

 **PDF Complete**  
Your complimentary use period has ended.  
Thank you for using PDF Complete.  
[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

SUT2-205-55-12-06



## รายงานการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
(The Quality Development of Agro Tourism in  
Northeast Thailand)

ได้รับทุนอุดหนุนจาก  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลงานการวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการแต่เพียงผู้เดียว



## รายงานการวิจัย

# เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (The Quality Development of Agro Tourism in Northeast Thailand)

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ตอนขวา

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ร่วมวิจัย

นางสาวจิตตานันท์ ดิกุล

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2555  
ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

พฤศจิกายน 2555

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 แห่ง จำนวน 385 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง t-Test F-Test Scheffe's method และ Paired-Sample t-Test

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละรายการน้อยกว่า 1,000 บาท ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ย.ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน ด้านการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ เท่ากับ 0.28 โดยภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถส่งมอบคุณภาพบริการถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง



**PDF Complete**  
Your complimentary use period has ended.  
Thank you for using PDF Complete.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

## Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the economic effect of Agro tourism; 2) to study the relationship between demographic factor with Thai tourists' expectation and perception toward service performance of Agro tourism; and 3) to study the tourists' satisfaction from the discrepancy between tourists' expectation and perception toward quality of service. The research instrument was a questionnaire which was distributed to 385 samples from three target areas in Northeast Thailand. The descriptive statistics used to analyze the data was based on the commutative frequency for percentage, mean, standard deviation, and included the interface statistics with t-test, F-test, Scheffe's method, and paired-sample t-test.

Results of the study revealed that the tourists spent, not more than 10,000 baht, each time. The composition of their budget was 1,000 – 2,999 baht for transportation, and each item of food and beverage, souvenirs, and accommodation was less than 1,000 baht. From the significant level at 0.01, the different in gender, age, and income had different expectation toward service quality in every dimension. Beside, tourists in different income had different perceptions toward service quality in every dimension. Thai tourists had the highest satisfaction in the dimensions of assurance and tangibles at the same point of 0.28 from the discrepancy between tourists' expectation and perception toward quality of service. Then the overall satisfactions implied that the service performances of Agro tourism could deliver to the tourists' expectation.



## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (The Quality Development of Agro Tourism in Northeastern Thailand) สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

งานวิจัยเรื่องนี้สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากได้รับการอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธวัชชัย ทีฆชอุณหเสียร จากสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรัชญา มณีเนตร จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ช่วยให้คำแนะนำ ตลอดจนตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย ซึ่งทำให้เนื้อหาและข้อคำถามในแบบสอบถามมีความครบถ้วนสมบูรณ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัย น.ส.ณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ ที่มีส่วนช่วยในการทำงานวิจัยเรื่องนี้ให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขวัญกมล ดอนขวา

มกราคม 2556

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 ปรัชญ์นัรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	17
2.3 แนวคิดด้านคุณภาพบริการ.....	20
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
3.1 วิธีการวิจัย.....	40
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	42
3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	43
3.5 ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	44
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	48
4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	50
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	54
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	61
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	85
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	85
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	90
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	96
5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	96
5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย.....	98
รายการอ้างอิง.....	99
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการวิจัย.....	105
ภาคผนวก ข ประมวลภาพสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เป็นพื้นที่ เป้าหมายในการวิจัย.....	112
ประวัติผู้เขียน.....	116

## สารบัญตาราง

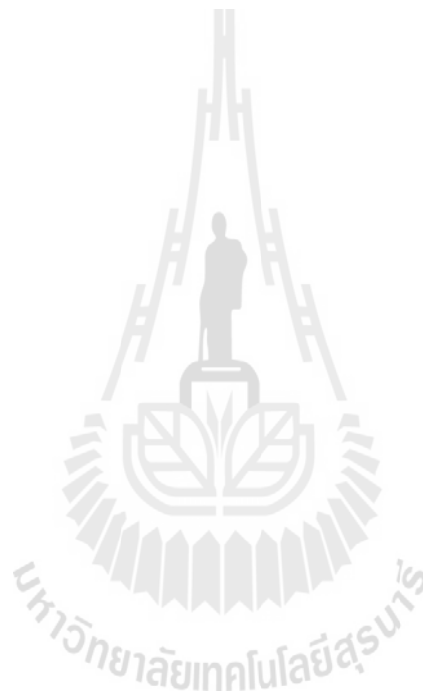
ตารางที่	หน้า
3.1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจังหวัด.....	42
3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	45
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	48
4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	50
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	54
4.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร....	60
4.5 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ.....	62
4.6 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของ นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศเป็นรายคู่.....	63
4.7 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ.....	64
4.8 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของ นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ.....	65
4.9 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	68
4.10 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ.....	69
4.11 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว เชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้.....	70
4.12 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของ นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้.....	71
4.13 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ.....	72
4.14 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ.....	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
4.16 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอา.....	75
4.17 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้.....	76
4.18 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของ นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้.....	77
4.19 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในภาพรวม.....	78
4.20 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	79
4.21 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความน่าเชื่อถือ.....	80
4.22 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	82
4.23 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว.....	83
4.24 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว.....	84

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองคุณภาพบริการ.....	22
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	39



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับโลก พบว่า ในปี ค.ศ. 1950 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 25 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 760 ล้านคน และ 903 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2007 และ 2020 ตามลำดับ สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน โดยภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) โดยปรีดี โชติช่วง(ออนไลน์, 2552) ได้เขียนอธิบายว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านคน และมีการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.5 – 7 ประเทศในกลุ่มอนุภาคนุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub region – GMS) คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจาก 16.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2545 เป็น 60 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้มีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการณ์ของแต่ละบุคคล ทำให้ทางเลือกของการท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่สืบเนื่องด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในอดีตทำให้ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้มีรูปแบบที่เปลี่ยนไปเป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรมากยิ่งขึ้น (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชน (Pro-poor Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เน้นรูปแบบที่ก่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (Fair Trade Tourism) โรงแรมต่างๆที่มีนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Green Hotel) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น (Community based Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเหมือนกับการออกค่ายอาสา (Volunteer Tourism) เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) ได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศในรูปของเงินตราต่างประเทศ และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังทำให้เกิดการจ้างงานให้แก่ชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณสุขและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพ



ชีวิตของประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่น ให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึกต่อไป สำหรับประเทศไทยได้มีการปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวด้วยการกำหนดการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น รวมถึงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติก็ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งได้เสนอให้มีการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยอาศัยความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย รวมถึงให้มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิต และการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค ด้วยการสนับสนุนจากทางภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มีการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยเริ่มจากปี พ.ศ. 2523 ได้มีการประกาศให้เป็น ปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) เป็นครั้งแรก และปี พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นปีที่ครบรอบ 60 พรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึงได้มีการประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 2 (Visit Thailand 1998 – 1999) ต่อเนื่องไปจนถึงปี พ.ศ. 2543 จากนั้นในปี พ.ศ. 2545 ก็ได้มีการเปิดตัวโครงการ Amazing of Thailand experience variety 2002 – 2003 และตามมาด้วยโครงการ Unseen in Thailand ในปี พ.ศ. 2546 เพื่อกระตุ้นการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2547 ได้มีการประชาสัมพันธ์แคมเปญ Thailand Happiness on Earth เพื่อสื่อให้เห็นถึงความสงบ สุข ปลอดภัย และรื่นรมย์ จากนั้นปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นปีที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวครองราชย์ครบ 60 ปี จึงได้มีการรณรงค์โครงการ Thailand Grand Invitation 2006 เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติให้กับพระองค์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) ทำให้ในแต่ละปีที่มีการประชาสัมพันธ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการจ้างงานและรายได้เข้าประเทศในปีหนึ่งๆ กว่า 3 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมาธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยในแต่ละปีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7.5 และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกา ในปลายปี พ.ศ.2551 ต่อเนื่องถึงกลางปี พ.ศ. 2552 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวนลดลง รัฐบาลจึงมีการรณรงค์ให้หันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการปรับแผนการตลาดที่หันมาสนใจนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการรณรงค์การท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึก ด้วยโครงการ “เที่ยวไทยหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน”



โดยมีแผนการดำเนินงานด้านการสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2556 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 ปี โดยเน้นปรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และเยาวชน ด้วยการนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสร้างโอกาสในการขยายตลาดโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน/ฮันนีมูน และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551) ที่พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2553 มีการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านคน/ครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยจำนวนเพียง 59.74 ล้านคนต่อครั้ง จากโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ร้อยละ 60 ของรายได้มาจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และร้อยละ 40 ของรายได้มาจากนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งการขยายตัวของรายได้สำคัญการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญ ทั้งที่ประเทศไทยมีศักยภาพพอที่จะผลักดันให้เกิดการสร้างมูลค่าจากการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว โดยสภาวะตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2554 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 91 ล้านคน-ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยว 432,000 ล้านบาท และโดยคิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,560.50 บาทต่อคน รวมถึงองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (อ้างอิงใน วาริษฐ์ มัธยมบุรุษ, ออนไลน์, 2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาตินั้น ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo - Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถานบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น (ท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ออนไลน์, 2547) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เกิดมาจากแนวคิดทางด้าน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากสิ่งแวดล้อมในประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทย เกิดความเสื่อมโทรมอันเนื่องมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นสาเหตุหลัก จึงได้เกิดการจัดการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ Earth Summit ในปี พ.ศ. 2535 ที่เมืองริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งมีข้อตกลงร่วมกันระหว่างประเทศที่เข้าร่วมประชุม ในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับมุมมองทางการท่องเที่ยว ได้ก่อให้เกิดการผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้จากกระแสการพัฒนา 3 ประการ ซึ่งได้แก่ กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้ กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และกระแสความต้องการพัฒนาด้าน ส่งผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการแสวงหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยมีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism และเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือ Agro Tourism ในที่สุด (สินธุ์ สโรบล, ออนไลน์, 2551)

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นทางการ จากความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับกรมส่งเสริมการเกษตรในปี พ.ศ. 2541 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชนบทจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังไม่ได้มีรูปแบบการจัดการที่ชัดเจน ในระยะแรกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการเสนอจังหวัดนำร่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นใน 4 จังหวัด คือ สมุทรสาคร ชลบุรี เชียงใหม่ และขอนแก่น ต่อมากรมส่งเสริมการเกษตรและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น 21 เส้นทางทั่วประเทศ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว ได้มีโอกาสสัมผัสกับประสบการณ์อันล้ำค่าได้ทั่วประเทศ โดยการเรียนรู้วิถีเกษตรสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่นั้น ๆ และยังไม่เป็นการปลูกจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งอีกด้วย

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปัจจุบันของประเทศไทยนั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น และลักษณะการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรายได้และฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 1,316 บาทต่อเดือน และมีสัดส่วนของจำนวนคนจนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 13.05 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2554) อย่างไรก็ตามภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือว่ามีความเสี่ยงในระดับชาติและนานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย และจังหวัดสกลนคร เป็นต้น ดังนั้นการท้าวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะสามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## 1.3 สมมุติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดสมมุติฐานของการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมุติฐานที่ 3 เปรียบเทียบความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความแตกต่างกัน

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งได้แก่ 1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) สวนอัญญาเรื่อวโนทยาน ขาใต้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร โดยเน้นศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ครอบครัว การศึกษา ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้จากการท่องเที่ยว กิจงานและใช้เครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการทางการตลาด โดย Parasuraman Zeithaml and Berry (1985) ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สำคัญนำไปสู่ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถนำผลของการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจขนาดใหญ่ในการสร้างภูมิคุ้มกันระบบเศรษฐกิจภายในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย

## บทที่ 2

### ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย จัดทำเครื่องมือการวิจัย และใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยหัวข้อที่ได้มีการทบทวนเอกสารและงานวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดด้านคุณภาพบริการ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

##### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในชนบท และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมีการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวรอง หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพสูงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของท้องถิ่นได้ โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีของเกษตรกรเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผลิตผลทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น แสงแดด ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เป็นต้น หรือการจัดการโดยมนุษย์ เช่น เครื่องมือทางการเกษตรต่างๆ และเทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น ส่วนที่สอง ตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche market) จึงทำให้การจัดการด้านการตลาดมีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม โดยต้องเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจกิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น จึงต้องจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และส่วนสุดท้าย บริการการท่องเที่ยว ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก (ซึ่งอาจ



เป็นที่พิกค่างคินกับชาวบ้าน หรือที่พิกค่างคินกับชาวบ้าน) ร้านอาหาร และการบริการนำเที่ยวให้  
ความรู้ต่างๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิด  
การใช้จ่ายในด้านที่พัก ร้านอาหาร และค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นรายได้ที่เป็นผลพลอย  
ได้ให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น เป็นการกระจายเม็ดเงินสู่ท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมี  
ความสำคัญต่อสังคม โดยเกษตรกรที่มีรายได้ที่เป็นผลพลอยได้จากการท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้ที่  
นอกเหนือจากการประกอบเกษตรกรรมเพียงอย่างเดียว ทำให้เกษตรกรมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็น  
การยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในอาชีพ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของ  
ตน ช่วยลดการละทิ้งถิ่นฐาน และเป็นการอนุรักษ์อาชีพเกษตรกรรม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรยังก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเป็นการช่วยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม  
ทางธรรมชาติของท้องถิ่น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2550)

### 2.1.2 ประเภทและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรที่  
เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำ ลำธาร ภูเขา ป่าไม้ พื้นดิน และอากาศที่อยู่รายรอบพื้นที่  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ พื้นที่ทางการเกษตรต่างๆ พืชผลต่างๆ ที่  
เกิดจากน้ำมือของมนุษย์ เทคโนโลยีทางการเกษตรที่ทันสมัย และความรู้ภูมิปัญญาทางการเกษตร  
ของชาวบ้าน เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2550)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ได้กำหนดรูปแบบของการ  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามสภาพทั่วไปของแหล่งเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยว และยังได้กำหนดตาม  
รูปแบบการจัดการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

สภาพทั่วไปของแหล่งเกษตรกรรมกับการท่องเที่ยว เป็นการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรโดยดูจากลักษณะของการประกอบกิจกรรมทางการเกษตร สามารถแบ่งได้ ดังนี้ รูปแบบแรก  
การกรสิกรรม ได้แก่ 1) รูปแบบการทำนา เนื่องจากวัฒนธรรมการทำนามีลักษณะดั้งเดิมในการ  
เพาะปลูกข้าว โดยใช้โค กระบือในการไถนา การเก็บเกี่ยวและการนวดโดยใช้แรงคน สามารถดึงดูด  
ความสนใจของนักท่องเที่ยวจากเมืองหลวงได้ 2) รูปแบบเกษตรผสมผสาน เป็นการปลูกผักร่วมกับ  
ผลไม้ หรือการทำนาควบคู่ไปกับการเลี้ยงปลา 3) รูปแบบสวนผลไม้ เป็นการเพาะปลูกไม้ผลต่างๆ ทั้ง  
ไม้ผลเมืองร้อน เช่น มะม่วง ทุเรียน มังคุด เงาะ และส้มโอ เป็นต้น หรือผลไม้เมืองหนาว เช่น สตรอ  
เบอร์รี่ และแอปเปิ้ล เป็นต้น ซึ่งสามารถจัดเป็นเทศกาลผลไม้ของแต่ละท้องถิ่น หรือให้นักท่องเที่ยว  
ได้เข้าชมสวนและเก็บผลไม้ด้วยตนเอง 4) รูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ เป็นการเพาะปลูกไม้ดอกทั้งเมือง  
ร้อนและเมืองหนาว เพื่อส่งขายและส่งออก เช่น สวนดอกกล้วยไม้ และสวนดอกกุหลาบ เป็นต้น 5)

รูปแบบศูนย์ศึกษาและศูนย์วิจัยทดลอง ซึ่งอาจเป็นของหน่วยงานราชการหรือเอกชน อย่างศูนย์วิจัยทดลองของหน่วยราชการต่างๆ ในประเทศไทย เช่น กรมประมง กรมป่าไม้ กรมวิชาการเกษตร และกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น และ 6) รูปแบบตลาดการเกษตร คือ ตลาดที่เกษตรกรนำผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายด้วยตนเอง อาจมีลักษณะของผลผลิตทางการเกษตรที่มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป เช่น ผักสวนครัว ผลไม้ และไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น รูปแบบที่สอง การประมง มีกิจกรรมทั้งการเพาะเลี้ยงและการจับสัตว์น้ำทั้งประมงน้ำจืด และประมงน้ำเค็ม โดยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การบริโภคผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแปรรูป การเยี่ยมชมวิถีชีวิตของชาวประมง หรือเยี่ยมชมแหล่งผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และนันทนาการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประมง เช่น การดำน้ำ และการนั่งเรือตกปลา เป็นต้น รูปแบบที่สาม การปศุสัตว์ แบ่งเป็นการเลี้ยงสัตว์ใหญ่ เช่น โค กระบือ และม้า เป็นต้น การเลี้ยงสัตว์เล็ก เช่น จระเข้ เสือ และกวาง เป็นต้น ซึ่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมในฟาร์ม เพื่อศึกษาดูกิจกรรมการเลี้ยงสัตว์ และเพาะพันธุ์สัตว์ อีกทั้งยังสามารถนำผลผลิตจากสัตว์เหล่านี้มาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวได้ด้วย และรูปแบบสุดท้าย การป่าไม้ คือ การทำสวนป่าเศรษฐกิจพร้อมกับการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป่าสัก เป็นต้น โดยจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก และร้านอาหารให้นักท่องเที่ยว

ทางการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยดูจากรูปแบบการจัดการ มี 3 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบแรก การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบทั่วไป โดยเน้นการเยี่ยมชมพื้นที่เกษตรกรรม และการซื้อสินค้าการเกษตร เช่น การเที่ยวชมสวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนไม้ผล เยี่ยมชมการทำนา เยี่ยมชมไร่ถั่วและชมกรรมวิธีผลิตไวน์ เที่ยวงานการเกษตร หรือซื้อสินค้าจากตลาดการเกษตร เป็นต้น รูปแบบที่สอง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบอนุรักษ์ โดยมุ่งส่งเสริมการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของเกษตรกรท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมและพักผ่อนในฟาร์ม (Farm stay) การพักผ่อนกับชาวบ้าน (Homestay) มีการทำกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร เป็นต้น และรูปแบบสุดท้าย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบเชิงนิเวศ เน้นศึกษาการเกษตรที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเดิมที่มีอยู่ในบริเวณที่ทำการเกษตรกรรมนั้นๆ โดยศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบกิจกรรมทางการเกษตร

### 2.1.3 องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้ ประกอบด้วย การจัดการทรัพยากร การจัดการการตลาด การจัดการบริการท่องเที่ยว และการจัดการบุคลากร ซึ่งต้องมีการจัดการองค์ประกอบทั้งสี่พร้อมๆ กัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2550)

การจัดการทรัพยากร โดยการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นเริ่มจาก

1) การจัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยพิจารณาจากสภาพแหล่งท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว สามารถจัดประเภทได้ ดังนี้ ประเภทแรก แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่ หรือมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสูง สามารถจัดเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวช่วงสั้นๆ ในลักษณะไปเช้า เย็นกลับ ประเภทที่สอง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เกษตร ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยสมบูรณ์ มีการผลิตผลผลิตทางการเกษตร และมีกระบวนการขายเต็มรูปแบบ สามารถจัดให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีระบบครบวงจร โดยมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว ประเภทที่สาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ตามบริเวณต่างๆ มีศักยภาพเพียงพอที่จะถูกพัฒนาให้เป็นโครงข่ายทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ และประเภทสุดท้าย แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉพาะ เป็นเขตพื้นที่ทางการเกษตรที่มีลักษณะเด่น เช่น ทุ่งดอกทานตะวัน เป็นต้น ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยี่ยมชมปีละเป็นจำนวนมาก และขั้นตอนที่ 2) การวางแผนและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีกระบวนการที่สำคัญ ได้แก่ ค้นหาปัญหาและโอกาส กำหนดเป้าหมาย วิเคราะห์อาณาบริเวณที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว วิเคราะห์บริเวณพื้นที่โดยรอบของท้องถิ่น ศึกษารายละเอียด วางแผนแนวความคิดและทางเลือก แนะนำแนวทาง จัดอบรมและเน้นให้ผู้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ออกแบบรายละเอียด ทำให้เป็นผลสำเร็จ และประเมินผล

การจัดการการตลาดการท่องเที่ยว มีเป้าหมายเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่รู้จัก และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหลักการทางการตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว และเลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อช่วยประหยัดงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด โดยมีกิจกรรมที่สำคัญได้แก่ การประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่นักท่องเที่ยวหลายคนอาจยังไม่มีความรู้มากพอ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมการตลาดได้ดี เพื่อเผยแพร่และสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวและภาคธุรกิจเอกชนต่างๆ โดยการจัดทำเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ หรือโปสเตอร์ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยอาจนำไปจัดวางที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริษัททัวร์ต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถเชิญผู้แทนจากบริษัทท่องเที่ยวต่างๆ ผู้แทนจากสื่อมวลชน และผู้แทนจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ไปทัศนศึกษาดูงานตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ชุมชนยังต้องประสานงานกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม และสายการบิน เป็นต้น เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนการ



โฆษณา มีจุดมุ่งหมายหลักคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเพื่อขายรายการนำเที่ยวเชิงเกษตรต่างๆ ได้ โดยผ่านทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยเลือกรายการที่คาดว่าจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด หรือโฆษณาผ่านทางนิตยสารทางการเกษตรและคอลัมน์ การเกษตรในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การจัดการบริการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องเตรียมพร้อม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงการต้อนรับที่ดีและเกิดความประทับใจ ซึ่งบริการที่ต้องจัดเตรียมมีดังนี้ 1) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่/จุดบริการนักท่องเที่ยว (Visitor center) นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อขอข้อมูล ความรู้ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับ นักท่องเที่ยว มีบริเวณจัดแสดงกิจกรรมการเกษตร หรือส่วนแสดงวิชาการด้านการเกษตรภายในศูนย์ นอกจากนี้ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังเป็นศูนย์กลางให้กับคนในท้องถิ่น เพื่อรับทราบข่าวสาร ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการนำไปพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ของตน ข้อมูลที่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรจัดเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย แผนที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมทางการเกษตรที่สำคัญ กิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ รายละเอียดของที่พักร้านอาหารและ เครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายของที่ระลึกท้องถิ่น และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร รูปแบบและ วิธีการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเยี่ยมชม 2) กิจกรรม หนึ่งในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การได้ร่วม กิจกรรมกับชาวบ้าน ซึ่งรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สามารถจัดบริการให้นักท่องเที่ยวมี หลายรูปแบบ ดังนี้ การนำเที่ยวชมสวนผลไม้ โดยศึกษาดูวิธีการเพาะปลูก การดูแลรักษา พร้อมทั้งให้ นักท่องเที่ยวได้ชิมผลไม้ต่างๆ ภายในสวน และสามารถเก็บผลไม้ได้ด้วยตนเอง การนำเที่ยวชมสวน ดอกไม้ โดยนักท่องเที่ยวจะได้ชมความสวยงามของดอกไม้นานาพันธุ์ พร้อมทั้งซื้อดอกไม้หรือพันธุ์ ดอกไม้เพื่อนำไปเพาะปลูกเอง การนำเที่ยวสวนสมุนไพร ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะได้เดินชมป่าสมุนไพร ได้รับความรู้ในเรื่อง พรรณไม้สมุนไพรต่างๆ ที่สามารถนำมาสกัดเป็นยารักษาโรคได้ ได้ชมขั้นตอนการสกัดสมุนไพร และ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และยังสามารถจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพเสริมด้วย เช่น การนวดหน้า นวดตัว ด้วยสมุนไพร และการอบสมุนไพร เป็นต้น การนำเที่ยวเทศกาลงานวันเกษตร เป็นเทศกาลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งเกษตรกร ภาครัฐ และภาคเอกชนร่วมกันจัดขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมากมายในราคาถูกลงในงาน และยังได้รับความรู้ทางการเกษตรในส่วน ของนิทรรศการทางวิชาการที่จัดแสดงภายในบริเวณงานอีกด้วย การนำเที่ยวชมฟาร์มปศุสัตว์ โดย นักท่องเที่ยวจะได้ศึกษากิจกรรมเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ และการเพาะพันธุ์สัตว์ อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถนำผลผลิตจากสัตว์มาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอย่างฟาร์มปศุสัตว์ในประเทศไทย เช่น

ฟาร์มโชคชัย และท็อปแลนด์ฟาร์มแอนต์คันทรีโฮม เป็นต้น การนำชมหมู่บ้านชาวประมง โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวประมง สามารถพักผ่อนกับชาวประมงในหมู่บ้าน และร่วมกิจกรรมทางการประมง เช่น ตกปลา ตกปลาหมึก และตกกุ้ง เป็นต้น และการนำชมการทำนาแบบดั้งเดิม เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวจากเมืองหลวง หรือชาวต่างชาติได้สัมผัสวิถีชีวิต ประเพณี ท้องถิ่นของชาวนา การเพาะปลูกข้าว การหว่าน การเก็บเกี่ยว และการดำข้าว โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย 3) ที่พัก สามารถจัดในรูปแบบโฮมสเตย์ หรือฟาร์มสเตย์ ซึ่งเป็นการจัดการโดยคนในท้องถิ่นโดยตรง นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสชีวิตคนในท้องถิ่น และเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง นอกจากนี้ อาจมีการจัดที่พักให้นักท่องเที่ยวในลักษณะของโรงแรม รีสอร์ท หรือเกสต์เฮาส์ ซึ่งเป็นการจัดการโดยภาคธุรกิจเอกชน และ 4) มัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือผู้นำชม มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว เป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวต่างถิ่นกับคนในท้องถิ่นให้เกิดความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ควรมีการจัดเตรียมมัคคุเทศก์ไว้ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อคอยให้ข้อมูล และสามารถบริการนำชมบริเวณโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้บริการต่างๆ ที่กล่าวมาชุมชนควรคำนึงถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษด้วย ได้แก่ กลุ่มคนพิการ และกลุ่มผู้สูงอายุ โดยจัดเตรียมสถานที่ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางเข้าถึงได้สะดวก

การจัดการบุคลากร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรในชุมชน ภาครัฐ และภาคธุรกิจท่องเที่ยว ควรมีการจัดอบรมเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงาน บุคลากรที่มีความเกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ เกษตรกรผู้เข้าร่วมดำเนินธุรกิจ และบุคลากรในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาให้บุคลากรกลุ่มนี้เกิดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รู้ถึงแนวทาง นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พัฒนาการเป็นเจ้าของที่ดี ให้เกิดความเข้าใจหลักของการให้บริการ และรู้ถึงข้อแนะนำในการดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการ และกลุ่มผู้สูงอายุ บุคลากรในภาคธุรกิจท่องเที่ยว โดยพัฒนาให้บุคลากรกลุ่มนี้เกิดความเข้าใจกฎหมายด้านธุรกิจท่องเที่ยว และกฎหมายที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ช่วยตรวจสอบและควบคุมนักท่องเที่ยว ช่วยประสานงานในระบบการท่องเที่ยว และเข้าใจหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน บุคลากรในองค์กรท้องถิ่น โดยพัฒนาให้บุคลากรกลุ่มนี้เข้าใจถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน เข้าใจถึงบทบาทที่สำคัญของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และบทบาทหน้าที่ของท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และบุคลากรในภาครัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นต้น โดยพัฒนาให้บุคลากรกลุ่มนี้ทำการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และทำการกำหนดกฎหมาย นโยบาย และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่มีบทบาทในการ

ฝึกอบรมต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะ อาจเป็นบุคลากรจากภาครัฐหรือภาคเอกชน ทั้งนี้ควรจัดฝึกอบรมอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ใหม่ๆ และเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น

#### 2.1.4 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นพื้นที่เป้าหมายในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดพื้นที่เป้าหมายที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อใช้ในการวิจัย 3 แห่ง ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร และสวนอุนงูเรือวโนทยาน (ซาโต้ เดอ เลย) อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 2.1.4.1. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มโชคชัย

ฟาร์มโชคชัย ตั้งอยู่ที่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นฟาร์มโคนมแห่งแรกของเอเชียที่ได้รับการยอมรับในมาตรฐานการผลิตแม่พันธุ์โคนมเพื่อการส่งออก ปัจจุบันดำเนินกิจการฟาร์มโคนมขนาดใหญ่ที่มีฝูงโคนมกว่า 3,000 ตัว เป็นธุรกิจฟาร์มโคนมแบบครบวงจรที่มีการบริหารจัดการฝูงโคนมอย่างมืออาชีพ มีหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนการจัดการในด้านต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ทั้งการจัดการด้านอาหาร การพัฒนาสายพันธุ์ การดูแลและรักษาสุขภาพของโคนม

ในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ ฟาร์มโชคชัยเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มปศุสัตว์ ภายใต้ชื่อ Farm Chokchai Agro-Knowledge Tourism ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินกับการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่สัมผัสได้จริงจากวิถีชีวิตของเกษตรกรฟาร์มโคนม โดยมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าชมกิจการของฟาร์มทั้งหมดวันละ 18 รอบ โดยแต่ละรอบจะใช้เวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที และเปิดให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ ทั้งนี้แต่ละรอบจำกัดนักท่องเที่ยวให้ไม่เกิน 75 คน เพื่อการดูแลที่ทั่วถึง และเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของแต่ละกิจกรรมที่เกิดขึ้น ในแต่ละรอบของการท่องเที่ยวจะมีเจ้าหน้าที่ให้การบรรยายและให้ความรู้ตลอดเส้นทาง ซึ่งมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สาระความรู้และสนุกสนานเพลิดเพลิน ดังต่อไปนี้

- 1) ชมวิถีทัศน์เรื่องราวและประวัติความเป็นมาของฟาร์มโชคชัย
- 2) เรียนรู้จุดเริ่มต้นของวงจรชีวิตโคนม รับชมการสาธิตวิธีรีดเก็บน้ำเชื้อพ่อพันธุ์โค พร้อมรับฟังการบรรยายวิธีการพัฒนาและปรับปรุงสายพันธุ์โคนมของฟาร์มโชคชัย
- 3) เรียนรู้กระบวนการรีดนม คุณลักษณะทางกายภาพของน้ำนมดิบคุณภาพดี รับชมขั้นตอนการรีดนมที่ถูกรู และถูกสุขลักษณะ ได้สัมผัสกับแม่โคอย่างใกล้ชิดผ่านการรีดนมด้วยมือของนักท่องเที่ยวเอง
- 4) ชมกระบวนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์นมภายในโรงงานผลิต ซึ่งเป็นสถานที่ปฏิบัติงานจริง

5) นังรถฟาร์มแทรกเตอร์ซึ่งชมบรรยากาศรอบๆ ฟาร์ม รับข้อมูลความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์มโคนม ทั้งการเลี้ยงดูและการจัดการโคนม ในแต่ละช่วงอายุ เรียนรู้ระบบการเลี้ยงปล่อยแบบชังคอก และการเลี้ยงแบบปล่อยแปลงหญ้าให้แทะเล็ม การจัดการของเสียจากฟาร์มปศุสัตว์ การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในฟาร์ม และการจัดการแปลงพืชอาหารสัตว์ รวมถึงเรียนรู้ศัพท์เทคนิคที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการเกษตร

6) ชมการแสดงวิถีชีวิตควาบอย และรับทราบประวัติความเป็นมาของควาบอย มีกิจกรรมการขับซัวร์เอทีวี และการขี่ม้า

7) ใกล้ชิดและสัมผัสกับสัตว์นานาชนิดบริเวณ Petting Zoo ป้อนอาหารกวาง แกะ กระต่าย และป้อนนมลูกโค และชมการแสดงสัตว์แสนรู้ ซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงต่างๆ ภายในฟาร์ม

สำหรับธุรกิจกักตุนของฟาร์มโชคชัย หรือโชคชัยสเตคเฮ้าส์ เป็นกักตุนที่ อยู่คู่คนไทยมานานกว่า 30 ปี จากระยะเวลาที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาทั้งคุณภาพของเนื้อสัตว์ รสชาติ อาหาร และการบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความคุ้มค่าและความพึงพอใจสูงสุด และยังมีบริการด้านที่พักที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยที่พักมีลักษณะแบบบูติกดีไซน์จำนวน 50 หลัง ซึ่งตั้งอยู่ในป่าส่วนตัวใจกลางฟาร์มโชคชัยบนพื้นที่กว่า 250 ไร่ เป็นป่าที่ปลูกขึ้นโดยผสมผสานพรรณไม้เศรษฐกิจนานาชนิด ซึ่งการเข้าพักในแต่ละฤดูกาล นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นบรรยากาศและสภาพป่าที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ยังมีแพ็คเกจที่หลากหลายทั้งในด้านจำนวนวันเข้าพัก ราคา และจำนวนสมาชิกในหมู่คณะที่มาเข้าพัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความสะดวก โดยแต่ละแพ็คเกจจะมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับนักท่องเที่ยวที่สอดแทรกสาระความรู้และความสนุกสนานเพลิดเพลินในทุกกิจกรรม นอกจากนี้ยังมีธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยสินค้าทุกชิ้นที่จัดจำหน่ายได้ถูกออกแบบ และคัดสรรให้เข้ากับบรรยากาศของฟาร์มโชคชัย โดยยึดคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีสินค้าอยู่ด้วยกัน 3 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์นมตรา อีम्म!..มิลค์ สินค้าที่ระลึก และขนมของฝาก

#### 2.1.4.2. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ ตั้งอยู่ที่บ้านนาแก ตำบลห้วยยาง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีพื้นที่ดำเนินการทั้งหมด 13,300 ไร่ การดำเนินงานแบ่งเป็นพื้นที่พัฒนาการเกษตรประมาณ 2,300 ไร่ และพื้นที่เขตปริมณฑลเพื่อการพัฒนาป่าไม้ประมาณ 11,000 ไร่ ซึ่งอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติที่มีชื่อว่าป่าภูถ้ำและป่าภูเพ็ก ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ เริ่มดำเนินการตั้งแต่พุทธศักราช 2527 โดยทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยทดลองงานพัฒนาการเกษตรที่เหมาะสมแก่ท้องถิ่น และนำ ออกเผยแพร่เป็นตัวอย่างให้ราษฎรนำไปปฏิบัติ เพื่อพัฒนาอาชีพ ฟื้นฟู พัฒนาป่าไม้ และการปลูกพืชเศรษฐกิจที่ให้ผลเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร

กิจกรรมของศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ ครอบคลุมทุกด้านที่มีผลต่อการพัฒนาอาชีพเกษตรกรอันเหมาะสมแก่สภาพพื้นที่ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของราษฎรในพื้นที่ ได้แก่

1. งานชลประทาน สร้างแหล่งเก็บกักน้ำ เช่น อ่างเก็บน้ำห้วยตาดไฮใหญ่ อ่างเก็บน้ำห้วยเตี้ยก ฝ่ายกักเก็บน้ำจากต้นน้ำลำธาร แนะนำการจัดระบบส่งน้ำและการใช้น้ำแก่เกษตรกร

2. งานศึกษาและพัฒนาเกษตรกรรม ศึกษาทดลองวิธีการที่ได้ผลในการเพิ่มผลผลิตและรายได้ เช่น ศึกษาทดสอบเลือกสายพันธุ์ข้าว พืช และไม้ผลที่เหมาะสมแก่สภาพพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ข้าว พืช และไม้ผลที่เหมาะสมแก่สภาพพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ข้าว พืชไร่ พืชสวน เป็นต้นว่า เงาะ ลำไย ทูเรียน น้อยหน่า หม่อนไหม ยางพารา เห็ด การจัดระบบการทำฟาร์ม การศึกษาวิธีแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร

3. งานศึกษาและพัฒนาป่าไม้ อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ที่ทรุดโทรม ปลูกและบำรุงป่าธรรมชาติ ส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน ส่งเสริมการปลูกหวายดง ไม้ไผ่ชนิดต่าง ๆ ตลอดจนการเพาะเลี้ยงครั้ง ควบคุมและป้องกันไฟป่า

4. งานส่งเสริมและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการประมง ศึกษาทดลองและพัฒนาระบบน้ำจืด ส่งเสริมการเลี้ยงปลาลบ่อ และในกระชังในอ่างเก็บน้ำ

5. งานศึกษาและพัฒนาด้านปศุสัตว์ ปรับปรุงทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ ศึกษาและทดลองการเลี้ยงสัตว์ การผลิตอาหารสัตว์ เช่น ส่งเสริมการปลูกกระถินเป็นรั้วบ้าน ผลิตเมล็ดพันธุ์ถั่วฮามาต้า การจัดการด้านการเลี้ยงสัตว์ และวิธีแก้ปัญหา เช่น การป้องกันและกำจัดโรคของสัตว์

6. งานศึกษาและพัฒนาปรับปรุงบำรุงดิน อนุรักษ์ดินและน้ำวิจัยทดสอบ ถ่ายทอดความรู้แก่ราษฎรเพื่อให้พัฒนาที่ดินให้เกิดประโยชน์

7. งานส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครัวเรือน แนะนำฝึกอบรม ส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น การตีเหล็ก ผลิตมัต และเครื่องมือเกษตร ฝึกอบรมย้อมสีผ้า ทอผ้า เพื่อให้ราษฎรทำเครื่องใช้ในครัวเรือนเป็นการประหยัด หรือเป็นอาชีพเสริมเพิ่มพูนรายได้

8. งานส่งเสริมการเกษตร นำความรู้ด้านเกษตรที่ศึกษาทดลองได้ผลเป็นที่พอใจแล้ว เผยแพร่แก่เกษตรกรให้นำไปปฏิบัติด้วยตนเอง

9. งานศึกษาและพัฒนาหมู่บ้านตัวอย่าง จัดระเบียบชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตตามเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐาน จัดตั้งและพัฒนาองค์กรประชาชนในหมู่บ้านรอบศูนย์

10. งานฝึกอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี ถ่ายทอดความรู้ด้านเกษตรกรรมแก่ราษฎรในหมู่บ้านรอบศูนย์ และราษฎรในจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต



### 2.1.4.3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนอุนงูเรือวโนทยาน (ชาโต้ เดอ เลย)

สวนอุนงูเรือวโนทยาน ตั้งอยู่ที่ ตำบลร่องจิก อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย เป็นสวนอุนงูที่มีพื้นที่หลายพันไร่ มีทั้งอุนงูที่รับประทานสดและอุนงูสำหรับผลิตไวน์ นักท่องเที่ยวสามารถขับรถชมภายในสวนได้ ส่วนบริเวณด้านหน้าเป็นร้านค้าที่จำหน่ายผลอุนงูสด ผักปลอดสารพิษ ไวน์ชาโต้ เดอ เลย บรันดี วิสกี้และสินค้าที่ระลึกต่างๆ

สวนอุนงูเรือวโนทยาน ตั้งอยู่ที่ อ.ภูเรือ จ.เลย เป็นสวนอุนงูที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีพื้นที่กว่า 1,000 ไร่ ซึ่งรวมอุนงูพันธุ์ดีจากต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะในพื้นที่ อ.ภูเรือ มีภูมิอากาศหนาวเย็นตลอดปีคล้ายกับทางตอนใต้ของฝรั่งเศส จึงเหมาะสำหรับปลูกอุนงูพันธุ์ดีจากฝรั่งเศส ทั้งอุนงูรับประทานสด และอุนงูใช้ทำไวน์ ซึ่งนำไปผลิตไวน์ชาโต้ เดอ เลย ไวน์รสชาติเยี่ยมฝีมือคนไทย โดยมีจำหน่ายที่ร้านชาโต้ เดอ เลย พร้อมอุนงูสดและสินค้าเกษตรนานาชนิด ทั้งพันธุ์ที่ใช้รับประทานสดและพันธุ์ที่ใช้ในการผลิตไวน์ นอกจากนี้ยังสามารถเลือกซื้อของฝากทั้งอุนงูสดๆ ผักปลอดสารพิษไวน์ ชาโต้ เดอ เลย บรันดีวิสกี้ ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มแม่บ้านจังหวัดเลย และสินค้าจากศูนย์ศิลปาชีพได้ที่อาคารชาโต้ เดอ เลย

นักท่องเที่ยวสามารถขับรถเข้าเที่ยวชมสวนอุนงูได้ตามเส้นทางรถยนต์ที่จัดไว้เป็นวงรอบ พื้นที่ ระยะทางรอบสวนประมาณ 5 กม. และมีจุดกำหนดให้หยุดชมอุนงูเป็นระยะ สามารถดูการตัดอุนงูสด และถ่ายรูปกับอุนงูพวงโตเป็นที่ระลึก นอกจากนี้ยังสามารถเข้าชมการทำไวน์ ซึ่งบริเวณด้านหน้าสวนอุนงูเรือวโนทยานเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตไวน์ชาโต้ เดอ เลย ไวน์ออร์รี่ มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องจักรทันสมัย ด้วยกระบวนการผลิตที่สะอาด และเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมการผลิตได้ ซึ่งจะทำการผลิตปีละสองครั้งตามช่วงระยะเวลาเก็บอุนงูที่นำมาเป็นวัตถุดิบ คือในช่วงประมาณเดือนกุมภาพันธ์ และเดือนกรกฎาคม

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในชนบท โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีของเกษตรกร ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นมีหลายรูปแบบ โดยงานวิจัยเรื่องนี้ได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3 แห่ง ได้แก่ (1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจัดอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการปศุสัตว์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชมในฟาร์มเพื่อศึกษากิจกรรมต่างๆ ในฟาร์มได้ (2) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบศูนย์ศึกษาและศูนย์วิจัยทดลอง อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงานด้วยกัน นักท่องเที่ยวจะได้ศึกษากิจกรรมของศูนย์ที่มีผลต่อการพัฒนาอาชีพเกษตรกร และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ และ(3) สวนอุนงูเรือวโนทยาน ชาโต้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบสวนผลไม้ นักท่องเที่ยว

สามารถเข้าชมวีรทัศน์ และสามารถเก็บข้อมูลได้ด้วยตนเอง รวมทั้งยังสามารถเข้าชมโรงงานเพื่อศึกษากระบวนการผลิตไวน์

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

### 2.2.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ภายหลังจากการประชุมเรื่องการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยได้ให้คำนิยามนักท่องเที่ยวดังนี้

- 1) ผู้เดินทาง หมายถึง ผู้เดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งรวมทั้งผู้ที่สามารถจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว และเก็บเป็นข้อมูลสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ ผู้เร่ร่อน ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน ผู้ทำงานตามชายแดน ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ และผู้ลี้ภัย
- 2) ผู้มาเยือน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวค้างคืน โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้เป็น นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนนักทัศนาจร หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน เดินทางมาเยือนชั่วคราว และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ แยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้เป็น นักทัศนาจรระหว่างประเทศ และนักทัศนาจรภายในประเทศ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542)

ซึ่งนักท่องเที่ยวในความหมายของงานวิจัยเรื่องนี้ หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทำการศึกษานี้ 3 แห่ง ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สวนอุนกูเรือวโนทยาน ซาโต้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และศูนย์ศึกษาฯ การพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

### 2.2.2 ตัวแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จุดเริ่มต้นของการกำหนดกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย โดยสามารถพิจารณาจากตัวแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

- 1) สิ่งกระตุ้นภายนอก เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งผู้ให้บริการสามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ โดยการกำหนดคุณภาพบริการ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลาย เพื่อกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้นด้านราคา โดยพยายามกำหนดราคาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของการบริการ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย โดยการจำหน่ายบริการการท่องเที่ยวและสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่เหมาะสม

หรือการเดินทางที่สะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ จัดทำแผนพับเพื่อแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวและนำไปกระจายไว้ตามโรงแรมหรือที่พักของนักท่องเที่ยว ส่วนด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ของนักท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี เช่น ระบบจำหน่ายโดนเครื่องอัตโนมัติ ในการจองที่พัก และตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายการเสียภาษีสำหรับสินค้า เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2) กล้องดำของนักท่องเที่ยว เป็นลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ให้บริการไม่สามารถเข้าถึงหรือทราบดี จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะแตกต่างกันเนื่องจากอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกทางด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ แต่ปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้กล้องดำของนักท่องเที่ยวยังรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ และ 3) การตอบสนองของนักท่องเที่ยว เป็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกประเภทการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เลือกที่พัก ตัดสินใจถึงระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว และปริมาณการซื้อสินค้า ของฝาก หรือของที่ระลึก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2550)

### 2.2.3 กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ได้สรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ 8 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย โดยหน่วยงานการท่องเที่ยวทำการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และบริการการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขาย เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 3 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งบุคคลแต่ละคนย่อมต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย เกิดความอยากเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ เกิดความอยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ และเกิดความต้องการเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ขั้นตอนที่ 4 สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น เกิดจากปัจจัยสำคัญ 2



ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน เป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอในการท่องเที่ยว การขยายตัวทางการศึกษา และความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น และปัจจัยดึงดูด เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การพบสถานที่ใหม่ การขยายตัวของธุรกิจนำเที่ยว ระบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี และระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น โดยสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ สิ่งจูงใจทางกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการอยาก رؤ้อยากเห็นวัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติ เป็นต้น และสิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการยกระดับสถานะของตนเองให้สูงขึ้น เช่น การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น ขั้นตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว มักติดตามมาด้วยคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ จะเดินทางท่องเที่ยวที่ไหน จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำอะไร จะเดินทางท่องเที่ยวเมื่อไหร่ จะเดินทางท่องเที่ยวโดยพาหนะใด จะเดินทางท่องเที่ยวกี่วัน และจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร ขั้นตอนที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว โดยจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกแล้ว เพื่อเตรียมการให้พร้อม อาจต้องคำนึงถึงระยะเวลาเก็บเงินด้วย เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าที่พัก ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว และค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น ขั้นตอนที่ 7 การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีหลายอย่างที่ต้องคำนึงถึง เช่น การจองตัวยานพาหนะเดินทาง การจองตั๋วรายการนำเที่ยว การยืนยันการเดินทาง และการเตรียมสัมภาระส่วนตัวที่จะต้องนำไปด้วย ขั้นตอนที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเดินทางสู่จุดหมายปลายทาง จนกระทั่งเดินทางกลับสู่ที่พักอาศัยในภูมิลำเนาเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะ ตามประสบการณ์

2.2.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีเหตุผลที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาของ Swarbrooke and Horner (อ้างใน วัฒนชัย ชูมาก, 2544) พบว่า สิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละคนแตกต่างกันเกิดจาก เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวหญิงมักนิยมการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าของตนเอง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชายมักนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวหญิงมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชายในด้านการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน ต้องการพักผ่อนทางร่างกาย และต้องการพักผ่อนทางอารมณ์

อายุ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากคนหนุ่มสาวชอบเรียนรู้ในสิ่งแปลกใหม่ และต้องการหาประสบการณ์ให้กับตนเอง ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

การศึกษา ส่งผลให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่ต้องการแสวงหาความรู้จากการเดินทาง เช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรม ส่วนคนที่มีความรู้ต่ำมักมองการท่องเที่ยวว่าเป็นโอกาสในการมองหาสิ่งแปลกใหม่

รายได้ อำนาจทางการซื้อเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยคนที่มีรายได้น้อยมักจะท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิต ส่วนคนที่มีรายได้มากมักต้องการความตื่นเต้นและท้าทาย รวมทั้งสามารถได้รับความรู้ใหม่ๆ จากการเดินทางไปสถานที่นั้นๆ ด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวในสถานที่ของตน โดยปัจจัยสำคัญที่ควรทำการศึกษาเนื่องจากผู้ให้บริการการท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงหรือทราบเองได้นั้น คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยงานวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

## 2.3 แนวคิดด้านคุณภาพบริการ

### 2.3.1 ความหมายคุณภาพบริการ

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ได้ศึกษาถึงการประเมินคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค ผลการศึกษาได้บ่งชี้ว่า คุณภาพของการบริการ (Service quality) คือ การให้บริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค ทางด้านของ Zeithaml (1990) ให้ความหมายของคุณภาพของการบริการ ว่าหมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ ส่วน Bolton and Drew (1991) ได้เสนอแนะว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการ โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง กับบริการตามการรับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันมากเพียงใด ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพจะเป็นการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค นอกจากนี้ Kotler (2000) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการไว้ว่า ผู้บริหารต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการมาจากประสบการณ์เดิม ในทางกลับกัน

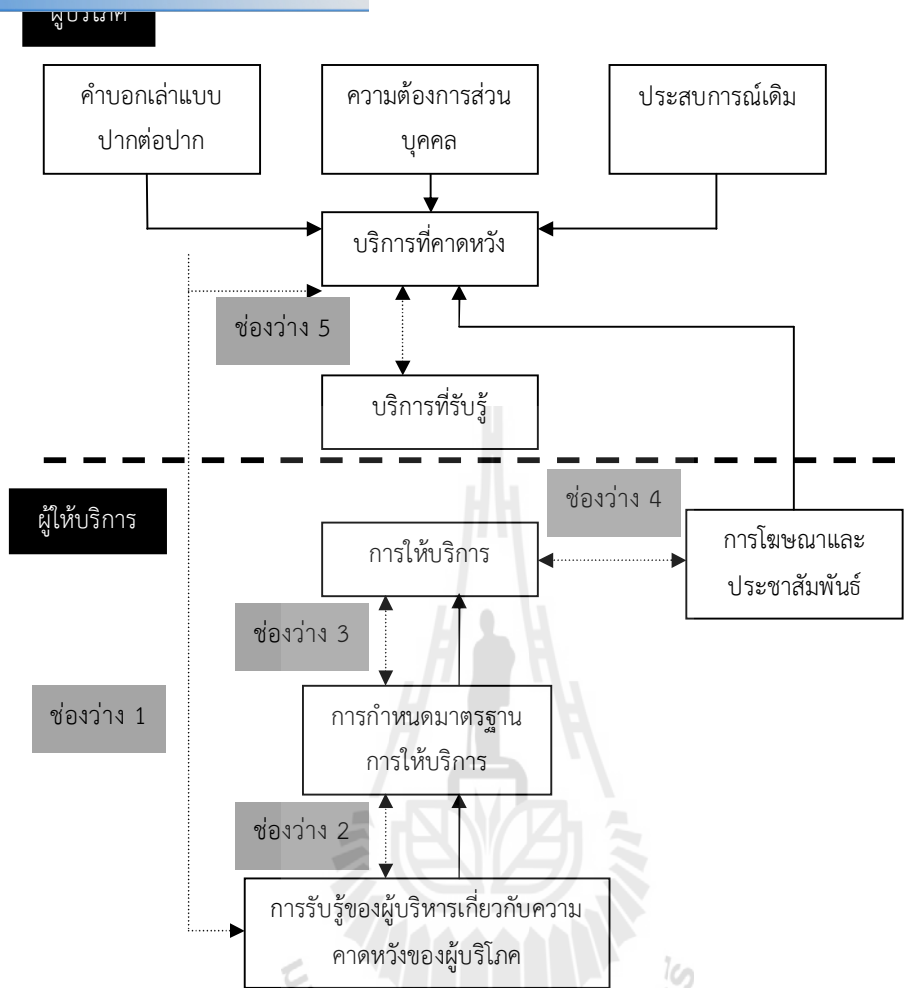
ถ้าการรับรู้ต่อบริการเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ แสดงว่าผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจ ประทับใจและอาจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการหมายถึง การบริหารคุณภาพการให้บริการ ให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับ หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไป หากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีก

### 2.3.2 แบบจำลองคุณภาพของการบริการ

ในการบริการขององค์กรต่าง ๆ มักประสบปัญหาในเรื่องความไม่ชัดเจนในบทบาทของการให้บริการ ยกตัวอย่างเช่นไม่มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ หรืออีกทางหนึ่งก็เนื่องจากการกำหนดมาตรฐานของการบริการมีมากเกินไป จึงทำให้ผู้ให้บริการขาดความตื่นตัว การตั้งมาตรฐานโดยรวมทำให้ผู้ให้บริการกำหนดแนวทางในการจัดการได้ยาก รวมถึงมาตรฐานในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าไม่ดีทำให้ลูกค้าไม่เข้ามาใช้บริการ และมาตรฐานของบริการไม่สามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงยากที่จะให้เป็นระดับคะแนนและกำหนดการให้รางวัลได้ ด้วยเหตุนี้ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) จึงได้พัฒนารูปแบบการบริการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการกำหนดคุณภาพการบริการ และช่องว่าง (Gap) หรืออุปสรรคที่ทำให้การบริการไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 2.1

จากภาพที่ 2.1 แบบจำลองคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ทำให้ทราบว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญด้วยกัน คือ 1) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) ซึ่งจะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคน ผู้บริโภคอาจคาดหวังจากบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล 2) การบอกเล่าปากต่อปาก (Word-of-mouth communication) คือข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้อื่นที่เคยได้รับบริการจากผู้ให้บริการมาแล้ว อาจจะเป็นคำแนะนำให้ไปใช้บริการ คำตำหนิ หรือคำบอกเล่าต่างๆ เกี่ยวกับบริการนั้นๆ 3) ประสบการณ์เดิม (Past experiences) เป็นประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน เพราะประสบการณ์เหล่านั้นทำให้เกิดการเรียนรู้และการจดจำ และทำให้เกิดความคาดหวังต่อการบริการในอนาคต และ 4) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (External communications to customers) จากผู้ให้บริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์หรือเพื่อส่งเสริมการขาย ล้วนแต่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองคุณภาพบริการ  
ที่มา : Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985)

นอกจากนี้แบบจำลองคุณภาพบริการดังกล่าว ได้เสนอสาเหตุของการบริการที่ไร้คุณภาพเกิดจากช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้ ช่องว่าง 1 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ของฝ่ายบริหาร หมายถึง การที่ฝ่ายบริหารไม่ทราบถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งอาจจะมีสาเหตุจากการขาดการวิจัยทางการตลาด การไม่นำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้รับบริการ ช่องว่าง 2 ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารกับการกำหนดมาตรฐานของการบริการ โดยมีสาเหตุจากการที่ฝ่ายบริหารไม่ได้ยึดมั่นต่อคุณภาพการบริการ ไม่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพตามที่ผู้รับบริการต้องการได้ ขาดการกำหนดมาตรฐานของการบริการ และขาดการกำหนดเป้าหมายของการบริการ ช่องว่าง 3 ความแตกต่าง

ระหว่างมาตรฐานของการบริการกับการให้บริการจริง อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการได้รับบทบาทที่ไม่ชัดเจน บทบาทที่ขัดแย้งกัน การคัดเลือกบุคลากรที่ไม่เหมาะสมกับงาน เทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมกับงาน ระบบการนิเทศและควบคุมงานที่ไม่เหมาะสม และพนักงานบริการขาดการทำงานเป็นทีม ช่องว่าง 4 ความแตกต่างระหว่างการให้บริการจริงกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หมายถึง การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ จะมีผลในการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ หากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีลักษณะเกินจริง หรือไม่อาจกระทำได้จริง จะทำให้ส่งผลลบต่อธุรกิจนั้นๆ และช่องว่าง 5 ความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค หมายถึง ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ คำบอกเล่าแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีต และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หากบริการที่ได้รับตามการรับรู้ของผู้บริโภคไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้บริโภคก็ย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ และประเมินคุณภาพของการบริการในทางลบ ซึ่งช่องว่างนี้จะรวมอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 ดังจะเห็นได้จากความสัมพันธ์ดังนี้  $Gap\ 5 = f(Gap1, Gap2, Gap3, Gap4)$

จากการศึกษาแบบจำลองคุณภาพบริการที่กล่าวมา มีความสอดคล้องกับการจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพดังนี้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการรับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้นหากผู้ให้บริการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

2) ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวัง เฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อให้บริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้ สิ่งที่ถูกคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ โดยมีรายละเอียดดังที่ Christopher Vandermerve and Lewis อ้างถึงใน อินทิตรา จันทรัฐ (2552) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า 1) ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อสินค้าและบริการจะมีความแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน 2) ความ



คาดหวังของผู้รับบริการจะมีความแตกต่างกันในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน และ 3) ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ ซึ่งได้แก่การรับบริการจากผู้ให้บริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ถูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน สำหรับกรณีที่ถูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องกันมาก่อน ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย เป็นต้น

3) ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้บริการได้อย่างรวดเร็ว สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

4) ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) การให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าน่าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ เนื่องจากอาชีพบริการมีลักษณะต่างกันและมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นคุณค่าของการบริการจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ

5) ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าจะลูกค้าจะเป็นใครก็ตามย่อมต้องการได้รับการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน

6) ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอหัยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

7) ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้อง

ระหว่างคนกับคน การวางแผนในการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความต้องการ ปฏิกริยาตอบสนอง และความประทับใจของผู้รับบริการ นำมากำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน และควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ความคาดหวังของลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญมาก เนื่องจากคุณภาพเป็นสิ่งที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ ระหว่างคุณภาพที่ลูกค้าได้รับรู้ (Perceived Service) จากการใช้บริการและมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Expected Service) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า ได้แก่ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล และประสบการณ์ในอดีต นอกจากนี้ Parasuraman Zeithaml, and Berry (1986) ได้ทำการศึกษาธุรกิจบริการ โดยกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าไว้ 10 ประการ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ และด้านความคาดหวัง ดังนี้

- 1) การเข้าถึงบริการ (Access) คือ การบริการที่มอบให้แก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งต้องมีความเหมาะสม สะดวกสบายในการเดินทาง
- 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของสินค้าและบริการให้ลูกค้าเข้าใจอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ง่าย
- 3) ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) คือ พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ
- 4) ความมีอัธยาศัย (Courtesy) คือ พนักงานที่ให้บริการต้องมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า
- 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ การสร้างความเชื่อถือและความไว้วางใจในการให้บริการ โดยส่งมอบบริการที่ดีที่สุด หรือบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า
- 6) ความไว้วางใจ (Reliability) คือ การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ
- 7) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ การให้บริการของพนักงานจะต้องสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงตามความต้องการของลูกค้า

8) ความปลอดภัย (Security) คือ การบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าต้องปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ

9) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Tangibles) คือ ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ สถานที่ และบุคคลเป็นต้น และอาจหมายรวมถึง ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

10) การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding/ Knowing Customer) คือ ความพยายามที่จะรู้ถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ต่อมา Parasuraman Zeithaml, and Berry (1988) ได้ทำการวิจัยเพิ่มเติมโดยปรับลดปัจจัยการกำหนดคุณภาพบริการจากเดิม 10 ด้านให้เหลือเพียง 5 ด้านหลัก และเรียกว่า SERVQUAL Dimensions หรือ RATER โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Tangible) ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการที่สัญญาไว้ อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ มีความตรงต่อเวลาเพื่อแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ และควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า

3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4) การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ (เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา และความปลอดภัย เข้าด้วยกัน)

5) การเอาใจใส่ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ (เป็นการรวมปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจเข้าด้วยกัน)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัย เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดการรับรู้ต่อคุณภาพของการบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากขนาดและทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการ (Parasuraman Zeithaml, and Berry ,1988) เมื่อความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าการรับรู้คุณภาพบริการ ( $ES > PS$ ) ผู้บริโภคจะไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ และความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้สูงขึ้น หากความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริง ( $ES = PS$ ) ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อการบริการ และหากการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริงมีค่ามากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการบริการ ( $ES < PS$ ) ก็จะเป็น



การบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคคาดหวัง และผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาแนวคิดด้านคุณภาพบริการสามารถสรุปได้ว่า เครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเกิดจากการวิจัยอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความเชื่อมั่น และการเอาใจใส่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการ โดยผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการเมื่อระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ หากระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการนั้นๆ

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Akama and Kieti (2003) ซึ่งทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบซาฟารีใน Tsavo West National Park ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในทุกปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการเท่า ๆ กัน นอกจากนี้ยังแสดงผลว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 50.96 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 25.96 มีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด ร้อยละ 11.54 มีความพึงพอใจโดยรวมค่อนข้างมาก และร้อยละ 0.96 มีความพึงพอใจโดยรวมค่อนข้างน้อย และนอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวร้อยละ 23 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการซ้ำ และนักท่องเที่ยวบางคนก็มาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้หลายครั้งใน 1 ปี ด้านการศึกษาของ Gilbert and Wong (2003) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังต่อการใช้บริการสายการบินที่เดินทางมายังฮ่องกง โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้โดยสารจาก 4 ประเทศ ได้แก่ ชาวญี่ปุ่น ยุโรปตะวันตก จีน และอเมริกาเหนือ ใช้เครื่องมือ SERVQUAL ในการทำการศึกษา โดยศึกษาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การให้ความเชื่อมั่น สิ่งอำนวยความสะดวกพนักงาน รูปแบบการบิน การบริการพิเศษ และการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งได้เพิ่มและลดบางปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการจากรูปแบบเดิมของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1985) เพื่อให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบบริการของการบริการสายการบิน จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อจุดประสงค์หลัก 3 ด้าน ได้แก่ เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อมา

พักผ่อนในวันหยุด และมาเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และให้ระดับคะแนนความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นมากที่สุด ในขณะที่ให้ระดับคะแนนความคาดหวังต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือน้อยที่สุด

Kvist and Klefsjo (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยทำการศึกษาพื้นที่ทางตอนเหนือของประเทศสวีเดน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดทั้งก่อนรับบริการและหลังจาก รับบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ และอิตาลี ในการเข้ามาเที่ยวในประเทศสวีเดน ส่วน ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็น ลำดับที่สอง โดยเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ารับบริการ แต่หลังจาก นักท่องเที่ยวได้รับบริการแล้วพบว่าปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความ สำคัญลดลงไป ส่วนปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสำคัญเป็น ลำดับที่สาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจได้รับผลกระทบทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน ไป สรุปได้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความ น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแตกต่างกันระหว่างช่วงก่อนการรับ บริการและหลังจากรับบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากรับบริการที่ส่งผลต่อ การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่แตกต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ Wargenau and Che (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวไวน์และกลยุทธ์ทางการตลาด ในภาค ตะวันตกเฉียงใต้ของมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีแผนที่เส้นทางและป้าย โฆษณาเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และยังตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมี ผลิตภัณฑ์ไวน์ที่หลากหลาย และการสร้างบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวในไร่องุ่นรวมทั้งโรงบ่มไวน์ โดยปัจจัยเหล่านี้เป็นขั้นตอนในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวไวน์ที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อการสร้าง ความสัมพันธ์กับพันธมิตรที่เป็นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไร่องุ่นขนาดใหญ่ที่มีพันธมิตร ที่ดีแล้วมักจะมีร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และธุรกิจที่พักที่เป็นเครือข่ายเกี่ยวข้องกันเหล่านี้จะ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน ไร่องุ่นในภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย

ในด้านการการจัดลำดับของปัจจัยคุณภาพบริการซึ่งเป็นการศึกษาของ Chowdhary and Prakash (2007) พบว่า ผู้ให้บริการควรจัดลำดับปัจจัยในการให้บริการ โดยประเด็นแรกต้อง คำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมายที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นผลจากการแข่งขันและการ ทำการตลาดของอุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกันด้วยการเน้นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกโดยควรมีการเปลี่ยนแปลงจากการบริการที่มุ่งเน้นตัว

บุคคลไปมุ่งเน้นที่ลักษณะทางกายภาพของธุรกิจบริการ เช่น วัตถุประสงค์ของ และสถานที่ เป็นต้น ประเด็นที่สอง ควรเพิ่มความน่าเชื่อถือในการบริการมากขึ้น ประเด็นที่สาม ควรจัดลำดับคุณภาพบริการก่อนและหลังการใช้บริการของลูกค้าตามความแตกต่างของประเภทธุรกิจบริการ ประเด็นที่สี่ ควรเอาใจใส่ในด้านการบริการข้อมูล และการประมวลผลข้อมูลให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และประเด็นสุดท้าย ควรพิจารณาในเรื่องของการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมมากขึ้น นอกจากนี้การจัดลำดับปัจจัยคุณภาพบริการควรมีความแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการที่ให้บริการโดยตรงต่อตัวลูกค้าผู้รับบริการ ได้แก่ โรงพยาบาล โรงแรม ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย และฟิตเนส ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การให้ความเชื่อมั่น การเอาใจใส่ ค่าธรรมเนียม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

นอกจากนี้ การศึกษาของ Contini, Scarpellini and Polidori (2009) ในประเด็นการท่องเที่ยวงานเกษตรและการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษา เมืองวาลเดลซา(Valdelsa) ประเทศอิตาลี พบว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวงานเกษตรมีค่าเฉลี่ยต่อคืนประมาณ 66.88 ยูโร จากการศึกษาโดยรวมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวงานเกษตรเป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหารและที่พักในฟาร์ม ร้อยละ 59.9 ค่าอาหารจากร้านอาหารภายนอก ร้อยละ 13.3 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 5.9 ค่าของที่ระลึก ร้อยละ 1.4 ค่าเสื้อผ้าและรองเท้า ร้อยละ 1.3 และค่าจัดเลี้ยงในที่พัก ร้อยละ 3.3 ซึ่งค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเกษตรมีผลต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น และทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ผลกระทบเหล่านี้มีนัยสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของชุมชนอย่างมีนัยสำคัญคือ ความต้องการด้านร้านอาหาร ร้านค้า และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยในส่วนของร้านอาหารนั้นสร้างรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวงานเกษตร ร้อยละ 6.6 ของรายได้การท่องเที่ยวงานเกษตรทั้งหมด และส่งผลกระทบต่อจ้างงาน ร้อยละ 10.46 ของการจ้างงานภายในชุมชนทั้งหมด ในส่วนของร้านค้าสร้างรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวงานเกษตร ร้อยละ 7.34 ของรายได้การท่องเที่ยวงานเกษตรทั้งหมด และส่งผลกระทบต่อจ้างงาน ร้อยละ 8.74 ของการจ้างงานภายในชุมชนทั้งหมด และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสร้างรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวงานเกษตร ร้อยละ 3.46 ของรายได้การท่องเที่ยวงานเกษตรทั้งหมด และส่งผลกระทบต่อจ้างงาน ร้อยละ 6.64 ของการจ้างงานภายในชุมชนทั้งหมด

นอกจากนี้ยังศึกษาค้นคว้างานวิจัยในประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ และการท่องเที่ยวงานเกษตร สรุปได้ดังนี้

กมลทิพย์ ชูประทีป (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวงานเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ

ต่ำกว่า 21 ปี เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท โดยได้รับข้อมูลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์ เป็นการมาเที่ยวครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางซึ่งเป็นการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1 – 3 ชั่วโมง มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจส่วนใหญ่ คือ ฟาร์มผลิตเห็ด ส่วนกิจกรรมที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ การชมสวนเกษตร ด้านปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับที่มาก คือ ปัจจัยด้านสภาพภูมิศาสตร์ ด้านวัฒนธรรมและสังคม ด้านนโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ ด้านราคา และด้านความสะดวกในการเดินทาง และยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรณีศึกษา ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรีของ พัฒน์นรี เขียวกิตติธนา (2547) สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมีจุดอ่อนบางประเด็นในด้านการประชาสัมพันธ์ และป้ายบอกเส้นทาง การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่วนจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก และด้านการบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ส่วนด้านการตลาดท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตำบลบางรักน้อย คือ องค์ประกอบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง องค์ประกอบด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและด้านการเรียนรู้ยังไม่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น ปรับปรุงเส้นทางให้มีความปลอดภัย และควรให้ความสำคัญกับประชาชนในชุมชน โดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มากขึ้น นอกจากนี้ วิทยารรณ พัฒนพงษ์ (2547) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ ความพึงพอใจ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน ไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน ใช้ระยะเวลาในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงครามไม่เกิน 1,000 บาท ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้จากสื่อบุคคลมากที่สุด คือ รับรู้จากเพื่อน รองลงมาคือ ญาติ พี่น้อง และบริษัทนำเที่ยว ด้านปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยจูงใจภายใน คือ ต้องการได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน รองลงมาคือ การได้อยู่ใกล้ธรรมชาติ

และต้องการพักผ่อนคลายเครียด ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อคนในท้องถิ่นที่มี อธิษาศัยดี และด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านบวก โดยมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นทางเลือกใหม่ของการ ท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิง เกษตรจะประสบผลสำเร็จได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น และยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ และระดับ การศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกันอีกด้วย

จากการศึกษาของ พิรัชชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย (2548) ด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี สถานภาพโสดและสมรสใกล้เคียงกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และไม่ เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน ส่วนใหญ่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของรัฐ รับประทานอาหารท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางโทรทัศน์ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ส่วนใหญ่มา ในวันหยุดสุดสัปดาห์กับครอบครัว พาหนะที่ใช้เดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งหมด 1,001 – 2,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมากที่สุดประมาณ 500 บาทต่อครั้ง รองลงมาคือค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก ส่วนปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ รองลงมาคือความ ปลอดภัยในการท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทาง และยังพบว่า ความรู้เรื่องการท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน และในการศึกษา เรื่องความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเส้นทางโพธิ์พิสัย-รัตนวาปี จังหวัดหนองคาย โดยศึกษานักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวทั่วไป เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยว เจ้าของสวนเกษตร และผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวนั้น อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) พบว่า นักท่องเที่ยว เชิงเกษตรส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัยย่อย 7 ด้าน ซึ่งได้แก่ การเข้าถึง ความน่าประทับใจ ความนิยม/ปริมาณผู้เยี่ยมชม สิ่งอำนวยความสะดวก/ร้านอาหารและบริการต่างๆ การรวมกลุ่มของ แหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และฤดูกาลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก เพียง 3 ด้าน คือ ฤดูกาลท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน และความน่าประทับใจ สำหรับ กลุ่มที่สอง นักท่องเที่ยวทั่วไปมีความเห็นต่อปัจจัยโดยรวมและปัจจัยรายย่อย 6 ด้าน ได้แก่ การ เข้าถึง ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก/ร้านอาหารและบริการต่างๆ การรวมกลุ่มของแหล่ง ท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และฤดูกาลของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยด้านการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับมากที่สุด ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ศูนย์การเกษตรได้ข้อสรุปว่าการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหน่วยงานราชการมีความพร้อมในปัจจุบันที่มีความสำคัญทุกด้านในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวที่ทางเกษตรกรได้ทดสอบการจัดรูปแบบสวนเกษตรนั้นยังขาดความพร้อมในทุกปัจจัย จึงไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเป็นไปได้น้อย เพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นจำนวนน้อย และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีกำลังซื้อต่ำ จึงได้ให้ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไปในเรื่องการศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางพัฒนาสินค้า ของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมืองของจังหวัดหนองคายต่อไป ในด้านการศึกษาของ จอมขวัญ เวียงเงิน (2549) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ศูนย์วิจัยพืชสวนแพร่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสื่อความหมายและการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนด้านกิจกรรมและการบริการอื่นๆ ความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สำหรับการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการสื่อความหมาย และกิจกรรมและบริการอื่นๆ ในระดับมากที่สุด และยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการด้านการบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นอกจากนี้ อินิกานต์ ประไกรวัน (2549) ได้ศึกษาการพัฒนาการจัดการสวนเกษตร สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาสวนยอ “รอยัล ทโรปาร์ค” โดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านพื้นที่แวดล้อม พบว่า อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาอยู่ในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีศักยภาพเพียงพอในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ ด้านมุมมองจากผู้ประกอบการ โดยการสัมภาษณ์เจ้าของสวน พบว่า มีการบริหารจัดการแบบครอบครัว และยังขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ส่วนมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ต้องการให้มีการจัดบริเวณต่างๆ เช่น ที่พัก ลาดจอดรถ และแปลงสาธิตการเกษตร เป็นต้น ใช้อย่างเหมาะสม ต้องการผู้นำเที่ยวที่มีความรู้ ต้องการเห็นความเป็นกันเองระหว่างเจ้าของสวนและพนักงานในสวน ต้องการความรู้ในการทำการเกษตรอันจะนำไปประกอบอาชีพได้ และต้องการให้มีที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความสะอาด สะดวก และปลอดภัย และมุมมองด้านการจัดการ ควรมีรูปแบบของการบริหารจัดการ



ที่เป็นระบบ โดยแบ่งโครงสร้างองค์กรออกเป็นฝ่ายต่างๆ ทั้งนี้ผู้บริหารหรือเจ้าของสวนควรมีความเป็นผู้นำ และสามารถจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาให้ทำหน้าที่ของตนให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรให้ได้ด้วยความเต็มใจ มีการดำเนินงานทางด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการควบคุมการดำเนินงานเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ส่วนการศึกษาของบตี ปุชยายนันท์ และคณะ (2549) ใน เรื่องการศึกษาและวิเคราะห์การจัดทำแผนเพื่อการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่มีอายุโดยเฉลี่ย 32 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยเฉลี่ย 24,500 บาท วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว กลุ่มที่ต้องการพักผ่อนส่วนใหญ่ใช้บริการที่พักโรงแรม เกสต์เฮาส์ หรือบังกะโล โดยมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักประมาณ 780 บาท ต่อคืน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรส่งเสริมให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านระบบสาธารณูปโภคหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านธุรกิจการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ปัจจัยด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยด้านกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และยังพบว่า ระดับอายุ การประกอบอาชีพ และวุฒิการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ยังได้ข้อสรุปสำหรับปัจจัยที่ต้องได้รับการพัฒนาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ ด้านราคาหรืออัตราค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยว การรณรงค์สร้างจิตสำนึกรักธรรมชาติ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว มาตรการการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีคฤหาสน์ที่ท้องถิ่น ความรู้ที่ได้รับจากการเยี่ยมชม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่จอดรถ สุขา และระบบสาธารณูปโภค เป็นต้น ในด้านการศึกษาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของชมภาพร คงควร (2549) พบว่า กิจกรรมที่ชุมชนนำมาประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมธรรมชาติ รองลงมาเป็นการแปรรูปผลผลิตเกษตร การผลิตและการทอผ้าไหม/ผ้าฝ้าย ไร่นาสวนผสม การผลิตสินค้าหัตถกรรม การทำสวนไม้ดอกไม้ การพักอยู่กับชาวบ้าน การทำสวนผลไม้ การทำประมง การผลิตผักปลอดสารพิษ และการชมวิถีชีวิตชาวบ้าน และยังพบว่า ชุมชนมีศักยภาพด้านพื้นที่ในระดับสูง มีศักยภาพด้านบุคลากรระดับปานกลาง มีความสามารถในการให้บริการจัดการระดับปานกลาง และชุมชนมีความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในระดับมากที่สุด

สุขุมารณ์ ชันด์ศรี และพีรชัย กุลชัย (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทาง

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน และเป็นการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,900 บาท เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายพบว่า ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางเฉลี่ยเท่ากับ 930 บาท ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยเท่ากับ 930 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยเท่ากับ 330 บาท ค่าใช้จ่ายสำหรับเข้าชมสถานที่เฉลี่ยเท่ากับ 63 บาท ค่าใช้จ่ายด้านผลผลิตทางการเกษตร หรือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 140 บาท ค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึกและของฝากเฉลี่ยเท่ากับ 100 บาท ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ต้องการมาท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุด รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว รสชาติของผลไม้ในแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นกันเองของเจ้าของสวนและเจ้าหน้าที่ ความสะอาดของสถานที่ ความสะดวกในการเดินทาง และกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวนมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวน รสชาติของผลไม้ที่จัดให้ชิมในสวน และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในส่วนของผู้นำชมสวนและมัคคุเทศก์อยู่ในระดับปานกลาง และยังพบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจด้านข่าวสาร สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ และความรู้ที่ได้รับ ซึ่งข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของสวนและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องคือ ต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบมากขึ้น

ส่วนการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลลิ่มใต้ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ของเจนต์ธิดา โทลา (2550) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ และไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของฟาร์มกล้วยไม้ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านความรู้ และด้านกิจกรรมในระดับมากตามลำดับ ปัญหาส่วนใหญ่พบว่า ไม่มีแผนพับประชาสัมพันธ์แจก และผู้บรรยายประจำจุดต่างๆ มีจำนวนน้อย และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ ภูมิลำเนา และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน นอกจากนี้ ชลธิชา พู่เจริญ (2550) ได้ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว คือ มีความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ มีการนำเสนอความน่าสนใจด้านวิถีชีวิต

และประเพณีวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ปัจจัยด้านราคา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านการให้ส่วนลดต่างๆ ปัจจัยด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญระดับมาก ในเส้นทางที่เป็นถนนลาดยาง และสามารถขับรถส่วนตัวเข้าไปได้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญระดับมาก ในการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารการท่องเที่ยว เป็นต้น ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและข้อควรระวังขณะท่องเที่ยว ต้องการให้พื้นที่ท่องเที่ยวในไรซ์ชาามีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ การสาธิตการปลูกชา การดูแลรักษา การเก็บชา และกระบวนการผลิตชา ปัจจัยด้านราคา นักท่องเที่ยวต้องการให้มีเงินผ่อนส่วนลดต่างๆ และให้ความหลากหลายในช่องทางการชำระเงิน ปัจจัยด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับไรซ์ชา และมีการจัดเทศกาลชา และยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ และความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน ส่วนการศึกษาของ น้ำฝน แซ่มบำรุง (2550) ในเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ทำงานรัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนจำนวน 1 คืน ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่จากเพื่อนบ้านและคนรู้จัก นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ พบว่า บ้านพักมีจำนวนไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเพิ่มจำนวนเตียงให้มากขึ้น พร้อมทั้งจัดหาสถานที่สำหรับการเดินที่ให้เพียงพอ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

ด้านการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรีนั้น ดวงกมล รักขยัน (2552) ได้ผลสรุปว่า ผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,500-10,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีสถานภาพโสด ผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อนแนะนำ มีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการมา

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท และพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านคือ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้มาท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน และผู้มาท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะในการเดินทางต่างกัน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันในด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และระดับความคิดเห็นของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับความพึงพอใจ และได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาระบบการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนในท้องถิ่น สังคม เศรษฐกิจ และสภาพสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่นได้ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น และศึกษาแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีเพื่อเป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การศึกษาของวันทนา ฉิมบ้านดอน (2552) เรื่องการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางไผ่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี พบว่า ชุมชนบางไผ่สมัยก่อนเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ยากต่อการเข้าถึง แต่หลังจากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสร้างสะพาน และการตัดถนน ทำให้การเดินทางสะดวกสบายขึ้น จึงได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และได้มีการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการสนับสนุนจากภาครัฐให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยให้แต่ละหมู่บ้านสร้างทรัพยากรการท่องเที่ยวขึ้นมา เช่น วิธีการดำเนินชีวิต วิธีการทำเกษตรกรรม เน้นการอนุรักษ์วิถีชีวิต ประเพณีดั้งเดิมไว้ เพื่อเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวให้หลากหลายและแพร่หลายมากขึ้น ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น คือ การเป็นพื้นที่ที่มีการทำเกษตรกรรมที่หลากหลาย เช่น เป็นแหล่งผลิตมะพร้าวแหล่งใหญ่ ของประเทศ การทำสวนส้ม การทำสวนต้นจาก การประมง และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและเพื่อประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ ภูมิประเทศยังมีลำคลองจำนวนมาก สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับสายน้ำ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกิดขึ้น การเดินทางเพื่อเข้าถึงพื้นที่ที่มีความสะดวกทำให้เอื้อต่อนักท่องเที่ยวที่มีเวลาในการท่องเที่ยวจำกัด รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมีทั้งกิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมบ้านพัก โฮมสเตย์ กิจกรรมด้านการแสดงวิถีชีวิตด้านการเกษตรและวัฒนธรรม โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยว 2 รูปแบบ คือ แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตร มีลักษณะดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน และแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเฉพาะรายบุคคล หรือรายกิจกรรม เป็นสวนหรือไร่ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ และพบว่าชุมชนท้องถิ่นมีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ



[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ท่องเที่ยวในด้านที่ตนถนัด โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านเงื่อนไขอื่น ๆ เช่น สถานที่ หรือเงินทุน เป็นต้น นอกจากนี้ กุลหญิง ชียงคະບຸຕຣ (2553) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ บ้านจอมแจ้ง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งพบว่า การรวมกลุ่มทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้เป็นอย่างดี และเป็นการกระจายผลประโยชน์ไปสู่กลุ่มต่างๆ ในหมู่บ้านอย่างทั่วถึง รายได้ที่เกิดขึ้นล้วนเป็นของสมาชิกกลุ่มและคนในชุมชนทุกคน ปัจจัยที่เป็นศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ สิ่งสาธารณูปโภค บุคลากร สถานที่พักอาศัย และกิจกรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการต้อนรับ การให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ การมีส่วนร่วมของชุมชน ความเป็นมิตร การให้ความช่วยเหลือ ความสะอาดเป็นระเบียบของที่พัก รูปแบบของกิจกรรมมีความเหมาะสมกับประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ส่วนสิ่งที่ควรปรับปรุง ได้แก่ สภาพแวดล้อม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกบางประการ เช่น ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น อีกทั้งการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ พลั๊กขมิ เมืองเกิด (2553) สรุปได้ว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอน้ำหนาวควรมีการปรับปรุงในด้านความสะดวกของพาหนะเดินทาง ป้ายชี้ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และห้องน้ำที่ไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังขาดความร่วมมือจากคนในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งควรมีการจัดวิทยากรหรือมัคคุเทศก์เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน จากการศึกษาของ อรรถภัทร ณรงค์ชัย (2553) ได้ทำการศึกษายุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์การบริหารส่วนตำบลบุเปือย อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ในด้านการบริหารกำลังคน มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบแบ่งงานกันทำ เช่น เจ้าของสวนมีหน้าที่ในการพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมสวน แนะนำ และสาธิตการขยายพันธุ์พืช ส่วนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ สาธิตการทำพร้อมแนะนำช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งในการทำงานสอดคล้องกับความรู้ความสามารถ และศักยภาพของแต่ละคนที่มีอยู่ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามความรู้ความสามารถที่แต่ละคนมีอยู่ให้มากที่สุด โดยใช้ทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นการจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในชุมชน โดยถือวิถีการดำเนินชีวิตในด้านการเกษตรเป็นหลัก

จากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเลย ชุติมา วิวัฒน์ภัทรกุล (2554) ได้สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มาเที่ยวศูนย์การวิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเลยเป็นครั้งแรก โดยได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก โดยกิจกรรมที่

นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดคือ ชมไม้ดอกเมืองหนาว ส่วนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการให้จัดเพิ่มคือ การเก็บและชิมผลสตรอเบอร์รี่สดจากไร่ ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจกับราคาของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นลำดับแรก ด้านสถานที่จัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในด้านความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก และด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก และการศึกษาของเพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่น ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 49 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,000 – 39,999 บาท ใน 1 ปีที่ผ่านมาได้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่นเพียงครั้งเดียว มีเพื่อนและญาติเป็นผู้ให้ข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง จุดประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจ ร่วมเดินทางกับครอบครัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 10,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่นในปัจจุบันกำหนดคุณภาพทั้ง 5 ปัจจัยต่างกัน ยกเว้นระดับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคาดหวังที่ต่างกันในปัจจุบันกำหนดคุณภาพทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น ทางด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวพบว่าเพศต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่นไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัย อายุและรายได้ที่ต่างกัน มีการรับรู้ต่อปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่นแตกต่างกันทุกปัจจัย ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่นแตกต่างกันในทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยทางด้านการให้ความเชื่อมั่น และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจุบันทางด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยมีค่าความพึงพอใจโดยรวม -0.132 แสดงถึงการส่งมอบคุณภาพบริการของร่องุ่น ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

## 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนำมาสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ และได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อทำการทดสอบไว้ 3 สมมติฐาน ได้แก่



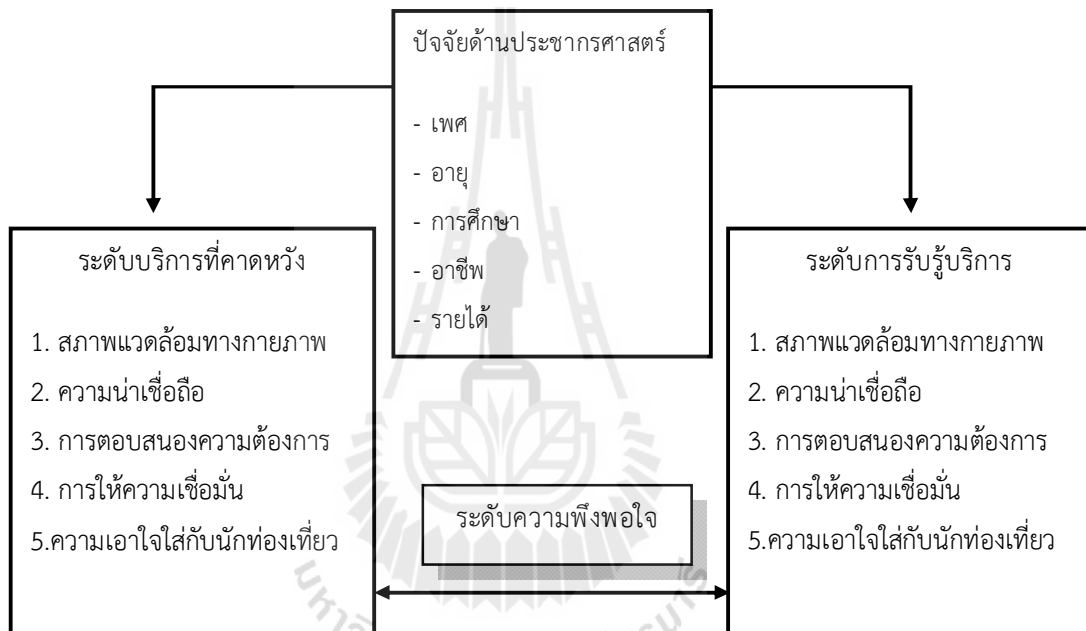
[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้การบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความแตกต่างกัน

ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยแสดงได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : ปรับปรุงจาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวิธีในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 วิธีกรวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ซึ่งมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) สวนอุนงูเรือวโนทยาน ชาโต้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และ3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย
2. กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานงานวิจัย
3. พัฒนารอบแนวคิดงานวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา
5. เลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
6. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
7. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมาย
8. วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมุติฐานงานวิจัย
9. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย
10. นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

### 3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.2.1 ประชากร

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้เน้นศึกษาประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา โดยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา เลย และสกลนคร

#### 3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทำวิจัยนั้น ได้กำหนดจำนวนของตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane (ฮานินทร์ ศิลปจารุ, 2550) โดยไม่ทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่แน่นอน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{d^2}$$

โดยที่

- $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- $P(1-P)$  = ค่าความแปรปรวนของค่าสัดส่วน โดยกำหนดให้  $P$  มีค่าเท่ากับ 0.5
- $e$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05
- $Z$  = ระดับความเชื่อมั่น ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ราย} \end{aligned}$$

ในการวิจัยครั้งนี้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ราย โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน (Simple Random Sampling)

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ตารางที่ 3.1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจังหวัด

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
นครราชสีมา (ปากช่อง)	577,867	205
สกลนคร	228,145	90
เลย	238,756	90
รวม	1,044,768	385

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว 2554

จากการคำนวณดังตารางที่ 3.1 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 385 ตัวอย่าง โดยจำแนกออกเป็น 3 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา อำเภอปากช่องจำนวน 205 ตัวอย่าง จังหวัดสกลนครจำนวน 90 ตัวอย่าง และจังหวัดเลยจำนวน 90 ตัวอย่าง

### 3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้กำหนดสถานที่ทำวิจัย 3 แห่ง ได้แก่ 1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) สวนอุนงูเรือวโนทยาน ขาโต้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

### 3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ครอบครัว มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีจำนวน 10 ข้อ ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว จุดประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยว เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายด้านพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พัก ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันทางด้านคุณภาพบริการทั้ง 5 ปัจจัย โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้เครื่องมือที่ประยุกต์มาจาก SERVQUAL ของ Parasuraman Zeithaml และ Berry (1985) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการบริการทั้ง 5 ปัจจัย จำนวน 36 ข้อ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทาง

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

กายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

คะแนนจากการกำหนดค่าดังกล่าวมาประเมินค่า (Rating Scale) จะนำมาแปลความหมายของช่วงคะแนนตามสูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ดังนี้

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

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวัง/การรับรู้ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวัง/การรับรู้ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวัง/การรับรู้ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวัง/การรับรู้ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวัง/การรับรู้ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่น ๆ เป็นแบบคำถามปลายเปิด เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิด เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และคุณภาพการให้บริการของธุรกิจบริการ
2. กำหนดกรอบและขอบเขตของแบบสอบถาม โดยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมุติฐานของงานวิจัย โดยเรียงลำดับตามลักษณะของคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย
3. สุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามและการปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้อง
4. สร้างแบบสอบถามตามกรอบและขอบเขตที่ได้ตั้งไว้ โดยมีแนวทางการตั้งคำถามตามที่ได้สรุปจากข้อที่ 3

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

5. นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัย จำนวน 2 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย ทีพชุมหะเถียร จากสำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิรชญา มณีเนตร จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัย

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงจากข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญข้อที่ 5 ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 30 ราย เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เฉพาะในส่วนที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยจะพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดในเครื่องมือที่ว่าจัดอยู่ในปัจจัยกลุ่มเดียวกันหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทดสอบมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( ) ไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากอยู่ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ (สุวิมล ติรกานนท์, 2550)

7. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เป้าหมาย

### 3.5 ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่นำมาใช้ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในส่วนที่มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คือแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงได้นำมาทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ดังนี้

การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค

$$\alpha = \frac{k \bar{r}}{1 + (k - 1) \bar{r}}$$

โดยที่	$\alpha$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	$\bar{r}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$k$	แทน	จำนวนคำถาม



ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัย	จำนวนข้อ คำถาม	Cronbachs' Alpha	
		ความคาดหวัง	การรับรู้
คุณภาพบริการ	26	0.971	0.954
- ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	5	0.873	0.851
- ด้านความน่าเชื่อถือ	5	0.890	0.874
- ด้านการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	5	0.878	0.831
- ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	5	0.902	0.852
- ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	6	0.955	0.934

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

จากตารางที่ 3.2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบักของแบบสอบถามในปัจจัยคุณภาพบริการทั้งด้านความคาดหวัง และการรับรู้โดยรวมมีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบความน่าเชื่อถือที่ระดับ 0.7 สำหรับการวิเคราะห์รายด้านด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก พบว่า ทุกองค์ประกอบในปัจจัยคุณภาพบริการทั้งด้านความคาดหวัง และการรับรู้ ได้แก่ องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว มีค่าเข้าใกล้ 1 เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และมีความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างเหมาะสม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data sources) ดังต่อไปนี้

3.6.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากหน่วยงานต่างๆ หรือองค์การที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่ได้จากหนังสือ บทความในวารสาร รายงานการประชุม สัมมนาวิชาการ บทความออนไลน์ รายงานการวิจัย บทความวิชาการ เป็นต้น

3.6.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เป้าหมายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้งสิ้นอย่างน้อย 385 คน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และให้ประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กันอย่างน้อย 385 คน

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าความถี่ หรือร้อยละ (Frequency)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการตั้งสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐาน: ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมุติฐาน: ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งสมมุติฐานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบ หากพบว่ามีความแตกต่างกัน ทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe's method เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ จะใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) ในการทดสอบความสัมพันธ์ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และความสัมพันธ์ต่อระดับบริการที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ

สมมุติฐาน: ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับ การรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ตัวแปรแบบจับคู่ (Paired-Sample T Test) ในการทดสอบความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว ด้านความเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว ได้จากการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) ของระดับคะแนนของบริการที่คาดหวังและระดับคะแนนของการรับรู้คุณภาพบริการ ในแต่ละปัจจัย แล้วนำมาแทนค่าในสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{ระดับความพึงพอใจ} = \text{ระดับคะแนนของการรับรู้บริการ} - \text{ระดับคะแนนของบริการที่คาดหวัง}$$
$$\text{Service Quality} = \text{Perceived Service (PS)} - \text{Expected Service (ES)}$$

ถ้าคะแนนการรับรู้มากกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $PS - ES > 0$ ) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และถ้าระดับคะแนนมากขึ้น แสดงว่าคุณภาพการบริการจะดีขึ้นตามลำดับ

ถ้าคะแนนการรับรู้น้อยกว่าคะแนนความคาดหวัง ( $PS - ES < 0$ ) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดี และถ้าระดับคะแนนติดลบมากขึ้น แสดงว่าคุณภาพบริการยิ่งลดลงตามลำดับ

ถ้าคะแนนการรับรู้เท่ากับคะแนนความคาดหวัง ( $PS - ES = 0$ ) หมายถึง การส่งมอบคุณภาพบริการที่เพียงพอ เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 205 ตัวอย่าง สวนอัญมณีเรือโนทยาน (ซาโต้ เดอ เลย์) อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย จำนวน 90 ตัวอย่าง และศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 90 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 4.4 ผลการทดสอบสมมุติฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	158	41.0
หญิง	227	59.0
รวม	385	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 20 ปี	21	5.5
20 – 29 ปี	94	24.4
30 – 39 ปี	114	29.6
40 – 49 ปี	106	27.5
50 – 59 ปี	33	8.6
60 ปีขึ้นไป	17	4.4
รวม	385	100
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น	44	11.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	50	13.0
อนุปริญญา/ปวส.	44	11.4
ปริญญาตรี	176	45.8
สูงกว่าปริญญาตรี	61	15.8
อื่นๆ	10	2.6
รวม	385	100
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	18.7
พนักงานบริษัท	115	29.9
ทำธุรกิจส่วนตัว	83	21.6
นักเรียน/นักศึกษา	50	13.0
รับจ้างทั่วไป	11	2.9
แม่บ้าน	16	4.2
เกษตรกร	26	6.7
เกษียณอายุ	10	2.5
อื่นๆ	2	0.5
รวม	385	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	102	26.5
10,000 – 19,999 บาท	93	24.2
20,000 – 29,999 บาท	83	21.6
30,000 – 39,999 บาท	40	10.4
40,000 – 49,999 บาท	17	4.3
50,000 บาทขึ้นไป	50	13.0
รวม	385	100

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
1 ครั้ง	233	60.5
2 ครั้ง	68	17.7
3 ครั้ง	47	12.2
มากกว่า 3 ครั้ง	37	9.6
รวม	385	100



ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว		
วันหยุดสุดสัปดาห์	220	57.2
วันหยุดเทศกาล	77	20.0
วันธรรมดา	51	13.2
อื่นๆ	37	9.6
รวม	385	100
จุดประสงค์หลักของการเดินทางมา ท่องเที่ยวครั้งนี้		
พักผ่อนหย่อนใจ	224	58.2
ศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร	37	9.5
ศึกษารวมชาติ/ศิลปวัฒนธรรม	32	8.3
เยี่ยมครอบครัว	8	2.1
ประชุม/สัมมนา/ดูงาน	44	11.4
ซื้อของฝาก	4	1.0
สังสรรค์กับหมู่คณะ	31	8.1
ตามรอยละคร	1	0.3
ชมการแสดงดนตรี/คอนเสิร์ต	1	0.3
อื่นๆ	3	0.8
รวม	385	100
เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวครั้งนี้		
ใกล้ที่พัก	38	9.9
ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว	115	29.9
เดินทางสะดวก	73	19.0
เพื่อนชักชวน/แนะนำ	42	10.9
การประชาสัมพันธ์และข่าวสาร	44	11.4
เป็นคนในพื้นที่	9	2.3
อยู่ในเส้นทางผ่าน	46	11.9
อื่นๆ	18	4.7
รวม	385	100

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	230	59.7
รถเช่า	34	8.8
รถประจำทาง	14	3.6
รถนำเที่ยวของบริษัททัวร์	106	27.5
อื่นๆ	1	0.4
รวม	385	100
ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่ใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนี้		
น้อยกว่า 10,000 บาท	287	74.5
10,000 – 19,999 บาท	74	19.2
20,000 – 29,999 บาท	9	2.4
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	15	3.9
รวม	385	100
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 1,000 บาท	131	34.0
1,000 – 2,999 บาท	147	38.2
3,000 – 4,999 บาท	59	15.3
ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป	48	12.5
รวม	385	100
ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 1,000 บาท	158	41.0
1,000 – 2,999 บาท	132	34.3
3,000 – 4,999 บาท	58	15.1
ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป	37	9.6
รวม	385	100

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 1,000 บาท	231	60.0
1,000 – 2,999 บาท	117	30.4
3,000 – 4,999 บาท	25	6.5
ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป	12	3.1
รวม	385	100
ค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 1,000 บาท	134	34.8
1,000 – 2,999 บาท	108	28.1
3,000 – 4,999 บาท	48	12.5
ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป	24	6.2
ไม่มีค่าที่พัก	71	18.4
รวม	385	100

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 เหตุผลหลักคือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41 ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง				การรับรู้			
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับการ รับรู้	ลำดับ
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ								
- สภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยว คงความเป็นธรรมชาติ	3.98	0.923	มาก	1	4.30	0.744	มากที่สุด	1
- สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม	3.93	0.887	มาก	2	4.19	0.768	มาก	2
- มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจใน การดึงดูดนักท่องเที่ยว	3.91	0.890	มาก	3	4.17	0.749	มาก	3
- สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.87	0.881	มาก	4	4.15	0.784	มาก	4
- เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมี ความพร้อม และเพียงพอต่อการให้บริการ	3.82	0.914	มาก	5	4.10	0.799	มาก	5
รวม	3.90	0.777	มาก	3	4.18	0.630	มาก	3

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง				การรับรู้			
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับการ รับรู้	ลำดับ
ด้านความน่าเชื่อถือ								
- สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยวทั่วไป	4.13	0.845	มาก	1	4.33	0.739	มากที่สุด	1
- มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.02	0.898	มาก	2	4.26	0.799	มากที่สุด	2
- บุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและ อุปกรณ์ในการให้บริการ	3.99	0.900	มาก	3	4.25	0.795	มากที่สุด	3
- มีป้ายประกาศวัน เวลา ในการเปิด - ปิด การ บริการ ให้เห็นอย่างชัดเจน	3.94	0.911	มาก	4	4.16	0.868	มาก	5
- บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.93	0.929	มาก	5	4.21	0.778	มากที่สุด	4
รวม	4.00	0.779	มาก	2	4.24	0.656	มากที่สุด	2



ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง				การรับรู้			
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับการ รับรู้	ลำดับ
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว								
- จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.94	0.935	มาก	1	4.21	0.760	มากที่สุด	1
- จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ	3.92	0.965	มาก	2	4.10	0.895	มาก	4
- มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะ	3.88	0.947	มาก	3	4.14	0.825	มาก	3
- จำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัยเพียงพอต่อความต้องการ	3.85	0.935	มาก	4	4.09	0.807	มาก	5
- มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอ	3.85	0.924	มาก	4	4.15	0.830	มาก	2
รวม	3.89	0.819	มาก	4	4.14	0.644	มาก	4

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง				การรับรู้			
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับการ รับรู้	ลำดับ
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว								
- บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	3.97	0.856	มาก	1	4.30	0.774	มากที่สุด	1
- มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.94	0.888	มาก	2	4.18	0.815	มาก	2
- มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ	3.90	0.927	มาก	3	4.16	0.829	มาก	3
- มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการ	3.89	0.937	มาก	4	4.15	0.851	มาก	4
- บุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ	3.78	0.883	มาก	5	4.12	0.815	มาก	5
รวม	3.90	0.794	มาก	3	4.18	0.687	มาก	3
ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว								
- บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ	4.10	0.882	มาก	1	4.34	0.767	มากที่สุด	1
- บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.06	0.874	มาก	2	4.31	0.750	มากที่สุด	2

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง				การรับรู้			
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คาดหวัง	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับการ รับรู้	ลำดับ
- บุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้	4.00	0.901	มาก	3	4.24	0.798	มากที่สุด	3
- บุคลากรมีความสามารถด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	3.99	0.924	มาก	4	4.24	0.782	มากที่สุด	3
- บุคลากรมีเพียงพอในการให้บริการ	3.98	0.903	มาก	5	4.22	0.776	มากที่สุด	4
- บุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยว	3.91	0.897	มาก	6	4.18	0.797	มาก	5
รวม	4.01	0.811	มาก	1	4.25	0.678	มากที่สุด	1

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยววงความเป็นธรรมชาติในระดับมากเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และ 3.91 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือมีการรับรู้ในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยววงความเป็นธรรมชาติในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ 4.17 ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 3.99 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ 4.25

ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านจำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ 3.88 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นแรกคือ จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลายและมีจำนวนเพียงพอ และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ 4.14 ตามลำดับ

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และ 3.90 ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ ประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ 4.16

ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และ 4.00 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ 4.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง			การรับรู้		
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความ คาดหวัง	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ การรับรู้
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	4.01	0.811	มาก	4.25	0.678	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.00	0.779	มาก	4.24	0.656	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.90	0.777	มาก	4.18	0.630	มาก

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ตารางที่ 4.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ความคาดหวัง			การรับรู้		
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับการรับรู้
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	3.90	0.794	มาก	4.18	0.687	มาก
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.89	0.819	มาก	4.14	0.644	มาก

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.90 ซึ่งหลังจากที่ได้รับบริการแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.18

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 385 ตัวอย่าง สามารถนำมาทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามที่กำหนดไว้ ดังนี้

- 4.4.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



4.4.1.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	t จากการ คำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	2.377	0.018*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	2.292	0.023*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	1.314	0.190	ยอมรับ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	1.871	0.062	ยอมรับ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	1.718	0.087	ยอมรับ $H_0$
รวม	2.086	0.038*	ปฏิเสธ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  โดยมีค่า p - values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น จึงทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของ  
นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศเป็นรายคู่

ปัจจัยคุณภาพบริการ	เพศ	เพศ	
		ชาย	หญิง
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
- เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ			
นักท่องเที่ยวมีความพร้อม และ			
เพียงพอต่อการให้บริการ			
	ค่าเฉลี่ย	3.70	3.90
	ชาย	3.70	-
	หญิง	3.90	-
- มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมี			
ความน่าสนใจในการดึงดูด			
นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว			
	ค่าเฉลี่ย	3.78	4.01
	ชาย	3.78	-
	หญิง	4.01	-
ด้านความน่าเชื่อถือ			
- มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่อ			
อำนวยความสะดวกให้แก่			
นักท่องเที่ยว			
	ค่าเฉลี่ย	3.91	4.10
	ชาย	3.91	-
	หญิง	4.10	-
- บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่			
นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ			
	ค่าเฉลี่ย	3.81	4.01
	ชาย	3.81	-
	หญิง	4.01	-
- บุคลากรมีความชำนาญในการใช้			
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ			
	ค่าเฉลี่ย	3.85	4.09
	ชาย	3.85	-
	หญิง	4.09	-

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2553 และการคำนวณ

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยคาดหวังในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยคาดหวังในด้านการมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

4.4.1.2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการ คำนวณ	P – value*	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	2.837	0.016*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	2.640	0.023*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	2.740	0.019*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	2.285	0.046*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	2.869	0.015*	ปฏิเสธ $H_0$
รวม	3.031	0.011*	ปฏิเสธ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในทุกด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	อายุ	อายุ					
		1	2	3	4	5	6
ด้านความน่าเชื่อถือ - สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป	ค่าเฉลี่ย	4.10	4.32	4.05	3.93	4.55	4.12
	1	4.10	-.224	.043	.161	-.450	-.022
	2	4.32	-	.267	.385	-.226	.202
	3	4.05		-	.119	-.493	-.065
	4	3.93			-	-.611*	-.184
	5	4.55				-	.428
	6	4.12					-

ตารางที่ 4.8 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการ  
ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	อายุ	อายุ					
		1	2	3	4	5	6
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับ							
นักท่องเที่ยว							
- บุคลากรยอมรับข้อบกพร่อง	ค่าเฉลี่ย	3.71	3.96	3.86	3.54	4.03	3.41
เมื่อเกิดการผิดพลาดในการ							
ให้บริการ							
	1	3.71	-	-.243	.177	-.316	.303
	2	3.96	-	.098	.420*	-.073	.546
	3	3.86		-	.322	-.171	.448
	4	3.54			-	-.493	.126
	5	4.03				-	.619
	6	3.41					-
ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว							
- บุคลากรมีความเต็มใจใน							
การให้บริการ							
	ค่าเฉลี่ย	4.10	4.20	4.04	3.93	4.67	3.88
	1	4.10	-	-.107	.051	-.571	.213
	2	4.20	-	.158	.268	-.465	.320
	3	4.04		-	.110	-.623*	.162
	4	3.93			-	-.733*	.052
	5	4.67				-	.784
	6	3.88					-

ตารางที่ 4.8 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการ  
ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการ	อายุ	อายุ						
		1	2	3	4	5	6	
- บุคลากรสามารถให้บริการได้ ตรงตามเวลาที่ระบุไว้	ค่าเฉลี่ย	3.52	4.15	3.96	3.87	4.42	4.06	
	1	3.52	-	-.625	-.432	-.344	-.900*	-.535
	2	4.15		-	.193	.281	-.275	.090
	3	3.96			-	.088	-.468	-.103
	4	3.87				-	-.556	-.191
	5	4.42					-	.365
	6	4.06						-

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

หมายเหตุ 1 หมายถึง ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี, 2 หมายถึง ช่วงอายุ 20 – 29 ปี, 3 หมายถึง ช่วงอายุ 30 – 39 ปี, 4 หมายถึง ช่วงอายุ 40 – 49 ปี, 5 หมายถึง ช่วงอายุ 50 – 59 ปี และ 6 หมายถึง ช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 40 – 49 ปี และยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี และในประเด็นด้านบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 20 – 29 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 40 – 49 ปี



4.4.1.3 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการคำนวณ	P – value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1.369	0.235	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.984	0.427	ยอมรับ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.642	0.667	ยอมรับ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	0.543	0.743	ยอมรับ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	0.308	0.908	ยอมรับ $H_0$
รวม	0.737	0.569	ยอมรับ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  โดยมีค่า p – values มากกว่า 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

- 4.4.1.4 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- $H_0$  : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน
- $H_1$  : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1.146	0.331	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	1.231	0.280	ยอมรับ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.155	0.030*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	1.331	0.227	ยอมรับ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	1.641	0.112	ยอมรับ $H_0$
รวม	1.483	0.162	ยอมรับ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  โดยมีค่า p - values มากกว่า 0.05 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

- 4.4.1.5 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มีผลต่อความคาดหวัง  
คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- $H_0$  : รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน
- $H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว  
เชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการ คำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.011	0.001*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	2.731	0.019*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	2.566	0.027*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	1.873	0.098	ยอมรับ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	2.754	0.019*	ปฏิเสธ $H_0$
รวม	3.150	0.008*	ปฏิเสธ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p - values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ  
การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการ  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความ  
น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว  
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวัง  
คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่  
พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการ  
ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยคุณภาพ บริการ	รายได้	รายได้						
		1	2	3	4	5	6	
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ								
- สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	ค่าเฉลี่ย	3.83	4.04	3.58	3.90	4.18	3.96	
	1	3.83	-	-.210	.255	-.067	-.343	-.127
	2	4.04		-	.465*	.143	-.133	.083
	3	3.58			-	-.322	-.589	-.382
	4	3.90				-	-.276	-.060
	5	4.18					-	.216
	6	3.96						-
- สภาพแวดล้อมโดยล้อม บริเวณแหล่งท่องเที่ยว คงความเป็นธรรมชาติ	ค่าเฉลี่ย	3.90	4.16	3.65	4.00	4.41	4.16	
	1	3.90	-	-.259	.251	-.098	-.510	-.258
	2	4.16		-	.511*	.161	-.250	.001
	3	3.65			-	-.349	-.761	-.509
	4	4.00				-	-.412	-.160
	5	4.41					-	.252
	6	4.16						-

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

หมายเหตุ 1 หมายถึง รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, 2 หมายถึง 10,000 – 19,999 บาท, 3 หมายถึง 20,000 – 29,999 บาท, 4 หมายถึง 30,000 – 39,999 บาท, 5 หมายถึง 40,000 – 49,999 บาท และ 6 หมายถึง 50,000 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท

4.4.2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.4.2.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	t จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0.731	0.466	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	1.491	0.137	ยอมรับ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	1.098	0.273	ยอมรับ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	0.369	0.712	ยอมรับ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	1.265	0.207	ยอมรับ $H_0$
รวม	1.153	0.250	ยอมรับ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  โดยมีค่า p - values มากกว่า 0.05 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

4.4.2.2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	0.902	0.480	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	2.377	0.038*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.123	0.062	ยอมรับ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	0.926	0.464	ยอมรับ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	1.131	0.344	ยอมรับ $H_0$
รวม	1.776	0.117	ยอมรับ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  โดยมีค่า  $p$  - values มากกว่า 0.05 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่าไม่มี ความแตกต่างกัน



- 4.4.2.3 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- $H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน
- $H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	2.167	0.057	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	1.792	0.113	ยอมรับ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	1.774	0.117	ยอมรับ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	2.797	0.017*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	1.959	0.084	ยอมรับ $H_0$
รวม	2.522	0.059	ยอมรับ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า  $p$  - values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

4.4.2.4 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1.441	0.178	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	2.426	0.014*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.528	0.011*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	2.087	0.036*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	2.278	0.022*	ปฏิเสธ $H_0$
รวม	2.646	0.008*	ปฏิเสธ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p - values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

4.4.2.5 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยคุณภาพบริการ	F จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1.344	0.245	ยอมรับ $H_0$
ด้านความน่าเชื่อถือ	1.267	0.278	ยอมรับ $H_0$
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.169	0.008*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	2.452	0.033*	ปฏิเสธ $H_0$
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	0.941	0.454	ยอมรับ $H_0$
รวม	2.004	0.077	ยอมรับ $H_0$

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  โดยมีค่า p - values มากกว่า 0.05 แสดงว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของ  
นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยคุณภาพ บริการ	รายได้	รายได้						
		1	2	3	4	5	6	
ด้านการตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว								
- จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอ ต่อความต้องการ	ค่าเฉลี่ย	4.28	4.18	4.18	3.78	3.94	3.72	
	1	4.28	-	.102	.104	.509	.343	.564*
	2	4.18	-	.002	.408	.242	.463	
	3	4.18	-	-	.406	.240	.461	
	4	3.78	-	-	-	-.166	.055	
	5	3.94	-	-	-	-	.221	
	6	3.72	-	-	-	-	-	
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับ นักท่องเที่ยว								
- มีระบบการดูแลรักษาความ ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	4.21	4.22	4.40	3.83	4.06	4.04	
	1	4.21	-	-.009	-.192	.381	.147	.166
	2	4.22	-	-	-.183	.390	.156	.175
	3	4.40	-	-	.573*	.339	.358	
	4	3.83	-	-	-	-.234	-.215	
	5	4.06	-	-	-	-	.019	
	6	4.04	-	-	-	-	-	

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

หมายเหตุ 1 หมายถึง รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, 2 หมายถึง 10,000 – 19,999 บาท, 3 หมายถึง 20,000 – 29,999 บาท, 4 หมายถึง 30,000 – 39,999 บาท, 5 หมายถึง 40,000 – 49,999 บาท และ 6 หมายถึง 50,000 บาทขึ้นไป

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท

#### 4.4.3 เปรียบเทียบความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$H_0$  : ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในภาพรวม

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	t จากการคำนวณ	p-values
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.18	3.90	0.28	6.042	.000*
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.24	4.00	0.24	5.430	.000*
ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.14	3.89	0.25	5.467	.000*
ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	4.18	3.90	0.28	6.066	.000*
ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	4.25	4.01	0.24	5.601	.000*
รวม	4.20	3.94	0.26	6.290	.000*

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า  $t$  ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า  $p$  - values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งในภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และความคาดหวังคุณภาพบริการ พบว่า โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนไปท่องเที่ยวกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้ภายหลังจากไปท่องเที่ยว มีความสอดคล้องไปในระดับเดียวกัน กล่าวคือ ลำดับแรกเป็นด้านการเอาใจใส่ รองลงมาเป็นด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ นอกจากนี้ช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้มีค่าไม่มากนัก ยิ่งแสดงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นไปในแนวทางที่คาดหวังไว้ก่อนล่วงหน้า ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการทุกด้าน คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

เมื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นรายด้าน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4.20 - 4.24 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย การรับรู้	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง	ความพึง พอใจ	t จากการ คำนวณ	p-values
สถานที่ท่องเที่ยวมีการตกแต่ง สวยงาม	4.19	3.93	0.26	4.806	.000*
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	4.15	3.87	0.28	5.130	.000*
สภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณ แหล่งท่องเที่ยวคงความเป็น ธรรมชาติ	4.30	3.98	0.32	6.223	.000*



ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	t จากการคำนวณ	p-values
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพร้อม และเพียงพอต่อการให้บริการ	4.10	3.82	0.28	5.132	.000*
มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว	4.17	3.91	0.26	4.805	.000*
รวม	4.18	3.90	0.28	6.042	.000*

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในภาพรวม และทุกรายข้อมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติสูงที่สุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	t จากการคำนวณ	p-values
สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป	4.33	4.13	0.20	4.078	.000*
มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว	4.26	4.02	0.24	4.723	.000*
มีป้ายประกาศวัน เวลา ในการเปิด - ปิด การบริการให้เห็นอย่างชัดเจน	4.16	3.94	0.22	4.161	.000*
บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.21	3.93	0.28	5.402	.000*
บุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	4.25	3.99	0.26	5.031	.000*
รวม	4.24	4.00	0.24	5.430	.000*

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\*p<.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กกับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านความน่าเชื่อถือในภาพรวม และทุกรายข้อมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	t จากการคำนวณ	p-values
จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ	4.10	3.92	0.18	3.056	.002*
จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการ	4.21	3.94	0.27	5.185	.000*
จำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูรสขอนามัยเพียงพอต่อความต้องการ	4.09	3.85	0.24	4.524	.000*
มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอ	4.15	3.85	0.30	5.482	.000*
มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะ	4.14	3.88	0.26	5.186	.000*
รวม	4.14	3.89	0.25	5.467	.000*

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\* $p < .05$

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กกับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในภาพรวม และทุกรายข้อมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงสุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว

ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	t จากการคำนวณ	p-values
บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.30	3.97	0.33	6.270	.000*
บุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ	4.12	3.78	0.34	6.396	.000*
มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.18	3.94	0.24	4.597	.000*
มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ	4.16	3.90	0.26	4.772	.000*
มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการ	4.15	3.89	0.26	4.956	.000*
รวม	4.18	3.90	0.28	6.066	.000*

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\*p<.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p - values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กกับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในภาพรวม และทุกรายข้อมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงที่สุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ยการรับรู้	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	t จากการคำนวณ	p-values
บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ	4.34	4.10	0.24	4.897	.000*
บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.31	4.06	0.25	5.261	.000*
บุคลากรมีเพียงพอในการให้บริการ	4.22	3.98	0.24	4.692	.000*
บุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยว	4.18	3.91	0.27	5.571	.000*
บุคลากรมีความสามารถด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	4.24	3.99	0.25	4.770	.000*
บุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้	4.24	4.00	0.24	4.652	.000*
รวม	4.25	4.01	0.24	5.601	.000*

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2555 และการคำนวณ

\*p<.05

จาดตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กกับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในด้านเอาใจใส่นักท่องเที่ยวในภาพรวม และทุกรายข้อมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยวทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

งานวิจัยนี้เป็นรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) มีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) สวนอัญญาเรียวโนทยาน ชาติเดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร รวมทั้งสิ้นจำนวน 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน (Simple Random Sampling)

ข้อมูลซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe's method และสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ตัวแปรแบบจับคู่ (Paired-Sample T Test) ในการทดสอบความพึงพอใจต่อปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยข้อมูลทั่วไปโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 29.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.7 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 29.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.5



สำหรับผลการศึกษาคำคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.90 ซึ่งหลังจากที่ได้รับบริการแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรงกับลำดับความคาดหวัง โดยมีการรับรู้ในการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.18

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการรายด้าน สรุปได้ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยววงความเป็นธรรมชาติในระดับมากเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 3.98$ ) รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม ( $\bar{X} = 3.93$ ) และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมากเช่นเดียวกัน ( $\bar{X} = 3.91$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือมีการรับรู้ในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยววงความเป็นธรรมชาติในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.30$ ) รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม ( $\bar{X} = 4.19$ ) และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ ) ตามลำดับ

2. ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.13$ ) รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.02$ ) และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.33$ ) รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ ) และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) ตามลำดับ

3. ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านจำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมาคือ จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ) และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ )

ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นแรกคือ จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) รองลงมาคือ มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลายและมีจำนวนเพียงพอในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) ตามลำดับ

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ ประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ ) และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ ) ตามลำดับ

5. ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ) รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ ) และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ( $\bar{X} = 4.24$ ) ตามลำดับ

สำหรับผลการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ ดังต่อไปนี้

#### 5.1.1 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก ร้อยละ 60.5 โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 57.1 มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 58.2 เหตุผลหลักคือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 29.9 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ร้อยละ 59.7 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 74.5 โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ร้อยละ 38.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยว

ครั้งนี้มีน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 41 ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ มีน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 60 และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 34.8

### 5.1.2 ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยคาดหวังในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยคาดหวังในด้านการมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี และยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี และในประเด็นด้านบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี

รายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท

### 5.1.3 ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นจำนวนที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท

### 5.1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับ การรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งในภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการทุกด้าน คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 เมื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นรายด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึง

พอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยววงความเป็นธรรมชาติสูงที่สุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงที่สุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงที่สุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวทุกข้อ คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

### ข้อมูลทั่วไป

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิภาวรรณ พัฒนพงษ์ (2547) เรื่อง การรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ ความพึงพอใจ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และสอดคล้องกับการศึกษาของ เจนตรีดา โทลา (2550) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน



เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยพิจารณาจากความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว ในการเดินทางนักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลทิพย์ ชูประทีป (2547) เรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงกมล รักขันธ์ (2552) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก มีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว

ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่องน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวไร่ร่องนแต่ละครั้งน้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมารมภ์ ชันธุ์ศรี และพีรชัย กุลชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,900 บาท เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายพบว่า ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยเท่ากับ 930 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยเท่ากับ 330 บาท ค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึกและของฝากเฉลี่ยเท่ากับ 240 บาท

ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคาดหวังในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งหลังจากที่ได้รับบริการจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตรงกับลำดับความคาดหวัง โดยมีการรับรู้ในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในระดับมาก ด้านการ



ให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนไปท่องเที่ยวกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้ภายหลังจากไปท่องเที่ยว มีความสอดคล้องไปในระดับเดียวกัน และพบว่าช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้มีค่าไม่มากนัก ยิ่งแสดงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นไปในแนวทางที่คาดหวังไว้ก่อนล่วงหน้า ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Kvist and Klefsjo (2006) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ศึกษาพื้นที่ทางตอนเหนือของประเทศสวีเดน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแตกต่างกันระหว่างช่วงก่อนการรับบริการและหลังการรับบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากบริการที่ส่งผลต่อการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยคุณภาพบริการแตกต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ สามารถสรุปความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิรัชชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย (2548) เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Chowdhary and Prakash (2007) เรื่อง การจัดลำดับของปัจจัยคุณภาพบริการ พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ควรมีการเปลี่ยนแปลงจากการบริการที่มุ่งเน้นตัวบุคคลไปมุ่งเน้นที่ลักษณะทางกายภาพของธุรกิจบริการ เช่น วัตถุประสงค์และสถานที่ เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก

ของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wargenau and Che (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวไวน์และกลยุทธ์ทางการตลาด ในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีแผนที่ เส้นทางและป้ายโฆษณาเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นขั้นตอนในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวไวน์ที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรที่เป็น ธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็น ด้านจำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมาก และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นแรกคือ จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลายและมีจำนวนเพียงพอในระดับมาก และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้าน บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมาก รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ ประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมี ความเต็มใจในการให้บริการในระดับมาก รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ การจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550) กล่าวว่า คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมการบริการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการ ให้บริการ เนื่องจากลูกค้าคาดหวังในการต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่ที่สุภาพอ่อนโยน ของผู้ให้บริการ ซึ่งแสดงถึงอรรถยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็น กันเอง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ บุคลากร มีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการ

ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมภรณ์ ชันศรี และพีรชัย กุศลชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลในการให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นลำดับแรก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวนมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวน และสอดคล้องกับการศึกษาของ กุลหญิง ชียงคะบุตร (2553) เรื่อง ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ บ้านจอมแจ้ง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการต้อนรับ การให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ ความเป็นมิตร และการให้ความช่วยเหลือของบุคลากร

ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Christopher Vandermerve and Lewis อ้างถึงใน อินทิรา จันทร์รัฐ (2552) พบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการจะมีความแตกต่างกันในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่อง คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่งแตกต่างกัน

โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในด้านการมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี และยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ระหว่าง 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี และในประเด็นด้านบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Swarbrooke and Horner อ้างถึงใน วัฒนชัย ชูมาก (2544) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 20 – 29 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี

ด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท

ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์ก็ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่นไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่นแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยว

มีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เจนต์ธิดา โทลา (2550) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ ฟาร์มกล้วยไม้ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับที่เท่ากัน โดยสรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวของความเป็นธรรมชาติสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา พูเจริญ (2550) เรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก คือ สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ มีการนำเสนอความน่าสนใจด้านวิถีชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงที่สุด ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงที่สุด และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1) นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จึงมีกำลังใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มากนัก โดยมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พัก น้อยกว่า 1,000 บาท ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีเกณฑ์การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับกำลังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยการตั้งราคาไม่สูงมากเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ



2) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเน้นที่การให้ความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการให้บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเต็มใจ กระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในตัวพนักงานที่มาให้บริการ โดยการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักการบริการ สร้างความเป็นกันเองระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีในการทำงานอันจะส่งผลถึงการให้บริการต่อลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจและเป็นกันเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการในด้านดังกล่าวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

3) การเข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีการรับรู้ในด้านจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัยเพียงพอต่อความต้องการ และจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในลำดับท้ายๆ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรทำการปรับปรุงการให้บริการในประเด็นด้านจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัยและจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ผู้ประกอบการจึงควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการ โดยเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้บริการตามร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มเติม กระจายจุดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว หรืออาจเปิดร้านค้าสำหรับสินค้าชุมชนโดยการจัดซุ้มขายอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังควรจัดสรรพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง โดยอาจเพิ่มจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกจากบริเวณพื้นที่จอดรถ ทั้งยังช่วยดูแลการจอดรถของนักท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบเพื่อรองรับจำนวนรถของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในลำดับสุดท้าย โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประเด็นชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งหมายความว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ทั้งนี้ควรได้รับความร่วมมือจากภาครัฐเพื่อช่วยสนับสนุนด้านงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



5) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ได้พักค้างคืนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ไม่เพียงพอ ดังนั้นหากจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนมากขึ้น ควรจัดการท่องเที่ยวเป็นแบบแพคเกจ (Package) กับพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ ควรสร้างเครือข่ายกับบริษัทนำเที่ยว และเจ้าของที่พักหรือรีสอร์ท

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีข้อเสนอแนะที่สำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1) การทำวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเพียงการศึกษาถึงความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันด้านคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านความจงรักภักดี และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น เพื่อให้สามารถได้ข้อสรุปและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ดียิ่งขึ้น

2) การศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรระหว่างภูมิภาค ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อสรุปในมุมมองที่กว้าง และเป็นการเปรียบเทียบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันอย่างไร โดยศึกษาจุดเด่น และจุดด้อยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละภูมิภาค เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละพื้นที่มาทำการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการนักท่องเที่ยวเฉพาะด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่นิยมยิ่งขึ้นไป

## รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2554). สถิตินักท่องเที่ยว 2011. [ออนไลน์]. ได้จาก :  
<http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>
- กมลทิพย์ ชูประทีป. (2547). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). คู่มือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ.  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). นโยบายและแผนการตลาด [ออนไลน์]. ได้จาก :  
<http://thai.tourismthailand.org/about-tat-page/about-tat/policy-marketing-plan/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 3.  
กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7.  
กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2552) : ท่องเที่ยวไทยปี 52 ต้องขายแนวใหม่ [ออนไลน์]. ได้จาก :  
<http://www.bangkokbiznews.com>.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ (2554). ททท.วาง 3 ปี ปรับทิศท่องเที่ยวไทย เท 20 ล้านเปลี่ยนพฤติกรรม  
คนไทย. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com>.
- กุลหญิง ชียงกะบุตร. (2553). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์  
บ้านจอมแจ้ง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จอมขวัญ เวียงเงิน. (2549). ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการ  
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ศูนย์วิจัยพืชสวนแพร่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เจนต์ธิดา โทลา. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์ม  
กล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลธิชา พู่เจริญ. (2550). ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ใน ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ชุติมา วิวัฒน์ภัทรกุล. (2554). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเลย. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล รักขยัน (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ฉวีวรรณ เพ็ชรประสม. (2551). ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2547). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://agrotourism.doae.go.th/>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท วี อินเทอร์เน็ต พรินท์ จำกัด.
- ธนิกันต์ ประไกรวัน. (2549). การพัฒนาการจัดการสวนเกษตรสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรณีศึกษาสวนขอ “รอยัล ทโรปปิคส์”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- น้ำฝน แซ่มบำรุง. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนคว่าง). วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บตี ปุชยายนันท์ และคณะ. (2549). การศึกษาและวิเคราะห์การจัดทำแผนเพื่อการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). มารู้อัจฉการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันเถิด. จุลสารการท่องเที่ยว. 3(18): ม.ค. – มี.ค., หน้า 10.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการ การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรีดี โชติช่วง. (2552). นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://dc273.4shared.com/doc/XZVmrSI9/preview.html>
- พรลักขมี เมืองเกิด. (2553). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พัฒน์นรี เขียวกิตต์ธนา. (2547). การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พีรชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย. (2548). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. บทความงานวิจัย, การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 43.
- เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต. (2554). คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องุ่น. วิทยานิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2550). เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2550). เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัฒนชัย ชูมาก. (2544). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาสมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา บัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วันทนา ฉิมบ้านดอน. (2552). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางไผ่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารัตน์ มัชฌมบุรุษ. (2553). รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.estudytourism.com/TourismJournal.html>
- วิภาวรรณ พัฒนพงษ์. (2547). การรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ ความพึงพอใจ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชมภาพร คงควร. (2549). การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2543). รายงานขั้นสุดท้าย (Final report) การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สินธุ์ สโรบล. (2551). ชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : ข้อเสนอเพื่อการปรับตัวของชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 3 ปี 2551 [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.etatjournal.com>.
- สุขุมารมณ์ ชันศรี และพีรชัย กุลชัย. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว. บทความงานวิจัย, การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2550). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.nesdb.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2551). รายงานประเมินความยากจนปี 2550. [ออนไลน์]. ได้จาก: [http://www.nesdb.go.th/portals/0/tasks/eco\\_crowd/Poverty%202007.pdf](http://www.nesdb.go.th/portals/0/tasks/eco_crowd/Poverty%202007.pdf).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). ตารางความยากจน. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.nesdb.go.th/>

- อรณภัทร ณรงค์ชัย. (2553). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์การบริหารส่วนตำบลบุเปือย อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อินทิรา จันทร์รัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุไรวรรณ สุวรรณเสรี. (2548). ความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเส้นทางโพนพิสัย-รัตนวาปี จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Akama, J. S., and Kieti, D.M. (2003). Measuring tourist satisfaction with kenya's wildlife Safari: A case study of tasavo west national park. *Tourism Management*, 24(1): 73-81.
- Bolton R. N. and Drew J. H. (1991). A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes. *Journal of Marketing*. 55 (1): 1-10.
- Gilbert, D., and Wong, R. K.C. (2003). Passenger expectations and airline services: A Hong Kong based study. *Tourism Management*, 24(5): 519-532.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing* 49, Fall: 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1986). SERVQUAL : A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Marketing Science Institute, Working Paper Report No. 86-108*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing* 64 : 12-40
- Raymond L. C. (1996). The entrepreneurial community approach to community economic development. *Economic Development Review*. 14(2): 16-20.



- Jackson E. T. (2004). Community Innovation Through Entrepreneurship: Grantmaking in Canadian Community Economic Development. *Journal of the Community Development Society*. 35(1): 65-81.
- Markusen A. (2004). Targeting Occupations in Regional and Community Economic Development. *Journal of the American Planning Association*. 70(3): 253-268.
- Kvist A. J. and Klefsjo B. (2006). Which service quality dimensions are important in inbound tourism?: A case study in a peripheral location. *Managing Service Quality*. 16 (5): 520 – 537.
- Wargenau A. and Che D. (2006). Wine tourism development and marketing strategies in Southwest Michigan. *International Journal of Wine Marketing*. 18(1): 45 – 60.
- Chowdhary N. and Prakash M. (2007). Prioritizing service quality dimensions. *Managing Service Quality*. 17(5): 493 – 509.
- Contini C., Scarpellini P. and Polidori R. (2009). Agri-tourism and rural development: the Low-Valdelsa case, Italy. *Tourism Review*. 64(4): 27 – 36.
- Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering Quakity Service: Balancing Costomer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.



*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)





## แบบสอบถาม

### เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (The Quality Development of Agro Tourism in Northeast, Thailand)

---

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อทำการศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนศึกษาถึงระดับบริการที่คาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการที่ได้รับจริง เพื่อนำมาวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เชิงวิชาการเท่านั้น โดยผลสรุปของการวิจัยจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน และข้อมูลในการตอบแบบสอบถามจะเก็บเป็นความลับทั้งหมด

#### คำแนะนำ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) น้อยกว่า 20 ปี

( ) 20 - 29 ปี

( ) 30 - 39 ปี

( ) 40 - 49 ปี

( ) 50 - 59 ปี

( ) 60 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) มัธยมศึกษาตอนต้น

( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

( ) อนุปริญญา/ปวส.

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

4. อาชีพ

( ) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

( ) พนักงานบริษัท

( ) ทำธุรกิจส่วนตัว

( ) นักเรียน/นักศึกษา

( ) รับจ้างทั่วไป

( ) แม่บ้าน

( ) เกษตรกร

( ) เกษียณอายุ

( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

5. รายได้ต่อเดือน

( ) ต่ำกว่า 10,000 บาท

( ) 10,000 - 19,999 บาท

( ) 20,000 - 29,999 บาท

( ) 30,000 - 39,999 บาท

( ) 40,000 - 49,999 บาท

( ) 50,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา (รวมครั้งนี้ด้วย)

- |             |                     |
|-------------|---------------------|
| ( ) 1 ครั้ง | ( ) 2 ครั้ง         |
| ( ) 3 ครั้ง | ( ) มากกว่า 3 ครั้ง |

2. ช่วงระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| ( ) วันหยุดสุดสัปดาห์ | ( ) วันหยุดเทศกาล       |
| ( ) วันธรรมดา         | ( ) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

3. จุดประสงค์หลักของการเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้คือข้อใด

- |                                      |                               |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| ( ) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ              | ( ) ศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร |
| ( ) เพื่อศึกษาธรรมชาติ/ศิลปวัฒนธรรม  | ( ) เยี่ยมครอบครัว            |
| ( ) เพื่อประชุม/สัมมนา/มีผลงาน/ดูงาน | ( ) ซื้อผลิตภัณฑ์/ของฝาก      |
| ( ) เพื่อสังสรรค์กับหมู่คณะ          | ( ) ตามรอยละคร                |
| ( ) เพื่อชมการแสดงดนตรี/คอนเสิร์ต    | ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....     |

4. เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้คือข้อใด

- |                                |                                      |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| ( ) ใกล้ที่พัก                 | ( ) ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว |
| ( ) เดินทางสะดวก               | ( ) เพื่อนชักชวน/แนะนำ               |
| ( ) การประชาสัมพันธ์และข่าวสาร | ( ) เป็นคนในพื้นที่                  |
| ( ) อยู่ในเส้นทางผ่าน          | ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....           |

5. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- |                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| ( ) รถยนต์ส่วนตัว            | ( ) รถเช่า                |
| ( ) รถประจำทาง               | ( ) เครื่องบิน            |
| ( ) รถนำเที่ยวของบริษัททัวร์ | ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

6. ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด ได้แก่ ค่าอาหาร ค่าพาหนะเดินทาง ค่าที่พัก และค่าของที่ระลึกในการท่องเที่ยว

- |                         |                              |
|-------------------------|------------------------------|
| ( ) น้อยกว่า 10,000 บาท | ( ) 10,000 – 19,999 บาท      |
| ( ) 20,000 – 29,999 บาท | ( ) ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป |

7. จากข้อ 6 ค่าใช้จ่ายด้านพาหนะการเดินทางมาท่องเที่ยว
- ( ) น้อยกว่า 1,000 บาท                      ( ) 1,000 – 2,999 บาท
- ( ) 3,000 – 4,999 บาท                      ( ) ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป
8. ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยว
- ( ) น้อยกว่า 1,000 บาท                      ( ) 1,000 – 2,999 บาท
- ( ) 3,000 – 4,999 บาท                      ( ) ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป
9. ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยว
- ( ) น้อยกว่า 1,000 บาท                      ( ) 1,000 – 2,999 บาท
- ( ) 3,000 – 4,999 บาท                      ( ) ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป
10. ค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
- ( ) น้อยกว่า 1,000 บาท                      ( ) 1,000 – 2,999 บาท
- ( ) 3,000 – 4,999 บาท                      ( ) ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิง  
เกษตร

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านต่อ ความคาดหวัง  
คุณภาพก่อนใช้บริการ (ช่องทางซ้ายมือ) และการรับรู้คุณภาพหลังใช้บริการ (ช่องทางขวามือ)  
โดยมีเกณฑ์ดังนี้

ความคาดหวังคุณภาพก่อนใช้บริการ	การรับรู้คุณภาพหลังใช้บริการ	ค่าประเมิน
คาดหวังมากที่สุด	รับรู้มากที่สุด	5
คาดหวังมาก	รับรู้มาก	4
คาดหวังปานกลาง	รับรู้ปานกลาง	3
คาดหวังน้อย	รับรู้น้อย	2
คาดหวังน้อยที่สุด	รับรู้น้อยที่สุด	1



(กรุณาตอบทั้งด้านความคาดหวัง (ซ้ายมือ) และการรับรู้ (ขวามือ))

ความคาดหวัง					รายละเอียดการบริการ	การรับรู้				
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
					1. สถานที่ท่องเที่ยวมีการตกแต่งสวยงาม					
					2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด					
					3. สภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว คงความเป็นธรรมชาติ					
					4. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความ พร้อม และเพียงพอต่อการให้บริการ					
					5. มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว					
5	4	3	2	1	ด้านความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
					6. สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทั่วไป					
					7. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยว					
					8. มีป้ายประกาศวัน เวลา ในการเปิด - ปิด การบริการ ให้เห็นอย่างชัดเจน					
					9. บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมี ประสิทธิภาพ					
					10. บุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและ อุปกรณ์ในการให้บริการ					
5	4	3	2	1	ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
					11. จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ					
					12. จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการ					
					13. จำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้องเหมาะสม เพียงพอต่อความต้องการ					
					14. มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมี จำนวนเพียงพอ					
					15. มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ด้วยรถขนส่งสาธารณะ					

(กรุณาตอบทั้งด้านความคาดหวัง (ซ้ายมือ) และการรับรู้ (ขวามือ))

ความคาดหวัง					รายละเอียดการบริการ	การรับรู้				
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว					
					16. บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
					17. บุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ					
					18. มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					
					19. มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ					
					20. มีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการ					
5	4	3	2	1	ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
					21. บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ					
					22. บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
					23. บุคลากรมีเพียงพอในการให้บริการ					
					24. บุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยว					
					25. บุคลากรมีความสามารถด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ					
					26. บุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม



*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ภาคผนวก ข

ประมวลภาพสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
ที่เป็นพื้นที่เป้าหมายในการวิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา





Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน ตำบลห้วยยาง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร





[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

สวนองุ่นภูเรือโนนทยาน (ชาโต เดอ เลย) ตำบลร่องจิก อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย





## ประวัติผู้เขียน

รศ.ดร. ชวัญกมล ดอนขวา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปัจจุบัน อายุ 54 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอกทางด้านเศรษฐศาสตร์ เมื่อสำเร็จการศึกษาได้เข้าทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์ผังเมือง กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ได้ประมาณ 6 ปี หลังจากนั้นได้โอนมารับราชการ ณ. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในตำแหน่งเศรษฐกรได้ประมาณ 6 ปี จึงลาออกจากการรับราชการ มาดำรงตำแหน่งปัจจุบันดังกล่าวแล้วข้างต้น โดยรับผิดชอบการสอนในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท

จากประวัติการทำงานดังกล่าวทำให้มีประสบการณ์ในการทำงาน และทำวิจัยเป็นจำนวนมาก สามารถสรุปได้ดังนี้

งานวิจัยภายในประเทศ

ชวัญกมล กลิ่นศรีสุข.การผลิตและการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย. รายงานวิจัย. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี,2540.

สุเทพย์ นิงสานนท์ และชวัญกมล ดอนขวา.การประเมินศักยภาพการผลิตพืชสมุนไพรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อใช้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพและสารให้คุณสมบัติเฉพาะในอาหาร. รายงานวิจัย.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543.

ชวัญกมล กลิ่นศรีสุข.ศักยภาพและแนวโน้มการค้าชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2544.

ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และชวัญกมล ดอนขวา. ศักยภาพการพัฒนาทางการตลาดของพืชสมุนไพรที่ใช้เป็นอาหารของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย.

นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2548.

ชวัญกมล ดอนขวา. การศึกษาศักยภาพและแนวโน้มการจัดการการค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2548.

- สุเวทย์ นิงสานนท์ ศิวฒ ไทยอุดม ปิยะวรรณ กาสลัก และขวัญกมล ดอนขวา.สถานการณ์  
ความปลอดภัยจากการปนเปื้อนสารเคมีและจุลินทรีย์ในผัก ผลไม้ ในเขตภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง : กรณีศึกษาตลาดสด-รถเร่. รายงานวิจัย.  
นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2550.
- ขวัญกมล ดอนขวา.การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานเมล็ดกาแฟของประเทศไทย. รายงาน  
วิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2550.
- ขวัญกมล ดอนขวา คณิต ไข่มุกต์ และนพคุณ กสานติกุล.การประเมินผลหลักสูตรการ  
จัดการมหาบัณฑิต. รายงานวิจัย.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี,  
2550.
- ขวัญกมล ดอนขวา. การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยวในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุ  
รนารี, 2552.
- ขวัญกมล ดอนขวา. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและ  
บริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง. รายงานวิจัย.นครราชสีมา:  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2553.
- ขวัญกมล ดอนขวา และนิรมล กลัดสมบูรณ์. การรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
(AEC) ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย. รายงานวิจัย.  
นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.
- ขวัญกมล ดอนขวา. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย.  
นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.
- ขวัญกมล ดอนขวา. แบบจำลองการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสภาวะ  
เศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.  
รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.
- ขวัญกมล ดอนขวา. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี,  
2556.

### งานวิจัยต่างประเทศ

K.Donkwa, S.Chanmei, and L.Xiaohong. An Analysis of SMEs' problems and basic demands between Thailand and China (Case Study: Nakhon Ratchasima and Guiyang. Research report. Nakhon Ratchasima : Suranaree University of Technology, 2005.

### บทความวิจัย และการนำเสนอผลงาน (พ.ศ.2543-ปัจจุบัน)

#### ภาษาไทย

- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2543). “การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 17(3) : 64-74.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2543). “การรับรู้ข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจการเกษตรของครัวเรือนเกษตรกรในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 18(3) : 73-85.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2545). “ศักยภาพและแนวโน้มการค้าชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 11(1) : 1-44.
- ชนิดา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2549). “ศักยภาพการพัฒนาทางการตลาดของเครื่องตีผสมปูนไพรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 13(4) : 373-381.
- ขวัญกมล ดอนขวา และสุนิตยา เกื้อนนาคี. (2549). “การศึกษาศักยภาพและแนวโน้มการจัดการการค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 13 (2) : 95-132.
- เรวัตร ก่อวงศ์กาญจน์ และขวัญกมล ดอนขวา.(2551). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 2(1): 47-66.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และขวัญกมล ดอนขวา.(2552). “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 3(1): 37-54.
- ณัชชา ลิ้มปรีสุวรรณ์ และขวัญกมล ดอนขวา.(2552). “การใช้ช่องทางการตลาดของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 3(2): 127-142.

ขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “การพัฒนาการวิจัยทางด้านการจัดการหรือด้านบริหารธุรกิจระดับบัณฑิตศึกษา”. วารสารราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 7 (2) : 6-10.

จิราภา เจริญจรรยากุล คณิต ไช้มุกต์ และขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “ระบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการประเมินคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร. 4 (1) : 71-84.

ฉวีวรรณ เพ็ชรประสม และขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิต”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 4(2) : 33-48.

ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิ้มปศิธิสุวรรณ.(2554). “กลยุทธ์การตลาดของภาคธุรกิจไทยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 2(2) : 145-164.

ขวัญกมล ดอนขวา.(2554). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 19 (2) : 77-110.

#### ภาษาอังกฤษ

K.Donkwa, S.Chanmei, and L.Xiaohong. (2006). “An Analysis of SMEs’ problems and basic demands between Thailand and China (Case Study : Nakhon Ratchasima and Guiyang.)” Journal of Public and Private Management., 12(3): 59-88.

K.Donkwa. (2007). “An Analysis of Demand and Supply of Coffee in Thailand”. International Conference on Business, Environment, International Competitiveness and Sustainable Development of the Asia Pacific Economics 2007 by Monash University, during 3-4, on December, 2007 at Sunway Lagoon Resort Hotel, Selangor Malaysia. (Oral Presentation).

K.Donkwa. (2010). “Increasing the Potential of Rural Communities to Support Tourism Business in Northeast, Thailand.” Journal of Humanities & Social Science., 27(3): 100-118.

K.Donkwa. (2011). "Marketing Strategies of Thai's Business Sector on A Self-Sufficiency Economy". The 2011 Barcelona European Business & Economic Conference. during 6-9, on June, 2011 at NH Calderon Hotel in Barcelona, Spain. (Oral Presentation).

K.Donkwa, and K.Kladsomboon. (2012). "Perceptions of ASEAN Economic Community by Undergraduate Students in Thailand". International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference ". during 1-5, on April, 2012 at Austria Trend Hotel Ananas in Vienna , Austria.(Oral Presentation).

K.Donkwa, and N.Limpasirisuwon. (2012). "The Tourists' Perception Toward Service Performance and Economic Effects of Agro Tourism in Northeastern Thailand". International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference ". during 2-7, on December, 2012 at Schulstraße 15, 79288 Gottenheim in German. (Oral Presentation).

K.Donkwa, and K.Kladsomboon. (2012). "Perceptions of ASEAN Economic Community by Undergraduate Students in Thailand." Journal of Teaching and Education. 1(7): 339-343. Available from:  
<http://www.universitypublications.net/jte/0107/index.html>

นางสาวจิตตานันท์ ดิกุล ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ฝ่ายประสานงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อายุ 51 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติ) จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปี 2526 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต (วิจัยการศึกษา) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี 2546 มีประสบการณ์ในการทำวิจัย ผลงานตีพิมพ์ และการนำเสนอผลงาน ดังนี้

งานวิจัย:

กนต์ธร ขำนิประศาสน์, เพ็ญศรี ทิพย์สุวรรณกุล, เพ็ญพรรณ ปิยารมย์, นิमित พิศชุมทอง, ธาณี คล่องณรงค์ และจิตตานันท์ ดิกุล. (2542).การศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและรายได้หอพักนักศึกษา. รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

เอมอร ทศนคร, กนต์ธร ชานิประศาสน์, เพ็ญพรรณ ปิยามย์, อารัง พรหมสอน, สมชาย รักกลาง, บัลลังก์ กลิ่นจันทร์แดง, อัมภิวาธู สาศริก, สุชาติ จรรยาศิริ, วิณา รักษาทรัพย์, เนิ่งนิจ ฌ ลำปาง, สุตา ผ่องแผ้ว, นิमित พิศชุมทอง, จารุวัฒน์ ยอดชู, จิตตานันท์ ตีกุล, และสมคิด แก้วอรสาณ. (2543).กิจกรรมนักศึกษาและการมีส่วนร่วมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีการศึกษา 2541. รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

เกรียงศักดิ์ เอี่ยมเก็บ, มงคล ผจงธนสถุญ์, จิตตานันท์ ตีกุล, นวลน้อย จุฑะพงษ์ และปลื้มจิตร กังตระกูล. (2548).แนวโน้มความต้องการหลักสูตรชีวเวชศาสตร์.รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

วารี วิดจาया, รุ่งฤดี ศรีสวัสดิ์, จิตตานันท์ ตีกุล, ศจีรา คุปพิทยานันท์ และกานดา คำมาก. (2548) .แนวโน้มความต้องการหลักสูตรวิทยาศาสตร์การกีฬา.รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

รัชฎาพร วิสุทธากร, ชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์ และจิตตานันท์ ตีกุล. (2549).แนวโน้มความต้องการบัณฑิตด้านการจัดการ.รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จิตตานันท์ ตีกุล. (2548).ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการเรียนระดับอุดมศึกษา และคะแนนสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารี รุ่นปีการศึกษา 2540 – 2543. รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

นงเยาว์ สุคำภา, จิตตานันท์ ตีกุล และจุไรรัตน์ วิสัยดี. (2550).ความพึงพอใจของผู้บังคับบัญชาและอาจารย์ที่ปรึกษาของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รุ่นปีการศึกษา 2547.รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จิตตานันท์ ตีกุล, สฤณี ศรีขาว, พิกุล ประดับศรี จุไรรัตน์ วิสัยดี และสุวรรณี แพงดาวงษ์. (2550).ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ประพันธ์ แม่นยำ, ศจีรา คุปพิทยานันท์, ทวีช จิตสมบุญ, มารินา เกตุทัต-คาร์นส์, ชรรค์ชัย โภศลทองกี, เจษฎา ตัณฑนุช, จิตตานันท์ ตีกุล และพิกุล ประดับศรี. (2552).การศึกษาการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของโรงเรียนสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย,



ศัจจิรา คุปพิทยานันท์, เจษฎา ตัณฑนุช, ชรรค์ชัย โกศลทองกี, จิตตานันท์ ตีกุล และพิกุล  
ประดับศรี. (2555).การพัฒนาเครือข่ายเพื่อหนุนเสริมกระบวนการเรียนรู้ด้าน  
คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัด  
องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย,

ขวัญกมล ดอนขวา และจิตตานันท์ ตีกุล. (2556).การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีสุรนารี.

บทความวิจัย และการนำเสนอผลงาน:

ภาษาไทย

จิตตานันท์ ตีกุล. (2546). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ. ใน เอกสาร  
ประกอบการประชุมทางวิชาการวิจัยสถาบันระดับชาติ พ.ศ. 2546 เรื่อง การ  
วิจัยสถาบันกับการพัฒนาการเรียนรู (หน้า 1.10). กรุงเทพมหานคร: สมาคมวิจัย  
สถาบันและพัฒนาอุดมศึกษา.

จิตตานันท์ ตีกุล. (2547). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ. ใน เอกสาร  
ประกอบการประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 4 (หน้า  
292). เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.

จิตตานันท์ ตีกุล. (2547). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ.  
วารสารวิธีวิทยาการวิจัย 17 (3): 269-286.

จิตตานันท์ ตีกุล. (2547). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ.  
ใน รางวัลผลงานการวิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย ประจำปี 2547  
(หน้า 22-34). กรุงเทพมหานคร: โครงการวิจัยแม่บท: การวิจัยและพัฒนาระบบ  
พฤติกรรมไทย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

จิตตานันท์ ตีกุล. (2548). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ. ใน เอกสาร  
ประกอบการประชุมวิชาการ การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์เพื่อพัฒนาบุคคล  
และสังคม (หน้า 195-198). กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิตตานันท์ ตีกุล และพงพร จำงโพธิ์. (2550). ดัชนีบทความตีพิมพ์ของมทส และสถาบัน  
อุดมศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของไทยในฐานะข้อมูลของ ISI.  
วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of Social Science 1 (2): 55-  
70.

จิตตานันท์ ตีกุล, สถษดี ศรีขาว, พิกุล ประดับศรี, จุไรรัตน์ วิสัยดี และสุวรรณี แพงดาวงษ์.  
(2550). ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.  
วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยฉบับที่ 3 ปี 2550 [ออนไลน์]:  
<http://www.ttresearch.org/E-Journal/>

รัชฎาพร วิสุทธากร, ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และจิตตานันท์ ตีกุล. (2550). แนวโน้มความ  
ต้องการบัณฑิตด้านการจัดการ. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree Journal of  
Social Science 1 (1): 37-56.

จิตตานันท์ ตีกุล, สถษดี ศรีขาว, พิกุล ประดับศรี, จุไรรัตน์ วิสัยดี และสุวรรณี แพงดาวงษ์.  
(2551). ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.  
ในเทิดชาย ช่วยบำรุง (บรรณาธิการ). รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยว  
ไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. 2550 (หน้า 336-347). กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อ  
การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

#### ภาษาอังกฤษ

Tikul, J., Pradabsri, P., Tanthanuch, J., Khosonthongkee, K., and Kupittayanant. S.  
(2011). Network Development of Mathematics and Science Senior High  
School Education in Provincial Administrative Organization of  
NakhonRatchasima' School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on  
Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for  
Sustainable Development (pp.2207-2210). September 9-10, 2011,  
KhonKaen University, Thailand.

- KampanatDounjuntuk, Tikul, J., Pradabsri,P., JessadaTanthanuch. (2011). Enrichment the High School Student Academic Achievement in Mathematics via the Project Approach Activity. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.337-342).September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.
- KrissadeekornPukang, Tikul, J., Pradabsri,P.,JessadaTanthanuch. (2011). The Mathematical Module of "Analytic Geometry" for Enrichment the High School Student Academic Achievement.In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.344-349).September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.
- Talingtaisong, N.,Tikul, J., Pradabsri,P., and Kupittayanant. S. (2011).The Development of a Multimedia Presentation in the Biology Curriculum as a Teaching Tool in Order to Enhance the Student Achievement and Satisfaction in High School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.2105-2109).September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.
- Nilsuntia, P.,Tikul, J., Pradabsri,P., and Kupittayanant. S. (2011).The Development of E-Learning in the Biology Curriculum in Order to Enrich the Student Achievement and Satisfaction in High School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for SustainableDevelopment(pp.2151-2155). September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.

- Suwannasri, P., Tikul, J., Pradabsri, P., and Khosonthongkee, K. (2011). The Development of Experimental Physics in the topic “Light Refraction Through a Convex Lens” in Order to Enrich the Student Achievement and Satisfaction in High School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.2130-2134). September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.
- Ekparinya, R., Tikul, J., Pradabsri, P., and Khosonthongkee, K. (2011). The Development of Experimental Physics in the topic “Surface Tension of Liquids” in Order to Enrich the Student Achievement and Satisfaction in High School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.2153-2157). September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.
- Pootla, W., Tikul, J., Pradabsri, P., and Khosonthongkee, K. (2011). The Development of Experimental Physics in the topic “Resistor Circuits” in Order to Enrich the Student Achievement and Satisfaction in High School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.2195-2199). September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.
- Sabaisongnoen, S., Tikul, J., Pradabsri, P., and Khosonthongkee, K. (2011). The Development of Experimental Physics in the topic “Bernoulli’s Equation” in Order to Enrich the Student Achievement and Satisfaction in High School. In The 4<sup>th</sup> International Conference on Educational Research (ICER 2011): Learning Communities for Sustainable Development (pp.2175-2179). September 9-10, 2011, KhonKaen University, Thailand.