

## การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี Market Promotion for Agro-tourism Khlong Song Village, Nonthaburi Province

เบญจรงค์ พื้นสะอาด (Banjarong Phuensa-ard)

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Received: June 22, 2020, Revised: September 15, 2020, Accepted: September 24, 2020

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง (2) เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี มีวิธีดำเนินการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 9 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ผลการศึกษวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวแสดงความเห็นด้านส่วนประสมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง ที่เห็นด้วยมากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}=4.29$ ) รองลงมาคือด้านราคา ( $\bar{X}=3.99$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}=3.91$ ) และลำดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}=3.23$ ) และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มคนที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรกและไม่พักค้างคืน เนื่องจากมาท่องเที่ยววันเดียว จึงสามารถกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง มีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี เป็นนักท่องเที่ยววัยทำงาน ที่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล และมีการส่งเสริมการตลาดดังนี้ 1) ผ่านระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีส่วนลดค่าเข้าชมจากการเช็คอินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี 2) ใช้สื่อสมัยใหม่ที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวรับรู้ การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น ลงในเว็บไซต์ททท.สำนักงานนนทบุรี 3) จัดทำเว็บไซต์เพื่อโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำ Facebook Fanpage ขึ้นเพื่อให้สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลและติดต่อสื่อสารกับชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** การส่งเสริมการตลาด, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, หมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี

## Abstract

The objectives of this research are 1) to study and analyze the marketing mix of agricultural tourism in Khlong Song village and 2) to determine the guidelines for promoting the agricultural tourism market of Khlong Song village, Nonthaburi province, by using mixed methods, comprising qualitative and quantitative research. The sample group of the study were nine people involved in agricultural tourism in Khlong Song village and 400 tourists who travelled to Khlong Song village. The research results showed that tourists expressed the opinion on the marketing mix of the agricultural tourism of Khlong Song village which has the highest agreed score on the product ( $\bar{X} = 4.29$ ), followed by the price ( $\bar{X} = 3.99$ ), distribution channel ( $\bar{X} = 3.91$ ) and the marketing promotion ( $\bar{X} = 3.23$ ). Majority of the tourists, who travelled to experience agricultural tourism, were people aged 21-30 years, employees in a company with the income between 10,001-20,000 baht per month, and domiciled in Bangkok and metropolitan area. Most of the tourists traveled for the first time and didn't stay overnight, since they are only traveling for a one day trip. Thus, it is possible to determine the guidelines for promoting agricultural tourism marketing in Khlong Song village with target group (a working tourist living in Bangkok and metropolitan area) for the agricultural tourism market, Khlong Song village, Nonthaburi province, by 1) promoting the market through modern technology systems with entrance fee discount from the check-in points at the agricultural tourist attractions in Khlong Song village, Nonthaburi province; 2) presenting agricultural tourist attractions to tourists through media, such as public relations through government and private agencies (such as TAT website or Nonthaburi office) and 3) creating online platform to promote agricultural tourist attractions, such as Facebook Fanpage to facilitate the searching of information and communicating with tourist attractions.

**Keyword:** Market Promotion, Agro-tourism, Khlong Song Village Nonthaburi Province

## บทนำ

จังหวัดนนทบุรี เป็นหนึ่งใน 5 จังหวัดปริมณฑล คือ นนทบุรี สมุทรปราการ นครปฐม สมุทรสาครและ ปทุมธานี ซึ่งมีเนื้อที่ประมาณ 622 ตารางกิโลเมตร นับเป็นจังหวัดขนาดเล็ก (ททท.ภาคกลาง เขต 6, 2558) พื้นที่ของ จังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ริมฝั่งเจ้าพระยามีสภาพพื้นที่และแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ทำให้ประชากรของจังหวัดมี อาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก อันได้แก่ การทำนาข้าว การเพาะปลูกผัก ผลไม้ และการประกอบอาชีพทางด้านปศุสัตว์ ด้วย แต่ปัจจุบันพื้นที่ดินที่ใช้เพื่อการเกษตรของจังหวัดนนทบุรี มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ทั้งนี้เนื่องจากได้รับอิทธิพล ความเจริญของกรุงเทพมหานครขยายไปสู่จังหวัดนนทบุรีทำให้พื้นที่ของจังหวัดนนทบุรีมีความเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่ทำการเกษตรกรรม เป็นพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัยและธุรกิจการค้ามากขึ้น แต่พื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นที่ราบลุ่มแต่เดิมประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้ และทำไร่ ทำนา ปัจจุบันพื้นที่ของจังหวัดซึ่งเคยเป็นสวน

ผลไม้และมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่อพยพมาจากทุกภาคของประเทศ นอกจากนี้พื้นที่บางส่วนของจังหวัดในบางอำเภอยังเป็นที่ยังคงรับการขยายตัวในด้านอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดินและก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่าพื้นที่ฝั่งตะวันออกของจังหวัดซึ่งเป็นพื้นที่มีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพฯ ด้วย ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น ชุมชนเกาะเกร็ด วัดวาอารามต่างๆ และสวนผลไม้ด้วย รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น หมู่บ้านคลองสอง อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี (สำนักงานจังหวัดนนทบุรี, 2558)

หมู่บ้านคลองสอง เป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตรที่มีความโดดเด่นหลายด้าน อาทิ การทำนาแบบดั้งเดิม การปลูกผักและผลไม้ ซึ่งอาศัยองค์ความรู้การทำเกษตรแบบดั้งเดิมโดยเกษตรกรรุ่นเก่าที่มากด้วยองค์ความรู้ของเกษตรกรแบบดั้งเดิม สามารถเพาะปลูกข้าว ผัก หรือผลไม้ให้งอกงามและได้จำนวนมาก โดยไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมีหรือปุ๋ยเคมี ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสองโดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งด้านการเกษตร ศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านคลองสอง สวนเกษตรฟาร์มลุงครุฑ ศูนย์การเรียนรู้วิทยาศาสตร์กลางทุ่ง (LandLab) จุดชมนกกระจาบสีทองและแหล่งเรียนรู้ด้านขนมไทย ทำให้เกิดการพัฒนารท่องเที่ยวชุมชนคลองสองขึ้น (สุกัญญา ทับเอี่ยม, สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2562)

ยุพาพร ชัยศิริ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี พบปัญหาและข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้อำนาจแก่ชาวบ้านในการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากกว่านี้ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวและชี้ให้เกษตรกรเห็นถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งสนับสนุนให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของหมู่บ้านคลองสองในปัจจุบันซึ่งอยู่ในพื้นที่วิจัยที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกันมีการดำเนินงานและการพัฒนาตามแนวทางที่ภาครัฐได้สนับสนุนด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาด้านการสื่อความหมาย การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การพัฒนาบริบทพื้นที่บริเวณรอบหมู่บ้าน การให้ความรู้คนในหมู่บ้านและการจัดตั้งกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านคลองสอง แต่ยังคงขาดการส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์หรือด้านการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาวิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสองให้มีความมั่นคงและยั่งยืนและการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของหมู่บ้านคลองสอง ซึ่งจะมีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นภายในหมู่บ้านคลองสอง อีกทั้งเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจของอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดประชากร คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม คือ 1) หน่วยงานภาครัฐ 2) กลุ่มผู้นำชุมชนและประธานกลุ่มต่างๆในชุมชน 3) หน่วยงานเอกชน ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี รวมทั้งหมด 9 คน 4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหมู่บ้านคลองสอง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษามี 2 ประเภท ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้การสัมภาษณ์รายบุคคลเพื่อสอบถามประเด็นปัญหาที่สนใจศึกษาแบบเจาะลึกในรูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) จำนวน 9 คน ได้แก่ ประธานศูนย์เรียนรู้ชุมชนคลองสอง จังหวัดนนทบุรี, ผู้นำหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี, เกษตรอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี, นายกษมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี, ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนนทบุรี, นายกองค้การบริหารตำบลทิววัฒนา จังหวัดนนทบุรี, ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี, ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านบ้านคลองสอง และนักพัฒนาชุมชนตำบลทิววัฒนา จังหวัดนนทบุรี โดยแบบสัมภาษณ์มีข้อความดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี ส่วนที่ 3 บริบทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2. แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหมู่บ้านคลองสอง จำนวน 400 คน แบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านคลองสอง โดยแบ่งหัวข้อแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูปทางสถิติที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งจะวิเคราะห์ผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร (ประสพชัย พสุนนท์, 2555)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{X}{n} \times 100$$

เมื่อ X แทน จำนวนความคิดเห็น  
n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$$\frac{\sum x}{n}$$

แทน ผลรวมคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยใช้สูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาตามเกณฑ์ในการประเมินผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	ไม่ค่อยเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วย ศูนย์การเรียนรู้ฟาร์มลุงเครา ศูนย์การเรียนรู้วิทยาศาสตร์กลางทุ่ง (LandLab) การทำนาอินทรีย์ การทำขนมไทย การดูนกกระจาบสีทอง การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่ส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมฐานการเรียนรู้ต่างๆ และกิจกรรมอบรมการเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price) จากผลการศึกษวิจัยเชิงปริมาณที่สอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนมากนักท่องเที่ยวมีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ทำให้การตั้งราคาขายจึงต้องตั้งราคาในระดับกลาง คือไม่สูงเกินไป ไม่ต่ำเกินไป เพื่อความเหมาะสมกับรายได้ของนักท่องเที่ยว จึงทำให้การตั้งราคาโปรแกรม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี มีราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1 วัน (1 Day) อยู่ที่ 888 บาท ต่อ 1 ท่าน

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับการจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่นักท่องเที่ยว มีการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Single Channels หรือการขายเองโดยผ่านตัวแทนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น เครือข่ายของ LandLab เป็นต้น และการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Function Channel คือ ช่องทางต่างๆ เช่น Social Media ต่างๆ การค้นหาใน YouTube ค้นหาคำว่า การท่องเที่ยวเกษตรบ้านคลองสอง และ LandLab นอกจากนี้สามารถค้นหาใน Facebook เพจชื่อว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากผลวิจัยเชิงปริมาณที่มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับเห็นด้วย คือ การมีการขายโดยพนักงาน และการส่งเสริมการขาย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Information) อยู่ในระดับเห็นด้วย ทั้งนี้ยังมีการส่งเสริมการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เช่น Internet, โทรศัพท์, โซเชียลมีเดีย เป็นต้น ซึ่งมีส่วนลดค่าเข้าชมจากการเช็คอินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษาส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี จากผลวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า

ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.29	0.854	เห็นด้วยมาก
ด้านราคา (Price)	3.99	0.771	เห็นด้วยมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.91	0.939	เห็นด้วยมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.23	0.855	เห็นด้วย

จากตารางผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวแสดงความเห็นที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ( $\bar{X}=4.29$ ) รองลงมาคือด้านราคา (Price) ( $\bar{X}=3.99$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ( $\bar{X}=3.91$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ( $\bar{X}=3.23$ )

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี

1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสองมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยววัยทำงาน ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ซึ่งได้จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวอยู่ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรกและไม่พักค้างคืน

2) ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ประชาชนวัยเรียนรู้ชุมชนคลองสอง พบว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับหมู่บ้านคลองสอง คือการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวซึ่งอาจจะต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสร้างการรับรู้ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ค หรือสื่ออื่นในโซเชียล ซึ่งจะเหมาะสมกับพฤติกรรม

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีความสนใจด้านเทคโนโลยีมากและยังเข้าถึงได้ทุกเวลา สัมพันธ์กับผลการวิจัยเชิงปริมาณด้านแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง พบว่านักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ มีการตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือ Internet โทรศัพท์มือถือ โซเชียลมีเดีย ( $\bar{X}=4.12$ )

3) ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี พบว่า การพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสองมีความต่อเนื่องและนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ มีรายได้เข้าชุมชนอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ฟาร์มลุงเครามีการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปีทั้งนี้เป็นเสมือนแหล่งกระจายนักท่องเที่ยวสู่หมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี

4) ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารตำบลทิววัฒนา จังหวัดนนทบุรี พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลทิววัฒนา มีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสองและให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในการพัฒนาสาธารณูปโภคในทุกปีงบประมาณ เช่น ไฟฟ้า ถนน ป้ายบอกทาง นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาอาชีพให้แก่ประชาชนในหมู่บ้านทุกปีงบประมาณด้วย

### สรุปผลการศึกษา

1. การศึกษาและวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 4 ด้าน (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ( $\bar{X} = 4.71$ ) (2) ด้านราคา (Price) ที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ราคาที่สามารถเข้าถึงได้ในทุกระดับรายได้ ( $\bar{X} = 4.28$ ) (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย ( $\bar{X} = 4.04$ ) (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เช่น Internet, โทรศัพท์, โซเชียลมีเดีย เป็นต้น ( $\bar{X}=4.12$ ) ซึ่งความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์ที่ส่วนใหญ่ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง รองลงมาด้านราคาที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวและชาวบ้านไม่แบกรับทุนมากเกินไป ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีช่องทางตรงในพื้นที่และทางออนไลน์ก็สามารถเข้าถึงได้ แต่ยังคงขาดการส่งเสริมการตลาดที่จะต้องพัฒนาต่อไป

2. การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี สามารถกำหนดเป้าหมายทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามภูมิภานาของนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและเขตปริมณฑล จากผลวิจัยมีจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุดคือ ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จากผลวิจัยมีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 นักท่องเที่ยวมีอาชีพพนักงานบริษัท จากผลวิจัยมีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 นักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จากผลวิจัยมีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มตลาดเป้าหมายรอง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มตลาดเป้าหมายทั่วไป คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และการวางตำแหน่ง

ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง อยู่ในตำแหน่งมีคุณภาพสูงและราคาไม่สูง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลักได้

2.2) การส่งเสริมการตลาดทางตรง (Direct Marketing) ได้แก่ Internet โทรศัพท์มือถือ โซเชียลมีเดีย ซึ่งต้องมีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง ประกอบด้วย 1) ผ่านระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีส่วนลดค่าเข้าชมจากการเช็คอินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง 2) ใช้สื่อสมัยใหม่ที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น ลงในเว็บไซต์ ททท.สำนักงานนนทบุรี 3) จัดทำเว็บไซต์เพื่อโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การทำ Facebook Fanpage เพื่อให้สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลและติดต่อสื่อสารกับชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

### อภิปรายผลการศึกษา

1. อภิปรายผลการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นปัจจัยที่ควรพัฒนาเป็นอันดับแรก เนื่องจากมีความพร้อมมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่มีความพร้อมน้อยที่สุด จึงจะสามารถพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสองได้ ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2553) กล่าวว่า การพัฒนาองค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเพื่อนำไปสู่การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนได้

2. อภิปรายผลการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มคนที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล ส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรกและไม่พักค้างคืน เนื่องจากมาท่องเที่ยววันเดียว สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ ความพึงพอใจ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามของ วิภาวรรณ พัฒนพงษ์ (2547) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงครามเป็นครั้งแรก เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนและนิยมมาท่องเที่ยวกันเอง มีระยะเดินทางเพียง 1 วัน ไม่นิยมพักค้างคืน นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากสื่อมากที่สุด รองลงมาคือบุคคล จึงสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก คือ นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรเป็นโปรแกรม 1 วัน หรือไปเช้าเย็นกลับไม่มีการพักค้างคืน และควรมีการส่งเสริมการตลาดทางตรงแก่นักท่องเที่ยว คือ Facebook Fanpage และสื่อโซเชียลมีเดียอื่นๆ

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1) จากผลวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านคลองสอง ยังขาดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น จึงสามารถนำผลวิจัยไปทำการวิจัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวางแผนการตลาด

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านคลองสอง จังหวัดนนทบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องนำผล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2) จากผลวิจัยที่พบว่า กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว กลุ่มใหญ่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลนั้น สามารถนำผลวิจัยไปส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ทั้งการท่องเที่ยวแบบ ทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

3) จากผลวิจัยที่พบว่า การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เช่น Internet, โทรศัพท์, โซเชียลมีเดีย เป็นต้น มีผลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด จึงต้องทำการตลาดทางตรงด้านนี้มากขึ้นและมีผู้ดูแลระบบอยู่ตลอดเพื่อ ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวอย่างทันที่

4) จากผลวิจัยที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับหมู่บ้านคลองสอง คือ การสร้างการรับรู้ให้แก่ นักท่องเที่ยว ดังนั้นต้องมีการสร้างรับรู้ให้แก่ นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านคลองสองมากขึ้น เช่น การจัดงานเทศกาลประจำปีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ การ ประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) จากผลการวิจัยที่พบว่า บ้านคลองสองมีกิจกรรมที่หลากหลายและนักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรม ต่างๆ ได้ จึงต้องการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนากิจกรรมที่มีความเหมาะสมกับคนเมืองหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มอาศัยใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2) จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เมื่อมีการ พัฒนาทุกด้านทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นและมีอัตราเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านด้วย จึงต้องมีวิจัยเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความยั่งยืน ที่ส่งผลดีต่อนักท่องเที่ยว ชาวบ้าน และ สิ่งแวดล้อมด้วย

3) จากผลการวิจัยที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยวยังขาดบุคลากรในการปฏิบัติงานอย่าง ต่อเนื่อง จึงต้องมีการวิจัยการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการตลาด การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเจ้าของร่วมกัน มีผลประโยชน์และการแบ่งปันรายได้ที่เป็นธรรมของชาวบ้านในชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2553). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ททท.ภาคกลาง เขต 6. (2558). *แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี*. ค้นคืนจาก [http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/00\\_000359.PDF](http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/00_000359.PDF).
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- ยุพาพร ชัยศิริ. (2549). *การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตำบลไทรน้อย อำเภไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิภาวรรณ พัฒนพงษ์. (2547). *การรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ ความพึงพอใจ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุกัญญา ทับเอี่ยม. (16 กรกฎาคม 2562). สัมภาษณ์.

สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (2558). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนนทบุรี*. ค้นคืนจาก <http://nonthaburi.go.th>.