

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม
อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง



สมชาย ไชยมูลวงศ์

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์พยากรและส่งเสริมการเกษตร
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2562

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม
อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง



สมชาย ไชยมูลวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์พยากรและส่งเสริมการเกษตร

สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม
อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

สมชาย ไชยมูลวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาทรัพยากรและส่งเสริมการเกษตร

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสกุล พองมูล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(รองศาสตราจารย์ ดร.นครเศ รังควัด)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พหล ศักดิ์คะทัศน์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.นครเศ รังควัด)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รักษาการแทนรองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง
ชื่อผู้เขียน	นายสมชาย ไชยมูลวงศ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนบริหารวิทยาการและส่งเสริมการเกษตร
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสกุล พองมูล

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทยมาโดยตลอด การท่องเที่ยวเชิงเกษตร นับเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนต่อไป การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 366 ราย เพื่อทำการทดสอบทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด/ต่ำสุด การวิเคราะห์การถดถอยพหุ และการทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 65.3) อายุเฉลี่ย 38 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46.4) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 62.6) ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ (ร้อยละ 57.1) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 56) รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 28,599 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทออนไลน์ (ร้อยละ 80.6) และเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อนเฉลี่ย 1 ครั้ง

ผลการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยเรียงตามลำดับ คือ แรงจูงใจจากปัจจัยด้านความต้องการภายใน (ค่าเฉลี่ย 3.95) แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูด

ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.66) และแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.54) เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดแต่ละปัจจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจจากความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือแรงจูงใจจากความเจียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว (ร้อยละ 34.7) ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง (ร้อยละ 48.8) มีจำนวนสมาชิกร่วมเดินทางเฉลี่ย 7 คน ช่วงวันเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวคือ ช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี (ร้อยละ 48.8) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ย 1 วัน พักค้างแรมที่โรงแรม (ร้อยละ 46.2) และเคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อนเฉลี่ย 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อครั้งเฉลี่ย 1,103 บาท เลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป (ร้อยละ 42.4) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นิยม คือ การพักผ่อนตามอัธยาศัย (ร้อยละ 23.4) การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ (ร้อยละ 22.8) และการเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก (ร้อยละ 22.6)

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า อายุ ภูมิลำเนา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$)

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, แรงจูงใจ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Title	FACTORS AFFECTING THE AGRO-TOURISM MOTIVATIONS AND BEHAVIORS OF THAI TOURISTS: A CASE STUDY OF MAE JAM VILLAGE, MUEANG PAN DISTRICT, LAMPANG PROVINCE
Author	Mr. Somchai Chaimoolwong
Degree	Master of Science in Resources Development and Agricultural Extension
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Saisakul Fongmul

ABSTRACT

Tourism has been a major source of income in Thailand. Agro-tourism as a part of tourism becomes popular at present. This study aimed to be a small part to promote agro-tourism relevant to tourist demands for sustainable agro-tourism. The objectives of this study were to explore: 1) study socio-economic attributes of Thai tourists; 2) Thai tourists' motivations and behaviors of the agro-tourism; and 3) correlations among socio-economic attributes of Thai tourists and motivation and agriculture tourism behaviors of Thai tourists visiting Mae Jam agro-tourism attractions, Mueang Pan, Lampang province. This study was a quantitative research and research tool was survey questionnaire. The respondents included 366 Thai tourists. The statistics used in this study consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, maximum/minimum, multiple regression analysis and Chi-Square test of association.

The findings indicated that majority of the respondents were male (65.3%), 38 years old on average, Bachelor's degree holders (46.4%), married (62.6%), northern region residents (57.1%), employees (56%), and their monthly income was 28,599 Baht. They perceived information through online media (80.6%); number of agritourism experience was once on average; motivation in agritourism was at a high level (mean=3.71) and ranked from the highest to the lowest as follows: intrinsic

motivation (mean=3.95), motivation from agritourism attractions (mean=3.66) and extrinsic motivation (mean=3.54). Moreover, tourism behavior was traveling with family (34.7%); travel by a personal car (48.8%); an average number of travel members was 7 persons; travel during public holidays (48.8%); travel time per trip was once on average; stay overnight at a hotel (46.2%); frequency of agritourism attractions visiting was once; an average travel expenditures per trip was about 1,103 Baht; and purchase of processed agricultural goods (42.4%). Favorite tourism activities were: leisure (23.4%), photography/sightseeing (22.8%) and purchasing souvenirs (22.6%).

Results of the study on the correlations among socio-economic attributes of Thai tourists and agritourism motivation of Thai tourists showed that age, residence and monthly income had correlation with a statistical significance level (Sig<0.01) Besides, it was found that travel time per trip, overnight accommodation choosing, travel expenditures per trip and agricultural goods buying had correlation with motivation to visit agritourism attractions with a statistical significance level (Sig<0.01).

Keywords : Agro-tourism, Motivation, Tourism behavior

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหลายๆท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สายสกุล พองมูล ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. นครเศศ รังควัต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พหล ศักดิ์คะทัศน์ กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขและให้ข้อมูลเสนอแนะ จรรยาบรรณวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบคุณชาวบ้านในหมู่บ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ทุกๆท่าน ที่ได้อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยเป็นอย่างยิ่ง

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และอบรมสั่งสอนจนสามารถนำความรู้ไปใช้ในการทำวิจัย รวมถึงการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างพลเมืองที่ดีของประเทศได้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สาขาวิชาพัฒนาทรัพยากรและส่งเสริมการเกษตร คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเพื่อนร่วมสถาบันทุกท่าน ที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

สมชาย ไชยมูลวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญภาพ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ปัญหาของการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์.....	29
บริบทของชุมชนบ้านแม่แจ่ม.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34

ภาคสรุป	39
กรอบแนวคิดในการวิจัย	40
สมมติฐานการวิจัย	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
ประเภทของการวิจัย	42
สถานที่ดำเนินการวิจัย.....	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
ระยะเวลาในการวิจัย.....	48
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	49
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	49
ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย	55
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย	60
ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	66
ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย	76
ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว ชาวไทย.....	104
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปผลการวิจัย.....	120
อภิปรายผลการวิจัย.....	124

ข้อเสนอแนะ.....	131
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก.....	137
แบบสอบถาม.....	138
ประวัติผู้วิจัย.....	145



สารบัญภาพ

ภาพ 1 แผนที่เขตตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง.....	32
ภาพ 2 การเที่ยวชมสวนเกษตร.....	33
ภาพ 3 การเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	33
ภาพ 4 บ้านพัก/โฮมสเตย์และร้านจำหน่ายสินค้าแปรรูปทางการเกษตร	33



สารบัญตาราง

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ..	51
ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะทางเศรษฐกิจ	53
ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะทางสังคม ...	54
ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	56
ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัย ดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	57
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัย แวดล้อมภายนอก.....	59
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม	60
ตาราง 8 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	64
ตาราง 9 ตัวแปรที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย	67
ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์	68
ตาราง 11 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม	70
ตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	72
ตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	74
ตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	76

ตาราง 15 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับเพศ	77
ตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับอายุ	80
ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับการศึกษา	83
ตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสถานภาพสมรส	86
ตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับอาชีพ	89
ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับภูมิภาค	92
ตาราง 21 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับรายได้ต่อเดือน	95
ตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการได้รับสื่อ	98
ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรอบ 3 ปี (2558-2560)	101
ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย	105
ตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม	106
ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยความต้องการภายใน	109
ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	112
ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	116

บทที่ 1

บทนำ

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวนับเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจหรือนันทนาการที่กำลังได้รับความนิยม และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในเกือบทุกประเทศทั่วโลก โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยว คือ เพื่อต้องการเปลี่ยนบรรยากาศหรือหลีกเลี่ยงจากสภาวะแวดล้อมที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ไปสู่อากาศและสภาวะแวดล้อมใหม่ที่ดีกว่า ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในแง่ของการได้หยุดพักและผ่อนคลาย จากสภาวะความตึงเครียดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินวิถีชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังถือเป็นโอกาสของการได้แสวงหาประสบการณ์และการเรียนรู้ใหม่ๆ จากการที่ได้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างวิสัยทัศน์และองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ไปพร้อมๆ กับการได้ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนอีกด้วย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงถือว่ามีสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศในโลกเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศไทย ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ มาโดยตลอด อันเนื่องมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วทั้งประเทศ อันนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่การท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในภาคธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันอีกมากมายหลายสาขา

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้รายงานไว้ในงาน The International Tourism Fair of Spain (FITUR) เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2560 องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ประกาศอย่างเป็นทางการให้ปี ค.ศ. 2017 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนา พร้อมด้วยแผนการจัดกิจกรรมระดับโลกตลอดปี พ.ศ. 2560 จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ (1) มีส่วนในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (2) ให้มีความสำคัญกับประเด็นด้านสังคม การจ้างงาน และการลดปัญหาความยากจน (3) มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ปกป้องสิ่งแวดล้อมและภาวะการเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศ (Climate Change) (4) ให้คุณค่าทางวัฒนธรรม ความหลากหลายและมรดกทางวัฒนธรรม (5) ความเข้าใจ ร่วมกัน ความสงบสุขและความมั่นคง ด้วยคาดหวังว่าจะเป็นแรงกระตุ้นให้สังคมและนักการเมืองหันมาส่งเสริมกิจกรรมของภาครัฐ การลงทุน

และการริเริ่มสิ่งใหม่ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาและการลดความยากจน UNWTO ได้รวบรวมความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 300 คน ถึงความเชื่อมั่นกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปี พ.ศ. 2560 ส่วนใหญ่ (กว่าร้อยละ 60) มองว่าสถานการณ์จะดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559) แต่การเติบโตจะยังอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันด้วยอัตราร้อยละ 3-4 (ปี พ.ศ. 2559 เติบโต ในอัตราร้อยละ 3.9) เอเชียและแอฟริกา รวมทั้งแอฟริกา ยังคงเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศสูงสุดในอัตราร้อยละ 5-6 ตามมาด้วยภูมิภาคอเมริกา ที่คาดว่าจะมีการเติบโตร้อยละ 4-5 เช่นเดียวกับยุโรปที่คาดว่าจะเติบโตไม่มากนัก เพียงร้อยละ 2-3

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) คาดการณ์การท่องเที่ยวของไทย ในปี พ.ศ. 2560 จะก่อให้เกิดรายได้มูลค่ารวม 2.75 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ร้อยละ 9.84 โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.82 ล้านล้านบาท และจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 0.93 ล้านล้านบาท รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17-18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ใกล้เคียงกับของปี พ.ศ. 2559 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 16.7 และ พ.ศ. 2558 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 17.7 นับได้ว่าอยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลกที่ประมาณการไว้ร้อยละ 9 ของ GDP โลก ทั้งนี้ ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ โรงแรมและที่พัก รองลงมาได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การขนส่งทางบก ธุรกิจการบิน การกีฬา และบันเทิง ตามลำดับ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่นำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพของเกษตรกรและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาผสมผสาน ด้วยระบบการบริหารจัดการทรัพยากรที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน อันก่อให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ของเกษตรกร จนนำไปสู่การถ่ายทอดภูมิปัญญาและเทคโนโลยีการเกษตรแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยว ที่นอกจากจะได้ท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน หรือการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังสามารถนำเอาความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวกลับไปประยุกต์ใช้เพื่อประกอบอาชีพได้อีกด้วย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2559) ได้รายงานไว้ในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทย มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรวมทั้งหมด 1,215 แห่ง แบ่งออกเป็น แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 969 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวของส่วนราชการ 87 แห่ง และศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร(ศพก.) จำนวน 163 แห่ง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตั้งอยู่ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม เป็นหมู่บ้านเล็กๆในเขตอำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ประกอบไปด้วยชนเผ่า 3 ชนเผ่า ได้แก่ คนพื้นเมือง ชาวไทยภูเขาเผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ จากการที่มีสภาพแวดล้อมที่

โอบล้อมด้วยภูเขา มีสภาพอากาศที่หนาวเย็น และอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลมากกว่า 800 เมตร ทำให้ชาวบ้านสามารถปลูกพืช ผลไม้ได้หลากหลายชนิด โดยแต่ละฤดูกาลจะมีผลผลิตที่แตกต่างกันไป เช่น ช่วงอากาศหนาวจะได้ผลผลิตจากบ๊วย ช่วงหน้าร้อนจะเป็นเชอร์รี่และสาลี่ ช่วงฤดูฝนจะเป็น อะโวคาโด ลูกพลับและเสาวรส ส่วนปลายฝนต้นหนาวจะเป็นกาแฟ และผลผลิตที่ขึ้นชื่อของที่นี่และสามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดทั้งปี ได้แก่ แมคคาเดเมีย ซึ่งมีคุณภาพที่ดีมากและเป็นที่ต้องการของตลาดเอกลักษณ์ที่น่าประทับใจอีกอย่างของชุมชนบ้านแม่แจ่ม คือ ความมีมิตรไมตรี และเป็นกันเองของชาวบ้าน โดยนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหรือพักค้างแรมร่วมกับชาวบ้าน จะได้รับการต้อนรับและดูแล เปรียบเสมือนเป็นหนึ่งในสมาชิกของครอบครัว ซึ่งสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว จนต้องกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งในแต่ละปี ทำให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาของการวิจัย

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดลำปาง นับว่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวนที่ไม่มากนัก โดยกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (2559) ได้รายงานไว้ว่า ในปีพ.ศ. 2559 จังหวัดลำปางมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ทั้งหมด 4 แห่ง โดยทั้งหมดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดลำปางนั้นมีจำนวนที่น้อยมาก หากเทียบกับศักยภาพของจังหวัดลำปาง ที่มีความได้เปรียบทั้งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรทางการเกษตร ภูมิอากาศ สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชนที่ดึงดูด ซึ่งเอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นอย่างมาก ถือเป็นโอกาสที่เกษตรกรในจังหวัดลำปางควรจะใช้ความได้เปรียบในด้านศักยภาพต่างๆเหล่านี้ เพื่อการแสวงหาโอกาสและสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน ตามทิศทางและแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งกำลังนิยมรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะของการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนตามชนบท การชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และการเยี่ยมชมแปลงเกษตรในลักษณะต่างๆ ซึ่งจะเป็นช่องทางเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรได้อีกทางหนึ่ง จากแต่เดิมที่มีรายได้จากการทำเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว และต้องประสบกับปัญหาในด้านต่างๆ เช่น ปัญหาราคาสินค้า/ผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำหรือล้นตลาด ปัญหาสภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัญหาการได้รับสารเคมีจากการทำการเกษตร เป็นต้น ซึ่งปัญหาด้านต่างๆเหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาที่คงอยู่ควบคู่กับอาชีพการทำเกษตรมาโดยตลอด ดังนั้นหากเกษตรกรได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดและรูปแบบของการทำการเกษตรแบบดั้งเดิม โดยมีการพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อันประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภท ไร่สวนผสม สวนผลไม้ การเพาะปลูก หรืออื่นๆ ซึ่งสามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชม ก็จะเป็นการเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับเกษตรกรได้มากขึ้นกว่าเดิม ดังเช่น

เกษตรกรในพื้นที่ชุมชนบ้านแม่แจ่ม ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/ผลิตผลการเกษตร อีกทั้งยังเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ในด้านอื่นๆอีกมากมายจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การให้บริการที่พัก/โฮมสเตย์ การให้บริการพาเที่ยวชมแปลงเกษตร การจำหน่ายสินค้าแปรรูปทางการเกษตร การจำหน่ายสินค้าพื้นบ้าน งานหัตถกรรม หรืองานฝีมือในด้านต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ และเพิ่มช่องทางการรายได้ให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่า ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อแรงจูงใจ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ลำปาง เพื่อเป็นประโยชน์แก่เกษตรกร ในการนำไปบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยอยู่ 3 ประเด็น โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการทำวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นลงคาดว่าจะเกิดประโยชน์ในหลายๆด้านต่อเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เกษตรกรที่มีความสนใจจะพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรของตนเอง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง ให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด

2. หน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้มีการดำเนินงานที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตด้านเนื้อหา และขอบเขตด้านเวลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ของการศึกษา โดยจะศึกษาเฉพาะในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เท่านั้น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี และได้รับการส่งเสริมให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งยังได้รับรางวัลหมู่บ้าน/ชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบเชิงเกษตร จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กองส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2561)

2. ขอบเขตด้านประชากรในการศึกษา โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เท่านั้น

3. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษา จะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปางเท่านั้น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา โดยมีระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 เท่านั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตที่ชัดเจน และมีความเข้าใจที่ถูกต้องในความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา จึงได้กำหนดความหมายเอาไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสวนเกษตร หรือกิจกรรมทางการเกษตร รวมถึงการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนของเกษตรกรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง สิ่ง que กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบไปด้วย 1) แรงจูงใจจากปัจจัยด้านความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว 2) แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง สิ่ง que นักท่องเที่ยวชาวไทยปฏิบัติหลังจากการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เช่น การเลือกวิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม เป็นต้น



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
6. แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์
7. บริบทของชุมชนบ้านแม่แจ่ม
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดในการวิจัย
10. สมมติฐานในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

เป็นที่ยอมรับกันว่า ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรม (Industry) ที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17-18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ยิ่งวิทยาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่มีมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้น เพราะมนุษย์เราต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และต้องการศึกษาหาความรู้ ประสบการณ์ และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตการทำงาน รวมทั้งมีความจำเป็นด้านอื่นๆ เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูงญาติมิตร หรือการเดินทางเพื่อร่วมประชุมสัมมนา เป็นต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจด้านการก่อสร้าง ร้านบริการซักรีด ร้านเสริมสวย ธุรกิจโฆษณา เป็นต้น (นิศา ชัชกุล, 2555: 1)

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ (นิศา ชัชกุล, 2555: 2) คือ

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ใน การนั้น

ฉันทิช วรรณถนอม (2552: 59) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน เที่ยวชม เพลิดเพลินหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ

วิคินีย์ มายอร์ (2555: 6) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นกิจกรรมนันทนาการ รูปแบบหนึ่งที่เกิดระหว่างเวลาว่าง ซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางท่องเที่ยว จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมักมีแรงกระตุ้น จากความต้องการในด้านกายภาพ วัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism –IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังที่สถานที่ต่างๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่างคือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
3. การเดินทางและพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
4. การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการไปทำงาน

สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรมหรือ กระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน”

จึงพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทาง ก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการดังต่อไปนี้ คือ

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปในประเทศใดประเทศหนึ่งเพื่อปฏิบัติงานด้านการทูตหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่นๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางเข้าพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดเป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมง
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่นการนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือการย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่คุมขังหนึ่ง เป็นต้น

หรือหากจะสรุปความหมายของการท่องเที่ยวในลักษณะของไทยได้ว่า “การท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว นักธุรกิจที่ให้บริการสินค้าและบริการ รัฐบาลที่เป็นเจ้าภาพและชุมชนในท้องถิ่นที่เป็นเจ้าภาพ ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และให้การต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2556: 15-17)

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งหมดออกเป็น 3 ประเภท ตามลักษณะ คุณค่าและความสนใจของนักท่องเที่ยว (สถาบันคลังสมองของชาติ, 2552: 13-14) ประกอบด้วย

1. ประเภทธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ภูเขา ถ้ำ น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล ความงามของปะการังและสัตว์น้ำใต้ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ อ่างเก็บน้ำและแหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) ตัวอย่างเช่น ดอยอินทนนท์ ภูกระดึง ถ้ำเชียงดาว น้ำตกเอราวัณ หาดพิทยา และเกาะเสม็ด เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในลักษณะที่เป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ตัวอย่างเช่น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และอนุสาวรีย์ชาวบ้านบางระจัน เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ อีกทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและได้ถ่ายทอดเป็นมรดกสืบต่อกันมา ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา สวนสนุก สวนสัตว์ กิจกรรมการพายเรือ ขี่จักรยานภูเขา และล่องแก่ง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช่างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ งานผลไม้จังหวัดจันทบุรี และสวนสนุกต่างๆ เป็นต้น

นิศา ชัชกุล (2555: 264-266) ได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) จำแนกย่อยได้ 2 ชนิด คือ

1.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ธรณีวิทยา ทัศนียภาพ ได้แก่ ชายหาดโค้ง เว้า ระดับความลาดชันของใต้ทะเลที่เหมาะสมกับการเล่นน้ำ มีทะเลสาบ ภูเขา ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือชีวภูมิศาสตร์ (Bio-geo-graphical Environment) เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ และพืชพันธุ์ธรรมชาติ เป็นต้น

2. ประเภทวัฒนธรรม (Cultural Environment) หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น แบ่งได้ 2 ชนิด คือ

2.1 ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นสิ่งก่อสร้างที่เกี่ยวข้องหรือเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์โบราณคดีและศาสนา เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ

กำแพงเมือง สถาปัตยกรรม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในจังหวัดต่าง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

2.2 ศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทคโนโลยี และกิจกรรมต่างๆ เช่น วิถีชีวิต งานประเพณี การแสดงศิลปะ วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง สวนสนุก เทศกาลประเพณีของจังหวัดต่างๆ เป็นต้น

ความหมายของนักท่องเที่ยว

ตามความหมายของสันนิบาตชาติที่ได้ให้คำนิยามไว้ในปี พ.ศ. 2480 ว่านักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศหนึ่งประเทศใดที่มีบ้านเมืองที่อาศัยอยู่เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และได้ขยายความต่อไปอีกว่า บุคคลเช่นใดนับเป็นนักท่องเที่ยวได้แก่

1. ผู้เดินทางเพื่อพักผ่อนใจหรือเพื่อสุขภาพ
2. ผู้เดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ผู้เดินทางเพื่อทำธุรกิจการค้าบางประการ
4. ผู้เดินทางมากับเรือที่เพลินตากับทิวทัศน์สองฝั่งน้ำ แม้จะแวะพักอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงก็

ตาม ส่วนบุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวได้แก่

4.1 ผู้เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพใดอาชีพหนึ่งหรือประกอบธุรกิจที่มีรายได้ในประเทศนั้น โดยจะมีสัญญาไว้กับผู้ใดหรือไม่ก็ตาม

4.2 ผู้เดินทางมาเพื่อตั้งถิ่นฐานที่อยู่อย่างถาวรในประเทศนั้น

4.3 ผู้เดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศของตน

4.4 ผู้เดินทางเพื่อเข้าไปเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในที่ที่จัดไว้เป็นหอพัก

4.5 ผู้เดินทางผ่านโดยมิได้แวะลงจากยานพาหนะเลย แม้ว่าจะเดินทางอยู่ในอาณาเขตของประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม

4.6 ผู้ลี้ภัยทางการเมืองหรือผู้ลี้ภัยทางศาสนาไปอยู่ต่างประเทศหรือผู้ลี้ภัยสงคราม

ต่อมาในปี พ.ศ. 2493 สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หรือ IUOTO (International Union of Official Travel Organization) ได้หยิบยกคำนิยามนักท่องเที่ยวมาพิจารณาใหม่ และได้ตกลงให้นักเรียนหรือนักศึกษาต่างชาติถือเป็นนักท่องเที่ยวด้วย เพราะค่าใช้จ่ายของนักเรียนหรือนักศึกษาเหล่านั้นมาจากต่างประเทศ นอกจากนั้นยังให้เรียกผู้เดินทางที่ตั้งใจมาท่องเที่ยว ณ ประเทศหนึ่งแต่อยู่ไม่ถึง 24 ชั่วโมงว่า เป็นนักทัศนาจร (Excursionist) ซึ่งรวมถึงผู้โดยสารที่เดินทางผ่านประเทศ โดยมิได้ออกจากบริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้เดินทางผ่านสนามบินด้วย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2507 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ได้คิดคำขึ้นใหม่แทนคำว่า นักท่องเที่ยว คือคำว่า “ผู้

เยี่ยมเยือนต่างประเทศ” หรือ “Foreign Visitor” หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยถาวรของตน ด้วยเหตุผลใดก็ตามที่ไม่ใช่ไปเพื่อประกอบอาชีพหารายได้ อาจแบ่งผู้มาเยือนต่างประเทศออก 2 ประเภทคือ

1. นักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Foreign Tourist) หมายถึงผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์อื่น ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักแหล่งหรือไปอยู่ประจำ

2. นักทัศนจรต่างประเทศ (Foreign Excursionist) หมายถึงผู้มาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และได้พักค้างคืน รวมถึงผู้มาเยือนกับเรือที่เปลลินตากับทิวทัศน์สองฝั่งน้ำด้วย

สำหรับความหมายนักท่องเที่ยวของประเทศไทยตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2552 ได้บัญญัติไว้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2556: 67-68)

กุลวรา สุวรรณพิมล (2556: 10-11) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยว คือผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง โดยมีจุดประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบศาสนกิจ
2. เพื่อจัดดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่างๆ
3. เพื่อเยี่ยมครอบครัว ญาติพี่น้อง
4. เพื่อราชการ การติดต่องานของราชการ
5. เพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา

นิตา ชัชกุล (2555: 3) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยว คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่เยือนและมีเหตุจูงใจในการเยือนเพื่อ

1. เพื่อเป็นการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
2. เพื่อการปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่างๆ

ฉันทิช วรรณถนอม (2552: 62) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยวคือ ผู้ที่มาชมบ้านชมเมือง ชมธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่คาดหวังจะได้รับคือ ความพอใจ ความ

สนุกสนานเพลิดเพลิน การได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ การต้อนรับที่ดี ความสะอาดสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่น่าประทับใจ

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว คือ การเดินทางไปตามสถานที่ต่างๆเป็นการชั่วคราว โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อการได้พักผ่อน หย่อนใจ และอาจจะมีการพักผ่อนแบบเกิดขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องไม่เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ และในงานวิจัยในครั้งนี้ การท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่มีความสวยงามของธรรมชาติ มีวัฒนธรรมชุมชนที่ดึงดูด และมีสวนเกษตรที่สามารถมาเที่ยวชมได้ตลอดทั้งปี ส่วนความหมายของนักท่องเที่ยวสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2552 อ้างถึงใน ญัตติกฤษฎีการ ฉายแสงประทีป, 2557: 312) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวชมชนภาคเกษตรกรรม จากความหลากหลายของผลิตผลทางการเกษตร และความสวยงามตามธรรมชาติของเรือกสวนไร่นา จึงเป็นจุดแข็งในการที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศ รวมถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ ซึ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (2552: 228) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่า หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวแบบหนึ่งซึ่งมุ่งความสนใจไปยังกิจกรรมการเกษตรเป็นหลัก เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพักผ่อนหย่อนใจ เพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจไปกับผลิตผลทางการเกษตร วิถีชีวิตและประสบการณ์ใหม่ๆด้านการเกษตร ซึ่งจะส่งผลดีในการก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังเกษตรกรและชุมชนในท้องถิ่นชนบท

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543 อ้างถึงใน เทพกร ณ สงขลา, 2556: 12-13) ได้อธิบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้รับความเพลิดเพลินและความรู้กลับไปประยุกต์ใช้ หรือประกอบอาชีพได้ และเหนืออื่นใดคือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้ เข้าใจ ภาคภูมิใจกับอาชีพ ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมและการประกอบ

อาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม บริหารจัดการโดยเกษตรกร หรือชุมชน ความประทับใจที่เกิดจากการได้ชม ซื้อผลิตภัณฑ์ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ก่อให้เกิดความรู้ทักษะ และประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 297) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่า หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อชมการเกษตรที่ผสมผสานกลมกลืนกับธรรมชาติที่มีทัศนียภาพสวยงามในชนบท อันเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็น อีกทั้งเป็นแหล่งให้ความรู้ทางด้านเกษตร วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ในชนบทที่สร้างความตื่นตาตื่นใจแก่นักท่องเที่ยว และสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป และค่าบริการท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นชนบทให้เกิดประโยชน์และเป็นการช่วยแก้ปัญหาแรงงานที่ว่างงาน ในขณะเดียวกันก็มีความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่เกษตรกรรมนั้น อันเป็นระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างหนึ่งที่เกษตรกรสามารถสร้างขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ และจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากรู้ อยากเห็น อยากเข้าชม อยากเข้าชมผลิตผลทางการเกษตร

ใบเฟิร์น วงษ์บัวงาม และमुखสุดา พูลสวัสดิ์ (2556: 8-9) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือการเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นแหล่ง ชุมชน ย่าน ตำบล หรืออื่นๆ ที่บูรณาการเกษตรกรรม จนเป็นจุดท่องเที่ยวที่มีการจัดการ บริการด้านต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมหรือพักได้ อาทิ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวโดยมีวิทยากรนำชม การจัดสถานที่สาธิต หรือการเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร และของที่ระลึกที่มาจากงานด้านการเกษตรที่ทำอยู่ เป็นต้น และการดำเนินการนั้นต้องไม่ขัดแย้งกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเรียนรู้และเข้าใจ ประเพณี วิถีชีวิต แบบเกษตรกร เกิดประสบการณ์ใหม่ๆ ด้านการเกษตรอันเกิดจากภูมิปัญญาและวิถีชีวิตคนในท้องถิ่นนั้น

ศิริพร พันธูลี และคณะ (2555: 6-7) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรม ให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตร และวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร นอกจากนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กรมการท่องเที่ยว (2552 อ้างถึงใน ธรรมนูญฯ ฉายแสงประทีป, 2557: 313) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกตามลักษณะและขนาดของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการและการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป

3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (51ไร่ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21-50ไร่) และขนาดเล็ก (ไม่เกิน20ไร่)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตต์ตั้งวัฒนา, 2548: 298-299) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่ามี 10 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการทำนา โดยเฉพาะที่ใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมในการเตรียมดิน และการเก็บเกี่ยว เช่น การใช้กระบือหรือโคไถนา การเก็บเกี่ยวและการนวดข้าวโดยแรงงานคน และการประกอบอาชีพเสริมได้แก่ การเพาะเห็ด ยกยอ ตกปลา เป็นต้น วัฒนธรรมการทำเกษตรแบบนี้เป็นวงจรชีวิตที่สามารถพบเห็นได้ในบริเวณจังหวัดอยุธยาและอ่างทอง

2. รูปแบบเกษตรผสมผสาน ได้แก่การปลูกผักปลอดสารพิษร่วมกับผลไม้และชุดบ่อเลี้ยงปลาหรือทำนาควบคู่กันไป สามารถทำผักสลัด ขยายผลไม้ ปิ้งปลา หรือกุ้งขายให้กับนักท่องเที่ยวได้

3. รูปแบบสวนผลไม้ ซึ่งไม้ผลของไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ ได้แก่ มะม่วง ส้มโอ ชมพู่ พบปลูกกันมากบริเวณจังหวัดนครปฐม ปราจีนบุรี สำหรับลำไย ลิ้นจี่ พบปลูกกันมากบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และลองกองก็ปลูกกันมากที่จังหวัดนราธิวาส ซึ่งสามารถจัดเทศกาลชิมผลไม้ของแต่ละจังหวัดได้ โดยจัดกิจกรรมวิธีการเก็บที่หลากหลาย

4. รูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่สวนกล้วยไม้ที่จังหวัดนครปฐม ราชบุรี แปลงกุหลาบที่จังหวัดนครปฐม จังหวัดตาก เชียงใหม่ และสวนไม้ดอกไม้ประดับที่เชียงใหม่ นครปฐม เชียงราย และนครราชสีมา เป็นต้น

4. การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) ได้แก่ การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท รวมถึง การทำโรตัก ไร้วัว ไร้อ่าวโพด ข้าวฟ่าง ไรพริกไทย เป็นต้น

5. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) ได้แก่ การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหาร เสริมพืชผัก สวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

6. การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) ได้แก่ การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจ นานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า รวมถึงสวนของ สภาอากาศไทย เป็นต้น

7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Festival) ได้แก่ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขาย ผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นมีจำนวนมากๆ อาทิ งานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ งานเทศกาลลำไย งานเทศกาลกินปลา เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ที่มีรูปแบบของการทำการเกษตรในด้านต่างๆ เช่น การกลสิกรรม การทำสวนผลไม้ ฟาร์มปศุสัตว์ เป็นต้น ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้เพิ่มเติมในด้านการเกษตรแล้ว ยังได้เรียนรู้วิถีชีวิตของ เกษตรกรในแต่ละพื้นที่ ได้พักผ่อนหย่อนใจ และอาจมีการร่วมทำกิจกรรมทางการเกษตรกับเกษตรกร ในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความต้องการด้านต่างๆของบุคคลคือ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งซึ่งผลักดันให้บุคคลมีการ กระทำต่างๆ ซึ่งภาวะที่บุคคลมีแรงผลักดันเกิดขึ้นในจิตใจนี้เรียกว่า การมีแรงจูงใจ (Motivation) บุคคลที่มีแรงจูงใจจะมีพลังและความกระตือรือร้นที่จะกระทำพฤติกรรมต่างๆอย่างมีทิศทางเพื่อ ตอบสนองความต้องการและบรรลุเป้าหมายของตน (ซูซีย์ สมิทธิไกร, 2554: 218)

ความหมายของแรงจูงใจ

เสรี วรชัณณา (2542: 54) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจเอาไว้ว่า การจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง พลังแรงกระตุ้น (Drive) ภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้ บุคคลเกิดการปฏิบัติ จากความหมายนี้พลังสิ่งกระตุ้นจะประกอบด้วย พลังความตึงเครียด ซึ่งเกิดจาก ผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกจะ พยายามลดความตึงเครียด โดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขา และทำให้ผ่อนคลาย

คล้ายความรู้สึกตึงเครียด จุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

เพ็ญศิริ โชติพันธ์ (2551: 34) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นภายในบุคคล และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็นสองประเภท คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการของร่างกาย และแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของสังคมและสภาพแวดล้อม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550: 124) กล่าวว่าไว้ว่า สิ่งจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างภายในตัวบุคคล ซึ่งเป็นต้นเหตุในการปฏิบัติพฤติกรรมต่างๆ ความพยายามของผู้บริโภคที่จะสร้างความพอใจโดยตอบสนองความต้องการผ่านกิจกรรมต่างๆของตลาดก็คือ พฤติกรรมที่เป็นผลจากการได้รับสิ่งจูงใจ สิ่งจูงใจทำหน้าที่สั่งการระบบปฏิบัติตอบสนองของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของตลาด และสิ่งจูงใจยังเป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่ชี้แนะพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มุ่งไปสู่เป้าหมาย กล่าวโดยรวมสิ่งจูงใจคือ พลังงานที่ระเบิดขึ้นภายใต้ความคิดจนสามารถบังคับหรือผลักดันให้บุคคลมุ่งทำกิจกรรมต่างๆ ที่จะพาเราไปจนเราสามารถตอบสนองความต้องการของเราได้หรือบรรลุเป้าหมายได้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550: 123) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ (Motives) หมายถึง แรงขับ (Drives) ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้เขาแสดงพฤติกรรม โดยที่แรงขับจะมาจากความเครียดที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของบุคคล หรือเราจะกล่าวว่า บุคคลจะกระทำสิ่งใดย่อมมีแรงจูงใจในการกระทำ ตัวอย่างเช่น มนุษย์รับประทานอาหารเพราะความหิว หรือความอยาก นักเรียนขยันเรียนหนังสือเพราะต้องการได้คะแนนดีๆเพื่อให้พ่อแม่ภูมิใจ คนขยันทำงานเพราะต้องการเงินเดือนเพิ่มขึ้นเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นต้น ดังนั้นหากเราต้องการให้บุคคลทำตามในสิ่งที่เราต้องการ เราจะต้องสร้างสิ่งจูงใจให้เขายอมทำตาม ตัวอย่างเช่น สร้างแรงจูงใจให้นักเรียนขยันทำการบ้านด้วยการให้คะแนนพิเศษ สร้างแรงจูงใจให้คนขยันทำงานด้วยการให้โบนัส หรือสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยการมอบผลประโยชน์จูงใจ เป็นต้น

ศุภร เสรีรัตน์ (2540: 128) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motive) เป็นคำที่ได้ความหมายมาจากภาษาละตินที่ว่า Movere ซึ่งหมายถึง เคลื่อนไหว (Move) ฉะนั้น คำว่าแรงจูงใจจึงมีการให้ความหมายไว้ต่างกันดังนี้

1. แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

2. แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวของผู้บริโภคที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อมภายนอก จากความหมายนี้จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ สองประการ

คือ เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ และเป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

การเข้าถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค (ชูชัย สมितिไกร, 2554: 215-218) เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค มีแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของพฤติกรรมผู้บริโภคที่สำคัญ 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น และทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท ดังนี้

1. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น โดย Maslow (1943) ได้เสนอทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น (Hierarchy of Needs Theory) โดยมีสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้

1.1 มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการระดับใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความสำคัญของความต้องการนั้นจะลดน้อยลง และจะพยายามตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป

1.2 ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อน และความต้องการจะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น เมื่อเกิดความหิว การระงับความหิวจะเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการกระทำมากที่สุด และความต้องการนี้จะลดลงเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว

1.3 ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น

1.4 วิธีการตอบสนองความต้องการในระดับสูง มีความหลากหลายมากกว่าการตอบสนองความต้องการในระดับต่ำ

2. ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท โดย McClelland (1961) ได้เสนอทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท (A Trio of Basic Needs Theory) โดยกล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ และสามารถจำแนกความต้องการได้เป็น 3 ประเภท คือ

2.1 ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จจากการทำงาน ความต้องการนี้จะกระตุ้นให้บุคคลตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย ทำงานหนัก และใช้ทักษะและความสามารถที่มีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนถึงความสำเร็จ เช่น สินค้าที่หรูหรา หรือหาได้ยาก การวิจัยของ Ericksen & Sirgy (1989) ซึ่งศึกษาเรื่องความต้องการความสำเร็จกับพฤติกรรมการแต่งกาย โดยสุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรเพศหญิงของมหาวิทยาลัย พบว่ากลุ่มที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จะชอบใส่เสื้อผ้าแบบนักธุรกิจ ในขณะที่กลุ่มที่ขาดความต้องการความสำเร็จ จะชอบใส่เสื้อผ้าแบบอื่นๆ เช่น แบบผู้หญิงหวาน ชุดลำลอง

2.2 ความต้องการความสัมพันธ์ (Need for Affiliation) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ผู้ที่มีความต้องการนี้สูงจะให้ความสำคัญแก่มิตรภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และความต้องการเป็นที่รักของบุคคลอื่น นอกจากนั้น ยังมีมักจะปฏิบัติตามบรรทัดฐานและกฎระเบียบต่างๆด้วยความเต็มใจ ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการสัมพันธ์สูง จึงมีแนวโน้มต้องการใช้สินค้าและบริการที่สามารถแบ่งปันหรือบริโภคร่วมกันในกลุ่ม เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.3 ความต้องการอำนาจ (Need for Power) เป็นความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อม สามารถมีอิทธิพลและชี้นำผู้อื่นได้ ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนให้เห็นว่าตนสามารถมีอำนาจเหนือกว่า

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จะช่วยให้เราสามารถเข้าถึงพฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและจะช่วยให้เราทราบว่าทำไมคนเราจึงมีการเดินทาง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ จำเป็นจะต้องเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของตนเอง

แรงจูงใจสำคัญที่ทำให้คนเดินทางจำแนกออกเป็น 6 ชนิด ดังนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2556: 169-170)

1. แรงจูงใจทางด้านสรีระหรือทางกายภาพ (Physical) ได้แก่ ความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ จากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ความต้องการที่จะได้พักผ่อนเพราะต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural) ความสนใจที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวชมบ้านชมเมือง ได้เห็นสถาปัตยกรรมที่แปลกๆ ได้เห็นวิถีชีวิตที่แปลกๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อชมวัด การไปร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การไปตักบาตรยามเช้าที่หลวงพระบาง การไปร่วมเล่นน้ำกับคนในท้องถิ่นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นเพียงตัวอย่างการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เราเห็นชัดเจน

3. การท่องเที่ยวเพื่อที่ความต้องการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง (Emotional) นักท่องเที่ยวบางคนมาท่องเที่ยวเพราะต้องการเห็นสิ่งที่เป็ในอดีต สิ่งที่ไม่ได้ในโลกปัจจุบัน บางคนชอบกลับไปใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมที่ต่างไปจากโลกปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจประเภทนี้เรียกว่า แรงจูงใจทางการถวิลหาอดีต นักท่องเที่ยวพวกนี้จะชอบชมพิพิธภัณฑน์ ชอบชมบรรยากาศที่สวยงาม โรแมนติก แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการก็จะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่สนองความต้องการทางด้านนี้แก่เขาได้

4. การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ (Status) แรงจูงใจทางด้านนี้คือ แรงจูงใจที่อยากได้ชื่อว่าไปท่องเที่ยวแล้วมีหน้ามีตา มีคนพูดถึงหรือชื่นชมเมื่อได้ทำสำเร็จ เช่น ไปท่องเที่ยวในประเทศที่ยังไม่มีใครเคยไป บางคนต้องการได้ชื่อว่าเป็นคนทันสมัยนำแฟชั่น ก็จะชอบท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าที่นำมาสมัย

5. แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง (Personal Development) บางคนเดินทางเพื่อหาความรู้ และทักษะใหม่ๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ นักเรียนที่มีฐานะดีเดินทางไปเรียนภาษาอังกฤษในต่างประเทศในช่วงฤดูร้อน หรือคนไทยที่อยากไปเรียนการทำอาหารที่ประเทศฝรั่งเศส หรือชาวตะวันตกที่หลงใหลอาหารไทยเดินทางมาเรียนการทำอาหารไทยในเมืองไทย เป็นต้น

6. แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะไปเยี่ยมเยือนญาติมิตรเพื่อนฝูงที่อยู่ห่างไกลกัน ความต้องการที่จะหาเพื่อนใหม่ ความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่นด้วยการพาไปเที่ยว

กล่าวโดยสรุป แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มากระตุ้นให้เกิดความคิดที่อยากจะทำ การบางอย่าง ซึ่งอาจจะเกิดจากความต้องการภายในของตัวบุคคลเอง หรืออาจจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ซึ่งส่งผลให้เกิดการตัดสินใจกระทำการบางอย่างเพื่อตอบสนองต่อความต้องการนั้น สำหรับความหมายของแรงจูงใจในงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ได้แก่ แรงจูงใจจากความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก การทราบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะทำให้เข้าใจถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และสามารถตอบสนองได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน การกระทำของแต่ละคนจะมีกระบวนการของพฤติกรรมเป็นของตนเองตลอดเวลา ทุกคนต่างก็จะมีเหตุจูงใจหรือความต้องการ (Motives) และจะมีสิ่งยึดถือต่างๆ ภายในความคิดของตนเอง (Frame of mind) และพร้อมจะรับเอาเรื่องราวต่างๆ (Sensation) จากภายนอกเข้ามาได้ตลอดเวลาอีกด้วย การตัดสินใจกระทำการต่างๆ ของเขาที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ย่อมจะอยู่ภายใต้การกำกับของสิ่งเหล่านี้ทั้งสิ้น (เพ็ญศิริ โชติพันธ์, 2551: 1) ในการทำวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งถือเป็นผู้บริโภคที่ไม่เพียงแต่มีการบริโภคด้านสินค้าหรือการจับจ่ายใช้สอย แต่ยังรวมถึงการบริโภคในด้านการบริการ ความพึงพอใจ จากการได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของแต่ละพื้นที่อีกด้วย

ความหมายของพฤติกรรม

ในเชิงจิตวิทยาซึ่งเป็นศาสตร์ที่ศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ คำว่า “พฤติกรรม (Behavior)” หมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) และพฤติกรรมภายใน (Convert Behavior) (ชูชัย สมิทธิไกร, 2554: 9)

1. พฤติกรรมภายนอก คือ การกระทำที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้และวัดได้ และอาจแสดงออกได้ทั้งในรูปแบบวัจนภาษา (Verbal) และแบบอวัจนภาษา (Nonverbal) เช่นการพูด การหัวเราะ การร้องไห้ การเดิน การซื้อสินค้า

2. พฤติกรรมภายใน คือ การกระทำที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ การรับรู้ การคิด อย่างไรก็ตาม สามารถวัดพฤติกรรมแบบนี้ได้ด้วยเครื่องมือทางจิตวิทยาเช่น แบบวัด แบบทดสอบ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550: 18) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคเอาไว้ว่า หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล (2550: 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคเอาไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วย (Activities people undertake when obtain, consuming and disposing of products and services)

ศุภร เสรีรัตน์ (2540: 6) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

เพ็ญศิริ โชติพันธ์ (2551: 1) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ว่า เป็นเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติหรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะในบางเรื่อง คือ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้า การบริการจากองค์การทางการตลาดทั้งหลายนั้น ย่อมถือได้ว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์เท่านั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายเฉพาะกระบวนการของตัวบุคคล ที่ตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และจะซื้อจากใคร การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจ

ศิริพร พันธุ์ลี (2552: 94) ได้กล่าวถึง คำว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” นั้น ได้ถูกดัดแปลงจากความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็เป็นผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งเช่นกัน แต่สินค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นสินค้าบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของ

นักทอ่งเที่ยว ดังนั้นความหมายของ “พฤติกรรมนักทอ่งเที่ยว” จึงหมายถึง บุคคลผู้ซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมิน สิ้นค้าบริการจากการทอ่งเที่ยว ที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศุภร เสรีรัตน์ (2540: 35-39) ได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเอาไว้ดังนี้

ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค (Substantive theories) เป็นทฤษฎีที่มองว่า วิธีการหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคในกระบวนการซื้อที่จะต้องมึข้อมูลที่เพียงพอ หรือต้องมีความสามารถในการให้ได้มาซึ่งความรู้ที่จำเป็นต่อการกระทำการตัดสินใจ จากความรู้และข้อมูลต่างๆที่ได้รับเหล่านี้ ผู้บริโภคสามารถนำไปใช้สำหรับการพิจารณาทางเลือกต่างๆที่เป็นไปได้อย่างรอบคอบ อันนำไปสู่การตัดสินใจที่มีเหตุผลในที่สุด ทฤษฎีที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผล ได้แก่

1. ทฤษฎีว่าด้วยการเป็นคนประหยัด (Economic man) ภายใต้ทฤษฎีนี้ถือว่า ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี ปราศจากการใช้ความพยายามหรือการเสียต้นทุนใดๆส่วนบุคคล นอกจากนั้นความต้องการของผู้บริโภคก็แน่นอนและเป็นจริง (Realistic) ดังนั้น เมื่อเขาเกิดมีความต้องการสินค้าชนิดใด ที่จะทำให้ความต้องการทางกายภาพได้รับความพอใจขึ้นมา เขาจะเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจได้เลยว่าสินค้าชนิดใด สถานที่ใดที่เขาจะทำการซื้อได้ ซึ่งจะทำให้ความต้องการดังกล่าวของเขาได้รับความพอใจ ฉะนั้นการตัดสินใจตามทฤษฎีนี้จึงคำนึงผลประโยชน์ที่จะได้รับมากที่สุดเป็นเกณฑ์

2. ทฤษฎีว่าด้วยการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจ (Problem Solving or Decision Making) ทฤษฎีว่าด้วยการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจ ถือว่าผู้บริโภคไม่ได้มีความรู้เหนือ ข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวกับทางเลือกต่างๆที่ต้องตัดสินใจ ฉะนั้น เมื่อมีการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาก็ต้องมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมซึ่งต้องเสียเวลาและใช้ความพยายาม นอกจากนี้ความต้องการบางครั้งของผู้บริโภคเองก็ไม่แน่นอน และการซื้อส่วนใหญ่ก็มีเรื่องของความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ (Economic Risk) และความเสี่ยงด้านจิตใจ (Psychological Risk) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ฉะนั้น ผู้ซื้อสำหรับทฤษฎีนี้ จึงต้องใช้ข้อมูลที่หามาได้อย่างระมัดระวังในการตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง ที่ตรงกับความต้องการจากบรรดาทางเลือกต่างๆภายใต้ทฤษฎีนี้ จึงถือว่าการตัดสินใจอาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้ แต่ก็ถือว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยโดยทั่วไปหรือไม่เข้าข่ายสำคัญ

3. ทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk avoidance) ทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานที่ว่า ผู้บริโภค คือผู้ซึ่งทำการตัดสินใจ จะเป็นผู้ที่พยายามจะแก้ไขปัญหากการซื้อด้วยกระบวนการการตัดสินใจ โดยทฤษฎีนี้จะเน้นที่ข้อเท็จจริงที่ว่า ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีข้อมูลค่อนข้างน้อยเกี่ยวกับทางเลือกต่างๆของเขา และแม้ว่าผู้บริโภคจะเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างมากในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพิ่มเติม แต่ผู้บริโภคก็ยังคงต้องเผชิญกับความไม่

แน่นอนของผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นภายหลังการซื้อว่าจะเป็นที่พอใจหรือไม่ นั้นแสดงว่าผู้บริโภคมีความเสี่ยงที่ต้องได้รับเมื่อเขามีการกระทำการซื้อ ดังนั้น พฤติกรรมของผู้บริโภคตามทฤษฎีนี้จึงเป็นพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมีเหตุผล ซึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกแล้วจึงถือว่าการเกิดจากผู้บริโภคได้มีการใช้ความพยายามอย่างดีที่สุดแล้ว ที่จะให้มีความเสี่ยงเกิดขึ้นน้อยที่สุด นั่นคือทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงซึ่งเป็นทฤษฎีที่เน้นการซื้อที่ขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Value of brand) ชื่อเสียงของบริษัท และการระมัดระวังสินค้าที่มีลักษณะแปลกจนเกินไปในตลาดเป็นเกณฑ์สำหรับการพิจารณาการตัดสินใจซื้อ

4. ทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้ (Learning) ทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้จะมีพื้นฐานส่วนใหญ่มาจากทฤษฎีของ Pavlov และ Skinner ซึ่งในส่วนของทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้จะทำให้ได้ข้อคิดว่า ผู้บริโภคจะมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการซื้อได้ มาจากประสบการณ์การจับจ่ายซื้อของที่เกิดขึ้นจริง (Actual shopping) และจะค่อยๆ กลายเป็นกระบวนการซื้ออย่างง่าย ๆ โดยมีการพัฒนาออกมาเป็นการซื้อที่มีรูปแบบที่เป็นนิสัย (Habitual purchase pattern) การรับรู้และแรงจูงใจที่แตกต่างกันของผู้บริโภคจะมีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคโดยเฉพาะ

ทฤษฎีว่าด้วยการเกิดจากอารมณ์ (Nonsubstantive theories) ทฤษฎีว่าด้วยการเกิดจากอารมณ์จะแตกต่างไปจากทฤษฎีว่าด้วยการเกิดจากอารมณ์ที่มีเหตุมีผลหลายประการ ประกอบด้วยทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีว่าด้วยจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic) ทฤษฎีว่าด้วยจิตวิเคราะห์เป็นทฤษฎีที่มาจากแนวความคิดของ Sigmund Freud ที่ว่า พฤติกรรมของคนเรานั้นเป็นพฤติกรรมที่เกิดมาจากจิตใต้สำนึกของบุคคล การวิจัยในเรื่องของการจูงใจ (Motivation research) จึงเป็นรากฐานของทฤษฎีนี้ ซึ่งกล่าวว่าการซื้อเป็นกิจกรรมที่ค่อนข้างซับซ้อนมาก ที่เกิดจากการจูงใจที่ผู้บริโภคเองมักจะไม่รู้ตัว ฉะนั้นภายใต้ทฤษฎีนี้การวิจัยจึงต้องพยายามค้นหาเข้าไปในจิตส่วนลึกของผู้บริโภคว่าอะไรคือเหตุผลที่แท้จริงของการตัดสินใจซื้อของเขา เหตุผลที่ได้เหล่านี้จึงค่อนข้างจะเป็นเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่จะคาดคะเนหรือแม้แต่ว่าจะอธิบายถึงพฤติกรรม ที่ปรากฏได้

2. ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำทางสังคม (Social actions) ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำทางสังคมเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมซื้อของบุคคล ที่เป็นผลมาจากอิทธิพลของบุคคลอื่นๆ ภายในสังคม ซึ่งทฤษฎีนี้ถือว่าบุคคลแต่ละคนต่างก็อยู่ในสังคมและได้รับอิทธิพลจากบุคคลหรือกลุ่มของบุคคลนั้นๆ การเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็ดี อาจจะมีผลกำหนดให้บุคคลต้องใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่งโดยเฉพาะตามที่กลุ่มกำหนด ฉะนั้น สินค้าบางตัวจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงสถานภาพของบุคคล (Status) ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต (Live style) ของกลุ่มต่างๆ ในสังคม ประเภทของสินค้าที่ซื้อ หรือแม้แต่วิธีการซื้อก็ดี จึงเป็นเรื่องของการได้รับอิทธิพลจากกลุ่มที่เราเป็นสมาชิกหรือกลุ่มที่เราปรารถนาอยากเป็นทั้งทางตรง

และทางอ้อม เราเรียกพฤติกรรมลักษณะเช่นนี้ว่า พฤติกรรมการเลียนแบบสังคม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีพื้นฐานที่เกิดจากอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลซึ่งไม่ได้มีพื้นฐานของพฤติกรรมที่มาจากเหตุผล

3. ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำที่ไม่ได้ตั้งใจมาก่อน (Impulse actions) ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำที่ไม่ได้ตั้งใจมาก่อน เป็นทฤษฎีที่มีความเห็นว่าผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้ทำการตัดสินใจซื้อ จะมีการตัดสินใจซื้อสินค้าหลายชนิด ในลักษณะแบบฉับพลันหรือไม่ได้ตั้งใจมาก่อน (Impulse) คือปราศจากการไตร่ตรองหรือการวางแผนไว้ล่วงหน้า จึงถือว่าผู้ซื้ออาจทำการตัดสินใจแบบไม่มีเหตุผลได้ เพราะไม่ได้มีการพิจารณา หรือศึกษาหาข้อมูลเพื่อให้ได้ทราบข้อดีเหนือผลประโยชน์ของทางเลือก ที่จะตัดสินใจที่ออกมาดีที่สุด หรือมีความเสี่ยงน้อยที่สุดเสียก่อน เป็นพฤติกรรมการซื้อที่ไม่ได้ตั้งใจซื้อมาก่อน แต่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้นที่ต้องการจะซื้อ

4. ทฤษฎีว่าด้วยการสุ่มเลือก หรือความน่าจะเป็น (Radom choice or Probabilistic) ทฤษฎีว่าด้วยการสุ่มเลือกหรือว่าด้วยความน่าจะเป็น เป็นทฤษฎีที่มองเห็นพฤติกรรมการซื้อหลายอย่างของบุคคลที่มีลักษณะเป็นการซื้อที่ขาดการเอาใจใส่ และชี้ให้เห็นถึงข้อแตกต่าง ระหว่างตราสินค้า ที่ทำการซื้อได้น้อยมาก นักวิจัยบางท่านจึงเห็นว่าลักษณะซื้อเช่นนี้ จะสามารถอธิบายได้ดีที่สุดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการตัดสินใจแบบการสุ่มเลือก คือขึ้นอยู่กับความพอใจของตนเองที่จะเลือกซื้อสินค้าตัวไหน ปกติแล้วทฤษฎีนี้จะเน้นศึกษาถึงการคาดคะเนในพฤติกรรมการเปลี่ยนตราสินค้า (Brand switching behavior) ของผู้บริโภคว่าจะเป็นไปได้ในลักษณะใด ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยแบบจำลองว่าด้วยความน่าจะเป็น (Probabilistic model) สำหรับการคาดคะเนการเลือกซื้อสำหรับตราสินค้าตราใดตราหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กระบวนการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะซื้อบริการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการอยู่ 5 ขั้นตอนหลักดังต่อไปนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2556: 169-170)

1. การที่บุคคลมีความต้องการที่จะท่องเที่ยว
2. การค้นหาข้อมูล
3. การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว
4. การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์
5. การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง

ในขั้นความต้องการที่จะท่องเที่ยว บุคคลรู้สึกถึงความต้องการที่จะท่องเที่ยวและจะมีการชักนำระหว่างผลดีผลเสียของการท่องเที่ยว ต่อมาเป็นการค้นหาข้อมูลโดยผู้ที่กำลังตัดสินใจท่องเที่ยวจะมีการรวบรวมข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับโฆษณา รวมไปถึงญาติมิตรและผู้มีประสบการณ์ ข้อมูลที่รวบรวมมานี้จะถูกนำมาพิจารณาประกอบกับประเด็นข้อจำกัดทางด้านเวลา

และงบประมาณที่มี พร้อมกับปัจจัยอื่น เช่น ความสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และทางเลือกต่างๆ ในขั้นที่ 3 คือ การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว ผู้ที่กำลังจะเดินทางตัดสินใจได้แล้วว่าจะไปเที่ยวที่ไหน จะเดินทางไปด้วยพาหนะแบบใด จะพักที่ไหน และจะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง ขั้นที่ 4 เป็นขั้น การเตรียมตัวเดินทาง ในขั้นนี้บุคคลจะทำการจองตั๋ว จองที่พักล่วงหน้า ตระเตรียมเสื้อผ้าและ อุปกรณ์เครื่องใช้เพื่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงการแลกเงินและการเตรียมค่าใช้จ่าย หลังจากนั้นการเดินทางท่องเที่ยวก็เริ่มต้น ขั้นที่ 5 คือ การประเมินความพึงพอใจจากการเดินทาง จะเกิดขึ้นใน ระหว่างที่การท่องเที่ยวกำลังที่จะดำเนินไป จนกระทั่งการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง และประสบการณ์ที่ นักท่องเที่ยวได้รับจะส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคต

องค์ประกอบต่างๆที่จำแนกและมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องระหว่างแต่ละองค์ประกอบ จะส่งผลต่อการตัดสินใจในระยะต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น 5 ระยะ แบ่งองค์ประกอบออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านคุณสมบัติต่างๆของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณลักษณะทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และทางด้านพฤติกรรม
2. องค์ประกอบด้านความรู้เกี่ยวกับการเดินทาง ได้แก่ ความรู้ที่มีเกี่ยวกับโอกาสต่างๆ ที่ บุคคลสามารถจะเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภูมิศาสตร์และการเข้าถึงประเทศต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
3. องค์ประกอบด้านลักษณะของการเดินทาง ได้แก่ ระยะทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เวลาที่มีในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในกลุ่ม และความเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบด้านทรัพยากรและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ปริมาณและคุณภาพของการบริการ สภาพของสิ่งแวดล้อม คุณลักษณะของประชากรในพื้นที่ และลักษณะทางการเมืองในประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า หรือบริการต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากแรงจูงใจต่อสินค้าและบริการนั้นๆ และสำหรับงานวิจัยใน ครั้งนี้ จะกล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคโดยหมายถึง พฤติกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติหลังจากที่ ได้ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการ มาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยว ซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่เลือกซื้อ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง เกษตร ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ จะมีความเกี่ยวเนื่องกับลักษณะส่วนบุคคล

เศรษฐกิจ และสังคม และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านต่าง ๆ นั้นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) เป็นพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลในระดับต่างๆในสังคม ทั้งระดับปัจเจกบุคคล กลุ่มย่อย ครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น และในระดับประเทศ การสื่อสารมีความสำคัญและจำเป็นต่อมนุษย์ การสื่อสารจะเกี่ยวข้องไปยังกิจกรรมทุกประเภทในสังคม การสื่อสารช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจร่วมกัน และสร้างสัมพันธที่ดีในสังคม

องค์ประกอบของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารจะต้องประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนคือ

1. ผู้ส่งสาร หรือแหล่งสาร (Sender or Source) หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการ มีความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ ความเชื่อไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร
2. สาร (Source) หมายถึง เนื้อหาของสารหรือเรื่องราวอันมีความหมาย และถูกแสดงออกมาโดยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆก็ตาม ที่สามารถก่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร
3. สื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร (Media or Channel) หมายถึงตัวกลางที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร
4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้รับเนื้อหา หรือเรื่องราวจากแหล่งสาร หรือที่ผู้ส่งสารส่งมา ผู้รับนี้อาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถาบันก็ได้

นอกจากองค์ประกอบสำคัญทั้ง 4 ส่วน ดังที่กล่าวมาแล้ว ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) ก็ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสาร ปฏิกริยาตอบกลับคือผลที่ผู้รับสารส่งกลับมายังผู้ส่งสาร โดยอาจแสดงออกทางการพูดโต้ตอบ การแสดงความคิดเห็นหรือการแสดงอาการให้เห็น เช่น ประบมือ ยิ้ม พยักหน้า เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ส่งสารได้ทราบว่า ผู้รับสารมีความพอใจหรือเข้าใจในความหมายของสารที่ส่งไปหรือไม่

รูปแบบและคุณลักษณะของการสื่อสาร

รูปแบบของการสื่อสาร จำแนกตามจำนวนของผู้สื่อสาร แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองหรือสามคน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และสร้างสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น การพูดคุยแบบต่อหน้า การพูดคุยทางโทรศัพท์ เป็นต้น ผู้ร่วมสนทนาเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสารสลับกันไปมา ประกอบด้วยการสื่อสาร วจนสาร ได้แก่ ภาษาพูด ถ้อยคำ เช่น การสนทนา การสัมภาษณ์ และการสื่อสาร อวจนสาร ได้แก่ การสื่อสารที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เช่น การแสดงท่าทาง สีหน้า แววตา เป็นต้น

2. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะพูดคุยตอบโต้กันได้โดยตรง และทั่วถึง เช่น การสื่อสารในการประชุมสัมมนา เป็นต้น

3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยอาจใช้สื่อโสตทัศนศึกษาช่วย การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้ ได้แก่ การประชุม การประชากม เป็นต้น การรวมตัวกันของคนจำนวนมากทำให้ผู้ส่งสารจะควบคุมสถานการณ์ได้ยาก เนื่องจากผู้รับสารมีลักษณะในเรื่องความแตกต่างของบุคคลค่อนข้างมาก และปฏิกิริยาตอบกลับจะเกิดขึ้นได้ค่อนข้างช้า โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสื่อสารกันได้โดยตรง และทั่วถึงมีน้อยมาก

4. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารไปถึงมวลชนโดยผู้ส่งสาร ได้แก่ สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น การสื่อสารมวลชนนี้จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ปฏิกิริยาตอบกลับเกิดขึ้นได้ช้า และมีน้อยมาก (กิตติมา สุรสุนธิ, 2541: 29)

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารคือ การนำเสนอข้อมูลหรือข่าวสารที่ต้องการสื่อสาร ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยอาศัยช่องทางการของส่งสารประเภทต่างๆ ซึ่งในงานวิจัยในครั้งนี้ หมายถึงการนำเสนอข้อมูล หรือการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ผ่านทางสื่อประเภทต่าง เช่น สื่อออนไลน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีโอกาสได้เข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และเกิดแรงจูงใจในการได้มาเยี่ยมชม

แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์

ประสบการณ์เป็นที่มาหรือเป็นรากฐานของความรู้ของมนุษย์อย่างแท้จริง มนุษย์จะมีความรู้ อะไรหรือจะสามารถทำอะไรได้อย่างแท้จริง ล้วนอาศัยประสบการณ์การรับรู้ทางประสาทสัมผัสเป็นพื้นฐานทั้งสิ้น ประสบการณ์นิยมเป็นรากฐานของวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ และเป็นหัวใจของวิธีการทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ ดังเราจะพบว่า ทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ต่างๆ ล้วนมีรากฐานอยู่บนการสังเกต

ปรากฏการณ์ต่างๆของโลก คือ การทำการวิจัยเชิงประจักษ์และวิธีการใช้เหตุผลแบบอุปนัย โดยอาศัยประสบการณ์การสังเกต “สิ่งเฉพาะ” ซ้ำๆ แล้วสรุปเป็น “สิ่งสากล” ดังนั้น จึงถือว่า ประสบการณ์นิยมได้วางรากฐานให้แก่วิธีการทางวิทยาศาสตร์

ตามความหมายในพจนานุกรมศัพท์ปรัชญา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน “ประสบการณ์นิยม” ได้รับการนิยามว่า หมายถึง แนวคิดที่ถือว่า

1. ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ (experience) คือ ความรู้ที่ได้ผ่านประสาทสัมผัสโดยตรงแห่งเดียวเท่านั้น เป็นจริงและเชื่อถือได้ คือ เรารับรู้สิ่งใด ๆ ผ่านประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส และสิ่งที่เราได้เห็น ได้ฟัง ได้สูดดมกลิ่น ได้ลิ้มชิมรส และได้ถูกต้องกายสัมผัส เป็นสิ่งที่ได้เห็น ฟัง สูดดมกลิ่น ลิ้มชิมรส และถูกต้องกายสัมผัสจริง ๆ เป็นจริง ๆ มิได้เป็นมายาภาพ จึงเป็นสิ่งหรือเป็นเรื่องน่าเชื่อถือได้

2. ความรู้ใด ๆ ของบุคคลต้องเกิดมีหลังจากการมีประสบการณ์ (a posteriori knowledge) เท่านั้น หากมีความรู้ที่มีอยู่ก่อนการมีประสบการณ์ (a priori knowledge) ใด ๆ อยู่ไม่ในโลกนี้ คือ การที่เราจะมีความรู้ใด ๆ ได้ เราต้องมีผ่านประสบการณ์การเห็น ฟัง สูดดมกลิ่น ลิ้มชิมรส และถูกต้องกายสัมผัส ค่อยสะสมความรู้จากประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสไปที่ละน้อย จนมากด้วยประสบการณ์ในที่สุด หากมีความรู้เกิดมีในตัวเราก่อนการได้รับประสบการณ์ไม่ นั่นก็คือปฏิเสธว่าไม่อาจมีความรู้ที่ติดตัวเรามาตั้งแต่เกิดนั่นเอง

ประสบการณ์ ตามแนวคิดและการใช้เหตุผลแนวประสบการณ์นิยม คือ สิ่ง que บุคคลรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น และ กาย ซึ่งเป็นประจักษ์รับรู้ “สิ่งเร้า” ต่าง ๆ ทำให้บุคคลรับรู้รูปภาพ เสียง กลิ่น และสัมผัสทางกาย ความรู้จากประสบการณ์หรือความรู้เชิงประจักษ์จะเกิดขึ้นเมื่อมีวัตถุสิ่งเร้าภายนอกกระทบประสาทสัมผัสแต่ละอย่าง ซึ่งทำหน้าที่ต่างกันและทำแทนกันไม่ได้ เช่น ตาทำหน้าที่เห็นรูป หูทำหน้าที่ฟังเสียง จมูกทำหน้าที่รู้กลิ่น ลิ้นทำหน้าที่รู้รส กายทำหน้าที่รู้สัมผัสที่มากกระทบกาย ประสาทสัมผัสเหล่านี้ทำให้บุคคลสามารถรับรู้คุณลักษณะต่าง ๆ ของสิ่งทั้งหลายในหลาย ๆ ด้าน และทำให้บุคคลมีความรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัว (วนิดา วงศ์โสภณ, 2555)

กล่าวโดยสรุป ประสบการณ์ คือ ความรู้ที่ได้มาจากการประสบพบเจอ ได้กระทำ หรือศึกษาด้วยตนเอง จนเกิดการกลั่นกรองทางความคิดและสามารถแยกแยะตามความรู้สึกว่า ดีหรือไม่ดี พอใจหรือไม่พอใจได้ ซึ่งในงานวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านของความรู้สึกประทับใจ หรือไม่ประทับใจ ซึ่งจะ เป็นปัจจัยทำให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในครั้งต่อไปนั่นเอง

บริบทของชุมชนบ้านแม่แจ่ม

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดลำปาง มีอาณาเขตติดกับเขตจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย อยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดลำปางประมาณ 109 กิโลเมตร โดยทางทิศเหนือติดกับหมู่บ้านต้นหนูน ทิศใต้ติดกับหมู่บ้านป่าเหมี้ยง ทิศตะวันออกติดกับเขตอำเภอแจ้ซ้อน และทิศตะวันตกติดกับเขตตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ภูมิประเทศส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบสูง อยู่ห่างจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 เมตร มีอุณหภูมิอยู่ระหว่าง 6 – 38 องศาเซลเซียส มีจำนวนประชากรประมาณ 80 หลังคาเรือน โดยประชากรของหมู่บ้านส่วนใหญ่ ประกอบไปด้วย 3 ชนเผ่า ได้แก่ คนพื้นเมือง คนไทยภูเขาเผ่าเย้า และมูเซอ มีการปกครองโดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำชุมชน และมีผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำในแต่ละชนเผ่า ชาวบ้านส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมานับถือศาสนาคริสต์ และนับถือผีตามลำดับ มีอาชีพหลักคือการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศที่ค่อนข้างเย็นเหมาะสำหรับการปลูกพืชเมืองหนาว จึงมีการเพาะปลูกกาแฟคุณภาพดี ได้แก่ พันธุ์อาราบิก้า นอกจากนี้ยังมีการปลูกไม้ผล เช่น ลูกพลับ แมคคาดีเมีย เสาวรส อาโวคาโด ชา บัวย ต้นโสมสำหรับยา เซอร์รี่และสาลี โดยมีการปลูกกาแฟอาราบิก้า แมคคาดีเมียและใบชามากที่สุด ซึ่งผลผลิตจากกาแฟและแมคคาดีเมีย มีการจำหน่ายทั้งในรูปของผลผลิตสดจากสวน และผลผลิตที่ผ่านการแปรรูปแล้วจากการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรในชุมชน นอกจากนี้ชาวบ้านยังมีอาชีพเสริมอื่นๆ คือการทอผ้าฝ้าย โดยโครงการหลวงและศูนย์ศิลปาชีพนำฝ้ายเข้ามาให้ชาวบ้านทอและรับไปจำหน่ายต่อ (ณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์ และคณะ, 2553)

ปัจจุบันชุมชนบ้านแม่แจ่ม ได้รับการส่งเสริมให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร และได้รับรางวัลหมู่บ้าน/ชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบเชิงเกษตร จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กองส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2561) เนื่องจากความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่มีความเป็นมิตรไมตรี ประกอบกับสภาพภูมิอากาศที่ค่อนข้างเย็น และมีธรรมชาติที่สวยงาม จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี ซึ่งทางชุมชนเองได้จัดกิจกรรมไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เช่น การพาเที่ยวชมสวนเกษตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมเก็บผลผลิตทางการเกษตร พร้อมกับการศึกษาเรียนรู้ร่วมกับเกษตรกรไปพร้อมๆกัน นอกจากนี้ยังมีการสาธิตขั้นตอนกระบวนการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร เช่น กาแฟ แมคคาดีเมีย การเที่ยวชมวิถีชีวิตของชุมชน การทอผ้าฝ้ายพื้นบ้าน การเที่ยวชมธรรมชาติที่มีความสวยงาม และเจียบสงบ ซึ่งจะมีน้ำตกและลำธารที่มีน้ำสะอาดและเย็นสบาย เหมาะสำหรับการพักผ่อน หย่อนใจ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างแรม ทางชุมชนได้มีการให้บริการที่พักในรูปแบบของโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าแปรรูปทางการเกษตร และร้านกาแฟ ซึ่งจะเป็นกาแฟสดจากไร่ของเกษตรกรในชุมชนไว้บริการด้วยเช่นกัน

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จึงเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบที่น่าสนใจศึกษา เพราะได้มีการนำเอาจุดแข็งที่มีอยู่ของชุมชน ซึ่งได้แก่ การมีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบาย มีธรรมชาติที่สวยงาม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร ซึ่งสามารถปลูกพืชเมืองหนาวได้ การมีวัฒนธรรมชุมชนที่ดีงามและมีความเป็นมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยวมาเป็นจุดขาย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวมีความประทับใจ และเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี



ภาพ 1 แผนที่เขตตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง



ภาพ 2 การเที่ยวชมสวนเกษตร



ภาพ 3 การเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ภาพ 4 บ้านพัก/โฮมสเตย์และร้านจำหน่ายสินค้าแปรรูปทางการเกษตร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิคเนีย มาเยอร์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุตั้งแต่ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีเป็นส่วนมาก และเป็นผู้ไม่ได้ทำงานประจำ โดยส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้มากที่สุด และมีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว และเดินทางมากกว่า 3 ครั้ง ซึ่งการเดินทางมาเพราะว่ารู้จักหรือทราบข้อมูลจากการแนะนำของบุคคลอื่น และส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่ออาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ได้แก่ ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาตินั่นเอง

สิริวิภา ทิพยมงคลกุล (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นจำนวน 58 เปอร์เซ็นต์ มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์แล้ว 1 ครั้ง โดยตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวหรือญาติ และมีจำนวนสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 1-5 คน ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง สำหรับวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวในส่วนนี้ส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาในช่วงวันหยุด และในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยดึงดูดและปัจจัยผลักดัน ซึ่งปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการใช้เวลาพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

วรรณชน จันดิษฐ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ก่อนหน้าแล้ว 3 ครั้งขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และมีวิธีการ

เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว โดยมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว 4-5 คน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อ 1 คน) ไม่เกิน 1,000 บาท นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีระดับคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ส่วนการเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยจำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ณัชชา กุลปณณวรรธ และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท อาชีพนิสิต/นักศึกษา และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่พบว่า เดินทางมาท่องเที่ยว จ.อุบลราชธานี 2-3 ครั้ง ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 3-4 วัน เดินทางมากับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน/นันทนาการ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล รู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในจ.อุบลราชธานี จากอินเทอร์เน็ต 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจของในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี โดยรวมทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แรงจูงใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านวัฒนธรรม 4) เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน ในภาพรวมมีแรงจูงใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฑารัตน์ เพชรประคอง (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการมาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการมาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาแตกต่างกัน ผู้ประกอบการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ อำนวยความสะดวกตามลำดับเพื่อ

จูงใจนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามกลุ่มอายุ รายได้ และภูมิฐานะ
ของนักท่องเที่ยว

กาญจนา กาแก้ว (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว
เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 79.8 ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ
37.6 เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 47.5 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 78.0
เคยมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตรหนึ่งครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.9 มาท่องเที่ยววันเสาร์-วันอาทิตย์ คิดเป็น
ร้อยละ 69.9 มีเพื่อนแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยวที่สวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 43.2 มีค่าใช้จ่ายในการ
เดินทาง 500-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.1 สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเกี่ยวกับผลไม้สด คิด
เป็นร้อยละ 80.6 จ่ายเงินซื้อของพื้นเมืองและของที่ระลึก 500-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.1 เข้า
ร่วมกิจกรรมโดยชิมผลไม้ นานาชนิด คิดเป็นร้อยละ 37.9 มีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับสวน
เกษตร คิดเป็นร้อยละ 56.1 ไปเที่ยวสวนเกษตรแบบไปเช้า-เย็นกลับ คิดเป็นร้อยละ 78.5 และสนใจ
การท่องเที่ยวชมสวนผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 54.5 และ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีดังนี้ 2.1) เพศ มีความสัมพันธ์กับผู้ที่เดินทางมาร่วม
การท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว และรูปแบบการเที่ยวชมการท่องเที่ยวที่สนใจ
2.2) อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว
ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว
และความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยว 2.3) ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์
กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2.4) อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์และยานพาหนะใน
การเดินทางท่องเที่ยว 2.5) รายได้มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวและ
ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

เกษรา เกิดมงคล (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อ
การตัดสินใจท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน พบว่า 1) รูปแบบการดำเนิน
ชีวิตของคนวัยทำงาน แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรักการแข่งขัน กลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มอนุรักษ์
นิยม กลุ่มก้าวทันโลก กลุ่มผู้นำยุคใหม่ กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มตามใจตัวเอง กลุ่มตามกระแส และ
กลุ่มเป็นตัวของตัวเอง 2) คนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีการ
แสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างกัน ส่วนคนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา
และสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) กลุ่มรูปแบบการ
ดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก รักครอบครัว และตามกระแสมีความสัมพันธ์
ทางบวกกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 4) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่น
ใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก ผู้นำยุคใหม่ และตามกระแส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยว 5) พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวนคนที่เข้ามาท่องเที่ยวด้วยกันส่วนใหญ่มีจำนวนมากกว่า 5 คน จำนวนครั้งในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงประมาณ 1 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 1 ครั้ง โดยช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเข้ามามากที่สุดคือ เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม วันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นวันหยุดเสาร์หรืออาทิตย์ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพาหนะในการเดินทาง การศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลของการท่องเที่ยว และภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในขณะที่อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวันเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และอาชีพกับภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาของการท่องเที่ยว นอกจากนี้อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยว

ศิรินทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมืองจังหวัดน่าน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ช่วงฤดูที่นำจะเดินทางมาท่องเที่ยว คือช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืน มากกว่าเดินทางมาเช้า-เย็นกลับสถานที่เลือกพักคือ โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001-7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง ทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการเดินทาง มีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้าทอมือ ผลสรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สามารถ ปิติพัฒน์ และกฤษฎา ณ หนองคาย (2013) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลวิวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

พบว่า ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อน และเปลี่ยนบรรยากาศ มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกพักค้างแรม ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมจะเลือกสถานที่พักแรม คือ บ้านญาติหรือเพื่อน และเลือกสถานที่พักแรมที่อยู่ในตัวเมืองจังหวัดอุดรธานี ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล มีผู้ร่วมท่องเที่ยวคือเพื่อน จำนวน 2-3 คน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มีการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาทต่อคน ส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง จากอินเทอร์เน็ต และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการพักแรม สถานที่พักแรม ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารระหว่างการเดินทางมากที่สุด เพื่อแชร์รูปภาพออนไลน์ มากที่สุด รองลงมาคือพฤติกรรมการใช้ก่อนการเดินทาง เพื่อใช้ในการวางแผนการเดินทาง มากที่สุดพฤติกรรมการใช้เมื่อเสร็จสิ้นการเดินทาง เพื่อใช้ปฏิทินเดินทาง มากที่สุด และพฤติกรรมการใช้พื้นฐาน เพื่อสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุดตามลำดับ

พีรชัย กุลชัย และกัลยานิ กุลชัย (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางตามลำดับ อายุระดับการศึกษา และความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

ปภัสร เฒ่าพงษ์ช่วง (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านคมนาคม ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านความปลอดภัย และการด้านการประชาสัมพันธ์ มีระดับการจูงใจที่สูงและมีความพึงพอใจในระดับมาก

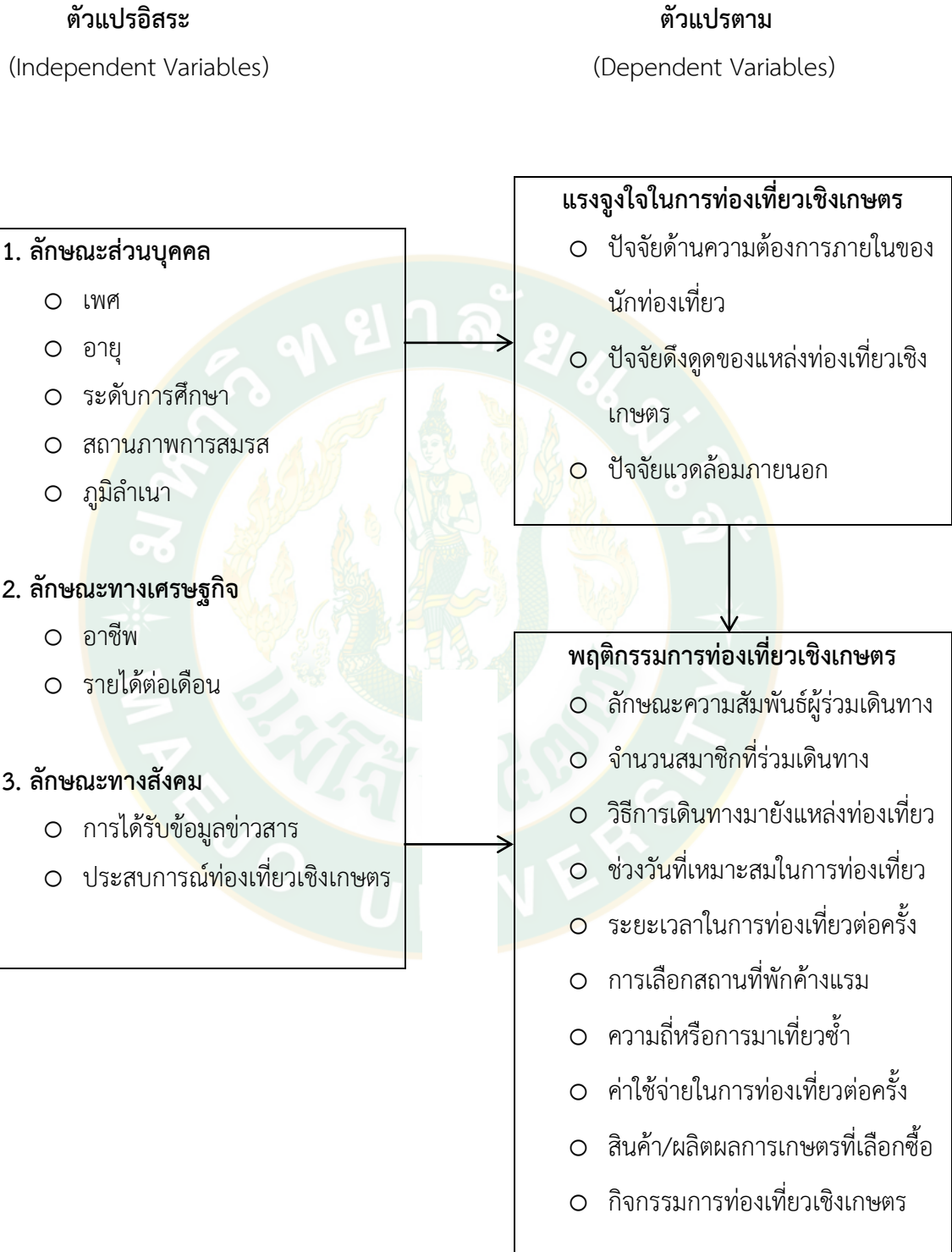
จากการศึกษางานวิจัยข้างต้น ทำให้ทราบข้อมูลและวิธีดำเนินการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้

ภาคสรุป

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น จะต้องมีความตั้งใจทั้งจากความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวเอง และแรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น แรงจูงใจในด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว แรงจูงใจในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมทั้งแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก เช่น ความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแล้วก็จะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และจะเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ เช่น พฤติกรรมการเลือกวิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เป็นต้น และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากความน่าสนใจ ในวิถีชีวิตของเกษตรกรที่มีความสงบ เรียบง่าย รวมทั้งความต้องการได้พักผ่อนหย่อนใจ และชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีโอกาสในการศึกษาเรียนรู้ และหาประสบการณ์ด้านการเกษตรไปพร้อมๆ กันอีกด้วย

ดังนั้น หากเกษตรกรที่มีความสนใจในการพัฒนาทรัพยากรการเกษตรของตนเอง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงองค์กรภาคเอกชน หรือภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ก็จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปปรับใช้ในการวางแผนและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเกิดการท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวอื่นในครั้งต่อไป ซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนสืบต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรในด้านต่างๆ ของลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เพื่อที่จะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร จึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิดในการทำวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

จากการตรวจสอบเอกสารงานวิจัย และแนวคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง สามารถตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาภายใต้หัวข้อต่อไปนี้

1. ประเภทของการวิจัย
2. สถานที่ดำเนินการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ระยะเวลาในการวิจัย

ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเป็นการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจและเก็บข้อมูล

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน ซึ่งได้แก่ ชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี และได้รับการส่งเสริมให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งการได้รับรางวัลหมู่บ้าน/ชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบเชิงเกษตร จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กองส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2561) จึงถือเป็นตัวแทนที่ดีในการทำการวิจัยในครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 (จากการเก็บสถิติของชุมชน) จำนวน 1,820 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ศรีรักษณ์ คงสัตยกุล, 2546: 58) โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากรทั้งหมด
 e = ความคลาดเคลื่อน

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าจากสูตรจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง} &= \frac{1,820}{1 + 1,820 (0.05)^2} \\ &= 327.92 \end{aligned}$$

จากการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 327.92 ดังนั้นเพื่อความเหมาะสมและเพียงพอในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 366 คน ซึ่งถือเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม

อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561
จำนวน 366 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแนวแบบสอบถามได้สร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วยข้อสอบถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) และข้อสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิภาค การได้รับข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยคำถามจะใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) มาตรวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) และมาตรวัดแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในด้านต่างๆ ได้แก่ แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยคำถามจะใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) และมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของ Likert เพื่อวัดระดับคะแนนของแรงจูงใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

ในส่วนของการแปลผลค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานการพิจารณาเปรียบเทียบนั้น ผู้วิจัยได้คำนวณระดับของค่าเฉลี่ย 5 ระดับ (ซีวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543) เพื่ออธิบายระดับของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับของแรงจูงใจ
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งจะประกอบไปด้วย คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยคำถามจะใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) มาตรวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) และมาตรวัดแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า และจากการตรวจสอบเอกสาร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการทดสอบเครื่องมือ 2 ขั้นตอน คือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เสนอต่อประธานและคณะกรรมการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบกระบวนการสร้างแบบทดสอบว่ามีความเที่ยงตรงของเนื้อหา และสามารถใช้เป็นตัวแทนของเนื้อหาที่จะสอบถามหรือไม่ เพื่อให้สอดคล้องและครอบคลุมกับเนื้อหาที่ต้องการวัด และนำไปปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขในด้านความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาแล้ว ไปทำการทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านป่าเหมี้ยง อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงกับชุมชนบ้านแม่แจ่ม โดยทำการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ โดยการใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 125)

โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ คือ ผลรวมความแปรปรวนของแบบสอบถามรายข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

จากผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.84 และมากกว่า 0.7 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ว่า ข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับผู้ดูแลรับผิดชอบ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เพื่อขออนุญาตและแจ้งวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณทั้งหมด 366 ราย
3. นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อแปลผลและสรุปผลการวิจัย เพื่อจัดทำรายงานผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องและทำการจัดลำดับข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum) เพื่อใช้ในการแจกแจงความถี่และจัดลำดับของข้อมูล

ตอนที่ 2 วิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยในด้านต่างๆ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแจกแจงความถี่และจัดลำดับของข้อมูล

ตอนที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum) เพื่อใช้ในการแจกแจงความถี่และจัดลำดับของข้อมูล

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square test of association)

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square test of association)

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 เท่านั้น



บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 366 ราย และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 6 ผลการศึกษาแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง มีรายละเอียด ดังนี้

ลักษณะส่วนบุคคล

เพศ จากการศึกษา (ตาราง 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 65.3) และเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 34.7)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายจะมีโอกาสได้ท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นหัวหน้าครอบครัว โดยมีงานและรายได้ประจำ จึงมีโอกาสและความพร้อมในการท่องเที่ยวที่มากกว่า

อายุ จากการศึกษา (ตาราง 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 34.4) รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 31 ปี (ร้อยละ 31.4) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 18.3) มีอายุระหว่าง 51-60 (ร้อยละ 9.0) และมีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 6.8) โดยมีอายุเฉลี่ย 38.2 ปี มีอายุน้อยสุด 18 ปี และมีอายุสูงสุด 76 ปี

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ย 38 ปี ซึ่งอยู่ในวัยกลางคนและวัยทำงาน จึงมีความพร้อมและรายได้ที่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ระดับการศึกษา จากการศึกษา (ตาราง 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46.4) รองลงมาจบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 24.3) จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 14.8) จบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 9) และจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 5.5)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี ซึ่งเป็นระดับการศึกษาที่นิยมศึกษาเรียนต่อกันในปัจจุบันนี้ และผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ นั้น จะได้ทำงานในตำแหน่งงานที่ดีและมีรายได้ที่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถานภาพสมรส จากการศึกษา (ตาราง 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 62.6) รองลงมาคือมีสถานภาพโสด (ร้อยละ 29) มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง (ร้อยละ 7.1) มีสถานภาพแยกกันอยู่ (ร้อยละ 1.4)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีสถานภาพสมรสแล้ว จึงมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนร่วมกันกับครอบครัว

ภูมิลำเนา จากการศึกษา (ตาราง 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ (ร้อยละ 57.1) รองลงมาคือมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (ร้อยละ 23) มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (ร้อยละ 10.4) และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 9.6)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ เนื่องจากลักษณะของการเดินทางที่มีความสะดวกและใช้เวลาในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่มากนัก จึงนิยมชักชวนกันมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เช่น วันเสาร์-วันอาทิตย์หรือวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

(n = 366)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	239	65.3
หญิง	127	34.7
2. อายุ		
ต่ำกว่า 31 ปี	115	31.4
31-40 ปี	126	34.4
41-50 ปี	67	18.3
51-60 ปี	33	9.0
ตั้งแต่ 61 ปี ขึ้นไป	25	6.8
$\bar{X} = 38.2$	$SD = 12.169$	Min-Max = 18-76
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	20	5.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	54	14.8
อนุปริญญา/ปวส.	89	24.3
ปริญญาตรี	170	46.4
สูงกว่าปริญญาตรี	33	9

ตาราง 1 (ต่อ)

(n = 366)		
ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. สถานภาพสมรส		
โสด	106	29
สมรส	229	62.6
หม้าย/หย่าร้าง	26	7.1
แยกกันอยู่	5	1.4
5. ภูมิลำเนา		
ภาคเหนือ	209	57.1
ภาคกลาง	84	23
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35	9.6
ภาคใต้	38	10.4

ลักษณะทางเศรษฐกิจ

อาชีพ จากการศึกษา (ตาราง 2) พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 56) รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 11.7) มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 11.2) มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 7.7) มีอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 6.8) และมีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน (ร้อยละ 6.6)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจะมีเงินเดือนและรายได้ประจำที่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รายได้ต่อเดือน จากการศึกษา (ตาราง 2) พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 41.2) รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,001 บาท (ร้อยละ 20.5) มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 (ร้อยละ 16.2) มีรายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท (ร้อยละ 4.2) และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 4.5) โดยมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 28,599 บาท มีรายได้ต่อเดือนต่ำสุด 6,000 บาท และมีรายได้ต่อเดือนสูงสุด 120,000 บาท

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 28,599 บาท ซึ่งเป็นระดับรายได้ที่เพียงพอภาระค่าใช้จ่ายในการออกเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะทางเศรษฐกิจ
(n = 366)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	43	11.7
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	28	7.7
พนักงานบริษัทเอกชน	205	56
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41	11.2
เกษตรกร	25	6.8
อื่นๆ (เช่น แม่บ้าน)	24	6.6
2. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,001 บาท	86	20.5
15,001-30,000 บาท	143	41.2
30,001-45,000 บาท	68	16.2
45,001-60,000 บาท	20	4.8
ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป	19	4.5
\bar{X} = 28,599.15	SD = 16,573.13	Min-Max = 6,000-120,000

ลักษณะทางสังคม

การได้รับข้อมูลข่าวสาร จากการศึกษา (ตาราง 3) พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากสื่อประเภทออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก/ไลน์/เว็บไซต์ (ร้อยละ 80.6) รองลงมาได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทอื่นๆ เช่น การบอกต่อจากคนรู้จัก (ร้อยละ 12.0) ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภททีวี/วิทยุ (ร้อยละ 5.7) และได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์/นิตยสาร (ร้อยละ 1.6)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางของการติดต่อสื่อสารที่กำลังเป็นที่นิยมของคนไทยส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้

ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการศึกษา (ตาราง 3) พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 45.1) มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 5.7) และมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 4.6) ไม่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน (ร้อยละ 44.5) มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉลี่ย 1 ครั้ง และสูงสุด 10 ครั้ง

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยส่วนใหญ่จะเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน ซึ่งประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผ่านมาจะมีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกที่จะท่องเที่ยวเชิงเกษตรในครั้งต่อไป

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยาวไทยจำแนกตามลักษณะทางสังคม

(n = 366)

ลักษณะทางสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การได้รับข้อมูลข่าวสาร*		
สื่อออนไลน์	295	80.6
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	6	1.6
ทีวี/วิทยุ	21	5.7
อื่นๆ (เช่น การบอกต่อจากคนรู้จัก)	44	12
2. ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
ไม่เคยมีประสบการณ์	163	44.5
เคยมีประสบการณ์	203	55.4
1-2 ครั้ง	165	45.1
3-4 ครั้ง	21	5.7
ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป	17	4.6
$\bar{X} = 1.32$	SD = 1.655	Min-Max = 0 -10

* คำถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษา แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจใน 3 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ในส่วนของการแปลผลค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้คำนวณระดับของค่าเฉลี่ย 5 ระดับ (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543) เพื่ออธิบายระดับของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับของแรงจูงใจ
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษา (ตาราง 4) พบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.95 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาไปในแต่ละข้อคำถาม พบว่า ระดับแรงจูงใจจากความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว เรียงตามระดับแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.73) เรียงตามระดับแรงจูงใจในระดับมาก ได้แก่ ความต้องการสัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และความต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ค่าเฉลี่ย (4.22) ความต้องการหาประสบการณ์ท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 3.8) ความต้องการพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความต้องการศึกษาหาความรู้และประสบการณ์การเกษตรเพิ่มเติม (ค่าเฉลี่ย 3.51) แรงจูงใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความต้องการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.41)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากวิถีชีวิตของสังคมไทยในปัจจุบันที่ต้องอยู่กับความเร่งรีบ การดิ้นรนเพื่อหาเลี้ยงชีพ สภาพการจราจรที่แออัด เป็นต้น ทำให้ต้องประสบกับภาวะความตึงเครียด ความจำเจ และเกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้นเมื่อมีโอกาสที่จะได้พักผ่อน เช่น มี

วันหยุดติดต่อกันหลายวัน หรือวันหยุดวันเสาร์-วันอาทิตย์ จึงมีความต้องการที่จะออกมาท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ผ่อนคลายจากความเครียด และอยู่กับธรรมชาติที่เงียบสงบ ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของเกษตรกรในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งความต้องการในด้านต่างๆเหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นและผลักดันให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะแสวงหาโอกาสในการมาท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกับความต้องการ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว	X	SD	ระดับแรงจูงใจ
1) ต้องการศึกษาค้นคว้าความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3.51	0.747	มาก
2) ต้องการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตร	3.41	0.584	ปานกลาง
3) ต้องการศึกษารูปร่างวิถีชีวิตของเกษตรกร	3.80	0.541	มาก
4) ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	4.73	0.500	มากที่สุด
5) ต้องการหาประสบการณ์ท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่	3.93	0.505	มาก
6) ต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	4.22	0.697	มาก
7) ต้องการพบปะหรือแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่กับบุคคลอื่น	3.57	0.674	มาก
8) ต้องการสัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์	4.43	0.591	มาก
รวม	3.95	0.472	มาก

แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากการศึกษา (ตาราง 5) พบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.66 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละข้อคำถาม พบว่าแรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเรียงตามลำดับในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.54) เรียงตามระดับมาก ได้แก่ ความสวยงามของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.49) สินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความเป็นมิตรไมตรีดูแลเอาใจใส่ของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.90) สภาพแวดล้อมมีความปลอดภัยดีพอสําหรับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสงบเรียบง่ายของวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความหลากหลายของรูปแบบการทำเกษตรใน

แหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ สถานที่นั่งพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย 3.57) เรียงตามระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการที่พักค้างแรม/โฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความสะอาดเป็นระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.45) การจัดทำกิจกรรมร่วมกันของนักท่องเที่ยวกับเกษตรกรและการนำเสนอภูมิปัญญาด้านการเกษตรที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.08) และการจัดฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 2.92)

จากผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ ความสวยงามและความเงียบสงบเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะได้พักผ่อนอยู่กับธรรมชาติที่บริสุทธิ์ ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชุมชนเกษตรกร ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น ได้เที่ยวชมหรือเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และไม่สามารถหาซื้อได้จากที่อื่น ล้วนเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	\bar{X}	SD	ระดับแรงจูงใจ
1) ความสวยงามของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว	4.49	0.553	มาก
2) ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	4.54	0.551	มากที่สุด
3) ความหลากหลายของรูปแบบการทำเกษตรในแหล่งท่องเที่ยว	3.78	0.584	มาก
4) สินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.92	0.609	มาก
5) การนำเสนอภูมิปัญญาด้านการเกษตรที่น่าสนใจ	3.08	0.482	ปานกลาง
6) การจัดฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการเกษตร	2.92	0.546	ปานกลาง
7) การจัดทำกิจกรรมร่วมกันของนักท่องเที่ยวกับเกษตรกร	3.07	0.479	ปานกลาง
8) ความสงบ เรียบง่ายของวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว	3.81	0.511	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	\bar{X}	SD	ระดับแรงจูงใจ
9) ความเป็นมิตรไมตรี ดูแลเอาใจใส่ของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว	3.90	0.474	มาก
10) การบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร สถานที่นั่งพักผ่อน เป็นต้น	3.57	0.507	มาก
11) การบริการที่พักค้างแรม/โฮมสเตย์ สำหรับนักท่องเที่ยว	3.46	0.541	ปานกลาง
12) ความสะอาดและเป็นระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว	3.45	0.510	ปานกลาง
13) ความเหมาะสมของราคาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	3.48	0.511	ปานกลาง
14) สภาพแวดล้อมมีความปลอดภัยดีพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.83	0.591	มาก
รวม	3.66	0.479	มาก

แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

จากการศึกษา (ตาราง 6) พบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.54 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาไปในแต่ละข้อคำถาม พบว่าแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกเรียงตามลำดับในระดับมาก ได้แก่ ความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.45) สภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.20) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ระยะเวลาในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.70) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อประเภทต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49) เรียงตามลำดับในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.36) การมีสถานที่พักค้างแรมใกล้ๆกับแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.35) การมีศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวใกล้ๆกับแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.92) และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ/เอกชน (ค่าเฉลี่ย 2.61)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีเวลาในการท่องเที่ยวที่ไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยว

ในช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ หรือวันหยุดเทศกาล/ประเพณี ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและคุณค่าของค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ส่วนในด้านสภาพภูมิอากาศรวมทั้งความสะดวกและปลอดภัยในการมาท่องเที่ยวนั้น ถือว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยหรือไม่มีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกังวลและมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวลดน้อยลง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	\bar{X}	SD	ระดับแรงจูงใจ
1) ความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	4.45	0.634	มาก
2) ระยะเวลาในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.70	0.515	มาก
3) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย	3.78	0.590	มาก
4) มีศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวใกล้ๆกับแหล่งท่องเที่ยว	2.92	0.544	ปานกลาง
5) มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ	3.49	0.909	มาก
6) มีสถานที่พักผ่อนใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว	3.35	0.680	ปานกลาง
7) มีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น	3.36	0.637	ปานกลาง
8) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ/เอกชน	2.61	0.520	ปานกลาง
9) สภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว	4.20	0.619	มาก
รวม	3.54	0.577	มาก

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม

จากการศึกษา (ตาราง 7) พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.71 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัย พบว่าระดับแรงจูงใจในแต่ละปัจจัยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านความต้องการภายในของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ ปัจจัยแวดล้อมภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาจากความต้องการภายในมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยผลักดันที่เกิดจากความ ต้องการภายใน เช่น ความต้องการที่จะได้พักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีจากความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน ความต้องการที่จะได้อยู่กับสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ มีอากาศที่บริสุทธิ์ ความต้องการที่จะออกไป พบปะหรือสร้างสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เป็นต้น ซึ่งปัจจัยผลักดันเหล่านี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิด แรงจูงใจที่จะท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อตอบสนองกับความต้องการ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	\bar{X}	SD	ระดับแรงจูงใจ
1) ปัจจัยด้านความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว	3.95	0.427	มาก
2) ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3.66	0.479	มาก
3) ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	3.54	0.577	มาก
รวม	3.71	0.210	มาก

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยัง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่างๆ ได้แก่ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลผู้ร่วม เดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมา ท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมา เที่ยวซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตร และกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยว มากับครอบครัวมากที่สุด (ร้อยละ 34.7) รองลงมาได้แก่ เดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 23.5) เดินทาง

มากับแฟน/คนรัก (ร้อยละ 15.3) เดินทางมากับญาติพี่น้อง (ร้อยละ 14) และเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวเอกชน (ร้อยละ 11.6)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกเดินทางมากับครอบครัว ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของสังคมและวัฒนธรรมไทยนั้น จะมีลักษณะเป็นครอบครัวที่มีความผูกพัน ใกล้ชิดสนิทกัน ดังนั้นเมื่อมีโอกาสในการได้มาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จึงมักจะชักชวนและออกเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันในลักษณะของครอบครัว

จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนสมาชิกร่วมเดินทางมากกว่า 8 คนขึ้นไป (ร้อยละ 36.6) รองลงมา มีจำนวน 4-5 คน (ร้อยละ 28.1) จำนวน 6-8 คน (ร้อยละ 23) และจำนวน 2-3 คน (ร้อยละ 11.5) โดยมีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 7 คน จำนวนต่ำสุด 1 คน และจำนวนสูงสุด 30 คน

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีสมาชิกร่วมเดินทางมากกว่า 8 คนขึ้นไป เนื่องจากส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมาพร้อมกับครอบครัวและญาติพี่น้องหรือกลุ่มเพื่อน ซึ่งมักจะเดินทางมาด้วยกันเป็นคณะกลุ่มใหญ่

วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 48.8) รองลงมาได้แก่ เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 15.5) เดินทางโดยรถเช่า/รถรับจ้าง (ร้อยละ 14.3) เดินทางโดยรถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 6.2) และอื่นๆ เช่น รถจักรยาน (ร้อยละ 2.4)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ทั้งนี้เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และสามารถโดยสารมาพร้อมกันได้หลายคน รวมทั้งยังสามารถนำอุปกรณ์หรือสิ่งของที่จำเป็นในการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกอีกด้วย

ช่วงวันที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี (ร้อยละ 48.8) รองลงมาได้แก่ ช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ (ร้อยละ 34.3) และไม่กำหนดวัน (ร้อยละ 3.3)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันในช่วงวันหยุดยาวตามเทศกาล/ประเพณี เนื่องจากเป็นช่วงระยะเวลาที่จะได้หยุดพร้อมๆกันในครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือกลุ่มเพื่อนคนรู้จักกัน และมีระยะเวลาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งเป็นเวลา 1 วัน (ร้อยละ 55.7) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งเป็นเวลา 2 วัน (ร้อยละ 28.1) และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป (ร้อยละ 3.3)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน ซึ่งถือว่าเพียงพอต่อการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละครั้ง

การเลือกสถานที่พักค้างแรม

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเลือกพักค้างแรมกันที่โรงแรม (ร้อยละ 46.2) รองลงมาได้แก่ บ้านพัก/โฮมสเตย์ (ร้อยละ 33.3) พักตามบ้านญาติ/คนรู้จัก (ร้อยละ 8.3) และไม่พักค้างแรม (ร้อยละ 5.2)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมพักค้างแรมกันที่โรงแรม เนื่องจากมีความสะดวกสบายและเพียงพอต่อจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง แต่ก็ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่นิยมเลือกพักค้างแรมในรูปแบบของบ้านพัก/โฮมสเตย์ ของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากความต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตของเกษตรกรในแหล่งท่องเที่ยว หรือต้องการพักผ่อนอยู่กับธรรมชาติที่เงียบสงบ

จำนวนหรือความถี่ในการมาเที่ยวซ้ำ

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน (ร้อยละ 58.1) โดยเคยมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 40) เคยมาท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 3.6) เคยมาท่องเที่ยวตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 1.7) และยังไม่เคยมาท่องเที่ยวมาก่อน (ร้อยละ 41.9)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อนแล้ว 1-2 ครั้ง ซึ่งจากประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้

เกิดความความประทับใจจึงกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ แต่ได้รับการแนะนำจากคนรู้จักหรือจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จึงเกิดความสนใจและมีแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนต่อครั้งประมาณ 501-1,000 บาท (ร้อยละ 51) รองลงมาคือมีค่าใช้จ่าย 1,001-1,500 บาท (ร้อยละ 22.9) มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 501 บาท (ร้อยละ 5.5) มีค่าใช้จ่าย 1,501-2,000 บาท (ร้อยละ 5) และมีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 2.9) โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 1,103 บาท ค่าใช้จ่ายต่ำสุด 300 บาท และค่าใช้จ่ายสูงสุด 3,500 บาท

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งประมาณ 500-1,000 บาท ซึ่งถือเป็นระดับค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับรายได้และค่าครองชีพโดยเฉลี่ยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่

สินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สนใจเลือกซื้อ

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป (ร้อยละ 42.4) รองลงมาคือ พืชผัก/ผลไม้สด (ร้อยละ 37.3) และพืชพันธุ์เพาะปลูก (ร้อยละ 18.7)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป เนื่องจากมีความสะดวกในการพกพาและเก็บไว้ได้นาน จึงเหมาะสำหรับการนำไปเป็นของฝากสำหรับเพื่อนฝูงญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากการศึกษา (ตาราง 8) พบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมทำระหว่างการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การพักผ่อนตามอัธยาศัย (ร้อยละ 23.4) รองลงมาคือ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ (ร้อยละ 22.7) การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก (ร้อยละ 22.4) การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ (ร้อยละ 18.9) และศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร (ร้อยละ 11.9)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมทำระหว่างการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การพักผ่อนตามอัธยาศัย การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝากที่ระลึก ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ได้ผ่อนคลายความเครียดจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง*		
ครอบครัว	189	34.7
เพื่อน	128	23.5
แฟน/คนรัก	83	15.3
ญาติพี่น้อง	76	14
บริษัทนำเที่ยวเอกชน	63	11.6
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง		
มาคนเดียว	3	0.8
2-3 คน	42	11.5
4-5 คน	103	28.1
6-7 คน	84	23.0
ตั้งแต่ 8 คนขึ้นไป	134	36.6
$\bar{X} = 7.3$	SD = 5.037	Min-Max = 1-30
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
รถยนต์ส่วนตัว	205	48.8
รถเช่า/รถรับจ้าง	60	14.3
รถจักรยานยนต์	26	6.2
รถบริษัทนำเที่ยว	65	15.5
อื่นๆ (เช่น รถจักรยาน)	10	2.4

ตาราง 8 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว		
วันเสาร์-วันอาทิตย์	144	34.3
วันจันทร์-วันศุกร์	3	0.7
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	205	48.8
ไม่กำหนดวัน	14	3.3
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง		
1 วัน	234	63.9
2 วัน	118	32.2
ตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป	14	3.8
$\bar{X} = 1.36$	SD = 0.520	Min-Max = 1-3
6. สถานที่ในการพักค้างแรม		
โรงแรม	169	46.2
บ้านพัก/โฮมสเตย์	140	33.3
บ้านญาติ/คนรู้จัก	35	8.3
ไม่พักค้างแรม	22	5.2
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ		
ไม่เคยมาท่องเที่ยว	176	48.1
เคยมาท่องเที่ยว	190	51.9
1-2 ครั้ง	168	45.9
3-4 ครั้ง	15	4.1
ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป	7	1.9
$\bar{X} = 1.31$	SD = 1.325	Min-Max = 0-7

ตาราง 8 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 501 บาท	23	5.5
501-1,000 บาท	214	51
1,001-1,500 บาท	96	22.9
1,501-2,000 บาท	21	5.0
ตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไป	12	2.9
$\bar{X} = 1,103.01$ $SD = 670.895$ $Min-Max = 300-3,500$		
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ*		
ไม่เลือกซื้อ	32	8.7
เลือกซื้อ	334	91.3
พืชผัก/ผลไม้สด	265	37.9
พืชพันธุ์เพาะปลูก	133	19.0
สินค้าเกษตรแปรรูป	301	43.0
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร*		
ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	351	22.8
ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร	184	11.9
ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	347	22.6
ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	293	19.1
พักผ่อนตามอัธยาศัย	362	23.6

* คำถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นตัวแปรตาม มีระดับการวัดเป็นแบบช่วง (Interval Scale) ซึ่งเป็นระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean

Score) ส่วนตัวแปรอิสระมีระดับการวัดเป็นอัตราส่วน และมีตัวแปรอิสระบางตัวที่มีระดับการวัดเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือ มาตรฐานแบบอันดับ (Ordinal Scale) จึงได้มีการแปลงให้เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) คือมีค่า 0 กับ 1 ก่อนนำไปวิเคราะห์ (ตาราง 9) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตาราง 9 ตัวแปรที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปร	รายละเอียด	การวัด/รหัส
ตัวแปรตาม		
Motiv	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย (Motiv_i+Motiv_p+Motiv_o)/3
Motiv_i	แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
Motiv_p	แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	(ระดับคะแนน 1-5)
Motiv_o	แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
ตัวแปรอิสระ		
Sex	เพศ	ชาย = 1 หญิง = 0
Age	อายุ	จำนวน (ปี)
Edu	ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี = 1 อื่นๆ = 0
Stat	สถานภาพสมรส	สมรส = 1 อื่นๆ = 0
Occ	อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน = 1 อื่นๆ = 0
Plac	ภูมิลำเนา	ภาคเหนือ = 1 อื่นๆ = 0
Inc	รายได้ต่อเดือน	จำนวน (บาท)
Med	การได้รับสื่อ	สื่อออนไลน์ = 1 อื่นๆ = 0
Exp	ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน (ครั้ง)

การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการหาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อทำการแยกตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันสูงกว่า 0.80 ออกไป

จากตาราง 10 แสดงถึงตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทิศทางบวก ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนตัวแปรอิสระที่เหลือมีความสัมพันธ์ในทิศทางกลับกัน โดยตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ (0.01) ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา และเมื่อตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวพบว่า มีค่าต่ำกว่า 0.80 แสดงถึงการไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน (Multicollinearity) ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ดังนั้น จึงสามารถนำตัวแปรอิสระดังกล่าวมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในรูปแบบของสมการถดถอยพหุได้

ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปร	Motiv	Sex	Age	Edu	Stat	Occ	Plac	Inc	Med
Sex	-0.047								
Age	0.176**	-0.058							
Edu	0.037	0.184**	-0.230**						
Stat	0.071	-0.065	0.205**	-0.015					
Occ	0.065	0.068	-0.280**	0.163**	-0.014				
Plac	-0.256**	-0.064	-0.028	0.123*	0.071	-0.101			
Inc	0.522**	0.064	0.168**	0.210**	0.239**	0.092	-0.038**		
Med	-0.053	0.053	0.499**	0.124*	0.049	0.219**	0.036	-0.039	
Exp	-0.008	0.1231	-0.237	0.069	-0.068	0.085	0.179	0.023	0.120*

** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ เพศ (Sex) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Edu) สถานภาพสมรส (Stat) อาชีพ (Occ) ภูมิลำเนา (Plac) รายได้ต่อเดือน (Inc) การได้รับสื่อ (Med_) ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Exp) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Motiv) โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$\text{Motiv} = b_0 + b_1\text{Sex} + b_2\text{Age} + b_3\text{Edu} + b_4\text{Stat} + b_5\text{Occ} + b_6\text{Plac} + b_7\text{Inc} + b_8\text{Med} + b_9\text{Exp} \dots \dots \dots (1)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ b_1, b_2, \dots, b_9 เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม ได้ร้อยละ 31.3 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม ได้แก่ อายุ ภูมิลำเนา และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig} < 0.01$)

จากผลการศึกษา (ตาราง 11) แสดงถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม ส่วน อายุ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมน้อย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนมาก จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมมาก

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในพื้นที่บริเวณภาคเหนือส่วนใหญ่จะมีโอกาสได้สัมผัสหรือท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ง่ายกว่า และมีความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมของภูมิลำเนาที่อยู่อาศัย ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกันกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงทำให้มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน จึงมีระดับแรงจูงใจที่มากกว่า ในการจะเข้ามาเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนมากจะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก เนื่องจากเป็นวัยที่มีหน้าที่การงานมั่นคง และมีรายได้ต่อเดือนที่สูง ซึ่งการที่มีระดับรายได้ต่อเดือนที่สูงนั้นย่อมมีความสะดวกในการเลือกที่จะท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ได้ตามความพอใจ โดยไม่ต้องกังวลกับภาระค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ว่าจะมีผลกระทบต่อภาระค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมากนัก

ตาราง 11 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม		
	B	t	Sig
1. เพศ	-0.068	-1.940	0.053
2. อายุ	0.004	2.353*	0.019
3. ระดับการศึกษา	-0.029	-0.816	0.415
4. สถานภาพสมรส	-0.044	-1.209	0.227
5. อาชีพ	0.041	1.145	0.253
6. ภูมิลำเนา	-0.094	-2.633**	0.009
7. รายได้ต่อเดือน	1.067E-5	9.493**	0.000
8. การได้รับสื่อ	0.042	0.863	0.389
9. ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	0.007	0.211	0.833
ค่าคงที่	3.467	27.340	0.000
R ²		0.313	(31.3%)
F		17.427	
Sig.		0.001	

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านปัจจัยความต้องการภายใน ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ เพศ (Sex) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Edu) สถานภาพสมรส (Stat) อาชีพ (Occ) ภูมิลำเนา (Plac) รายได้ต่อเดือน (Inc) การได้รับสื่อ (Med_) ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Exp) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย (Motiv_i) โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$\text{Motiv}_i = b_0 + b_1\text{Sex} + b_2\text{Age} + b_3\text{Edu} + b_4\text{Stat} + b_5\text{Occ} + b_6\text{Plac} + b_7\text{Inc} + b_8\text{Med} + b_9\text{Exp} \dots \dots \dots (2)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ b_1, b_2, \dots, b_9 เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยความต้องการภายในได้ร้อยละ 18.5 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยความต้องการภายใน ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$)

จากผลการศึกษา (ตาราง 12) แสดงถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวไทย ส่วนอายุ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนมาก จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในมาก

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง เนื่องมาจากการที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นหัวหน้าครอบครัวและอยู่ในวัยทำงาน จึงมีโอกาสนในการได้ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่มากกว่า จึงทำให้มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่น้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีอาชีพเป็นแม่บ้าน และอาจไม่ค่อยได้มีโอกาสในการท่องเที่ยวมากนัก จึงทำให้มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ หรือเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มากกว่า

ตาราง 12 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายใน		
	B	t	Sig
1. เพศ	-0.082	-2.652**	0.008
2. อายุ	0.007	4.551**	0.000
3. ระดับการศึกษา	-0.010	-0.337	0.736
4. สถานภาพสมรส	-0.037	-1.162	0.246
5. อาชีพ	0.039	1.269	0.205
6. ภูมิลำเนา	-0.004	-0.143	0.886
7. รายได้ต่อเดือน	5.327E-6	5.428**	0.000
8. การได้รับสื่อ	0.078	1.840	0.067
9. ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	-0.011	-0.372	0.710
ค่าคงที่	3.654	32.999	0.000
R ²		0.185	(18.5%)
F		8.739	
Sig.		0.000	

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ เพศ (Sex) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Edu) สถานภาพสมรส (Stat) อาชีพ (Occ) ภูมิลำเนา (Plac) รายได้ต่อเดือน (Inc) การได้รับสื่อ (Med) ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Exp) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Motiv_p) โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$\text{Motiv}_p = b_0 + b_1\text{Sex} + b_2\text{Age} + b_3\text{Edu} + b_4\text{Stat} + b_5\text{Occ} + b_6\text{Plac} + b_7\text{Inc} + b_8\text{Med} + b_9\text{Exp} \dots \dots \dots (3)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ b_1, b_2, \dots, b_9 เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ร้อยละ 39.8 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ อายุ ภูมิฐานะ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01)

จากผลการศึกษา (ตาราง 13) แสดงถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ และภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นหญิงจะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มากกว่า เนื่องจากเพศหญิงนั้นจะมีความละเอียดและเอาใจใส่ต่อรายละเอียดต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย เช่น ความสะอาดและเป็นระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ตาราง 13 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
	B	t	Sig
1. เพศ	-0.067	-2.11*	0.012
2. อายุ	0.005	1.749	0.081
3. ระดับการศึกษา	-0.066	-1.710	0.088
4. สถานภาพสมรส	-0.027	-0.687	0.493
5. อาชีพ	0.025	0.640	0.522
6. ภูมิลำเนา	-0.116	-2.978**	0.003
7. รายได้ต่อเดือน	1.420E-5	11.554**	0.000
8. การได้รับสื่อ	-0.007	-0.152	0.879
9. ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	0.006	0.132	0.895
ค่าคงที่	3.388	24.427	0.000
R ²		0.398	(39.8%)
F		25.369	
Sig.		0.000	

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก มีตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ (Sex) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Edu) สถานภาพสมรส (Stat) อาชีพ (Occ) ภูมิลำเนา (Plac) รายได้ต่อเดือน (Inc) การได้รับสื่อ (Med) ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Exp) และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก (Motiv_o) โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

$$\text{Motiv}_o = b_0 + b_1\text{Sex} + b_2\text{Age} + b_3\text{Edu} + b_4\text{Stat} + b_5\text{Occ} + b_6\text{Plac} + b_7\text{Inc} + b_8\text{Med} + b_9\text{Exp} \dots \dots \dots (4)$$

โดยที่ b_0 คือค่าคงที่ และ b_1, b_2, \dots, b_9 เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่าคุณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้ร้อยละ 23.1 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ภูมิสำเนา และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig} < 0.01$)

จากผลการศึกษา (ตาราง 14) แสดงถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ส่วนรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในภูมิภาคอื่นๆจะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมที่มากกว่า เนื่องจากการที่อยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวและต้องใช้ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่มากกว่า จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมภายนอกในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งด้วย เช่น สภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว ความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง เป็นต้น จึงทำให้มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มากกว่า

ตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	ปัจจัยแวดล้อมภายนอก		
	B	t	Sig.
1. เพศ	-0.056	-1.076	0.282
2. อายุ	0.001	0.230	0.819
3. ระดับการศึกษา	-0.010	-0.191	0.849
4. สถานภาพสมรส	-0.068	-1.261	0.208
5. อาชีพ	0.058	1.101	0.272
6. ภูมิลำเนา	-0.161	-3.057**	0.002
7. รายได้ต่อเดือน	1.248E-5	7.515**	0.000
8. การได้รับสื่อ	0.056	0.777	0.438
9. ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	0.028	0.551	0.582
ค่าคงที่	3.358	17.926	0.000
R ²		0.231	(23.1%)
F		11.509	
Sig.		0.000	

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้ต่อเดือน การได้รับสื่อ และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนตัวแปรตามซึ่งเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่างๆ ได้แก่ ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง สถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ และ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้การทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square test of association) ในการวิเคราะห์

ตาราง 15 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับเพศ
(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	เพศ		χ^2	df	Sig.
	ชาย	หญิง			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	115 (31.4)	74 (20.2)	3.422	1	0.041*
อื่นๆ	124 (33.8)	153 (41.8)			
1.2 เพื่อน	86 (23.4)	42 (11.4)	0.309	1	0.331
อื่นๆ	153 (41.8)	85 (23.2)			
1.3 แฟน/คนรัก	54 (14.7)	29 (7.9)	0.003	1	0.528
อื่นๆ	185 (50.5)	98 (26.7)			
1.4ญาติพี่น้อง	50 (13.6)	26 (7.1)	0.010	1	0.517
อื่นๆ	189 (51.6)	101 (27.5)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	44 (12.0)	19 (5.1)	0.692	1	0.248
อื่นๆ	195 (53.2)	108 (29.5)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			11.399	2	0.003**
1-4 คน	76 (20.7)	40 (10.9)			
5-8 คน	82 (22.4)	63 (17.2)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	81 (22.1)	24 (6.5)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			1.290	1	0.153
รถยนต์ส่วนตัว	139 (37.9)	66 (18.0)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	100 (27.3)	61 (16.6)			

ตาราง 15 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	df	Sig.
	ชาย	หญิง			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			4.583	1	0.101
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	103 (28.1)	58 (15.8)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	136 (37.1)	69 (18.8)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			16.775	1	0.000**
1 วัน	139 (37.9)	101 (27.5)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	100 (28.4)	26 (7.1)			
6. สถานที่พักค้างแรม			8.078	2	0.018*
โรงแรม	101 (27.5)	68 (18.5)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	104 (28.4)	36 (9.8)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	34 (9.2)	23 (6.2)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			0.414	1	0.297
ไม่เคยมา	112 (30.6)	64 (17.4)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	127 (34.6)	63 (17.2)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.551	1	0.264
ต่ำกว่า 1,000 บาท	117 (31.9)	57 (15.5)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	122 (33.3)	70 (19.1)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	167 (45.6)	98 (26.7)	2.206	1	0.086
อื่นๆ	72 (19.6)	29 (7.9)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	115 (31.4)	18 (4.9)	41.305	1	0.000**
อื่นๆ	124 (33.8)	109 (29.7)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	192 (52.4)	109 (29.7)	2.411	1	0.300
อื่นๆ	45 (12.2)	20 (5.4)			

ตาราง 15 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	เพศ		χ^2	df	Sig.
	ชาย	หญิง			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	227 (62.0)	124 (33.8)	1.492	1	0.174
อื่นๆ	12 (3.2)	3 (0.8)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	153 (41.8)	31 (8.4)	52.041	1	0.000**
อื่นๆ	86 (23.4)	96 (26.2)			
10.3 ซื่อของฝาก/ที่ระลึก	226 (61.7)	121 (33.0)	0.086	1	0.491
อื่นๆ	13 (3.5)	6 (1.6)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	206 (56.2)	87 (23.7)	16.251	1	0.000**
อื่นๆ	33 (9.0)	40 (10.9)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	237 (64.7)	125 (34.1)	0.418	1	0.432
อื่นๆ	2 (0.5)	2 (0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 15) พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน ความสัมพันธ์ของสมาชิกที่ร่วมเดินทางในลักษณะครอบครัว และการเลือกสถานที่พักค้างแรม

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นหมู่คณะ และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิง และมีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก มีความสนใจในการศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตรและการเข้าร่วมกิจกรรมด้านการเกษตรมากกว่าเพศหญิง

เนื่องจากเพศชายซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัวย่อมต้องการแสวงหาความรู้ หรือโอกาสทางอาชีพใหม่ๆ เพื่อเป็นช่องทางของการเสริมสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

ตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับอายุ
(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	อายุ		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 40 ปี	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	110 (30.0)	79 (21.5)	3.183	1	0.047*
อื่นๆ	119 (32.5)	58 (15.8)			
1.2 เพื่อน	88 (24.0)	40 (10.9)	3.212	1	0.046*
อื่นๆ	141 (38.5)	97 (26.5)			
1.3 แฟน/คนรัก	54 (14.7)	29 (7.9)	0.285	1	0.345
อื่นๆ	175 (47.8)	108 (29.5)			
1.4ญาติพี่น้อง	53 (14.4)	23 (6.2)	2.105	1	0.593
อื่นๆ	176 (48.0)	114 (31.1)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	27 (7.3)	26 (7.1)	0.479	1	0.290
อื่นๆ	192 (52.4)	111 (30.3)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			31.210	2	0.000**
1-4 คน	92 (25.1)	24 (6.5)			
5-8 คน	67 (18.3)	78 (21.3)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	70 (19.1)	35 (9.5)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			1.313	1	0.150
รถยนต์ส่วนตัว	123 (33.6)	82 (22.4)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	106 (28.9)	55 (15)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			8.634	1	0.013*
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	114 (31.1)	47 (12.8)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	115 (31.4)	90 (24.5)			

ตาราง 16 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อายุ		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 40 ปี	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.242	1	0.354
1 วัน	148 (40.4)	92 (25.1)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	81 (22.1)	45 (12.2)			
6. สถานที่พักค้างแรม			3.961	2	0.138
โรงแรม	110 (30)	59 (16.1)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	90 (24.5)	50 (13.6)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	29 (7.9)	28 (7.6)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			0.455	1	0.286
ไม่เคยมา	107 (29.2)	69 (18.8)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	122 (33.3)	68 (18.5)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			15.378	1	0.000**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	127 (34.6)	47 (12.8)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	102 (27.8)	90 (24.5)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	145 (39.6)	120 (32.7)	25.275	1	0.000**
อื่นๆ	84 (22.9)	17 (4.6)			
9.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก	57 (15.5)	76 (20.7)	34.658	1	0.000**
อื่นๆ	172 (46.9)	61 (16.6)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	186 (50.8)	115 (31.4)	1.443	1	0.486
อื่นๆ	41 (11.2)	24 (6.5)			

ตาราง 16 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	อายุ		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 40 ปี	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	226 (61.7)	125 (34.1)	12.102	1	0.001**
อื่นๆ	3 (0.8)	12 (3.2)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	107 (29.2)	77 (21.0)	3.081	1	0.050*
อื่นๆ	122 (33.3)	60 (16.3)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	212 (57.9)	135 (36.8)	6.194	1	0.009**
อื่นๆ	17 (4.6)	2 (0.5)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	173 (47.2)	120 (32.7)	7.789	1	0.003**
อื่นๆ	56 (15.3)	17 (4.6)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	227 (62.0)	135 (36.8)	0.273	1	0.480
อื่นๆ	2 (0.5)	(0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 16) พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สด และพืชพันธุ์เพาะปลูก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางในลักษณะครอบครัวและเพื่อน ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว และการศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร

จากการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงานและส่วนใหญ่จะมีครอบครัวแล้ว จึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว และกลุ่มเพื่อน โดยมีสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 1-4 คน และนิยมเลือกท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ เนื่องจากเป็นช่วงที่มีวันหยุดพร้อมๆกัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว

เชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท ซึ่งก็เป็นค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละครั้ง

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับการศึกษา

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับการศึกษา		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	82 (22.4)	107 (29.2)	0.209	1	0.362
อื่นๆ	81 (22.1)	96 (26.2)			
1.2 เพื่อน	61 (16.6)	67 (18.3)	0.776	1	0.220
อื่นๆ	102 (27.8)	136 (37.1)			
1.3 แฟน/คนรัก	35 (9.5)	48 (13.1)	0.243	1	0.357
อื่นๆ	128 (34.9)	155 (42.3)			
1.4ญาติพี่น้อง	42 (11.4)	34 (9.2)	4.469	1	0.024*
อื่นๆ	121 (33.0)	169 (46.1)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	29 (7.9)	34 (9.2)	0.069	1	0.450
อื่นๆ	134 (36.6)	169 (46.1)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			13.273	2	0.001**
1-4 คน	36 (9.8)	80 (21.8)			
5-8 คน	77 (21)	68 (18.5)			
ตั้งแต่ 9 คน ขึ้นไป	50 (13.6)	55 (15)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			5.142	1	0.015*
รถยนต์ส่วนตัว	102 (27.8)	103 (28.1)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	61 (16.6)	100 (27.3)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			6.623	1	0.036*
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	60 (16.3)	101 (27.5)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	103 (28.1)	102 (27.8)			

ตาราง 17 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			3.868	1	0.032*
1 วัน	98 (26.7)	142 (38.7)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	65 (17.7)	61 (16.6)			
6. สถานที่พักค้างแรม			16.934	2	0.000**
โรงแรม	56 (15.3)	113 (30.8)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	74 (20.2)	66 (36)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	33 (9)	24 (6.5)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			0.017	1	0.490
ไม่เคยมา	79 (21.5)	97 (26.5)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	84 (22.9)	106 (28.9)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.901	1	0.199
ต่ำกว่า 1,000 บาท	82 (22.4)	92 (25.3)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	81 (22.1)	111 (30.3)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	125 (34.1)	140 (38.2)	2.698	1	0.063
อื่นๆ	38 (10.3)	63 (17.2)			
9.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก	77 (21.0)	56 (15.3)	15.094	1	0.000**
อื่นๆ	86 (23.4)	147 (40.1)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	126 (34.4)	175 (47.8)	7.617	1	0.022*
อื่นๆ	37 (10.1)	26 (7.1)			

ตาราง 17 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับการศึกษา		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	151 (41.2)	200 (54.6)	7.964	1	0.005**
อื่นๆ	12 (3.2)	3 (0.8)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	96 (26.2)	88 (24.0)	8.740	1	0.002**
อื่นๆ	67 (18.3)	115 (31.4)			
10.3 ซื่อของฝาก/ที่ระลึก	156 (42.6)	191 (52.1)	0.480	1	0.327
อื่นๆ	7 (1.9)	12 (3.2)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	148 (40.4)	145 (39.6)	21.242	1	0.000**
อื่นๆ	15 (4.0)	58 (15.8)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	159 (43.4)	203 (55.4)	5.037	1	0.039*
อื่นๆ	3 (0.8)	1 (0.2)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 17) พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง การเลือกสถานที่พักค้างแรม การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาความรู้ด้านการเกษตร การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางในลักษณะของญาติพี่น้อง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การพักผ่อนตามอัยาศัย

จากการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะท่องเที่ยวโดยมีสมาชิกร่วมเดินทางจำนวน 4-5 คน และนิยมพักค้างแรมกันที่โรงแรม มีความสนใจเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในด้าน

การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่
ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มี
หน้าที่การงานที่ดีและมีรายได้ต่อเดือนสูง จึงนิยมการนิยมพักค้างแรมที่โรงแรม ซึ่งจะมีความ
สะดวกสบายและมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

ตาราง 18 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับ
สถานภาพสมรส

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	สถานภาพสมรส		χ^2	df	Sig.
	สมรส	อื่นๆ			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	124 (33.8)	65 (17.7)	1.542	1	0.128
อื่นๆ	105 (28.6)	72 (19.6)			
1.2 เพื่อน	72 (19.6)	56 (15.3)	3.355	1	0.043*
อื่นๆ	157 (42.8)	81 (22.1)			
1.3 แฟน/คนรัก	57 (15.5)	26 (7.1)	0.200	1	0.119
อื่นๆ	172 (46.9)	111 (30.3)			
1.4ญาติพี่น้อง	47 (12.8)	29 (7.9)	0.022	1	0.492
อื่นๆ	182 (49.7)	108 (29.5)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	39 (10.6)	27 (7.3)	0.956	1	0.201
อื่นๆ	193 (52.7)	110 (30.0)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			11.942	2	0.003**
1-4 คน	83 (22.6)	33 (9)			
5-8 คน	94 (25.6)	51 (13.9)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	52 (14.2)	53 (14.4)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			26.434	1	0.000**
รถยนต์ส่วนตัว	139 (37.9)	66 (18)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	100 (27.3)	61 (16.6)			

ตาราง 18 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	สถานภาพสมรส		χ^2	df	Sig.
	สมรส	อื่นๆ			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			41.749	1	0.000**
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	103 (28.1)	102 (27.8)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	126 (34.4)	79 (21.5)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.896	1	0.203
1 วัน	146 (39.8)	94 (25.6)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	83 (22.6)	43 (11.7)			
6. สถานที่พักค้างแรม			37.481	2	0.000**
โรงแรม	106 (28.9)	63 (17.2)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	90 (24.5)	50 (13.6)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	33 (9)	78 (21.3)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			8.920	1	0.002**
ไม่เคยมา	111 (30.3)	65 (17.7)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	118 (32.2)	126 (34.4)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			7.747	1	0.004**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	96 (26.2)	78 (21.3)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	133 (36.3)	59 (16.1)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	180 (49.1)	85 (23.2)	11.763	1	0.001**
อื่นๆ	49 (13.3)	52 (14.2)			
9.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก	89 (24.3)	44 (12.0)	1.687	1	0.117
อื่นๆ	140 (38.2)	93 (25.4)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	190 (51.9)	111 (30.3)	1.632	1	0.442
อื่นๆ	37 (10.1)	26 (7.1)			

ตาราง 18 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	สถานภาพสมรส		χ^2	df	Sig.
	สมรส	อื่นๆ			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	221 (60.3)	130 (35.5)	0.570	1	0.130
อื่นๆ	8 (2.1)	7 (1.9)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	119 (32.5)	65 (17.7)	0.700	1	0.233
อื่นๆ	110 (30.0)	72 (19.6)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	223 (60.9)	124 (33.8)	8.217	1	0.005**
อื่นๆ	6 (1.6)	13 (3.5)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	184 (50.2)	109 (29.7)	0.033	1	0.478
อื่นๆ	45 (12.2)	28 (7.6)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	227 (62.0)	135 (36.8)	0.418	1	0.432
อื่นๆ	2 (0.5)	2 (0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 18) พบว่า สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลร่วมเดินทางในลักษณะเพื่อน

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ซึ่งมีสถานภาพสมรสแล้ว จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวและมีสมาชิกร่วมเดินทางจำนวน 5-8 คน โดยจะเลือกพักค้างแรมกันที่โรงแรม และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้ง ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป โดยจะนิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด ทั้งนี้เนื่องจากการที่มีสถานภาพสมรสแล้วจึงมักจะนิยมเดินทางพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว ซึ่งการ

เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวนั้นถือว่ามีความสะดวกสบายอย่างมาก โดยเลือกพักค้างแรมที่โรงแรม เนื่องจากเป็นสถานที่พักที่มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และเพียงพอต่อจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตาราง 19 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับอาชีพ (n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	อาชีพ		χ^2	df	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	104 (28.4)	85 (23.2)	0.154	1	0.387
อื่นๆ	101 (27.5)	76 (20.7)			
1.2 เพื่อน	72 (19.6)	56 (15.3)	0.946	1	0.518
อื่นๆ	133 (36.3)	105 (28.6)			
1.3 แฟน/คนรัก	51 (13.9)	32 (8.7)	1.287	1	0.157
อื่นๆ	154 (42.0)	129 (35.2)			
1.4ญาติพี่น้อง	44 (12.0)	32 (8.7)	0.138	1	0.436
อื่นๆ	161 (43.9)	129 (35.2)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	29 (12.5)	34 (9.2)	3.076	1	0.054
อื่นๆ	176 (48.0)	127 (34.6)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			4.489	2	0.106
1-4 คน	71 (19.3)	45 (12.2)			
5-8 คน	84 (22.9)	61 (16.6)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	50 (13.6)	55 (15)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			12.275	1	0.000**
รถยนต์ส่วนตัว	118 (32.2)	87 (23.7)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	87 (23.7)	128 (34.9)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			41.749	1	0.000**
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	84 (22.9)	131 (35.7)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	121 (34.4)	84 (21.5)			

ตาราง 19 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อาชีพ		χ^2	df	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			2.123	1	0.089
1 วัน	141 (38.5)	99 (27)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	64 (17.4)	62 (16.9)			
6. สถานที่พักค้างแรม			39.258	2	0.000**
โรงแรม	105 (28.6)	64 (17.4)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	73 (19.9)	67 (18.3)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	27 (7.3)	84 (22.9)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			10.140	1	0.001**
ไม่เคยมา	102 (27.8)	74 (20.2)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	103 (28.1)	141 (38.5)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.095	1	0.420
ต่ำกว่า 1,000 บาท	96 (26.2)	78 (21.3)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	109 (29.7)	83 (22.6)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	153 (41.8)	112 (30.6)	1.160	1	0.169
อื่นๆ	52 (14.2)	49 (13.3)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	71 (19.3)	62 (16.9)	0.585	1	0.256
อื่นๆ	134 (36.6)	99 (27.0)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	173 (47.2)	128 (34.9)	3.633	1	0.163
อื่นๆ	30 (8.1)	36 (9.8)			

ตาราง 19 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	อาชีพ		χ^2	df	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	201 (54.9)	150 (40.9)	5.466	1	0.019*
อื่นๆ	4 (1.0)	11 (3.0)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	102 (27.8)	82 (22.4)	0.050	1	0.453
อื่นๆ	103 (28.1)	79 (21.5)			
10.3 ซื่อของฝาก/ที่ระลึก	197 (53.8)	150 (40.9)	1.573	1	0.155
อื่นๆ	9 (2.4)	11 (3.0)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	162 (44.2)	131 (35.7)	0.310	1	0.337
อื่นๆ	43 (11.7)	30 (8.1)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	204 (55.7)	158 (43.1)	1.578	1	0.227
อื่นๆ	1 (0.2)	3 (0.8)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 19) พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว โดยจะเลือกท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี และนิยมพักค้างแรมกันที่โรงแรม ทั้งนี้เนื่องจากการที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจะมีวันหยุดติดต่อกันหลายวันได้เฉพาะช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณีเท่านั้น จึงเป็นช่วงที่นิยมเลือกออกเดินทางท่องเที่ยวกัน ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นต้น จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นๆนอกจากการใช้รถยนต์ส่วนตัว

เช่น การใช้บริการรถเช่าหรือรถรับจ้าง เป็นต้น โดยจะมีช่วงวันที่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ในช่วง วันเสาร์-วันอาทิตย์ และส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีวันหยุดประจำ คือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ จึงมีความสะดวกที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันดังกล่าวนี้

ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับ ภูมิภาค

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ภูมิภาค		χ^2	df	Sig.
	ภาคเหนือ	ภาคอื่นๆ			
(n = 366)					
1. ลักษณะความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	112 (30.6)	77 (21.0)	0.741	1	0.225
อื่นๆ	97 (26.5)	80 (21.8)			
1.2 เพื่อน	68 (18.5)	60 (16.3)	1.272	1	0.155
อื่นๆ	141 (38.5)	97 (26.5)			
1.3 แฟน/คนรัก	43 (11.7)	40 (10.9)	1.229	1	0.163
อื่นๆ	166 (45.3)	117 (48.3)			
1.4ญาติพี่น้อง	50 (13.6)	26 (7.1)	2.954	1	0.055
อื่นๆ	159 (43.4)	131 (35.7)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	32 (8.7)	31 (8.4)	0.268	1	0.165
อื่นๆ	177 (48.3)	126 (34.4)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			17.212	2	0.000**
1-4 คน	54 (14.7)	62 (16.9)			
5-8 คน	78 (21.3)	67 (18.3)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	77 (21)	28 (7.6)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			4.602	1	0.020*
รถยนต์ส่วนตัว	113 (30.8)	92 (25.1)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	96 (26.2)	119 (32.5)			

ตาราง 20 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ภูมิภาค		χ^2	df	Sig.
	ภาคเหนือ	ภาคอื่นๆ			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			59.180	1	0.000**
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	88 (24)	56 (15.3)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	115 (31.4)	90 (24.5)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			1.260	1	0.156
1 วัน	132 (36)	108 (29.5)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	77 (21)	49 (13.3)			
6. สถานที่พักค้างแรม			16.775	2	0.000**
โรงแรม	87 (23.7)	82 (22.4)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	84 (22.9)	56 (15.3)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	38 (10.3)	73 (19.9)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			1.612	1	0.121
ไม่เคยมา	94 (25.6)	82 (22.4)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	115 (31.4)	129 (35.2)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			6.059	1	0.009**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	111 (30.3)	63 (17.2)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	98 (26.7)	94 (25.6)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	153 (41.8)	112 (30.6)	0.157	1	0.390
อื่นๆ	56 (15.3)	45 (12.2)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	83 (22.6)	50 (13.6)	2.398	1	0.075
อื่นๆ	126 (34.4)	107 (29.2)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	163 (44.5)	138 (37.7)	10.244	1	0.006**
อื่นๆ	46 (12.5)	19 (5.1)			

ตาราง 20 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ภูมิภาค		χ^2	df	Sig.
	ภาคเหนือ	ภาคอื่นๆ			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	201 (54.9)	150 (40.9)	0.091	1	0.481
อื่นๆ	8 (2.1)	7 (1.9)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	117 (31.9)	67 (18.3)	6.349	1	0.008**
อื่นๆ	92 (25.1)	90 (24.5)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	198 (54.0)	149 (40.7)	0.005	1	0.570
อื่นๆ	11 (3.0)	8 (2.1)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	175 (47.8)	118 (32.2)	4.127	1	0.029*
อื่นๆ	34 (9.2)	39 (10.6)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	209 (57.1)	153 (41.8)	5.384	1	0.033*
อื่นๆ	1 (0.2)	3 (0.8)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 20) พบว่า ภูมิภาคภาคเหนือ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงวันที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และการพักผ่อนตามอัยาศัย

จากการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว โดยจะเดินทางกันเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป และนิยมท่องเที่ยวกันในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี ส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท และจะมีการทำกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งนี้เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จึงทำให้มีความสะดวกในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และสามารถชักชวนกันมาท่องเที่ยวเป็นคณะกลุ่มใหญ่ได้ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมทำได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร การซื้อของฝากที่ระลึก การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และการพักผ่อนตามอัธยาศัย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องรีบร้อนในการเดินทางกลับ จึงทำให้สามารถใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในภูมิภาคอื่นๆ จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีอื่นนอกจากการใช้รถยนต์ส่วนตัว เช่น การเช่าเหมารถรับจ้าง เป็นต้น โดยจะมีสมาชิกร่วมเดินทางไม่มากนัก และส่วนใหญ่จะนิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป ทั้งนี้เนื่องจากการที่อาศัยอยู่นอกพื้นที่ของภาคเหนือ ซึ่งมีระยะทางในการเดินทางที่ค่อนข้างไกล จึงทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวกันมากนัก เนื่องจากการต้องขับรถในระยะทางที่ค่อนข้างไกลทำให้เกิดการเหนื่อยล้าและยังมีค่าใช้จ่ายที่สูงในการเดินทางอีกด้วย

ตาราง 21 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	รายได้ต่อเดือน		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	65 (17.7)	124 (33.8)	1.918	1	0.102
อื่นๆ	49 (13.3)	128 (34.9)			
1.2 เพื่อน	38 (10.3)	90 (24.5)	0.196	1	0.375
อื่นๆ	76 (20.7)	162 (44.2)			
1.3 แฟน/คนรัก	22 (6.0)	61 (16.6)	1.078	1	0.184
อื่นๆ	92 (25.1)	191 (52.1)			
1.4ญาติพี่น้อง	26 (7.1)	50 (13.6)	0.420	1	0.303
อื่นๆ	88 (24.0)	202 (55.1)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	19 (5.1)	44 (12.0)	0.035	1	0.490
อื่นๆ	95 (2.5)	208 (56.8)			

ตาราง 21 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			3.950	2	0.139
1-4 คน	28 (7.6)	88 (24)			
5-8 คน	49 (13.3)	96 (26.2)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	37 (10.1)	68 (18.5)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			0.068	1	0.442
รถยนต์ส่วนตัว	65 (17.7)	140 (38.2)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	49 (13.3)	112 (30.6)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			1.595	1	0.451
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	47 (24)	97 (15.3)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	64 (31.4)	141 (24.5)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.032	1	0.474
1 วัน	74 (20.2)	166 (45.3)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	40 (10.9)	86 (23.4)			
6. สถานที่พักค้างแรม			2.471	2	0.299
โรงแรม	47 (12.8)	122 (33.3)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	45 (12.2)	95 (25.9)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	22 (6)	35 (9.5)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			1.728	1	0.155
ไม่เคยมา	49 (13.3)	127 (34.6)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	65 (17.7)	125 (34.1)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			18.062	1	0.000**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	73 (19.9)	101 (27.5)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	41 (11.2)	151 (41.2)			

ตาราง 21 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	รายได้ต่อเดือน		χ^2	df	Sig.
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	73 (19.9)	192 (52.4)	5.804	1	0.012*
อื่นๆ	41 (11.2)	60 (16.3)			
9.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก	49 (13.3)	84 (22.9)	3.159	1	0.049*
อื่นๆ	65 (17.7)	168 (45.9)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	80 (21.8)	221 (60.3)	19.134	1	0.000**
อื่นๆ	34 (9.2)	31 (8.4)			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	104 (28.4)	247 (67.4)	9.201	1	0.004**
อื่นๆ	10 (2.7)	5 (1.3)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	73 (19.9)	111 (30.3)	12.543	1	0.000**
อื่นๆ	41 (11.2)	141 (38.5)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	103 (28.1)	244 (66.6)	6.685	1	0.012*
อื่นๆ	11 (3.0)	8 (2.1)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	97 (26.5)	196 (53.5)	2.627	1	0.067
อื่นๆ	17 (4.6)	56 (15.3)			
10.5 พักผ่อนตามอัยยาศัย	110 (30.0)	252 (68.8)	8.940	1	0.009**
อื่นๆ	3 (0.8)	1 (0.2)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 21) พบว่า รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร การพักผ่อนตามอัยยาศัย และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรม

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สด และ พืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป และจะเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรในทุกประเภท โดยเฉพาะประเภทพืชผักผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป โดยจะมีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การทำกิจกรรมการเกษตรร่วมกับสถานที่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ย่อมมีศักยภาพที่เพียงพอต่อการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยสามารถจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการได้ โดยที่ไม่มีผลกระทบต่อภาระค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพประจำวันมากนัก

ตาราง 22 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการได้รับสื่อ

พฤติกรรมท่องเที่ยว เชิงเกษตร	การได้รับสื่อ		χ^2	df	Sig.
	สื่อออนไลน์	อื่นๆ			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	146 (39.8)	43 (11.7)	2.809	1	0.061
อื่นๆ	149 (40.7)	28 (7.6)			
1.2 เพื่อน	105 (28.6)	23 (6.2)	0.357	1	0.259
อื่นๆ	190 (51.9)	48 (13.1)			
1.3 แฟน/คนรัก	72 (19.6)	11 (3.0)	2.593	1	0.070
อื่นๆ	223 (60.9)	60 (16.3)			
1.4ญาติพี่น้อง	62 (16.9)	14 (3.8)	0.059	1	0.476
อื่นๆ	233 (63.6)	57 (15.5)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	52 (14.2)	11 (3.0)	0.183	1	0.409
อื่นๆ	243 (66.3)	60 (16.3)			

ตาราง 22 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การได้รับสื่อ		χ^2	df	Sig.
	สื่อออนไลน์	อื่นๆ			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			3.963	2	0.138
1-4 คน	95 (25.9)	21 (5.7)			
5-8 คน	110 (30)	35 (9.5)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	90 (24.5)	15 (4)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			7.718	1	0.004**
รถยนต์ส่วนตัว	157 (42.8)	48 (13.1)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	138 (37.7)	77 (21)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			97.474	1	0.000**
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	124 (33.8)	20 (5.4)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	155 (42.3)	50 (13.6)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.980	1	0.197
1 วัน	197 (53.8)	43 (11.7)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	98 (26.7)	28 (7.6)			
6. สถานที่พักค้างแรม			60.345	2	0.000**
โรงแรม	139 (37.9)	30 (8.1)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	110 (30)	30 (8.1)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	46 (12.5)	65 (17.7)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			6.060	1	0.009**
ไม่เคยมา	135 (36.8)	41 (11.2)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	160 (43.7)	84 (22.9)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			0.004	1	0.526
ต่ำกว่า 1,000 บาท	140 (38.2)	34 (9.2)			
1,000 บาทขึ้นไป	155 (42.3)	37 (10.1)			

ตาราง 22 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	การได้รับสื่อ		χ^2	df	Sig.
	สื่อออนไลน์	อื่นๆ			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์การเกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	212 (57.9)	53 (14.4)	0.222	1	0.378
อื่นๆ	83 (22.6)	18 (4.9)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	98 (26.7)	35 (9.5)	6.393	1	0.009**
อื่นๆ	197 (53.8)	36 (9.8)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	243 (66.3)	58 (15.8)	0.546	1	0.761
อื่นๆ	50 (13.6)	15 (4.0)			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	249 (68.0)	60 (16.3)	29.099	1	0.000**
อื่นๆ	4 (1.0)	11 (3.0)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	151 (41.2)	33 (9.0)	0.507	1	0.281
อื่นๆ	144 (39.3)	38 (10.3)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	280 (76.5)	67 (18.3)	0.035	1	0.521
อื่นๆ	15 (4.0)	4 (1.0)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	234 (63.9)	59 (16.1)	0.511	1	0.296
อื่นๆ	61 (16.6)	12 (3.2)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	292 (79.7)	70 (19.1)	0.081	1	0.580
อื่นๆ	2 (0.5)	2 (0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 22) พบว่า การได้รับสื่อ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เฉพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์

จากการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี โดยจะเลือกพักค้างแรมที่โรงแรมหรือบ้านพัก/โฮมสเตย์ และเคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนมาแล้วตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป โดยจะนิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากการได้เห็นบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ ซึ่งได้มีการนำเสนอรูปภาพหรือเรื่องราวที่น่าสนใจจากการได้มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น มีการนำเสนอรูปถ่ายในมุมต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความสวยงามและน่าดึงดูดใจ จนทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับสื่อเกิดแรงจูงใจในกาที่จะมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆจากการที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อออนไลน์

ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรอบ 3 ปี (2558-2560)

(n = 366)

พฤติกรรมท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร		χ^2	df	Sig.
	มีประสบการณ์	ไม่มีประสบการณ์			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	87 (23.7)	102 (27.8)	0.354	1	0.312
อื่นๆ	76 (20.7)	101 (27.5)			
1.2 เพื่อน	56 (15.3)	72 (19.6)	0.049	1	0.456
อื่นๆ	107 (29.2)	131 (35.7)			
1.3 แฟน/คนรัก	40 (10.9)	43 (11.7)	0.581	1	0.262
อื่นๆ	123 (33.6)	160 (43.7)			
1.4ญาติพี่น้อง	32 (8.7)	44 (12.0)	0.229	1	0.364
อื่นๆ	131 (35.7)	159 (43.4)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	27 (7.3)	36 (9.8)	0.087	1	0.440
อื่นๆ	136 (37.1)	167 (45.6)			

ตาราง 23 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร		χ^2	df	Sig.
	มีประสบการณ์	ไม่มีประสบการณ์			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			1.456	2	0.483
1-4 คน	47 (12.8)	69 (18.8)			
5-8 คน	65 (17.7)	80 (21.8)			
ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	51 (13.9)	54 (14.7)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			0.475	1	0.278
รถยนต์ส่วนตัว	83 (22.6)	122 (33.3)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	80 (21.8)	135 (36.8)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			22.483	1	0.000**
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	60 (16.3)	84 (22.9)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	93 (25.4)	112 (30.6)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			1.169	1	0.166
1 วัน	102 (27.8)	138 (37.7)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	61 (16.6)	65 (17.7)			
6. สถานที่พักค้างแรม			25.160	2	0.000**
โรงแรม	77 (21)	92 (25.1)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	65 (17.7)	75 (20.4)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	21 (5.7)	90 (24.5)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			69.302	1	0.000**
ไม่เคยมา	52 (14.2)	124 (33.8)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	244 (66.6)	0 (0)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			2.489	1	0.070
ต่ำกว่า 1,000 บาท	70 (19.1)	104 (28.4)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	93 (25.4)	99 (27)			

ตาราง 23 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร		χ^2	df	Sig.
	มีประสบการณ์	ไม่มีประสบการณ์			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	116 (31.6)	149 (40.7)	0.226	1	0.360
อื่นๆ	47 (12.8)	54 (14.7)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	59 (16.1)	74 (20.2)	0.003	1	0.524
อื่นๆ	104 (28.4)	129 (35.2)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	132 (36.0)	169 (46.1)	0.323	1	0.851
อื่นๆ	31 (8.4)	34 (9.2)			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	156 (42.6)	195 (53.2)	0.029	1	0.534
อื่นๆ	7 (1.9)	8 (2.1)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	82 (22.4)	102 (27.8)	0.021	1	0.537
อื่นๆ	81 (22.1)	101 (27.5)			
10.3 ชื่อของฝาก/ที่ระลึก	152 (41.5)	195 (53.2)	1.448	1	0.167
อื่นๆ	11 (3.0)	8 (2.1)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	136 (37.1)	157 (42.8)	2.104	1	0.093
อื่นๆ	27 (7.3)	46 (12.5)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	162 (44.2)	200 (54.6)	0.625	1	0.398
อื่นๆ	1 (0.2)	3 (0.8)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 23) พบว่า ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การเลือกช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม และความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี และจะเลือกพักค้างแรมกันที่บ้านญาติ/คนรู้จัก ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน จึงต้องมีการวางแผนในการเลือกช่วงวันเวลาที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและประหยัดค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด เช่น การเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี ซึ่งมีวันหยุดติดต่อกันยาวๆ หรือการเลือกพักค้างแรมที่บ้านญาติ/คนรู้จัก ซึ่งจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งด้วย

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีตัวแปรอิสระ ได้แก่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ส่วนตัวแปรตามซึ่งเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้การทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square test of association) ในการวิเคราะห์ ในส่วนของการแปลผลค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำคะแนนที่ผู้ให้ข้อมูลระบุมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย เพื่อจัดระดับของแรงจูงใจโดยมีเกณฑ์ของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับแรงจูงใจ
3.68 – 5.00	มาก
2.34 – 3.67	ปานกลาง
1.00 – 2.33	น้อย

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	\bar{X}	ระดับแรงจูงใจ
1) ปัจจัยด้านความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว	3.95	มาก
2) ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3.66	ปานกลาง
3) ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	3.54	ปานกลาง
รวม	3.71	มาก

จากการการคำนวณหาค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละปัจจัย (ตาราง 24) พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยด้านความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	106 (28.9)	81 (22.1)	1.083	1	0.175
อื่นๆ	108 (29.5)	66 (18.0)			
1.2 เพื่อน	80 (21.8)	46 (12.5)	1.423	1	0.140
อื่นๆ	134 (36.6)	101 (27.5)			
1.3 แฟน/คนรัก	54 (14.7)	28 (7.6)	1.900	1	0.105
อื่นๆ	160 (43.7)	119 (32.5)			
1.4 ญาติพี่น้อง	48 (13.1)	26 (7.1)	1.203	1	0.168
อื่นๆ	166 (45.3)	121 (33.0)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	35 (9.5)	27 (7.3)	0.248	1	0.359
อื่นๆ	179 (48.9)	120 (32.7)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			4.875	1	0.087
1-5 คน	69 (36)	47 (10.1)			
ตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป	145 (42.6)	100 (11.2)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			0.062	1	0.444
รถยนต์ส่วนตัว	118 (32.2)	83 (22.6)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	96 (26.2)	64 (17.4)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			8.564	1	0.014*
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	82 (22.4)	76 (20.7)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	131 (35.7)	71 (19.3)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			20.611	1	0.000**
1 วัน	121 (33)	117 (31.9)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	93 (25.4)	30 (8.1)			

ตาราง 25 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
6. สถานที่พักค้างแรม			36.186	2	0.000**
โรงแรม	86 (39.3)	81 (6.8)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	107 (32.7)	30 (1.3)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	21 (12.5)	36 (7.1)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			2.835	1	0.057
ไม่เคยมา	111 (30.3)	63 (17.2)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	103 (28.1)	84 (22.9)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			49.981	1	0.000**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	69 (18.8)	103 (28.1)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	145 (39.6)	44 (12)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	171 (46.7)	92 (25.1)	13.220	1	0.000**
อื่นๆ	43 (11.7)	55 (15.0)			
9.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก	85 (23.2)	48 (13.1)	1.870	1	0.104
อื่นๆ	129 (35.2)	99 (27.0)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	194 (53.0)	102 (27.8)	30.792	1	0.000**
อื่นๆ	20 (5.4)	45 (12.2)			

ตาราง 25 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	206 (56.2)	140 (38.2)	0.229	1	0.411
อื่นๆ	8 (2.1)	7 (1.9)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	102 (27.8)	82 (22.4)	2.298	1	0.079
อื่นๆ	112 (30.6)	65 (17.7)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	207 (56.5)	135 (36.8)	4.183	1	0.037*
อื่นๆ	7 (1.9)	12 (3.2)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	179 (48.9)	109 (29.7)	4.870	1	0.020*
อื่นๆ	35 (9.5)	38 (10.3)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	212 (57.9)	145 (39.6)	0.144	1	0.538
อื่นๆ	2 (0.5)	2 (0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 25) พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด กับสินค้าเกษตรแปรรูป และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การเลือกช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่

จากการศึกษา สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มีแรงจูงใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากจะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป โดยจะเลือกพักค้างแรมกันที่บ้านพัก/โฮมสเตย์ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สด และสินค้าเกษตรแปรรูป ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีแรงจูงใจในภาพรวมอยู่ในระดับที่มากนั้น จะมี

การเลือกพักค้างแรมกันที่บ้านพัก/โฮมสเตย์ เพราะต้องการสัมผัสกับสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ มีอากาศที่บริสุทธิ์ โดยจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็น การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตร เนื่องจากการที่ได้รับข้อมูลแนะนำจากสื่อประเภทต่างๆ จนทำ ให้เกิดแรงจูงใจที่อยากจะซื้อ ทั้งเพื่อการบริโภคเอง หรือนำไปฝากคนรู้จัก

ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว ชาวไทยจากปัจจัยความต้องการภายใน

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	167 (45.6)	22 (6.0)	0.075	1	0.475
อื่นๆ	158 (43.1)	19 (5.1)			
1.2 เพื่อน	118 (32.2)	10 (2.7)	2.274	1	0.089
อื่นๆ	207 (56.5)	31 (8.4)			
1.3 แฟน/คนรัก	77 (21.0)	6 (1.6)	1.704	1	0.132
อื่นๆ	248 (67.7)	35 (9.5)			
1.4ญาติพี่น้อง	70 (19.1)	6 (1.6)	1.055	1	0.208
อื่นๆ	255 (69.6)	35 (9.5)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	53 (14.4)	10 (2.7)	1.669	1	0.142
อื่นๆ	272 (74.3)	31 (8.4)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			0.828	1	0.661
1-5 คน	132 (36)	37 (10.1)			
ตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป	156 (42.6)	41 (11.2)			

ตาราง 26 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			5.407	1	0.016*
รถยนต์ส่วนตัว	189 (51.6)	16 (4.3)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	136 (37.1)	25 (6.8)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			1.960	1	0.375
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	140 (38.2)	21 (5.7)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	185 (50.5)	20 (5.4)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			12.448	1	0.000**
1 วัน	203 (55.4)	37 (10.1)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	122 (33.3)	4 (1)			
6. สถานที่พักค้างแรม			14.142	2	0.001**
โรงแรม	144 (39.3)	25 (6.8)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	120 (32.7)	5 (1.3)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	46 (12.5)	26 (7.1)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			0.812	1	0.232
ไม่เคยมา	159 (43.4)	17 (4.6)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	166 (45.3)	24 (6.5)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			23.182	1	0.000**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	140 (38.2)	34 (9.2)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	185 (50.5)	7 (1.9)			

ตาราง 26 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	247 (67.4)	18 (4.9)	18.773	1	0.000**
อื่นๆ	78 (21.3)	23 (6.2)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	128 (34.9)	5 (1.3)	11.634	1	0.000**
อื่นๆ	197 (53.8)	36 (9.8)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	276 (75.4)	25 (6.8)	15.552	1	0.000**
อื่นๆ	47 (12.8)	19 (5.1)			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	312 (85.2)	39 (10.6)	0.071	1	0.517
อื่นๆ	13 (3.5)	2 (0.5)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	165 (45.0)	19 (5.1)	0.286	1	0.356
อื่นๆ	160 (43.7)	22 (6.0)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	312 (85.2)	35 (9.5)	8.365	1	0.012*
อื่นๆ	13 (3.5)	6 (1.6)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	267 (72.9)	26 (7.1)	8.007	1	0.006**
อื่นๆ	58 (15.8)	15 (4.0)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	323 (88.2)	39 (10.6)	6.120	1	0.064
อื่นๆ	2 (0.5)	2 (0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 26) พบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตร การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน และจะไม่นิยมพักค้างแรมที่บ้านพัก/โฮมสเตย์ โดยจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท และไม่นิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภท พืชพันธุ์เพาะปลูก

ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
(n = 366)					
1. ลักษณะความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	96 (26.2)	93 (25.4)	0.112	1	0.409
อื่นๆ	93 (25.4)	84 (22.9)			
1.2 เพื่อน	72 (19.6)	56 (15.3)	1.676	1	0.118
อื่นๆ	117 (31.9)	121 (33.0)			
1.3 แฟน/คนรัก	46 (12.5)	37 (10.1)	0.615	1	0.255
อื่นๆ	143 (39.0)	140 (38.2)			
1.4ญาติพี่น้อง	42 (11.4)	34 (9.2)	0.504	1	0.281
อื่นๆ	147 (40.1)	143 (39.0)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	29 (7.9)	34 (9.2)	0.958	1	0.200
อื่นๆ	160 (43.7)	143 (39.0)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			3.390	1	0.184
1-5 คน	70 (19.1)	66 (18)			
ตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป	109 (29.7)	111 (30.3)			

ตาราง 27 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			0.154	1	0.387
รถยนต์ส่วนตัว	104 (28.4)	101 (27.5)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	85 (23.2)	76 (20.7)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			5.441	1	0.066
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	75 (20.4)	86 (23.4)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	114 (31.1)	91 (24.8)			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			8.108	1	0.003**
1 วัน	111 (30.3)	129 (35.2)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	78 (21.3)	48 (13.1)			
6. สถานที่พักค้างแรม			23.856	2	0.000**
โรงแรม	84 (22.9)	85 (23.2)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	90 (24.5)	50 (13.6)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	15 (4)	42 (11.4)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			2.886	1	0.255
ไม่เคยมา	99 (27)	77 (21)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	90 (24.5)	100 (27.3)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			47.347	1	0.000**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	57 (15.5)	117 (31.9)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	132 (36)	60 (16.3)			

ตาราง 27 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	154 (42.0)	11 (3.0)	6.116	1	0.000**
อื่นๆ	35 (9.5)	66 (18.0)			
9.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก	89 (24.3)	44 (12.0)	9.527	1	0.000**
อื่นๆ	100 (27.3)	133 (36.3)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	174 (47.5)	127 (34.6)	30.709	1	0.000**
อื่นๆ	15 (4.0)	50 (13.6)			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	177 (48.3)	174 (47.5)	5.038	1	0.022*
อื่นๆ	12 (3.2)	3 (0.8)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	98 (26.7)	86 (23.4)	0.390	1	0.302
อื่นๆ	90 (24.5)	92 (25.1)			
10.3 ซื้อของฝาก/ที่ระลึก	187 (51.0)	160 (43.7)	13.564	1	0.000**
อื่นๆ	2 (0.5)	17 (4.6)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	166 (45.3)	127 (34.6)	14.800	1	0.000**
อื่นๆ	23 (6.2)	50 (13.6)			
10.5 พักผ่อนตามอัธยาศัย	187 (51.0)	175 (47.8)	0.004	1	0.663
อื่นๆ	1 (0.2)	3 (0.8)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 27) พบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทุกประเภท กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ และมี

ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.05$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่จะพักค้างแรมที่โรงแรมหรือบ้านพัก/โฮมสเตย์ แต่ไม่นิยมพักค้างแรมที่อื่นๆ เช่น บ้านญาติ/หรือคนรู้จัก โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป และมีการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรในทุกประเภท โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นิยม คือ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน และจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท และไม่นิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สด ทั้งนี้เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก มีความประทับใจในปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ เช่น ความสวยงาม เงียบสงบ และเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ความเรียบง่ายของวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะพักค้างแรมในรูปแบบบ้านพัก/โฮมสเตย์ร่วมกับเกษตรกรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้สัมผัสกับบรรยากาศที่เงียบสงบ มีอากาศที่บริสุทธิ์ ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนของเกษตรกรในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังได้บริโภคสินค้า/ผลิตผลการเกษตรที่มีความสดใหม่ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการจับจ่าย โดยมีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม คือ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากความสวยงามของธรรมชาติ และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของทรัพยากรการเกษตรที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะถ่ายรูปไว้เป็นที่ระลึก หรืออาจจะนำไปแสดงในสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น ซึ่งกำลังเป็นกระแสที่นิยมของสังคมไทยในปัจจุบันนี้

ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
1. ลักษณะความสัมพันธ์กลุ่มบุคคลร่วมเดินทาง					
1.1 ครอบครัว	97 (26.5)	92 (25.1)	1.464	1	0.135
อื่นๆ	102 (27.8)	75 (20.4)			
1.2 เพื่อน	76 (20.7)	52 (14.2)	1.986	1	0.097
อื่นๆ	123 (33.6)	115 (31.4)			
1.3 แฟน/คนรัก	51 (13.9)	32 (10.3)	2.165	1	0.089
อื่นๆ	148 (40.4)	135 (36.8)			
1.4ญาติพี่น้อง	45 (12.2)	31 (8.4)	0.905	1	0.206
อื่นๆ	154 (42.0)	136 (37.1)			
1.5 บริษัทนำเที่ยวเอกชน	35 (9.5)	28 (7.6)	0.043	1	0.474
อื่นๆ	164 (44.8)	139 (37.9)			
2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง			6.871	1	0.032*
1-5 คน	76 (20.7)	60 (16.3)			
ตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป	123 (33.6)	107 (29.2)			
3. วิธีการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว			0.106	1	0.413
รถยนต์ส่วนตัว	113 (30.8)	92 (25.1)			
อื่นๆ (เช่น รถรับจ้าง)	86 (23.4)	75 (20.4)			
4. ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว			11.442	1	0.003**
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	75 (20.4)	86 (23.4)			
วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	124 (33.8)	81 (22.1)			

ตาราง 28 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			11.708	1	0.000**
1 วัน	115 (31.4)	125 (34.1)			
ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	84 (22.9)	42 (11.4)			
6. สถานที่พักค้างแรม			30.809	2	0.000**
โรงแรม	85 (23.2)	84 (2.9)			
บ้านพัก/โฮมสเตย์	98 (26.7)	42 (11.4)			
อื่นๆ (เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก)	16 (4.3)	41 (11.2)			
7. ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ			1.754	1	0.111
ไม่เคยมา	102 (27.8)	74 (20.2)			
เคยมาตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป	97 (26.5)	93 (25.4)			
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			44.114	1	0.000**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	63 (17.2)	111 (30.3)			
ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป	136 (37.1)	56 (15.3)			
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรที่สนใจเลือกซื้อ					
9.1 พืชผัก/ผลไม้สด	159 (43.4)	106 (28.9)	12.262	1	0.000**
อื่นๆ	40 (10.9)	61 (16.6)			
9.2 พืชพันธุ์เฉพาะปลูก	75 (20.4)	58 (15.8)	0.343	1	0.317
อื่นๆ	124 (33.8)	109 (29.7)			
9.3 สินค้าเกษตรแปรรูป	179 (48.9)	122 (33.3)	21.734	1	0.000**
อื่นๆ	20 (5.4)	45 (12.2)			

ตาราง 28 (ต่อ)

(n = 366)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตร	ระดับแรงจูงใจ		χ^2	df	Sig.
	มาก	ปานกลาง			
10. กิจกรรมการท่องเที่ยว					
10.1 ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์	191 (52.1)	160 (43.7)	0.007	1	0.569
อื่นๆ	8 (2.1)	7 (1.9)			
10.2 ศึกษาความรู้ด้านเกษตร	90 (24.5)	94 (25.6)	4.444	1	0.023*
อื่นๆ	109 (29.7)	73 (19.9)			
10.3 ซื่อของฝาก/ที่ระลึก	192 (52.4)	155 (42.3)	2.482	1	0.090
อื่นๆ	7 (1.9)	12 (3.2)			
10.4 ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่	162 (44.2)	131 (35.7)	0.500	1	0.282
อื่นๆ	37 (10.1)	36 (9.8)			
10.5 พักผ่อนตามอัยาศัย	197 (53.8)	165 (45.0)	0.031	1	0.620
อื่นๆ	2 (0.5)	2 (0.5)			

** มีระดับนัยสำคัญ 0.01 * มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษา (ตาราง 28) พบว่า แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การใช้เวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สดกับสินค้าเกษตรแปรรูป และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.05) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร

จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับมาก มักจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเป็นหมู่คณะ โดยมีสมาชิกตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป และจะนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน และจะนิยมพักค้างแรมที่โรงแรม หรือบ้านพัก/โฮมสเตย์ของเกษตรกรในแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่นิยมพักค้างแรมในที่อื่นๆ เช่น บ้านญาติ/คนรู้จัก โดยจะมี

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป และมีการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ทางการเกษตรค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับมากนั้น จะมีการคำนึงถึงความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว การมีสถานที่พักผ่อนที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการมาท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งปัจจัยแวดล้อมต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยเช่นกัน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทย เพื่อศึกษาแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง จำนวน 366 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เช่น ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด/ต่ำสุด เพื่อใช้ในการแจกแจงความถี่และจัดลำดับของข้อมูลในการพรรณนาโดยทั่วไป และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % เพื่อการทดสอบสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 65.3) อายุเฉลี่ย 38 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46.4) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 62.6) มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ (ร้อยละ 57.1) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 56) มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 28,599 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทออนไลน์ (ร้อยละ 80.6) และเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อนเฉลี่ย 1 ครั้ง

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยส่วนใหญ่มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ แรงจูงใจ

จากปัจจัยด้านความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.95) แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.66) และแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจจากความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือ ความต้องการสัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ค่าเฉลี่ย (4.22)

2. แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจจากความเรียบง่ายและเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมาคือ ความสวยงามของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.92)

3. แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกในด้านความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ สภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.20) และการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวมากที่สุด (ร้อยละ 34.7) มีจำนวนสมาชิกร่วมเดินทางเฉลี่ย 7 คน เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 48.8) ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี (ร้อยละ 48.8) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งเฉลี่ย 1 วัน พักค้างแรมที่โรงแรม (ร้อยละ 46.2) เคยมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อนเฉลี่ย 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งเฉลี่ย 1,103 บาท เลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป (ร้อยละ 42.4) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมได้แก่ การพักผ่อนตามอัธยาศัย (ร้อยละ 23.4) การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ (ร้อยละ 22.8) และการเลือกซื้อของฝากที่ระลึก (ร้อยละ 22.6)

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) ได้แก่ อายุ ภูมิฐานะ และรายได้ต่อเดือน โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม ได้ร้อยละ 31.3 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ร้อยละ 18.5 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) ได้แก่ เพศ ภูมิฐานะ และรายได้ต่อเดือน โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ร้อยละ 39.8 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) ได้แก่ ภูมิฐานะ และรายได้ต่อเดือน โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้ร้อยละ 23.1 ส่วนที่เหลือเป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีรายละเอียด ดังนี้

1. เพศ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่

2. อายุ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig<0.01) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด และพืชพันธุ์เพาะปลูก และ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และ การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่

3. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง การเลือกสถานที่พักค้างแรม การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาความรู้ทางการเกษตร การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่

4. สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก

5. อาชีพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ

6. ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงวันที่เหมาะสมในการเดินทาง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร

7. รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร และการพักผ่อนตามอัธยาศัย

8. การได้รับสื่อ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์

9. ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม และความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป

2. แรงจูงใจจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่

3. แรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้าน การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่

4. แรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.01$) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้นำเสนอประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม กับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับ อายุ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือส่วนใหญ่ จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในภูมิภาคอื่นๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนมาก ส่วนใหญ่จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ณัชชา กุลปณณวรรธ และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2562: 129) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี พบว่า แรงจูงใจในภาพรวมจำแนกตาม อายุ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

1.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่จะมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยด้านความต้องการภายในน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนมากส่วนใหญ่ จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยด้านความต้องการภายในมาก สอดคล้องกับ วิคิเนีย มายอร์ (2555: 112) ได้ศึกษา แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่า เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งที่แตกต่างกัน

1.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์กับ เพศ ภูมิภาค และรายได้ต่อเดือน กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ภูมิภาคอื่นๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนมาก ส่วนใหญ่จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูด

ใจ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว โดยต้องมีย่างใดอย่างหนึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

1.4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์ กับ ภูมิสำเนา และรายได้ต่อเดือน กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคเหนือ ส่วนใหญ่จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากปัจจัยแวดล้อมภายนอกน้อยกว่ากลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในภูมิภาคอื่นๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนมากส่วน ใหญ่ จะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกมาก สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ เพชรประคอง (2561: 183) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ภูมิสำเนา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจใน การเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาแตกต่างกัน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกในแต่ละปัจจัย ดังนี้

2.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาว ไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการศึกษา หาความรู้ทางการเกษตร และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นหมู่คณะ และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่ม นักท่องเที่ยวหญิง และมีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์ เพาะปลูก มีความสนใจในการศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตรและการเข้าร่วมกิจกรรมด้านการเกษตร มากกว่าหญิง สอดคล้องกับ วรชมนัน จันดิษฐ์ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาว ไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผล ทางทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด และพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับสมาชิกใน ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน โดยมีสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 1-4 คน และนิยมท่องเที่ยวในช่วงวัน เสาร์-วันอาทิตย์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท สอดคล้องกับ กาญจนา กาแก้ว (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนเกษตรจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง การเลือกสถานที่พักค้างแรม การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาความรู้ด้านการเกษตร การทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะท่องเที่ยวโดยมีสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 4-5 คน และพักค้างแรมที่โรงแรม มีความสนใจเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ สอดคล้องกับ สิริวิภา ทิพยมงคลกุล (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า การศึกษาจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เพราะจะทำให้คำนึงถึงเหตุผลและปัจจัยต่างๆในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

2.4 สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ซึ่งแต่งงานแล้ว จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวและมีสมาชิกร่วมเดินทางประมาณ 5-8 คน โดยจะเลือกพักค้างแรมที่โรงแรม และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป โดยจะนิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด สอดคล้องกับ เกษรา เกิดมงคล (2546) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและการแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน พบว่า คนวัยทำงานที่มีความแตกต่างกันในด้านสถานภาพสมรส จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ จะเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว เลือกท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี และพักค้างแรมที่โรงแรม สอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง จังหวัดสงขลา พบว่า อาชีพมี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้าน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว วันเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยว

2.6 ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงวันที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนสมาชิกร่วมเดินทางตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท สอดคล้องกับ ศิรินทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า ภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร และการพักผ่อนตามอัธยาศัย กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในทุกประเภท และมีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สอดคล้องกับ สามารถ ปีติพัฒน์ และกฤษฎา ณ หนองคาย (2013) ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลว้าวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับสถานที่พักแรม ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.8 การได้รับสื่อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม ความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ประเภทพืชพันธุ์เพาะปลูก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทออนไลน์ ส่วนใหญ่จะ

เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี เลือกพักค้างแรมที่โรงแรมหรือบ้านพัก/โฮมสเตย์ เคยมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน 1 ครั้งขึ้นไป เลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ สอดคล้องกับ ไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ (2561: 111) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการศึกษาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวโดยการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ก่อนจะเดินทางจะมีการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

2.9 ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การเลือกช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การเลือกสถานที่พักค้างแรม และความถี่หรือการมาเที่ยวซ้ำ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อน จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี และเลือกพักค้างแรมกันที่บ้านญาติ/คนรู้จัก สอดคล้องกับ Solomon ได้กล่าวว่าการเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเกิดจากกระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้และประสบการณ์และนำพฤติกรรมนั้นไปใช้ในการซื้อและการบริโภคในครั้งต่อไป ซึ่งการเรียนรู้เกิดเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง (Solomon, 2019 อ้างถึงใน นภัสพร จงรักษ์, 2560: 21)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีรายละเอียด ดังนี้

3.1 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การเลือกช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มีแรงจูงใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป โดยจะเลือกพักค้างแรมที่บ้านพัก/โฮมสเตย์ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สด และสินค้าเกษตรแปรรูป สอดคล้องกับ พิรัชย์ กุลชัย และกัลยานี กุลชัย (2548) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางตามลำดับ

3.2 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน วิธีเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยความต้องการภายในอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่จะนิยมพักค้างแรมที่บ้านพัก/โฮมสเตย์ และเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชผักผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป สอดคล้องกับ Hudman ได้กล่าวว่า ปัจจัยหลักด้านมีหลายสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทาง เช่น ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ความต้องการที่จะพักผ่อนร่างกาย ความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตัวเอง หรืออาจจะต้องการเดินทางเพื่อเข้าสู่สังคมและฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว เป็นต้น (Hudman, 1980 อ้างถึงใน สิริวิภา ทิพยมงคลกุล, 2558: 64)

3.3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พักค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่จะพักค้างแรมที่โรงแรมหรือบ้านพัก/โฮมสเตย์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป และเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรในทุกประเภท โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นิยม คือ การถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อของฝาก/ที่ระลึก และการทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน และจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท และไม่นิยมเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สด สอดคล้องกับ ปภัสร์ เผ่าพงษ์ช่วง (2546) ได้ศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านคมนาคม ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านความปลอดภัย และการด้านการประชาสัมพันธ์ มีระดับการพอใจที่สูงและมีความพึงพอใจในระดับมาก

3.4 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้าน จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงวันที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยว การใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกสถานที่พัก ค้างแรม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การเลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภทพืชผัก/ผลไม้สด และสินค้าเกษตรแปรรูป และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้าน การศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มีแรงจูงใจจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวกันเป็นหมู่คณะ โดยมีสมาชิกตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป และมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล/ประเพณี โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเวลา 1 วัน พักค้างแรมที่โรงแรมหรือบ้านพัก/โฮมสเตย์ของเกษตรกร มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรประเภท พืชผัก/ผลไม้สดและสินค้าเกษตรแปรรูป สอดคล้องกับ Mil ได้กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ความแตกต่างกันของวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ การคมนาคมที่มีความสะดวกสบาย ความปลอดภัยของการเดินทางท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว และนอกจากความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ยังมีทัศนียภาพ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากออกเดินทางท่องเที่ยว (Mil l, 1990 อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่เกษตรกร ในการพัฒนาปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเอง ให้มีความน่าสนใจและเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้มาเยี่ยมชม ตลอดจนหน่วยงานราชการหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนา ปรับปรุง และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทออนไลน์มากที่สุด ดังนั้น เกษตรกรหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้มีการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในช่องทางของสื่อประเภทออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเกิดแรงจูงใจในการได้มาเยี่ยมชม

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และต้องการอยู่กับธรรมชาติที่เงียบสงบมากที่สุด ดังนั้น เกษตรกรจึงควรรักษาสภาพแวดล้อมของทรัพยากรการเกษตรในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด ไม่ควรมีสิ่งปลูกสร้างสมัยใหม่ ซึ่งอาจขัดกับความเป็นเอกลักษณ์หรือความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบดั้งเดิม

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวมากที่สุด ดังนั้น เกษตรกรจึงควรจัดให้มีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในลักษณะของการทำกิจกรรมร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในครอบครัวได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในครั้งต่อไป

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อครั้งเป็นเวลา 1 วัน และจะกลับไปพักค้างแรมกันที่โรงแรม ดังนั้น เกษตรกรควรให้ความสำคัญในการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปแบบของบ้านพัก/โฮมสเตย์ ให้มีความน่าดึงดูดใจ หรือเพียงพอต่อการพักค้างแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเมื่อมีการพักค้างแรมเกิดขึ้น ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนมากขึ้นกว่าเดิม และจะเกิดการจับจ่ายใช้สอยภายในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าเดิมด้วยเช่นกัน

5. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุมาก จะมีระดับแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก ดังนั้น เกษตรกรควรมีการจัดเตรียมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความเหมาะสมและสะดวกแก่ผู้ที่มีอายุมาก เช่น การบริการสถานที่สำหรับนั่งพักผ่อน การบริการอาหารสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในครั้งต่อไป

6. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนมากจะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก ดังนั้น เกษตรกรสามารถเพิ่มช่องทางรายได้จากการจำหน่ายสินค้า หรือบริการในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถสร้างความประทับใจหรือเกิดแรงจูงใจในการใช้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งมีศักยภาพในการใช้จ่าย ก็จะทำให้เกิดการใช้จ่ายที่มากขึ้น

7. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะให้ความสนใจในการศึกษาหาความรู้หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางการเกษตรค่อนข้างน้อย ดังนั้น เกษตรกรจึงควรมีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอ หรือ

การทำกิจกรรมด้านการเกษตรให้มีความหลากหลายหรือน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มีความสนใจและได้รับความรู้ด้านการเกษตรมากขึ้นกว่าเดิม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เพื่อเป็นแนวทางและข้อมูลสำหรับเกษตรกรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชม สำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาในด้านศักยภาพของเกษตรกรในการพัฒนาทรัพยากรการเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ทราบถึงความพร้อม หรือ ปัญหา อุปสรรค ในด้านต่างๆของเกษตรกรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. ควรศึกษาในด้านสื่อกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยในการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จนเกิดแรงจูงใจและการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตร

3. ควรมีการศึกษาครอบคลุมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นต่อไปในอนาคต และจะเป็นแหล่งรายได้ให้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- เกษรา เกิดมงคล. 2546. รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญศิริ โชติพันธ์. 2551. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- เลิศพร ภาระสกุล. 2556. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วี.พรีน (1991).
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม และमुखสุดา พูลสวัสดิ์. 2556. การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดผลงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคการเกษตร ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/1917/LARTS_58_06.pdf?sequence=1&isAllowed=y (22 ตุลาคม 2560).
- ไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ. 2561. พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในจังหวัดเชียงใหม่ วารสารมหาลัทธิราชภัฏยะลา, 13(1), 111.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2559. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=438&filename=index (23 สิงหาคม 2560).
- กองส่งเสริมการท่องเที่ยว. 2561. ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสีเขียว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://thai.tourismthailand.org/fileadmin/upload_img/multimedia/507/agro-tourism-book-thai.pdf (17 พฤษภาคม 2561).
- กาญจนา กาแก้ว. 2558. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กิตติมา สุรสนธิ. 2541. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. 2556. หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- จุฑารัตน์ เพชรประคอง. 2561. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. ปารีชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 31(3), 183.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉันทซ์ วรรณถนอม. 2552. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์. 2543. สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม **Minitab SPSS** และ **SAS**.
ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูชัย สมิทธิไกร. 2554. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วี.พรีน (1991).
- ณัชชา กุลปณณวรรธ และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม. 2562. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี. วารสารวิชาการ สถาบันพลศึกษา, 11(1), 129.

- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. 2557. รูปแบบและกระบวนการดำเนินงานธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 7(3), 312-313.
- ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์ และคณะ. 2553. แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ของชุมชนบ้านแม่แจ่ม ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://elibrary.trf.or.th/project_contentTRFN.asp?PJID=PDG52N0010 (13 กรกฎาคม 2560).
- นิตา ชัชกุล. 2555. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตต์วัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- . 2556. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ปภัสร เผ่าพงษ์ช่วง. 2546. พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีรชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย. 2548. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร. น. 8-9. ใน การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 43.
- วนิดา วงศ์โสภาน. 2555. ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://wanidawongsopa.wordpress.com> (15 มีนาคม 2561).
- วรรณมน จันดิษฐ์. 2552. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิดิเนีย มายอร์. 2555. การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. 2558. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง น. 11-12. ใน การประชุม ชาติใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6.
- ศิริทิพย์ คาวานโนเบะ. 2554. แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริพร พันธุ์ลี. 2552. จิตวิทยาและสังคมวิทยาการท่องเที่ยว. แพร์: เมืองแพร์การพิมพ์.
- ศิริพร พันธุ์ลี และคณะ. 2555. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นของ เทศบาลแม่หล้าอย่างมีส่วนร่วม. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://library.mju.ac.th/mjudc/search.php> (5 มีนาคม 2561).
- ศุภร เสรีรัตน์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- สถาบันคลังสมองของชาติ. 2552. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มูลนิธิส่งเสริมทบวงมหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. 2552. การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. กรุงเทพฯ: พีทู ดีไซน์ แอนด์ พรินท์.
- สามารถ ปิติพัฒน์ และกฤษฎา ณ หนองคาย. 2013. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี วารสารวิจัย มสด, 9(3), 257.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2559. KOFC เปิดมุมมองวิเคราะห์รายได้ภาคเกษตร หลังรัฐดันท่องเที่ยวเชิงเกษตรไทย

ช่วงวันหยุดยาว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=22762&filename=new (29 มิถุนายน 2560).

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404 (26 มิถุนายน 2560).

สิริวิภา ทิพยมงคลกุล. 2558. การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบูรณ์.

มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.







แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง

แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาทรัพยากรและส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างมาก ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดลำปาง เพื่อให้มีความสอดคล้อง และตรงตามเป้าประสงค์ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อการดำรงไว้ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืนต่อไป ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างเป็นจริงเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล

ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นาย สมชาย ไชยมูลวงศ์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาทรัพยากรและส่งเสริมการเกษตร

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. ปัจจุบันท่านอายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

3. อนุปริญญา/ปวส.

4. ปริญญาตรี

5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพการสมรส

1. โสด

2. สมรส

3. หม้าย/หย่าร้าง

4. แยกกันอยู่

5. อาชีพ

1. รับจ้างทั่วไป

2. ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

3. พนักงานบริษัทเอกชน

4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

5. เกษตรกร

6. อื่นๆ ระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

7. ภูมิลำเนา

1. ภาคเหนือ

2. ภาคกลาง

3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. ภาคใต้

8. ท่านทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม จากสื่อประเภทใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สื่อออนไลน์ 2. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร
3. ทีวี/วิทยุ 4. อื่นๆ ระบุ.....

9. ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในรอบ 3 ปี (2558-2560)

1. เคยมีประสบการณ์ (จำนวน.....ครั้ง)
2. ไม่เคยมีประสบการณ์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง	ระดับคะแนนความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว					
1. ต้องการศึกษาค้นคว้าความรู้ และประสบการณ์เพิ่มเติมในด้านการเกษตร					
2. ต้องการเลือกซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร					
3. ต้องการศึกษารูวิถีชีวิตของเกษตรกร					
4. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ					
5. ต้องการหาประสบการณ์ท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่					
6. ต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน					
7. ต้องการพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆกับบุคคลอื่น					
8. ต้องการสัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์					
ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
1. ความสวยงามของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความเงียบสงบ และเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความหลากหลายของรูปแบบการทำเกษตรในแหล่งท่องเที่ยว					

แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของ ชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง	ระดับคะแนนความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ต่อ)					
4. สินค้า/ผลิตผลทางการเกษตรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
5. การนำเสนอภูมิปัญญาด้านการเกษตรที่น่าสนใจ					
6. การจัดฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการเกษตร					
7. การจัดทำกิจกรรมร่วมกันของนักท่องเที่ยวกับเกษตรกร					
8. ความสงบ เรียบง่าย ของวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว					
9. ความเป็นมิตรไมตรี ดูแล เอาใจใส่ของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว					
10. การบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหาร สถานที่นั่งพักผ่อน เป็นต้น					
11. การบริการที่พักค้างแรม/โฮมสเตย์ สำหรับนักท่องเที่ยว					
12. ความสะอาด และเป็นระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว					
13. ความเหมาะสมของราคาสินค้า/ผลิตผลทางการเกษตร					
14. สภาพแวดล้อมมีความปลอดภัยดีพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
ปัจจัยแวดล้อมภายนอก					
1. ความคุ้มค่าของราคา/ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว					
2. ระยะเวลาในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
3. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย					
4. มีศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวใกล้ๆกับแหล่งท่องเที่ยว					
5. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ					
6. มีสถานที่พักค้างแรมใกล้ๆกับแหล่งท่องเที่ยว					
7. มีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น					
8. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ/เอกชน					
9. สภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 1. ครอบครัว	<input type="checkbox"/> 2. เพื่อน
<input type="checkbox"/> 3. แฟน/คนรัก	<input type="checkbox"/> 4. ญาติพี่น้อง
<input type="checkbox"/> 5. บริษัทนำเที่ยวเอกชน	<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ ระบุ.....

2. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางทั้งหมด.....คน

3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนบ้านแม่แจ่ม

<input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว (เหตุผล.....)
<input type="checkbox"/> 2. รถเช่า/รถรับจ้าง (เหตุผล.....)
<input type="checkbox"/> 3. รถจักรยานยนต์ (เหตุผล.....)
<input type="checkbox"/> 4. รถบริษัทนำเที่ยว (เหตุผล.....)
<input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... (เหตุผล.....)

4. ช่วงวัน/เวลาที่เหมาะสมในการมาท่องเที่ยวของท่านอยู่ในช่วงใด

<input type="checkbox"/> 1. วันเสาร์ – วันอาทิตย์	<input type="checkbox"/> 2. วันจันทร์ – วันศุกร์
<input type="checkbox"/> 3. วันหยุดเทศกาล/ประเพณี	<input type="checkbox"/> 4. ไม่กำหนดวัน

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านแม่แจ่มต่อครั้ง (จำนวนวัน).....วัน

6. สถานที่ในการพักค้างแรมระหว่างการมาท่องเที่ยวยังชุมชนบ้านแม่แจ่ม

<input type="checkbox"/> 1. โรงแรม	<input type="checkbox"/> 2. บ้านพัก/โฮมสเตย์
<input type="checkbox"/> 3. บ้านญาติ/คนรู้จัก	<input type="checkbox"/> 4. ไม่พักค้างแรม
<input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ.....	

7. ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวมายังชุมชนบ้านแม่แจ่มหรือไม่ (ไม่รวมครั้งนี้)
1. เคย(จำนวนครั้ง) 2. ไม่เคย
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านแม่แจ่ม (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน).....บาท
9. สินค้า/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของชุมชนบ้านแม่แจ่มที่สนใจเลือกซื้อ
1. ไม่เลือกซื้อ
2. เลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 2.1 พืชผัก/ผลไม้สด
- 2.2 พืชพันธุ์เพาะปลูก
- 2.3 สินค้าเกษตรแปรรูป
10. กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านแม่แจ่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ถ่ายรูป/ชมวิวทิวทัศน์ (เหตุผล.....)
2. ศึกษาหาความรู้ด้านการเกษตร (เหตุผล.....)
3. ซื้อของฝาก/ที่ระลึก (เหตุผล.....)
4. ทำกิจกรรมร่วมกับสถานที่ (เหตุผล.....)
5. พักผ่อนตามอรัญญาลัย (เหตุผล.....)
6. อื่นๆ ระบุ..... (เหตุผล.....)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	สมชาย ไชยมูลวงศ์
เกิดเมื่อ	30 กรกฎาคม 2516
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2559 ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช จังหวัดนนทบุรี

