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ การใช้พนักงานขาย และความเข้าใจ (ธีรกีตินวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547; สุทธิชัย ปัญญโรจน์, 2559) จากการตรวจสอบเอกสารทั้งหมด การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์และ เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี (ได้แก่ แรงจูงใจและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด) รวมถึงการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาความแตกต่างของระดับปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาสามารถเสนอแนะแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการเอกชน และชุมชนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีการกำหนดพื้นที่ศึกษา คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีที่อยู่ภายใต้โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสำนักงานเกษตรในแต่ละอำเภอ จำนวน 10 อำเภอ อำเภอละ 1 แห่ง ได้แก่ นาบัว (อ.เมืองราชบุรี), ศูนย์การเรียนรู้เย็นเป็นสุข (อ.จอมบึง), เดอะซินเนอร์รี่ ฟาร์ม (อ.สวนผึ้ง), สวนเกษตรแม่ทองหยิบ (อ.ดำเนินสะดวก), ฟาร์มปลาทอง (อ. บ้านโป่ง), เดอะบลูมออกคิด (อ.บางแพ), ไร่ปลูกรัก (อ.โพธาราม), ที่ทำการเดิน แอนโกฟาร์ม (อ.ปากท่อ), สวนโพลีลูฟาร์ม (อ.วัดเพลง) และดอนเอ๋ย ดอนคา (อ.บ้านคา) การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 2 ขั้นตอน ได้แก่ การทดสอบค่าคะแนนความสอดคล้องของข้อคำถาม (Indexes of Item Objective Congruence: IOC) (วรัญญา ภัทรสุข, 2554) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) โดยค่าคะแนนของข้อคำถามในแบบสอบถาม ทั้ง 2 ขั้นตอนอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Cochran (1977) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และถูกสุ่มโดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่ศึกษาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดราชบุรี จำนวน 10 แห่ง โดยแบ่งเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว 40 คน ต่อแหล่งท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับใช้อธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะการบรรยายทั่วไป นอกจากนี้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) การทดสอบค่าทีเทส (T-Test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.2 อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.2 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.5 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 55 เป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 32.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.2 สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ประกอบด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี พบว่าเป็นกลุ่มที่เดินทางมากับครอบครัวหรือเครือญาติ คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีจำนวนสมาชิกในการเดินทางอยู่ระหว่าง 4-5 คน ร้อยละ 35.2 ส่วนใหญ่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 44 และเคยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแล้ว จำนวน 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44 โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับความนิยมพึงพอใจจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เดอะชินเนอร์ วินเทจ ฟาร์ม, ไร่ปลูกรัก และดอนเอย ดอนคา (คิดเป็นร้อยละ 16.7, 13.4 และ 13 ตามลำดับ)

ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาของระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่ามีระดับแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.48) สำหรับระดับแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยหลักที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.67) โดยแรงจูงใจที่ต้องการหาความเพลิดเพลินและสนุกสนานอยู่ในระดับสูงที่สุด เมื่อเทียบกับแรงจูงใจอื่น ๆ ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.75) สำหรับระดับแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.43) โดยแรงจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและเอกลักษณ์โดดเด่นอยู่ในระดับสูงที่สุด เมื่อเทียบกับแรงจูงใจอื่น ๆ ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.76)

การให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.17) โดยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ องค์ประกอบที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.45),

แหล่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = 0.42) และด้านการเห็นคุณค่า ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.50) สำหรับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกให้ความสำคัญน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับองค์ประกอบอื่น ๆ คือ องค์ประกอบด้านลักษณะที่ปรากฏ ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.53)

การให้ความสำคัญในประเด็นส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 0.18) โดยส่วนประสมทางการตลาดที่ถูกให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูงมาก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.45) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.44) สำหรับด้านลักษณะทางกายภาพถูกให้ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.48)

จากผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาระดับความแตกต่างของปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีหรือตัวแปรผล เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวมีระดับที่แตกต่างกันตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเพศชายมีระดับของแรงจูงใจนี้มากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีระดับที่แตกต่างกันตามลักษณะเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่เพศชายจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในประเด็นข้างต้นมากกว่าเพศหญิง

สำหรับการศึกษาระดับความแตกต่างของตัวแปรผล เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันตามช่วงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 36–50 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มหลัก จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนหรือครอบครัวในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 0–3,000 บาท สำหรับการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และการใช้พนักงานขาย พบว่ามีระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 จากการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Seheffe พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20–35 ปี จะให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการ การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และการใช้พนักงานขายแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20–35 ปี จะให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการและการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี แต่ในทางกลับกันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20–35 ปี

การศึกษาระดับความแตกต่างของตัวแปรผล เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จะมีลักษณะโดดเด่นที่มาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดกลาง (4–5 คน)

และมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,001–3,000 บาท ในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีระดับความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว จากการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

การศึกษาระดับความแตกต่างของตัวแปรผล เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 ขึ้นไป มักเดินทางมาเป็นกลุ่มขนาดเล็ก (2–3 คน) โดยกลุ่มที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแล้ว 2–3 ครั้ง นอกจากนี้กลุ่มที่มีรายได้ในช่วง 15,001–50,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001–3,000 บาท สำหรับเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาทต่อเดือน, 30,001–50,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

การศึกษาระดับความแตกต่างของตัวแปรผล เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครอบครัวและกลุ่มเพื่อนจะเป็นมีสถานภาพสมรสแล้ว นอกจากนี้แรงจูงใจในการเดินทาง รวมถึงส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการ การให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และด้านการใช้พนักงานขายมีระดับที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการและการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่ในทางกลับกันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสจะให้ความสำคัญในการใช้พนักงานขายต่ำกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด

สำหรับการวิเคราะห์ระดับความแตกต่างของตัวแปรตาม เมื่อจำแนกตามลักษณะอาชีพ พบว่ามีความแตกต่างกันในกลุ่มพนักงานเอกชนหรือรับจ้าง รวมถึงผู้ประกอบการกิจส่วนตัวที่มักเดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัวโดยเป็นกลุ่มขนาดเล็ก (2–3 คน) ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่าง 1,001–3,000 บาท สำหรับระดับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม รวมถึงด้าน

การบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะที่ปรากฏและความเชื่อมั่น มีระดับที่ความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาจะให้ความสำคัญต่อบรรยากาศของ แหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นมากกว่ากลุ่มอาชีพ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ, พนักงานเอกชนหรือรับจ้าง, ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ แต่ ในทางกลับกันกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน ด้านลักษณะที่ปรากฏต่ำกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในเรื่องการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและปัจจัย ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้สถิติเชิงอนุมานที่ผ่านมาทั้งในประเทศและต่างประเทศยัง มีอยู่อย่างจำกัด และส่วนมากจะเน้นไปในการใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับผล การศึกษาในครั้งนี้มีหลากหลายประเด็นที่มีความสอดคล้องกับทฤษฎี แนวคิด รวมถึงงานวิจัยในอดีต ดังต่อไปนี้

ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีที่เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวหลักที่แหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในการจัดการให้เหมาะสมตามลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เป็นกลุ่มเพศชายและหญิง มีอายุระหว่าง 35-50 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี มีรายได้ในช่วง 15,001-30,000 บาท และ 30,001-50,000 บาท สถานภาพสมรส และ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ หรือเป็นพนักงานเอกชนหรือรับจ้าง สำหรับลักษณะ พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น คือ เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่าง 1,000-3,000 บาท และเดินทางมากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนซึ่งเป็นกลุ่มขนาดเล็ก (2-3 คน) และ ขนาดกลาง (4-5 คน)

สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ รายได้ โดย ที่การให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการกำหนดราคา แรงจูงใจ ดึงดูดและพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวจะมีระดับที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามรายได้ (Kotler อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552) ผลการศึกษานี้ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรของจังหวัดราชบุรี เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-50,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ที่สูงกว่ากลุ่ม นักท่องเที่ยวจากการศึกษาในงานวิจัยที่ผ่านมา และมีแนวโน้มการมาเยือนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวซ้ำและ มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการระบุ ประเด็นในด้านของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจรวมถึงการเมืองที่มีผลต่อรายได้ของนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น รายได้ต่ำที่ทำให้ความถี่ในการเดินทางมาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้าน การเดินทาง (เลิศพร ภาระสกุล, 2553) รวมถึงยังส่งผลต่อแรงจูงใจดึงดูด (Pull factors) ที่คำนึงถึงการ

ใช้จ่าย การซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อเดินทางไปเยือนอีกด้วย (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

สำหรับอายุและระดับการศึกษาถือเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสำคัญระดับรองลงมา ในส่วนของอายุหรือการมีวุฒิภาวะมีความสำคัญต่อระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระหว่าง 35-50 ปี ซึ่งมีงานวิจัยในอดีตที่สอดคล้องกับการศึกษารุ่นนี้ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว ถือเป็นกลุ่มคนทำงานที่มีความเครียดจากการทำงานหรือการดำรงชีวิตในสังคมเมือง ทำให้เกิดภาวะเครียด ซึ่งมีผลต่อระดับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กลุ่มเดินทางที่มักจะเดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัว และช่วงเวลาการเดินทางที่ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ รวมถึงระดับการศึกษาที่เป็นกลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าจะมีระดับแรงจูงใจหลักในการค้นคว้า ปฏิบัติ ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่าง ๆ โดยมีพื้นฐานจากความอยากรู้อยากเห็น และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่จะได้รับในการท่องเที่ยวมากขึ้น (Pandurang, 2000; วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2558)

สำหรับสถานภาพสมรส อาชีพ และเพศของนักท่องเที่ยวนั้น ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยในปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบางประเด็นเท่านั้น เช่น ลักษณะสถานภาพสมรสที่ทำให้เกิดระดับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอันเป็นที่รักหรือครอบครัว (Pearce, 1991) ในประเด็นของกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว หรือประกอบอาชีพอิสระ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชายที่มีฐานะเป็นหัวหน้าครอบครัวจะมีแรงจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและลดความเครียดที่อยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกทั้งมีความต้องการในด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการในแหล่ง (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545) จากการศึกษาความแตกต่างของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาด เมื่อจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถเสนอแนะแนวทางด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ การบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวในประเด็นด้านการเตรียมความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สาธารณูปโภค (ไฟฟ้าและน้ำประปา) ห้องน้ำสะอาด ลานจอดรถ ร้านขายอาหาร ขายของที่ระลึก รวมถึงศูนย์กลางบริการด้านข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการด้านข่าวสารการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การสาธารณสุข รวมถึงโครงสร้าง

พื้นฐานด้านสาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น สถานีตำรวจ สถานีน้ำมัน เครือข่ายโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรีควรให้ความสำคัญ คือ กระบวนการให้บริการและการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ โดยเน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความหลากหลาย เป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว อีกทั้งในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรมีการเตรียมความพร้อมและฝึกอบรมให้แก่พนักงานเกี่ยวกับขั้นตอน ระเบียบ กระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่รวดเร็ว ไม่มีความซับซ้อน และมีปลอดภัย ตลอดจนมีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนและไม่ซ้ำซ้อนกัน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *การท่องเที่ยว: อุตสาหกรรมในการพัฒนาประเทศ*. สืบค้น

เมื่อ 27 ตุลาคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2*

(พ.ศ. 2560–2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. (2542). *สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ*. กรุงเทพฯ:

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นุชนารถ ไชยโรจน์. (2541). การจัดการท่องเที่ยวแนวใหม่. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 17(2), 12–18.

พีรชัย กุลชัย. (2543). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ และทัศนคติที่มี*

ต่อการปรับปรุงวิธีการผลิตทางการเกษตรของเกษตรกร ในจังหวัดฉะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ:

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ,

รวิวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

เลิศพร ภาระสกุล. (2553). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วรวิภากรณ์ โลหะชาละ. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: พี. เอ็น. เคแอนด์สกาย.

วรัญญา ภัทรสุข. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สุทธิชัย ปัญญโรจน์. (2559). *10 กลยุทธ์ทางการตลาด*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2562, จาก

<https://www.gotoknow.org>

- สุริรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานจังหวัดราชบุรี. (2560). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.ratchaburi.go.th/plan/index.html>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination in the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297–334.
- Morrison, A. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. New York: Routledge.
- Pandurang, T. (2000). *Agri-tourism: Innovative Supplementary Income Generating Activity for Enterprising Farmers*. Retrieved January 5, 2020, from http://www.agritourism.in/.../Agri-Tourism_Concept_Note.pdf
- Pearce, P. L. (1991). Analyzing Tourist Attractions. *Journal of Tourism Studies*, 2(1), 46–55.
- Pelasol, R. J. et al. (2012). Destination in The Southern Part of Iloilo, Philippines. *JPAIR Multidisciplinary Research* 8(1). DOI:10.7719/jpair.v8i1.173