ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2564

Tourism experiences affecting satisfaction of Thai tourists visiting farmstays in Nakhon Ratchasima Province

Piyapong Katpiyarat

A Thesis Submitted in Partial of the Requirement for the Degree

of Master of Arts Program in Tourism Management

of Tourism and Hospitality, Dhurakij Phundit University

2021

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา

เสนอโดย นายปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชูวงศ์)

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชูวงศ์)

วันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา
ชื่อผู้เขียน ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. อัศวิน แสงพิกุล
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์ม สเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์ม สเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา และ 4) เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวรูปแบบฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา 5 ตัวแปรอยู่ในระดับ เรียงจากค่ามากไปน้อย คือ ด้านการให้บริการ (β=0.263, $p<0.01$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (β=0.228, $p<0.01$) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (β= 0.170, $p<0.01$) ด้านการเข้าถึง (β=0.166, $p<0.01$) และด้านกิจกรรม (β=0.263, $p<0.05$) ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ร้อยละ 43.80 (R^2 =0.438)

คำสำคัญ: ประสบการณ์การท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, ฟาร์มสเตย์, จังหวัดนครราชสีมา

Thesis Title	Tourism experiences affecting satisfaction of Thai tourists visiting farmstays in Nakhon Ratchasima Province
Author	Piyapong Katpiyarat
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Aswin Sangpikul, Ph. D.
Department	Tourism Management
Academic Year	2020

ABSTRACT

The objective of this survey research were to: 1) study tourism experiences of Thai tourists visiting farm stay tourism in Nakhon Ratchasima Province 2) study motivations, driving and attracting of farm stay tourism in Nakhon Ratchasima Province 3) study study the satisfaction of Thai tourists with farm stay tourism in Nakhon Ratchasima Province and 4) study tourism experiences affecting the Satisfaction of Thai tourists Visiting farmstay in Nakhon Ratchasima Province. The questionnaire was used for gathering data from 400 cases of thai tourists who visited farmstay in Nakhon Ratchasima Province. The sample group was derived from accidental sampling. The research tool was a questionnaire created by the researcher. The statistics employed percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis in data analyzing.

The findings proved that tourism experiences affecting satisfactions of Thai tourists visiting farmstay in Nakhon Ratchasima. The multiple regression analysis found that the 5 independent variables were ancillary (β=0.228, $p<0.01$), amenity (β=0.228, $p<0.01$), attraction (β=0.170, $p<0.01$), accessibility (β=0.166, $p<0.01$) and activity (β=0.263, $p<0.05$) affected the satisfaction of Thai tourists in the farmstay in Nakhon Ratchasima. The variation of the decision to access the service is 43.80 percentage (R^2 =0.438).

Keywords: Tourism Experiences, Satisfaction, farmstay, Nakhon Ratchasima Province

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากการความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายบุคคล แม้วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่ใช่ครั้งแรก แต่ก็เป็นอีกเล่มที่ผู้เขียนมีความภาคภูมิใจมาก ซึ่งผู้เขียนต้องขอ กราบขอบพระคุณทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในความสำเร็จในครั้งนี้ โดยเฉพาะกำลังใจจากครอบครัว คุณพ่อ (นายเพิ่ม เขตปิยรัตน์) คุณแม่ (นางปรียา เขตปิยรัตน์) พี่สาว (ผศ.ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์) ภรรยา (นางสาวพรทิพย์ จันทร์บุตร์) และลูกสาว (ด.ญ.เพลินพิชญา เขตปิยรัตน์) กราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ.ดร.อัศวิน แสงพิกุล และ ผศ.ดร.มณฑกานติ ชุบชูวงศ์ ที่ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ดูแลเอาใจใส่นิสิตเป็นอย่างดี ขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือ กราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.อนามัย ดำเนตร คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ที่สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เขียนได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ตัวเอง ขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมรุ่นทุกคน รุ่นพี่และรุ่นน้องที่ได้มีโอกาสร่วมเรียนรู้และร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตลอด 2 ปี ขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกคนในสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่กรุณาช่วยเหลือในเกือบทุกสิ่งทุกอย่างที่ขาดตกบกพร่อง

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะพอมีประโยชน์แก่สังคมด้านต่างๆ

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มสเตย์	14
2.3 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ	21
2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	24
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	32
3. ระเบียบวิธีการวิจัย	33
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
3.2 เครื่องมือการวิจัย	34
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4.	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
	4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม	37
	4.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา	39
	4.3 ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา	58
	4.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา	86
	4.5 ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์อิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา	94
5.	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	96
	5.1 สรุปผลการศึกษา	96
	5.2 อภิปรายผลการศึกษา	97
	5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	100
บรรณานุกรม		103
ภาคผนวก		
	ก. แบบสอบถาม	111
ประวัติผู้เขียน		117

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของประสบการณ์ท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	40
4.3	ค่า KMO and Bartlett's Test ปัจจัยองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา	44
4.4	ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา	46
4.5	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 1 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา	48
4.6	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 2 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา	49
4.7	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 3 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา	50
4.8	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 4 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 5 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา 51

4.10 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับเพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 53

4.11 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 54

4.12 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 55

4.13 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับวุฒิการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 56

4.14 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 57

4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ 58

4.16 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับเพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 61

4.17 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 62

4.18 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 63

4.19 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับวุฒิการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 64

4.20 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายในกับเพศที่แตกต่างกัน	66
4.22	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	67
4.23	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	69
4.24	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	71
4.25	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	73
4.26	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายนอกที่มีเพศต่างกัน	75
4.27	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	77
4.28	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	79
4.29	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	81
4.30	แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	83
4.31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	86
4.32	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ที่มีเพศต่างกัน	88
4.33	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.34	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	90
4.35	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	91
4.36	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	92
4.37	แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	94
4.38	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบสไตล์ฟาร์มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา รายด้าน	95

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย 32

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีพื้นที่เกษตรกรรม รวม 149.25 ล้านไร่ จากพื้นที่ประเทศ 320.696 ล้านไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2563) นับเป็นพื้นที่เกือบครึ่งประเทศที่ทำการเกษตร ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศไทย แต่ภาคเกษตรกลับมีสัดส่วนในมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 มีอัตราการเติบโตช้าและมีความเปราะบางสูงกว่าภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ของประเทศ และยังเติบโตในอัตราที่ช้ากว่าประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรชั้นนำของโลก หรือแม้แต่ประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียหลายประเทศจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ภาคเกษตรไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างครั้งสำคัญ เช่นเดียวกันกับทั่วโลก คือการลดลงของการใช้กำลังแรงงาน ซึ่งทดแทนด้วยการเพิ่มขึ้นของการใช้เครื่องจักรกล และเทคโนโลยีสมัยใหม่ เราจะเห็นได้ว่ารูปแบบการเติบโตของภาคเกษตรได้เปลี่ยนจากเดิมที่เน้นการขยายตัวเชิงปริมาณ เช่น ขยายพื้นที่เพาะปลูก และการใช้ปัจจัยการผลิตที่มากขึ้น หรือพัฒนาแหล่งทำการเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพื้นที่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ตลอดจนนโยบายรัฐบาลที่กำหนดทิศทางการพัฒนาตามโมเดลประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ขับเคลื่อนประเทศโดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ Value–Based Economy ด้วยกลไกพลังประชารัฐร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรม ท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับระบบนิเวศ ฟื้นฟูความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวรองรับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพและนักท่องเที่ยวระดับบน ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ และวัฒนธรรมบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมจากชุมชนเพื่อนำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน เน้นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของชุมชนที่เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า เป็นการเน้นภาคบริการให้มากขึ้น รวมทั้ง

มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) การสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ สร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เช่น การสร้าง Application/QR code ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งชุมชนมีการบริหารจัดการและการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจเชื่อมโยงแบบประชารัฐ ดำเนินการในลักษณะห่วงโซ่คุณค่าเชื่อมโยงการเกษตร สู่การแปรรูปเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา และปกป้อง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วม

“ฟาร์มสเตย์” (Farm Stay) เป็นกระแสการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในภูมิภาคยุโรป ตั้งแต่ปี 2523 หรือประมาณ 40 ปีที่แล้วในประเทศอิตาลี จะมีชื่อเรียกว่า “Agritourism” ซึ่งมีการแพร่หลายไปทั่วโลก ทั้งในประเทศออสเตรเลีย ภูมิภาคเอเชีย และโซนอเมริกาเหนือ รวมถึงในประเทศไทยที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ฟาร์มสเตย์ คือ ธุรกิจแบบใหม่ ที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เข้าไปพักในฟาร์มสเตย์ จะได้สัมผัสกับการเกษตรอย่างใกล้ชิด ทั้งได้ร่วมทำกิจกรรมกับฟาร์มโดยตรง ทั้งการทำเกษตร การปรุงอาหารจากฟาร์ม ที่มีผัก หรือผลผลิตการเกษตรที่มีความสดใหม่ ขั้นตอนการนำผลผลิตจากฟาร์มไปสู่แปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการจัดกิจกรรมแบบพิเศษเฉพาะของแต่ละฟาร์ม ในประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เริ่มจากการทำเกษตร ก่อนขยายสู่การเปิดเป็นศูนย์เรียนวิถีการเกษตร และมีการพัฒนาสู่การจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมจัดเป็นที่พักฟาร์มสเตย์กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ สร้างความสนใจให้แก่ลูกค้าทั้งกลุ่มคนในเมืองที่ต้องการอยากไปสัมผัสวิถีชีวิตการเป็นเกษตร รวมถึงยังดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน และวิถีชีวิตการเกษตรในแบบไทย ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มที่กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสนใจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) มากขึ้น และสนใจการเกษตรที่เป็นออร์แกนิคเพิ่มสูงขึ้น นโยบายของภาครัฐบาลได้มีการส่งเสริมกลุ่มคนที่ทำการเกษตร มุ่งการขยายธุรกิจไปสู่ ผู้ประกอบการเกษตรมากขึ้น และส่งเสริมการเกษตรนำผลผลิตไปแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และเปลี่ยนโฉมการทำเกษตรในแบบเดิมที่ไม่ได้เน้นเฉพาะผลิตจำนวนมากหรือแข่งขันด้านราคา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนการปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่องสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Leisure Destination) อันจะนำไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) เพื่อสื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าของประสบการณ์ (Value for Experience) ที่จะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว และนำเสนอ “วิถีท้องถิ่นไทย (The Unique Thai

Local Experience)" เป็นจุดขายสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ให้มากที่สุด ซึ่งสามารถพัฒนาขึ้นได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับการได้พักผ่อนหย่อนใจ และการเรียนรู้ทางธรรมชาติด้วยกลไกความร่วมมือของภาคีผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ที่แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ที่แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ที่แตกต่างกัน
4. ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา โดยมีการกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ

- การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

- ศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ประการ ของ Dickman (1996) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction), การเข้าถึง (Accessibility), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity), กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity), พี่พัก (Accommodation)

- ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

- ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา ในช่วง พฤศจิกายน 2563 - กุมภาพันธ์ 2564 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ (Cochran, W.G. (1963)) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ขอบเขตด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพ มีความโดดเด่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงามจังหวัดนครราชสีมาอำเภอปากช่องและอำเภอวังน้ำเขียว จำนวน 8 แห่ง แห่งละ 50 คน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ทราบถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ได้
2. สามารถนำงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้
3. สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ประสบการณ์การท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้ในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสังคม หรือแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความตื่นเต้น และทัศนคติแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความผ่อนคลาย ประสบการณ์เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการทดลอง และได้สัมผัสกับสิ่งที่เกิดขึ้นตามมุมมองของนักท่องเที่ยว (Wu, Li & Li, (2018))

แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดจาก แรงจูงใจ เป็นพฤติกรรมที่มิใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทางจริงจัง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจาก แรงผลักดัน หรือ แรงกระตุ้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ ที่บุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งอาจเป็นผลบวกหากตรงกับความต้องการ หรือเป็นผลลบหากไม่ตรงกับความต้องการของบุคคล

ฟาร์มสเตย์ หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยจัดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการเกษตรอย่างใกล้ชิด ได้ร่วมทำกิจกรรมกับฟาร์ม เช่นการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร การปรุงอาหารจากผลผลิตการเกษตรที่มีความสดใหม่ การนำผลผลิตจากฟาร์มไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ หรือการจัดกิจกรรมเศษซึ่งมีรูปแบบเฉพาะของแต่ละฟาร์ม

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มในจังหวัดนครราชสีมา” ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของสถานที่ที่ทำวิจัยในครั้งนี้อีกด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและควรนำมาพิจารณาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มสเตย์
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.7 กรองแนวคิดงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในกิจการของอุตสาหกรรมบริการประกอบด้วยธุรกิจการท่องเที่ยวธุรกิจโรงแรมธุรกิจการขนส่งทางบกทางน้ำทางอากาศธุรกิจอาหารหรือธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งปัจจุบันธุรกิจดังกล่าวได้สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลกโดยมนุษย์มีวิวัฒนาการท่องเที่ยวมาจากสัญชาตญาณการเอาตัวรอดซึ่งมนุษย์มักจะค้นหาปัจจัยพื้นฐานประกอบการดำรงชีวิตเช่นที่อยู่อาศัยอาหารเครื่องนุ่งห่มยารักษาโรคล้วนแล้วแต่มาจากวัตถุดิบทรัพยากรทางธรรมชาติและที่ใดมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติจะเป็นแหล่งอาศัยของสิ่งมีชีวิตนานาพันธุ์ซึ่งมนุษย์ก็เช่นกันจึงเป็นที่มาของการต่อสู้ในรูปแบบต่าง ๆ ตามลักษณะทางพันธุกรรมโดยผู้แข็งแกร่งทางด้านร่างกายสติปัญญาเท่านั้นจะเป็นผู้ชนะและได้ครอบครองในสิ่งที่ต้องการจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นพัฒนามาจากการหาปัจจัยในการ

ดำรงชีวิตของมนุษย์และอีกประการหนึ่งมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่อยากรู้อยากเห็นอยากลองมีสุนทรียภาพในการชื่นชมธรรมชาติชอบอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความสวยงามจึงมักตั้งถิ่นฐานในสถานที่มีความอุดมสมบูรณ์กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นมีมาตั้งแต่สมัยโบราณโดยมีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวตามบริบทของท้องถิ่นและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง (นิศา ชัชกุล, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นเป็นกิจการที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วนที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพราะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นเป็นการสร้างผลประโยชน์ด้านรายได้ให้กับเกษตรกรดังนั้นผู้นำชุมชนและคนในชุมชนเกษตรกรรมมีความจำเป็นต้องเข้ามาร่วมมือในการพัฒนากิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเสน่ห์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นผู้มาเที่ยวต้องเดินทางไปเยือนเขตพื้นที่เกษตรกรรมแบบไปเช้าเย็นกลับหรือการพักค้างแรมรวมไปถึงการรับประทานอาหารนอกบ้านโดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรมของชาวชนบทโดยเน้นการมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกรโดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพราะคนในชุมชนนั้นจะรู้จุดแข็งจุดอ่อนอุปสรรคและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประสบผลสำเร็จโดยผู้นำชุมชนนั้นเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการขับเคลื่อนกิจการท่องเที่ยวในชุมชน (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

ธินิกานต์ ประไกรวัน (2549) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่า การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้หรือพักผ่อนในแหล่งที่มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีการเกษตรโดยเกษตรกรและชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนกระบวนการผลิตและการจำหน่ายสินค้าและการบริการทางการเกษตรอย่างเป็นระบบอันเป็นความเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตประจำวันซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัสวัฒนธรรมการเกษตรได้จากการใช้ชีวิตจริงจากเจ้าของพื้นที่เป็นการซึมซับประสบการณ์ตรง (First-hand experience) ภายใต้ความร่วมมือในการรักษาสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวณรงค์แก้วพิพัฒน์ (2547) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ที่มีกิจกรรมการเกษตรทำให้เกิดความเพลิดเพลินชื่นชมธรรมชาติในชนบทได้มีโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมของชาวชนบทศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ในเรื่องเกษตร ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งเกษตรกรรมในรูปแบบดั้งเดิมและแบบก้าวหน้าทันสมัย รวมถึงได้ชม 8 ทัศนียภาพที่สวยงาม

ตามธรรมชาติของชุมชนนั้น ๆ โดยเกษตรกรและชุมชนนั้น ๆ จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้วยตนเอง

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

กรมการท่องเที่ยว (2552) ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จ และเพลิดเพลินในการสวนเกษตร ได้ความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ แห่งนั้น

กรมส่งเสริมการเกษตร (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ทำให้ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กิจกรรม แล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ได้แก่

1. ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ขี่ควาย นั่งเกวียน และอื่น ๆ

2. ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้านเพื่อศึกษา และสัมผัสกับชีวิตของชาวชนบทเกษตร โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่นปลอดภัย สะดวกและสะอาด

3. ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน การทำการเกษตรแผนใหม่ เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาจมีการให้ใบประกาศนียบัตรด้วย การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การศึกษาแมลงที่มีประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การทำน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด ฯลฯ

4. ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูก

5. ประเภทให้ลู่ทางธุรกิจ ช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาลู่ทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร เพราะเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่เกษตรกรแล้วยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย (The works community management, (2561))

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri tourism) คือ ประเภทของการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวไปยังฟาร์มการเกษตรหรือฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อเป็นการสัมผัสกับธรรมชาติและท่องเที่ยวไปในตัว อีกทั้งยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจที่สามารถเข้าร่วมได้ เช่น การเก็บผลไม้ การขี่ม้า การศึกษากระบวนการทำไวน์ การร่วมงานเทศกาลเก็บเกี่ยวตามฤดูกาลและอื่น ๆ อีกมากมาย กิจกรรมเหล่านี้เต็มเปี่ยมไปด้วยประสบการณ์ที่หลากหลายและน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่มเป็นเหตุให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งในประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำการเกษตรในหลาย ๆ รูปแบบ ด้วยความอุดมสมบูรณ์นี้จึงทำให้การเกษตรเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศมาเป็นระยะเวลานาน เมื่อเวลาผ่านไปด้วยความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ทำให้พื้นที่เกษตรกรรมหลาย ๆ แห่ง ได้ถูกพัฒนาให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งพื้นที่บางแห่งได้แบ่งพื้นที่ออกไปทำธุรกิจอื่น ๆ ที่สามารถรองรับกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงไมซ์ ยกตัวอย่างเช่น สวนสามพรานที่มีพื้นที่สำหรับรองรับการประชุมและงานกิจกรรมของบริษัทด้วย

ห้องประชุมที่มีอุปกรณ์ครับครัน หรือด้วยพื้นที่จัดประชุมนอกอาคารท่ามกลางธรรมชาติ (สุวัชรี ภรณ์ จิตใจ และคณะ, (2564))

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เนื่องจากแหล่งประกอบการเกษตรกรรมมักจะมีสถานที่สวยงามชวนให้คนมาพักผ่อนจิตใจ (นิรันด์ ยิ่งยวด, ประสงค์ ตันพิชัย, สันติ ศรีสวนแตง และวีรฉัตร์ สุปัญโญ, 2559) สำหรับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งไทยและต่างชาติได้เขียนเอกสารทางวิชาการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่ารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นเป็นการพาสนักนักท่องเที่ยวยี่ยมชมพื้นที่ทำการเกษตรของเกษตรกร เช่น เยี่ยมชมพื้นที่การปลูกพืชเยี่ยมชมพื้นที่การเลี้ยงสัตว์และกิจกรรมทางด้านการเกษตรอื่น ๆ ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศหนึ่งที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวนั้นเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งและได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเที่ยวเชิงเกษตรอย่างจริงจังเมื่อปี 2549 โดยการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นอยู่ในรูปแบบการพาเยี่ยมชมการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์ ศิริภา มณีรัตน์ และจุฑาทิพย์ เฉลิมพล (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่อำเภอแม่ริมจังหวัดเชียงใหม่โดยการวิจัยครั้งนี้ได้มีจุดเน้นที่เส้นทางการท่องเที่ยวสายแม่ริม-สะเมิงพบว่ามีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบของการเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์การเกษตรและป่าไม้และการเกษตรแบบผสมผสานและได้แบ่งรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 3 รูปแบบตามลักษณะของกิจกรรมประกอบด้วยรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายบุคคลรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลหรือเทศกาลและรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายบุคคลเป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกษตรผู้ประสบผลสำเร็จในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมพาเยี่ยมชมวิถีวัฒนธรรมการประกอบอาชีพของตนเองให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติของการเป็นเกษตรกร เช่น การหาขมนาการพาชมสวนการพาชมไร่การพาชมฟาร์มการพาชมสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร

2. รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลหรือเทศกาลเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบของเทศกาลเพราะการทำเกษตรนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์กิจการเกษตรที่กล่าวมานี้จะมีฤดูการที่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะทางพันธุกรรม เช่น ข้าวนาปีจะมีฤดูกาลเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนตุลาคม-มกราคมของทุกปีมักปลูกในเขตพื้นที่ภาคอีสาน แต่ถ้าหากเป็นข้าวนาปลังมักปลูกในเขตพื้นที่ชลประทานส่วนมาจะเป็นภาคกลางมีการเก็บเกี่ยวตลอดปีซึ่งกิจการอื่น ๆ ของอาชีพเกษตรกรรมก็เช่นเดียวกันจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลมีความเกี่ยวข้องกับสภาพ

ภูมิอากาศและสภาพภูมิประเทศดังนั้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลหรือเทศกาลจึงเป็นอีกหนึ่งในรูปแบบทานจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ

3. รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกรเป็นรูปแบบการจัดการท่องเชิงเกษตรที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยเป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่คนในชุมชนเกษตรกรรมร่วมกันก่อตั้งขึ้นบริหารงานโดยกคณะกรรมการของชุมชนภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน โดยการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกรนั้น ผู้ที่ขับเคลื่อนของมีศิลปะในการขับเคลื่อน เพราะเป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ต้องอาศัยการให้ความร่วมมือของคนในชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำได้ยากและต้องใช้ความระมัดระวังในการขับเคลื่อน เพราะจิตในของคนนั้นค่อนข้างมีความเปราะบางหากเกิดข้อผิดพลาดอาจก่อให้เกิดความเสียหายดังนั้นผู้ที่เป็นผู้ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบนี้ต้องดำเนินการด้วยความระมัดระวัง

พอสรุปได้ว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละท้องถิ่นบางพื้นที่นั้นมีการปลูกพืชการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นไปในรูปแบบของวิถีการปลูกพืชการเลี้ยงสัตว์ก็จะมีรูปแบบของวิถีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างออกไปตามบริบทในส่วนของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 3 รูปแบบ คือ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายบุคคลรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลหรือเทศกาลและรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนส่วนมุมมองของผู้เขียนนั้นเห็นว่าการจะแบ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นรูปแบบใดนั้นขึ้น อยู่กับเกณฑ์ว่าจะใช้เกณฑ์ใดมาแบ่งรูปแบบ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำแนกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ตามจุดประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ๆ อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแบบตลาดตรง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการศึกษาและการหาประสบการณ์ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบนันทนาการและการประกอบกิจกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแบบตลาดตรง

สินค้าเกษตรโดยทั่วไปที่มีการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นในงานแสดงสินค้า ตลาด ร้านค้าของทางฟาร์มหรือการตั้งแผงขายริมถนน ทั้งหมดเหล่านี้ล้วนถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบตรง แม้ว่าสินค้าเกษตรดังกล่าวจะมีความคล้ายคลึงหรือเหมือนกันกับสินค้าที่ขายในซุปเปอร์มาร์เก็ต แต่สินค้าเกษตรเหล่านี้เป็นที่น่าสนใจมากกว่า เนื่องจากความสดใหม่ที่สามารถส่งให้แก่ผู้บริโภคได้โดยตรง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบตลาดตรงจึงสามารถ

พบได้ในฟาร์มหรือไร่เกือบทุกแห่ง ตัวอย่างเช่นที่ Greendale Farm ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศอังกฤษ ทางฟาร์มได้กำหนดพื้นที่ในไร่ เพื่อสร้างร้านค้าและร้านกาแฟ และมีผลิตภัณฑ์จากฟาร์มที่มีความหลากหลายและสดใหม่ให้แก่ผู้คนได้เลือกซื้อ อย่างเช่น พายแบบโฮมเมด เนื้อสัตว์ต่าง ๆ เนยแข็งที่ใช้นมจากโคนมท้องถิ่น ขนมปังอบสดใหม่จากเตา และปลาสด ๆ ที่พึ่งจับได้ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการศึกษาและการหาประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทนี้จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตเชิงเกษตร รวมถึงการอนุรักษ์พื้นที่เพาะปลูกและแบ่งปันเกร็ดความรู้ทางการเกษตรที่เป็นมรดกทางความคิดจากเกษตรกรที่ได้รับการสืบทอดมาแบบรุ่นต่อรุ่น กิจกรรมในการท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะให้แนวคิด เกร็ดความรู้ และการสัมผัสกับประสบการณ์จริง เช่น การศึกษาการทำปศุสัตว์ วิธีการทำชีส การชิมไวน์ และการเที่ยวชมพื้นที่ภายในฟาร์ม ซึ่งทางเจ้าของฟาร์มได้เพิ่มกิจกรรมเหล่านี้เพื่อเป็นการขยายตลาดและส่งเสริมพื้นที่ฟาร์มให้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องไปเยี่ยมชม ตัวอย่างเช่น Hidden Villa ในสหรัฐอเมริกาให้การต้อนรับผู้มาเยือนกว่า 30,000 คน ในทุก ๆ ปี เพื่อมาเข้าร่วมในโครงการที่ให้ความรู้และประสบการณ์ด้านการเกษตรต รวมถึงโครงการด้านการเกษตรแบบยั่งยืน อย่างเช่น การรีดนมวัว การทำการเกษตรแบบรักษาหน้าดิน ความรู้และความเข้าใจด้านอาหาร เทคนิคการตัดแต่งกิ่ง และชั้นเรียนการทำอาหารด้วยวัตถุดิบจากสวนหรือไร่

3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบนันทนาการและการประกอบกิจกรรม

การใช้งานพื้นที่ในฟาร์มด้วยวัตถุประสงค์เพื่อมอบความผ่อนคลายและความบันเทิงให้แก่ผู้มาเยือน จัดอยู่ในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบนันทนาการและการประกอบกิจกรรม พื้นที่ฟาร์มถูกพัฒนาขึ้นไว้สำหรับรองรับกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การขี่ม้า การสำรวจเขาวงกตที่เกิดจากพืชเกษตร และการร่วมงานเทศกาลเก็บเกี่ยวตามฤดูกาล เพื่อเป็นแหล่งรายได้เสริมให้แก่เจ้าของฟาร์มนั้น ๆ และเพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงของฟาร์มให้เป็นที่รู้จัก ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรลักษณะนี้ ได้แก่ เทศกาลดอกทานตะวันที่ถูกจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่ฟาร์ม Hokuryu เป็นฟาร์มดอกทานตะวันที่ใหญ่ที่สุดในประเทศญี่ปุ่นและมีดอกทานตะวันกว่า 1.5 ล้านต้นที่รวมสายพันธุ์ของดอกทานตะวันไว้กว่า 30 ชนิด ซึ่งในปัจจุบันฟาร์ม Hokuryu เป็นทุ่งทานตะวันที่มีชื่อเสียงที่สุดในญี่ปุ่นและมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมมากถึงปีละประมาณ 200,000 คน นอกจากการชมความงามของภูมิทัศน์แล้วฟาร์มแห่งนี้ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าตื่นเต้นให้ผู้มาเยี่ยมชมเข้าร่วมได้อีกด้วย อย่างเช่น การเดินสำรวจเขาวงกตในทุ่งทานตะวัน การนั่งรถไฟแทรคเตอร์ และการชมการแสดงทางวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้ฟาร์มและงานเทศกาลมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

กรมการท่องเที่ยว (2552) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ออกตามลักษณะและขนาดของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

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

2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการ และการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป

3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (51 ไร่ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21-50 ไร่) และขนาดเล็ก (ไม่เกิน20 ไร่)

เทพกร ณ สงขลา (2554) ได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด ขึ้นอยู่กับประเภทของนักท่องเที่ยว และลักษณะกิจกรรมการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการสาธิตแหล่งท่องเที่ยวที่ เน้นกิจกรรมการสาธิตได้แก่ ฟาร์มเพาะเห็ด ฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และแปรรูปอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะเตรียมขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตทั้งวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ เพื่อสาธิตต่อนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่มาศึกษาดูงาน หรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และต้องการประสบการณ์ไปพัฒนาอาชีพเกษตรของตนเอง

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมดมีกิจกรรมการให้ความรู้ แต่มิใช่กิจกรรมหลักของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด มีแหล่งท่องเที่ยวบางประเภทเท่านั้นที่เน้นกิจกรรมการใช้ความรู้ทางการเกษตร ได้แก่ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ มีการเตรียมสถานที่ การบรรยายและวิทยากร ให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทแบบนี้เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร

3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชน แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์การเกษตร แต่โดยภาพรวมแล้วการจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยว มิใช่กิจกรรมหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรช้างกลาง มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่รวบรวมสินค้าชุมชน เพื่อการจำหน่าย โดยมีการสาธิตการแปรรูปขนมชนิดต่าง ๆ ร่วมด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และฟาร์มเพาะเห็ดเกษตรกรจากพื้นที่ต่าง ๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบการศึกษาดูงาน แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้นอกจากจะให้ข้อมูลด้านการผลิตและการลงทุน แล้วยังผลิตวัสดุอุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งและการเพาะเห็ดเพื่อจำหน่ายให้ผู้สนใจลงทุนธุรกิจ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มสเตย์

ฟาร์มสเตย์ ฟาร์มสเตย์ คือ ธุรกิจแบบใหม่ที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่จะทำให้ลูกค้าได้รับ ประสบการณ์ สัมผัสในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนผ่านการใช้ชีวิตและลงมือทำ ท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม เรียนรู้วิถีชีวิตเชิงเกษตรกรรม และวัฒนธรรมชุมชน นอกจากจะสร้างรายได้แล้วยังได้สัมผัสชีวิต ใกล้ชิดธรรมชาติ ทำให้เข้าใจเกษตรกรและเข้าใจวิถีชีวิตที่แตกต่าง เรียนรู้และแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำอาชีพ และ ขยายออกไปถึงธรรมชาติถิ่นที่อยู่ ฟาร์มสเตย์นั้นเติบโตมาจากทางฝั่งยุโรปตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1980 โดยเฉพาะใน ประเทศอิตาลี ประเทศซึ่งเป็นที่รู้จักในนาม การทองเที่ยวที่เรียกว่า Agriturismo หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนในฟาร์มรีสอร์ท ที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎเกณฑ์ของชาวอิตาลี คำว่า Agriturismo ปัจจุบันฟาร์มสเตย์กำลังเติบโตและมีชื่อเสียงในหลาย ๆ ภูมิภาคของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งทวีป ออสเตรเลีย เอเชีย และอเมริกาเหนือ เหตุผลที่ทำให้การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์มีชื่อเสียงมากขึ้น ประกอบด้วยชาวไร่ ชาวนา จำนวนมากปรารถนาในการเพิ่มผลกำไรและผู้บริโภค โดยที่จะเชื่อมโยงผ่าน มรดกทางวัฒนธรรมในชนบทและแหล่งอาหาร

2.2.1 ฟาร์มสเตย์ในต่างประเทศ

1. อิตาลี Agriturismo คือรูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนในฟาร์มรีสอร์ท โดยการท่องเที่ยว แบบนี้เหมาะสำหรับการมาเที่ยวทั้งครอบครัว การท่องเที่ยวในอิตาลีเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ.1950 จนมาถึงปี ค.ศ.1970 จากฟาร์มขนาดเล็กกลายมาเป็นฟาร์มที่มีผลกำไร ซึ่งก่อนหน้านี้ชาวไร่ชาวนาจำนวนมากละทิ้งฟาร์มของตนเพื่อต้องการหางานทำในเมืองใหญ่ แต่เพราะประเพณีการเกษตรดั้งเดิมที่มีคุณค่า และการลดการ จ้างงานในปี ค.ศ.1985 ทำให้ชาวไร่เหล่านั้นกลับมาสู่บ้านเกิด โดยทางรัฐบาลมีการออกกฎสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้ฟื้นฟูสิ่งก่อสร้างให้กลับมามีสภาพดีอีกครั้ง เพื่อเป็นที่พักผ่อนในวันหยุด และเพื่อรองรับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังอนุญาตให้ชาวไร่หารายได้เพิ่มจากการให้มีผู้มาพักผ่อนในฟาร์ม เพื่อเป็นตัวอย่างการใช้ชีวิตเกษตรกรรมในอิตาลี ดังนั้นการพักแบบฟาร์มสเตย์จึงเป็นที่นิยมมากในอิตาลี

2. ออสเตรเลีย การพักแบบฟาร์มสเตย์นั้นเป็นที่นิยมมากในประเทศออสเตรเลีย โดยนักท่องเที่ยว สามารถเลือกชนิดของฟาร์มที่ต้องการได้ เช่น ฟาร์มปศุสัตว์ สวนข้าวโพด เป็นต้น

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจวัตรของฟาร์ม แต่หากนักท่องเที่ยวต้องการผ่อนคลาย และเพลิดเพลินกับมุมสงบก็สามารถทำได้ โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเข้าพักคืออาหาร ที่นำผลผลิตมาจากฟาร์ม ทำให้สดใหม่เสมอ และเจ้าของฟาร์มก็พร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้พัก โดยสถานที่ส่วนใหญ่มักเป็นหุบเขา ทะเลสาบ หรือมีป่าไม้สวยงามรอบ ๆ

3. นิวซีแลนด์ ฟาร์มสเตย์ในนิวซีแลนด์ คือ การให้บริการที่พัก เพื่อการท่องเที่ยวในสวนหรือไร่นา ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินเรียนรู้จากกิจกรรมในการเข้าพัก ในปี ค.ศ.1988 มีเจ้าของฟาร์มมากกว่า 1,000 แห่ง ที่เปิดให้บริการที่พักในฟาร์มแก่นักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่มาเพื่อหาความ เพลิดเพลินสนุกสนานกับกิจกรรมและทิวทัศน์ท้องทุ่งของประเทศนิวซีแลนด์ ด้วยความที่สภาพชนบท วิถีชีวิตของเกษตรกร และอัธยาศัยไมตรีของผู้คน ทำให้ฟาร์มสเตย์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะจากเอเชีย โดยการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ ทำให้นิวซีแลนด์สร้างรายได้จากการส่งออก ผลิตภัณฑ์ทางเกษตรอย่างมาก และกลายเป็นธุรกิจหลักของประเทศ

2.3 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 6 ประการ หรือ 6A's ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ 2) การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ร้านอาหาร การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน 4) ที่พัก (Accommodations) คือ ที่พัก ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพื้นที่ 5) กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้น 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์และโทรคมนาคม

Pelasol (2012) ได้กล่าวว่าการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ 1) ความดึงดูดใจ (Attraction) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4) ที่พัก (Accommodation) 5) กิจกรรม (Activity) 6) ด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Services)

บุษบา สิทธิการ และ สิริวัฒนา ใจมา (2552) ได้กล่าวถึง การพิจารณาความพร้อมของแหล่ง ท่องเที่ยวในการพัฒนาที่สำคัญ 6 As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เช่น 1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก แก่ง บึง ฯลฯ 1.2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณี วิถีชีวิต ฯลฯ 1.3) แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เช่น พืชสวน ไร่นา ฯลฯ 1.4) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง ขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัด ศูนย์วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2.1) การคมนาคมขนส่งโดยรถยนต์ 2.2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยทางเท้า 2.3) ความปลอดภัยการเดินทาง 2.4) คุณภาพของเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2.5) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล 3) สิ่งอานวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 3.1) ศาลาที่พักหรือจุดชมวิว 3.2) ป้ายแนะนาทาง และสถานที่ท่องเที่ยว 3.3) ระบบสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ 3.4) บริการอินเทอร์เน็ต 3.5) บริการไปรษณีย์ 3.6) บริการเช่ารถจักรยาน จักรยานยนต์ 3.7) บริการห้องน้าหรือห้องสุขา 3.8) บริการโทรศัพท์สาธารณะ 3.9) บริการน้ำดื่มและน้ำใช้ 3.10) บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม 3.11) ร้านขายของที่ระลึก 3.12) ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว 3.13) ศูนย์รับแจ้งเหตุนักท่องเที่ยว 3.14) บริการตรวจคนเข้าเมือง 4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (AncillaryServices) 4.1) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ 4.2) การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 4.3) การลดค่าบริการในบางฤดูกาล 4.4) การออกร้านแสดงสินค้าการท่องเที่ยวกับท้องถิ่นอื่น ๆ หรือต่างประเทศ 4.5) รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 4.6) บริการเบิก-ถอนเงิน ATM 4.7) โรงพยาบาลหรือสาธารณสุข 5. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) 5.1) โรงแรม 5.2) รีสอร์ท 5.3) เกสต์เฮาส์ 5.4) โฮมสเตย์ 5.5) วิลเลจน์สเตย์ 5.6) เต็นท์ค้างคืน 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 6.1) ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การเดินป่าเที่ยวชมธรรมชาติ ล่องแก่ง ล่องแพ ล่องเรือยาง ขี่ช้าง ขี่ม้า 6.2) ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมประเพณี ประเพณีชนเผ่า ประเพณีสงกรานต์หรือปีใหม่ บายสีสู่ขวัญ 6.3) ท่องเที่ยวจัดแสดง และการแข่งขันกีฬา การแสดงชนเผ่าโรงละครหรือการละเล่น ท้องถิ่น งานแสดงดนตรีพื้นบ้านท้องถิ่น แข่งเรือประเพณีในแม่น้าโขง เทศกาลอาหารท้องถิ่น งานประกวดและแข่งขันต่าง ๆ

Dickman (1996) กล่าวว่า สิ่งที่ดึงดูดใจจัดเป็นองค์ประกอบที่มี ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ ซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติเทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มี ความ สวยงามเป็น เอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดังและโดยทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เช่น สถาปัตยกรรมที่น่าสนใจความเป็นมา ประวัติศาสตร์ฯลฯ (1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น

สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุกและกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE)) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์(Social attractions) (2) กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว และช่วงเวลา พักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น (Deickman, 1996) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสง สีเสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น (3) การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการ เดินทางเป็นอย่างไร เช่น รถยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวย ต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ราดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลองต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้าสภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะง่ายหรือยาก และค่าว่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการ เข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวกอุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน การคมนาคมขนส่ง และความสะดวกในการเดินทางทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น เที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ สภาพถนนหนทาง ฯลฯ นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยัง หมายถึง สิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปโภค ซึ่งมีในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป หากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้ไกลที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่าย

เพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่ง อำนวยความสะดวกอาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภค/การให้บริการ สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมาย และระบบการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ตู้ ATM สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ (5) ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และมีความปลอดภัย ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกาต์เฮาส์ อพาร์ทเมน ฯลฯ

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็ น 5 ประเภท ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่การมีระบบโครงสร้างพื้นฐาน ที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การ ขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พัก ประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ซาวน่า ศูนย์การค้าธุรกิจ ฯลฯ

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น หมู่บ้านแก่นมะกรูด แสดงถึงความเป็นอยู่ในชุมชนแก่นมะกรูดแบบพื้นบ้านของชาวกระเหรี่ยง และวิถีชีวิตของชาวกระเหรี่ ยง การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities and Recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยว มิได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ หรือความงดงามของธรรมชาติ เท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วม กิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำน้ำ การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็น

ประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำ ของนักท่องเที่ยว และกิจกรรม ดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้อีกด้วย

5) บริการเบ็ดเตล็ต ทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการร้านอาหาร โรงพยาบาลไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

Cooper & Boniface (1998) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวก ในการเข้าถึง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม

4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยว ควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

Collier & Harraway (1997) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่ อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงบริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้าง ต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำ หรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้ นักท่องเที่ยวได้รับความ สะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วยเส้นทางยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ได้สรุปเพิ่มเติมว่าการที่จะให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม มักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปะและวัฒนธรรมโบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร นำเที่ยวแลกเปลี่ยนเงินตรา สินค้าที่ระลึก เป็นต้น

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2553) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยางอยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่ายสะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่าการปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมิสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนนโทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมี องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ (3As) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้า ไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดมุงหมายปลายทางโดยผ่าน เส้นทางหรือท่อลำเลียง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

พรสวัสดิ์ ศิรศาตนันท์ (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการกระตุ้นพฤติกรรมของบุคคลให้มีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำร็จ โดยอาศัยความต้องการแรงปรารถนา ความคาดหวัง พลังกดดันและสิ่งล่อใจ มาเป็นแรงผลักดันให้แสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ มีทิศทางและช่วยให้กิจการงานที่กระทำนั้นคงสภาพอยู่ต่อไป โดยที่มนุษย์จะต้องมีเจตคติ ทักษะ และความเข้าใจในกิจการนั้นอย่างแท้จริง (ภารดี อนันต์นาวี, (2555))

สัมมา รธนิธย์ (2553) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความปรารถนาที่จะกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่คิดว่ามีคุณค่าด้วยความเต็มใจของบุคคล ในการที่จะอุทิศกายและใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยได้รางวัลเป็นผลตอบแทนการกระทำนั้น ๆ เป็นสิ่งจูงใจ (Incentives) ที่เป็นสิ่งเร้าที่มากระตุ้นหากบุคคลมีเจตคติที่ดีต่องานและเพื่อนร่วมงาน ซึ่งจะได้ผลดีหรือไม่มากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับว่าผู้บริหารจะสามารถจูงใจให้ บุคลกรปฏิบัติงานด้วยการทุ่มเทให้ได้ผลงานที่คือ อย่างไรหรือมากน้อยเพียงใด (จอมพงศ์ มงคลวนิช, 2554)

สรุปได้ว่าแรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่ทำให้พลังจากภายในจิตใจของบุคคล มีความต้องการจะกระทำหรือปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จและบรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้

ความสำคัญของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมีความสำคัญต่อการทำงานของบุคคลเป็นอย่างยิ่ง เพราะการทำงานใดก็ตามถ้าจะให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญ คือ ความสามารถหรือทักษะในการทำงานของบุคคลและการจูงใจเพื่อโน้มน้าวบุคคลให้ใช้ความสามารถหรือทักษะในการทำงานโดยมีนักวิชาการได้ให้ความสำคัญของแรงจูงใจไว้ดังนี้

สุนทร โคตรบรรเทา (2554) กล่าวว่า การจูงใจคนนี้เป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะคนมีชีวิตจิตใจ มีความชอบและความไม่ชอบมีความต้องการมีความเกิลจคร้านและความขยัน และมีความเบื่องานและรักงาน ฯลฯ แรงจูงใจเป็นตัวบ่งชี้สำคัญของการปฏิบัติงานในองค์การ และเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารในการจูงใจบุคลากรเพื่อให้ทำงานบรรลุตามเป้าหมาย

พรสวัสดิ์ ศิรศาตนันท์ (2555) กล่าวว่า ความสำคัญของแรงจูงใจต่อการบริหาร ซึ่งผู้นำควรคำนึงถึง 7 ประการ ดังนี้

1. แรงจูงใจช่วยสริมสร้างกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การ
2. แรงจูงใจช่วยเสริมสร้างให้บุคลากรมีความจงรักภักดี และผูกพันต่อองค์การ
3. แรงจูงใจช่วยเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานต่อบุคลากร
4. แรงจูงใจช่วยเสริมสร้างทีมงาน ความสมัคคีของบุคลากรในองค์การ
5. แรงจูงใจช่วยให้บุคลากรเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาในองค์การ
6. แรงจูงใจช่วยเสริมสร้างความจริญก้าวหน้าแก่ผู้ปฏิบัติงานทุกคน ทุกตำแหน่ง
7. แรงจูงใจของบริหารและบุคลากรทุกคน ช่วยให้องค์การมีประสิทธิผลสูงขึ้น

จอมพงศ์ มงคลวนิช (2556) สรุปความสำคัญของแรงจูงใจไว้ 2 ประการ คือ แรงจูงใจส่งเสริมให้ทำงานสำเร็จ เป็นแรงผลักดันให้เกิดการแสดงพฤติกรรมที่องค์การ และแรงจูงใจกำหนดแนวทางของพฤกรรมชี้ว่าควรปืนไปในรูปแบบใดให้ตรงทิศทางเพื่อที่จะบรรลุเป้าประสงค์ของหน่วยงานหรือองค์การ

สัมมา รธนิธย์ (2556) กล่าวว่า ผู้นำหรือผู้บริหารต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจที่จะจูงใจให้ผู้ร่วมงานตอบสนองต่องาน และวิธีทำงานขององค์การที่แตกต่างกันไป การจูงใจผู้ร่วมงานจึงมีความสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การจูงใดปืนการรวมพลังเพื่อปืนแรงขับคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำหรือพฤติกรรมของผู้ร่วมงานในการทำงาน ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานสูง ย่อมทำให้ขยันขันแข็งกระตือรือร้นกระทำกิจการงานให้ประสบความสำร็จได้ดีกว่าผู้ที่ทำงานเพียงเพื่อให้ผ่านไปวัน ๆ
2. การจูงใจทำให้ผู้ร่วมงานเกิดความพยายาม มีความมานะ อดทน บากบั่น เกิดหาวิธีการนำความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของคนมาใช้ให้กิดประโยชน์ต่องานให้มากที่สุด ไม่ท้อถอยหรือลดละความพยายามง่าย ๆ แม้งานจะมีอุปสรรคขัดขวาง
3. การจูงใจสามารถนำไปสู่การปลี่ยนแปรรูปแบบหรือวิธีการทำงาน การค้นพบช่องทางการดำเนินงานที่ดีกว่า หรือประสบผลสำร็จมากกว่าเดิม
4. บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงาน จะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นและรับผิดชอบต่อการทำงานให้เกิดความจริญก้าวหน้า จะปืนบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มั่นคงในหน้าที่ มีวินัยในการทำงาน

สรุปได้ว่า แรงจูงใจมีความสำคัญมากต่อบุคลากรทุกคนในองค์การ โดยเฉพาะผู้บริหารองค์การควรมีเทคนิควิธีการสร้างแรงจูงใจ โดยมีสิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นหรือเร้าให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงานเกิดความปรารถนา หรือความต้องการ จนกระทั่งผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงานแสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติกิจกรรม หรือดำเนินการต่าง ๆ ขององค์การ ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

ประเภทของแรงจูงใจ

มีนักวิชาการได้ศึกษาและแบ่งประภทของแรงจูงใจไว้ดังนี้

พยอม วงศ์สารศรี (2548) อธิบายถึงประเภทของแรงจูงใจที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์การ คือ การจูงใจภายในและการจูงใจภายนอก ดังนี้

1. การจูงใจภายใน หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการ จะทำบางสิ่งบางอย่างด้วยจิตใจของตนอง โดยไม่ต้องใช้ครื่องมือล่อใด ๆ มากระตุ้น แรงจูงใจภายในมีคุณค่าต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่งยิ่งผู้บริหารไม่ต้องหากลวิธีมาชักจูงจิตใจ เพราะเขาจะปฏิบัติงานได้ดีด้วยตัวเอง การจูงใจภายใน ได้แก่

1.1 ความต้องการเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า คนเราทุกคนมีความต้องการและความต้องการทำให้เกิดแรงขับแรงขับทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายซึ่งจะเกิดผลคือความสบายใจความพอใจ เช่น ความต้องการความสำเร็จทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ

1.2 ความสนใจพิเศษ ถ้าผู้ปฏิบัติงานคนใด ให้ความสนใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นพิเศษก็จะมีความตั้งใจในการทำงาน ทำให้งานประสบความสำเร็จได้ในเวลาอันรวดเร็ว

1.3 ทัศนคติหรือเจตคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นแรงจูงใจที่จะกระตุ้น ให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เช่น ถ้าผู้ปฏิบัติมีทัศนคติที่ดีต่อหัวหน้างานก็จะมีแรงจูงใจในการทำงานให้บังเกิดผลดี

2. การจูงใจภายนอก หมายถึง สภาวะของ บุคคลที่ได้รับการกระตุ้น จากภายนอกเพื่อนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมตามจุดมุ่งหมายการจูงใจภายนอกได้แก่

2.1 เป้าหมาย หรือความคาดหวังของ บุคคลคนที่มีเป้าหมายในการกระทำใด ๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ มีพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสม

2.2 ความรู้ความก้าวหน้าคนที่มีโอกาสทราบว่าตนจะได้รับความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้นย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้

2.3 บุคลิกภาพ ความประทับใจอันเกิดจากบุคลิกภาพ จะก่อให้เกิดแรงจูงใจให้กระทำพฤติกรรมนั้นได้เช่น ครูอาจารย์ต้องมีบุคลิกทางวิชาการที่น่านับถือ นักปกครอง นักจัดการ นักบริหาร ก็จะต้องมีบุคลิกของผู้นำทีดี เป็นต้น

2.4 เครื่องล่อใจอื่น ๆ มีสิ่งล่อใจหลายอย่างที่ก่อให้เกิดแรงกระตุ้น ให้เกิดพฤติกรรม เช่น การให้รางวัลอันเป็นเครื่องกระตุ้น ให้อยากกระทำ หรือการลงโทษ ซึ่งจะกระตุ้นมิให้กระทำในสิงที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้การชมเชยการติเตียน การประกวด การแข่งขัน หรือการทดสอบ ก็เป็นเครื่องกระตุ้น ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น

สมุทร ชำนาญ (2554) กล่าวว่า การจำแนกประเภทของการจูงใจโดยใช้แหล่ง ที่ทำให้เกิดการจูงใจในบุคคลจำแนกได้เป็น 2 ประเภท

1. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) คือสิ่งผลักดัน ที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล เนื่องจากเป็นการจูงใจที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวกับงาน ซึ่งปกติมีบุคคลอื่นี้นี้เป็นผู้กำหนดมากกว่าการจูงใจที่กำหนดโดยบุคคลนั้นเองการจูงใจภายนอกมักใช้สิ่งจูงใจเป็น 2 ลักษณะ คือ สิ่งจูงใจที่เป็นเงินและสิ่งจูงใจที่ไม่ใช้เงิน เช่น การกำหนดเงินค่าตอบแทน โบนัสเงินรางวัลจากการทำงาน การให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ นโยบายของหน่วยงาน การใช้วิธีการนิเทศ ติดตามตรวจสอบประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม การให้ความรู้สึกมั่ยคงปลอดภัยการจัดให้มีสวัสดิการของหน่วยงาน การให้การยอมรับบุคคลให้มีฐานะทางสังคม เป็นต้น

2. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นการจูงใจที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างงานกับผู้ปฏิบัติงาน โดยบุคคลผู้นั้นนี้เป็นผู้กำหนดขึ้นมาเองเช่น เกิดแรงจูงใจเพราะเห็นคุณค่าและความสำคัญของงาน การต้องการความสำเร็จในงาน ทำงานเพราะเป็นงานที่ตนเองชอบ การอยากทำงานเพราะอยากท้าทายความสามารถของตนเองหรือกิจกรรมนอกเหนือจากงาน เช่น การร่วมกิจกรรมด้านกีฬา หรือทำงานอดิเรกของแต่ละคนล้วนเกิดขึ้นจากการจูงใจภายในทั้งสิ้น

2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น เป็นการตอบสนองที่แสดงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นวิจารณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน (Good (1973); Oliver (1997))

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข หรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจหรือได้รับความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการเป็นความรู้สึกที่พอใจ (Wolman (1973); Quirk (1987); Hornby (2000))

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไรถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้นตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

ปราการ กองแก้ว (2546) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเขาว่า ระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด และสร้างความภูมิใจเพียงใด ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการนอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผู้มาใช้บริการดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

วฤทธิ์ สารฤทธิคาม (2548) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของ บุคคลที่มีต่อสูงใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดเมื่อความต้องการของ บุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของ บุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุตามจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจต่อการใช้บริการจึงเป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการมีต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

อรรถพร คำคม (2546) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของ บุคคลต่อกิจการรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆโดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

วฤทธิ์ สารฤทธิคาม (2548) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยแบ่งออกถึงทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา

วัลภา ชายหาด (2532) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะของ

1. การให้บริการอย่าเท่าทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา
3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

สุทธิชาติ อำมาตย์หิน (2543) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยแบ่งออกเป็น 2 นัย คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์หนึ่ง”

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการในระยะหนึ่ง” และได้ให้ความหมายคำว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึงภาวะการณ์แสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ซื้อและการใช้สินค้าและบริการและได้อธิบายความหมายเพิ่มเติมว่า ความพึงพอใจ หมายถึงภาวะที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินเปรียบเทียบ ประสบการณ์ ได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึงภาระการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ทฤษฎีความพึงพอใจ

Shelly (1995) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว ทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้ สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลตอบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ดังนี้

1. ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ
2. ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง
3. ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง
5. ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง

ความพอใจในขั้นต่าง ๆ ของความต้องการของมนุษย์นี้ ความต้องการขั้นสูงกว่าบางครั้งได้ปรากฏออกมาให้เห็นแล้วก่อนที่ความต้องการขั้นแรกจะได้เห็นผลเป็นที่พอใจเสียด้วยซ้ำ อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนส่วนมากแสดงให้เห็นว่า ตนมีความพอใจอย่างสูงสุด ในลำดับขั้นความต้องการขั้นต่ำ ๆ มากกว่าขั้นสูงจากการสำรวจ พบว่า คนธรรมดาทั่วไปจะมีความพอใจในลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ความต้องการทางด้านกายภาพ 85%

ความต้องการความปลอดภัย 70%

ความต้องการทางด้านสังคม 50%

ความต้องการเด่นในสังคม 40%

ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในสิ่งที่ตนปรารถนา 10%

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) กล่าวว่า หลักการบริการที่ดี ต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ บริการนั้นจะต้องมีความถูกต้องมีความถูกต้องแม่นยำ และเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ คือบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่า ผู้ให้บริการเป็นที่พึ่งได้ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย
2. สมรรถภาพในการให้บริการผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถในการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเภสัชกรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับยา ฯลฯ หรือบุคคลอื่น ๆ มีความรู้ความสามารถในสาขาของตนและสามารถนำมาใช้ในการบริการได้อย่างเต็มที่
3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้มารับบริการให้ทันท่วงที่ เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

4. ความมีอัธยาศัยไมตรี บุคลากรทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพ มีการเอาใจใส่และเห็นใจผู้มารับบริการรวมทั้งต้องมีกริยามารยาทการแต่งกายและการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย

5. การเข้าถึงบริการผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการบริการรวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวกการบริการที่เป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องนั่งรอนาน การให้บริการเป็นไปย่างเสมอภาค

6. ความน่าเชื่อถือ เกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้มีผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้บริการนั้นอาจเกิดจากปัจจัยอื่นเสริมอีก เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาลและบุคลากรต่าง ๆ

7. การสื่อสาร ผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ผู้มารับบริการพึงทราบและประสงค์จะทราบ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลที่ผู้ป่วยจะได้รับข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายและทางเลือกในการรักษา ฯลฯ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการในด้านอื่น ๆ อีก เช่น ระดับการศึกษา ฯลฯ

8. ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินรวมทั้งชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น การรักษา ความลับผู้ป่วย

9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและง่ายขึ้น เช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่ หรูหรา สะอาด มีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย การบริการมีความเหมาะสม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอื่นที่ช่วยสร้างรูปธรรมของการบริการได้อีก เช่น การใช้รอยยิ้มเป็นสื่อที่แสดงอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

10. ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการผู้ให้บริการควรจะมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการของตนเอง เช่น การที่แพทย์หรือพยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการสามารถจำลูกค้าของตนเองได้ ฯลฯ

หลุย จำปาเทศ (2533) อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการให้บรรลุเป้าหมาย สังเกต ได้จากสายตาคำพูด และการแสดงออก

Shelly (1995) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลตอบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง

เมื่อเกิดความต้องการบุคคลจะตั้งเป้าหมายเพื่อให้บรรลุความต้องการความพึงพอใจของ บุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการค้าดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการค้าดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวังระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนั้นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคลอาทิจากเพื่อน จากนักการตลาดหรือจากข้อมูลคู่แข่งขัน เป็นต้น ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า ส่วนผลประโยชน์จากการบริการเกิดจาการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ส่วนผลประโยชน์จากการบริการเกิดจาการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการโดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม เกิดจาการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันของการบริการโดยให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งขันและความแตกต่างต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ดานบุรีการดานูบคลากรและด้านภาพลักษณ์ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2547) ได้กล่าวถึง แนวคิดแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าว่าความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถลูกค้าจะรู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าที่เป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลงแต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจจะมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินความต้องการที่ต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่จึงทำให้เกิดความไม่พอใจดงนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง

2. ผู้ให้บริการความพึงพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ความสามารถความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ในขณะให้บริการรวมถึงความเติมใจในการให้บริการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น อากาศแสงแดด เก้าอี้โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหาร หรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการยิ่งไปกว่า

นั้น ความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยแถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่อยากใช้บริการหรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้นลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติสิ่งที่ทำได้คือต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพ

ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์ และพยัต วุฒิรงค์ (2547) สรุปประเด็นเกี่ยวกับความพึงพอใจดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับความคาดหวัง
2. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับสิ่งเร้า
3. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึก หรือทัศนคติกับสิ่งที่ได้รับ
4. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์กับการคาดหวัง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิมพา หิรัญกิตติ และคณะ (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และพฤติกรรมการท่อง เที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 1,600 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยว่าควรจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เป็น แหล่งซื้อสินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวแก่ผู้ เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ต้องการพัก ผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงาม ความเหมาะสมของสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่อง เที่ยว ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรรวมครั้งนี้ด้วย จำนวน 4 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,500 บาท โดยเดินทางแบบเช้าไป-เย็น กลับ มากกว่านักท่องเที่ยวพักค้างแรม โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเดินท่องเที่ยวพักค้างแรม จำนวน 1 คืน ในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวรูปแบบสวนผลไม้ รองลงมา คือ รูปแบบเกษตรแบบผสมผสาน และรูปแบบไม้ดอกไม้ประดับ ตามลำดับ

Khanchit Maraphot and Thaksinat Somboon. (2016) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้: กรณีศึกษา ตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัย พบว่า ตำบลคลองเขื่อนมีทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าเกษตรและวัฒนธรรมที่เหมาะ แก่การ

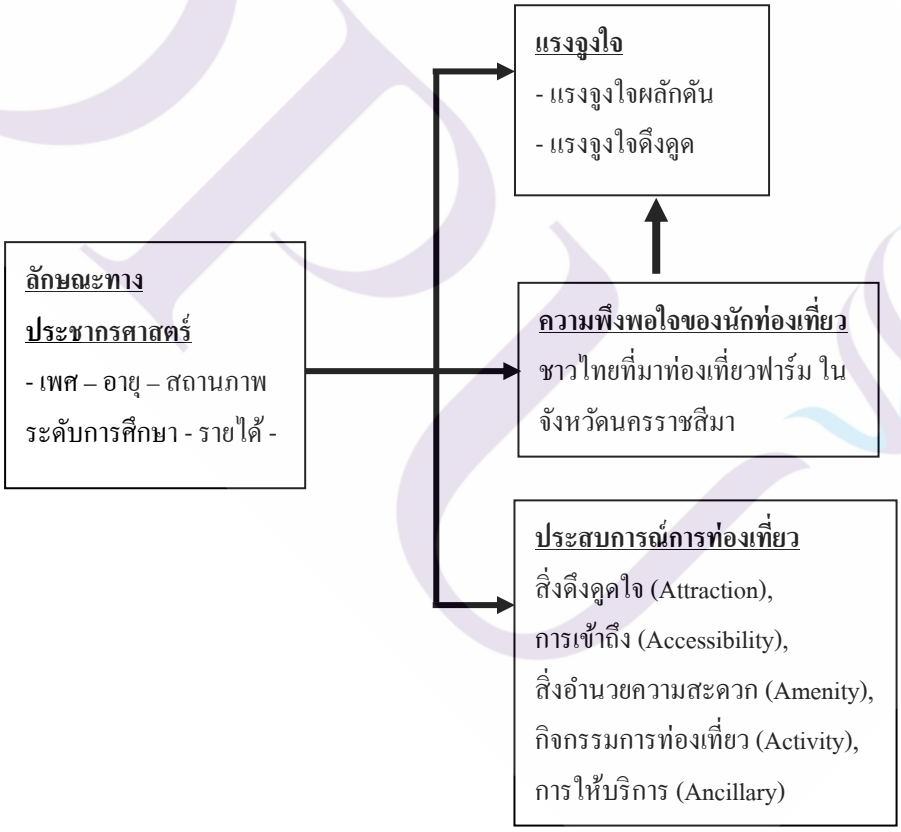
ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวสนใจศึกษาโครงการพระราชดำริชมความสวยงามของธรรมชาติและบรรยากาศของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเรียนรู้การทำสวนผลไม้และการทำการเกษตรแบบผสมผสาน การเรียนรู้จากศูนย์ เรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการเกษตร ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเส้นทางการท่องเที่ยวเชิง เกษตรเพื่อการเรียนรู้ตำบลคลองเขื่อนพบว่าที่พักแรมมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของเจ้าของสถานที่และความเหมาะสมของแหล่งเรียนรู้สวนเกษตร ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความชัดเจนของป้ายบอกทิศทาง

ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2561) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการล่องเรือเพื่อดูสวนตามแนวคลองมหาสวัสดิ์ที่อำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการเดินทางล่องเรือเพื่อชมสวนคลองมหาสวัสดิ์เพราะวิถีชีวิตของชาวนาและธรรมชาติ การค้นหาข้อมูลการเดินทางบนอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ / โซเชียล กิจกรรมที่ประทับใจที่สุด เช่น นาบัว สวนกล้วยไม้ กลุ่มสวนผลไม้ / การทำฟาร์มผสมและกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ตามลำดับ ในอนาคตจะเดินทางอีกครั้งและแนะนำคนอื่นให้เดินทาง นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือไปสวนที่คลองมหาสวัสดิ์ที่อำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม ภาพรวมของรายได้ จากอัตราบริการที่พัก / การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในจังหวัดอุตรดิตถ์ โดยวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิง เกษตรในจังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มากที่สุด และ ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2 = 17.53, df = 13, p = 0. 176, GFI = 0.99, AGFI = 0.97) แสดงว่าโมเดลมีความ เหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี อีกทั้งกระบวนการสื่อสารการตลาดที่ส่งมีอิทธิพลทางตรงต่อ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งกระบวนการสื่อสารดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ร้อยละ 100

ศุภนารี พิรส และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของจริยธรรมในการประกอบธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า การทดสอบจริยธรรมในการประกอบธุรกิจโดยจำแนกเป็นองค์ประกอบได้ผลการศึกษา ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการสร้างความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 ($\beta = 0.262$, $\beta = 0.199$, $p < 0.01$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.150$, $p < 0.05$) มีเพียงแค่ด้านการสร้างความโปร่งใสที่ไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.605$, $p > 0.05$) ซึ่งมีความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 31.40 ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 และค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วง 1.50 – 2.50 (Hair et al., 2010)

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษา เรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือการวิจัย
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมาในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมา

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมาในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกตัวอย่างจากการคำนวนจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, 1963)

โดยใช้สูตรดังนี้

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นที่ต้องการสุ่มประชากรทั้งหมด (ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ P =.05)

d = ค่าเปอร์เซ็นที่ความคาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง (ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ค่า e = 0.05)

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ (กำหนดระดับความเชื่อมั่น ที่ 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96)

แทนค่าในสูตร $n = 0.5 (1-0.5) (1.96)^2 / (0.05)^2$

$N = 384.16$ หรือประมาณ 384 ตัวอย่าง

ดังนั้น ในการวจิยัครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ข้อมูล แต่ผู้วิจัยจะเก็บ 400 ตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บแบบสอบถาม โดยเก็บจากแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ 8 แห่ง แห่งละ 50 คน จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพ มีความโดดเด่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงามในอำเภอปากช่องและอำเภอวังน้ำเขียว

3.2 เครื่องมือการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บและรวบรวมข้อมูลงานวิจัยนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลจาก แบบสอบถามที่ส่งให้ กับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน

2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลของการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถาม เป็น 4 ส่วน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้วเสนอ ต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย

5. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง

6. ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence Index) เลือกเฉพาะข้อที่ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 (สุวิมล ติรกานันท์, 2543) มาเป็นข้อคำถาม ซึ่งผลการวิเคราะห์ในแต่ละข้อใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.0

6.2 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนแรก

6.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อถือเท่ากับ 0 .864

7. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดย

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

นำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยและใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัย ครั้งนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) และนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา นำมาวิเคราะห์ โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. แรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. การศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบสไตล์ฟาร์มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมานำมาวิเคราะห์โดยการหาค่า T-test, F-test, การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Pearson's Correlation และ multiple regression analysis

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ผลการศึกษาจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 5 ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

ดังรายละเอียดดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปของจำนวนและร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=400)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	44.3
หญิง	223	55.8
อายุ		
18-30 ปี	99	24.8
31-40 ปี	67	16.7
41-50 ปี	128	32.0
51- ปีขึ้นไป	106	26.5
สถานภาพ		
โสด	154	38.5
สมรส	201	50.2
หม้าย/หย่าร้าง	45	11.3
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	132	33.0
ปริญญาตรี	202	50.5
สูงกว่าปริญญาตรี	66	16.5
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	111	27.8
15,000 – 30,000 บาท	133	33.3
30,001 – 45,000 บาท	86	21.5
45,001 – 60,000 บาท	68	17.0
60,001 ขึ้นไป	5	0.5

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 และเพศชายจำนวน 223 คน คิดเป็น

ร้อยละ 55.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ มีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีช่วงอายุระหว่าง 18-30 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และมีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีสถานภาพโสด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ส่วนผลการวิเคราะห์รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 86 คิดเป็นร้อยละ 29.6 มีรายได้อยู่ระหว่าง 45,001-60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีรายได้ 60,001 ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ และด้านกิจกรรม โดยนำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของประสบการณ์ท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	**3.93**	**.89**	**มาก**
1. ฉันได้พบเห็นบรรยากาศ สไตล์ฟาร์ม ที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	4.26	.65	มาก
2. ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหลายอย่าง/หลายประเภทหลายอย่าง/หลายประเภท	4.10	.84	มาก
3 ภายในฟาร์ม มีจุดหรือพื้นที่ที่แสดงกิจกรรมอยู่หลายแห่งที่น่าสนใจ	3.97	.77	มาก
4. ฉันได้พบเห็นกิจกรรมวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่น่าสนใจหลายแห่งในฟาร์ม	3.76	.79	มาก
5. ฉันได้พบเห็นการเลี้ยงสัตว์หลายชนิดในฟาร์ม	3.78	.96	มาก
6. ฉันได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างในฟาร์มปศุสัตว์	3.37	1.11	ปานกลาง
7. ฉันได้ลิ้มลองอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือพืชผัก ที่มาจากฟาร์ม	3.62	1.21	มาก
8. ฉันได้เห็นวิวทิวทัศน์หที่สวยงามตามธรรมชาติภายใน	3.85	1.05	มาก
9. อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น	4.27	.89	มาก
10. ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ	4.42	.82	มาก
11. ฉันได้พบเห็นการปลูกพืชผักหลากหลายชนิดในฟาร์ม	3.90	.75	มาก
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	**4.02**	**.78**	**มาก**
12. เส้นทางเข้าถึงฟาร์มสเตย์มีความสะดวกสบาย	3.82	.82	มาก
13. ป้ายบอกเส้นทางไปฟาร์มสเตย์มีความชัดเจน	3.86	.73	มาก
14. มีเวปไซด์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน	4.21	.73	มาก
15. เส้นทางการท่องเที่ยวภายในฟาร์มสเตย์มีควม	4.20	.84	มาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	**3.83**	**.82**	**มาก**
16. ฟาร์มสเตย์มีที่จอดรถยนต์เพียงพอ	4.13	.77	มาก
17. ร้านจำหน่ายอาหารและสินค้ามีจำนวนเพียงพอ	4.08	.66	มาก
18. มีสุขาเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว	4.01	.78	มาก
19. มีจุดทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ	3.94	.79	มาก
20. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนชราและผู้พิการ	3.45	.89	ปานกลาง
21. ฟาร์มสเตย์มีที่พักให้เลือกพักค้างคืนได้	3.42	1.05	ปานกลาง
ด้านการให้บริการ	**3.95**	**.94**	**มาก**
22. พนักงานมีมิตรไมตรีจิตร อัธยาสัยดี ต้อนรับอบอุ่น	3.57	1.22	มาก
23. พนักงานให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	4.07	.94	มาก
24. พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	4.28	.67	มาก
25. มีพนักงานให้บริการอยู่ตลอดเวลา	3.86	.95	มาก
ด้านกิจกรรม (Activities)	**3.80**	**1.05**	**มาก**
26. ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับสัตว์ภายในฟาร์ม	3.63	1.12	มาก
27. ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม	3.89	1.14	มาก
28. สินค้าจำหน่ายในฟาร์มมีหลายประเภท มีความโดดเด่น	3.96	.87	มาก
29. ฉันได้ถ่ายรูปกับสัตว์	3.67	1.29	มาก
30. ฉันได้ถ่ายรูปกับพืชผัก	3.59	1.17	มาก
31. ฉันได้ถ่ายรูปกับดอกไม้	3.79	1.06	มาก
32. ฉันได้ถ่ายรูปกับงานศิลปะ	3.66	1.18	มาก
33. สินค้าต่าง ๆ ที่ซื้อมีคุณภาพดี	3.65	1.14	มาก
34. ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ	4.07	.90	มาก
35. อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน	4.17	.93	มาก
36. อาหารรสชาติอร่อย มีหลากหลายประเภท	3.82	.81	มาก
ภาพรวม	**3.91**	**.89**	**มาก**

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.89) โดยประสบการณ์ด้านสิ่งดึงดูดอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.93, S.D. = 0.89) ได้แก่ ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = 0.82) รองลงมา อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = 0.89) ฉันได้พบเห็นบรรยากาศ สไตล์ฟาร์มที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.65) ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหลายอย่าง/หลายประเภท อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.84) ภายในฟาร์ม มีจุดหรือพื้นที่ที่แสดงกิจกรรมอยู่หลายแห่งที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.97, S.D. = 0.77) ฉันได้พบเห็นการปลูกพืชผักหลากหลายชนิดในฟาร์ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.90, S.D. = 0.75) ฉันได้เห็นวิวทิวทัศน์หที่สวยงามตามธรรมชาติภายในฟาร์ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85, S.D. = 1.05) ฉันได้พบเห็นการเลี้ยงสัตว์หลายชนิดในฟาร์ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78, S.D. = 0.96) ฉันได้พบเห็นกิจกรรมวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่น่าสนใจหลายแห่งในฟาร์ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76, S.D. = 0.79) ฉันได้ลิ้มลองอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือพืชผัก ที่มาจากฟาร์ม ($\overline{X}$ = 3.62, S.D. = 1.21) และฉันได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างในฟาร์มปศุสัตว์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.37, S.D. = 1.11)

ประสบการณ์ด้านการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = .78) ได้แก่ มีเวปไซด์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = .73) รองลงมาคือ เส้นทางการท่องเที่ยวภายในฟาร์มสเตย์มีความสะดวกสบาย ($\overline{X}$ = 4.20, S.D. = .84) ป้ายบอกเส้นทางไปฟาร์มสเตย์มีความชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.86, S.D. = .73) และเส้นทางเข้าถึงฟาร์มสเตย์มีความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.82, S.D. = .82)

ประสบการณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = .82) ได้แก่ ฟาร์มสเตย์มีที่จอดรถยนต์เพียงพอ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 4.13, S.D. = .77) รองลงมา คือ ร้านจำหน่ายอาหารและสินค้ามีจำนวนเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = .66) มีสุขาเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = .78) มีจุดทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = .79) มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนชราและ

ผู้พิการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.45, S.D. = .89) และฟาร์มสเตย์มีที่พักให้เลือกพักค้างคืนได้อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.42, S.D. = 1.05) ตามลำดับ

ประสบการณ์ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.95, S.D. = .94) ได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = .67) รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, S.D. = .94) มีพนักงานให้บริการอยู่ตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.86, S.D. = .95) และ พนักงานมีมิตรไมตรีจิตร อัธยาสัยดี ต้อนรับอบอุ่น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.57, S.D. = 1.22) ตามลำดับ

ประสบการณ์ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80, S.D. = 1.05) ได้แก่ อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = .93) รองลงมา คือ ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, S.D. = .90) สินค้าจำหน่ายในฟาร์มมีหลายประเภท มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96, S.D. = .87) ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89, S.D. = 1.14) อาหารรสชาติอร่อย มีหลากหลายประเภท อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.82, S.D. = .81) ฉันได้ถ่ายรูปกับดอกไม้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79, S.D. = 1.06) ฉันได้ถ่ายรูปกับสัตว์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67, S.D. = 1.29) ฉันได้ถ่ายรูปกับงานศิลปะอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.66, S.D. = 1.18) สินค้าต่าง ๆ ที่ซื้อมีคุณภาพดี อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.65, S.D. = 1.14) ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับสัตว์ภายในฟาร์ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.63, S.D. = 1.12) และฉันได้ถ่ายรูปกับพืชผักอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.59, S.D. = 1.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่า KMO and Bartlett's Test ปัจจัยองค์ประกอบของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.616
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7.321
	df	630
	Sig.	.000

*กำหนดนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.3 แสดงค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.616 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลที่เก็บจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ได้ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-square = 7.321 และ ค่าSignificant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 36 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ของตัวแปลองค์ประกอบที่ใช้แทนตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
y	ประสบการณ์การท่องเที่ยว
X_1	ฉันได้พบเห็นบรรยากาศ สไตล์ฟาร์มที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
X_2	ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหลายอย่าง/หลายประเภท
X_3	ภายในฟาร์ม มีจุดหรือพื้นที่ที่แสดงกิจกรรมอยู่หลายแห่งที่น่าสนใจ
X_4	ฉันได้พบเห็นกิจกรรมวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่น่าสนใจหลายแห่งในฟาร์ม
X_5	ฉันได้พบเห็นการเลี้ยงสัตว์หลายชนิดในฟาร์ม
X_6	ฉันได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างในฟาร์มปศุสัตว์
X_7	ฉันได้ลิ้มลองอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือพืชผัก ที่มาจากฟาร์ม
X_8	ฉันได้เห็นวิวทิวทัศน์หที่สวยงามตามธรรมชาติภายในฟาร์ม
X_9	อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น

X_{10} ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ

X_{11} ฉันได้พบเห็นการปลูกพืชผักหลากหลายชนิดในฟาร์ม

X_{12} เส้นทางเข้าถึงฟาร์มสเตย์มีความสะดวกสบาย

X_{13} ป้ายบอกเส้นทางไปฟาร์มสเตย์มีความชัดเจน

X_{14} มีเวปไซด์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน

X_{15} เส้นทางการท่องเที่ยวภายในฟาร์มสเตย์มีควมสะดวกสบาย

X_{16} ฟาร์มสเตย์มีที่จอดรถยนต์เพียงพอ

X_{17} ร้านจำหน่ายอาหารและสินค้ามีจำนวนเพียงพอ

X_{18} มีสุขาเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว

X_{19} มีจุดทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ

X_{20} มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนชราและผู้พิการ

X_{21} ฟาร์มสเตย์มีที่พักให้เลือกพักค้างคืนได้

X_{22} พนักงานมีมิตรไมตรีจิตร อัธยาศัยดี ต้อนรับอบอุ่น

X_{23} พนักงานให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน

X_{24} พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว

X_{25} มีพนักงานให้บริการอยู่ตลอดเวลา

X_{26} ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับสัตว์ภายในฟาร์ม

X_{27} ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม

X_{28} สินค้าจำหน่ายในฟาร์มมีหลายประเภท มีความโดดเด่น

X_{29} ฉันได้ถ่ายรูปกับสัตว์

X_{30} ฉันได้ถ่ายรูปกับพืชผัก

X_{31} ฉันได้ถ่ายรูปกับดอกไม้

X_{32} ฉันได้ถ่ายรูปกับงานศิลปะ

X_{33} สินค้าต่าง ๆ ที่ซื้อมีคุณภาพดี

X_{34} ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ

X_{35} อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน

X_{36} อาหารรสชาติอร่อย มีหลากหลายประเภท

ตารางที่ 4.4 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.693	15.813	15.813	5.693	15.813	15.813
2	3.901	10.836	26.649	3.901	10.836	26.649
3	2.994	8.316	34.965	2.994	8.316	34.965
4	2.301	6.392	41.357	2.301	6.392	41.357
5	1.936	5.377	46.734	1.936	5.377	46.734
6	1.726	4.794	51.528	1.726	4.794	51.528
7	1.645	4.568	56.096	1.645	4.568	56.096
8	1.438	3.994	60.090	1.438	3.994	60.090
9	1.336	3.712	63.802	1.336	3.712	63.802
10	1.172	3.255	67.057	1.172	3.255	67.057
11	1.113	3.093	70.150	1.113	3.093	70.150
12	1.046	2.905	73.054	1.046	2.905	73.054
13	.893	2.480	75.535			
14	.848	2.354	77.889			
15	.727	2.019	79.908			
16	.709	1.970	81.879			
17	.688	1.911	83.790			
18	.593	1.647	85.437			
19	.589	1.635	87.072			
20	.534	1.485	88.557			
21	.481	1.335	89.892			
22	.415	1.153	91.045			
23	.400	1.111	92.156			
24	.372	1.032	93.188			

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
25	.334	.927	94.115			
26	.301	.835	94.950			
27	.285	.792	95.742			
28	.266	.739	96.481			
29	.247	.687	97.168			
30	.217	.602	97.769			
31	.205	.569	98.339			
32	.168	.468	98.806			
33	.125	.347	99.153			
34	.117	.324	99.477			
35	.106	.295	99.772			
36	.082	.228	100.000			

ตารางที่ 4.4 แสดง ค่า Total Variance Explained ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 36 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 5 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด สามารถอธิบายได้ดึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 15.813, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 10.836, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 8.316, Factor ที่ 4 = ร้อยละ 6.392 และ Factor ที่ 5 = ร้อยละ 5.377 ทั้งนี้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบพิจารณาได้โดยละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 1 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน	**ค่าน้ำหนัก**				
Factor 1	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
ฉันได้พบเห็นกิจกรรมวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่น่าสนใจหลายแห่งในฟาร์ม(X_4)	0.606				
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนชราและผู้พิการ(X_{20})	0.602				
ร้านจำหน่ายอาหารและสินค้ามีจำนวนเพียงพอ(X_{17})	0.588				
ฉันได้พบเห็นการปลูกพืชผักหลากหลายชนิดในฟาร์ม(X_{11})	0.554				
มีพนักงานให้บริการอยู่ตลอดเวลา(X_{25})	0.551				
พนักงานมีมิตรไมตรีจิตร อัธยาสัยดี ต้อนรับอบอุ่น(X_{22})	0.527				
ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหลายอย่าง/หลายประเภท(X_3)	0.517				

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา ภายหลังการหมุนแกน – Factor 1 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 1 ได้จำนวน 7 ตัวแปร ดังนี้ 1) ฉันได้พบเห็นกิจกรรมวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่น่าสนใจหลายแห่งในฟาร์ม (X_4) 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนชราและผู้พิการ (X_{20}) 3) ร้านจำหน่ายอาหารและสินค้ามีจำนวนเพียงพอ(X_{17}) 4) ความสวยงามทางธรรมชาติ (X_8) 5) มีพนักงานให้บริการอยู่ตลอดเวลา(X_{25}) 6) พนักงานมีมิตรไมตรีจิตร อัธยาสัยดี ต้อนรับอบอุ่น (X_{22}) และ 7) ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหลายอย่าง/หลายประเภท (X_3)โดยมีค่า น้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.606, 0.602, 0.588, 0.554, 0.551, 0.527 และ 0.517 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 2 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 2	ค่าน้ำหนัก				
	1	2	3	4	5
ฉันได้ลิ้มลองอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือพืชผัก ที่มาจากฟาร์ม (X_7)		0.745			
ฉันได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างในฟาร์มปศุสัตว์ (X_6)		0.674			
ฉันได้ถ่ายรูปกับงานศิลปะ (X_{32})		0.667			
อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น (X_9)		0.632			
ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม (X_{27})		0.565			
ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ (X_{34})		0.516			

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา ภายหลังการหมุนแกน – Factor 2 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 2 ได้จำนวน 6 ตัวแปร ดังนี้ 1) ฉันได้ลิ้มลองอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือพืชผัก ที่มาจากฟาร์ม (X_7) 2) ฉันได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างในฟาร์มปศุสัตว์ (X_6) 3) ฉันได้ถ่ายรูปกับงานศิลปะ (X_{32}) 4) อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น (X_9) 5) ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม (X_{27}) และ 6) ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ (X_{34}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.745, 0.674, 0.667, 0.632, 0.565 และ 0.516 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 3 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน	**ค่าน้ำหนัก**				
Factor 3	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
ฉันได้ถ่ายรูปกับพืชผัก (X_{30})			0.517		

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมาภายหลังการหมุนแกน– Factor 3 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 3 ได้จำนวน 1 ตัวแปร ดังนี้ 1) ฉันได้ถ่ายรูปกับพืชผัก (X_{30}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.517

ตารางที่ 4.8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 4 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน	**ค่าน้ำหนัก**				
Factor 4	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน (X_{35})				0.517	

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมาภายหลังการหมุนแกน– Factor 4 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 4 ได้จำนวน 1 ตัวแปร ดังนี้ 1) อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน (X_{35}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.517

ตารางที่ 4.9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 5 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 5	ค่าน้ำหนัก				
	1	2	3	4	5
สินค้าจำหน่ายในฟาร์มมีหลายประเภท มีความโดดเด่น (X_{28})					0.552

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมาภายหลังการหมุนแกน– Factor 5 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 5 ได้จำนวน 2 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีสินค้าจำหน่ายในฟาร์มมีหลายประเภท มีความโดดเด่น (X_{28}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.552

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) สรุปตัวแปรปัจจัยที่สามารถนำไปใช้ได้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.5 จาก 5 Factors รวมทั้งหมด 16 ตัวแปร ที่สามารถนำไปใช้ได้ และ อีก 20 ตัวแปร ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.5 แสดงถึงการไม่มีความสัมพันธ์กันภายหลังการหมุนแกน ประกอบด้วย

X_1 ฉันได้พบเห็นบรรยากาศ สไตล์ฟาร์มที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

X_2 ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหลายอย่าง/หลายประเภท

X_5 ฉันได้พบเห็นการเลี้ยงสัตว์หลายชนิดในฟาร์ม

X_8 ฉันได้เห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามตามธรรมชาติภายในฟาร์ม

X_9 อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น

X_{10} ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ

X_{12} เส้นทางเข้าถึงฟาร์มสเตย์มีความสะดวกสบาย

X_{13} ป้ายบอกเส้นทางไปฟาร์มสเตย์มีความชัดเจน

X_{14} มีเวปไซด์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน

X_{15} เส้นทางการท่องเที่ยวภายในฟาร์มสเตย์มีควมสะดวกสบาย

X_{16} ฟาร์มสเตย์มีที่จอดรถยนต์เพียงพอ

X_{18} มีสุขาเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว

X_{19} มีจุดทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ

X_{21} ฟาร์มสเตย์มีที่พักให้เลือกพักค้างคืนได้

X_{23} พนักงานให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน

X_{24} พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว

X_{26} ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับสัตว์ภายในฟาร์ม

X_{27} ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม

X_{29} ฉันได้ถ่ายรูปกับสัตว์

X_{31} ฉันได้ถ่ายรูปกับดอกไม้

X_{33} สินค้าต่าง ๆ ที่ซื้อมีคุณภาพดี

X_{34} ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ

X_{36} อาหารรสชาติอร่อย มีหลากหลายประเภท

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา ที่แตกต่างกัน

H_0: ลักษณะทางประชาชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน

H_a: ลักษณะทางประชาชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับเพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	เพศ	จำนวน	Mean	SD	T-test	P-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ชาย	177	3.88	.35	-2.429	.016*
	หญิง	223	3.97	.45		
ด้านการเข้าถึง	ชาย	177	4.02	.46	.032	.974
	หญิง	223	4.02	.52		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	177	3.78	.48	-1.695	.091
	หญิง	223	3.87	.53		
ด้านการให้บริการ	ชาย	177	4.04	.61	2.705	.006*
	หญิง	223	3.86	.67		
ด้านกิจกรรม	ชาย	177	3.77	.41	-1.206*	.229
	หญิง	223	3.83	.50		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการให้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านกิจกรรมมีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	อายุ	Mean	SD	F-test	P-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	18-30 ปี	3.85	.36	6.990	.000**
	31-40 ปี	3.92	.38		
	41-50 ปี	3.90	.38		
	51- ปีขึ้นไป	4.13	.52		
ด้านการเข้าถึง	18-30 ปี	4.12	.45	2.463	.062
	31-40 ปี	3.95	.47		
	41-50 ปี	3.99	.46		
	51- ปีขึ้นไป	4.02	.61		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	18-30 ปี	3.75	.52	1.646	.178
	31-40 ปี	3.83	.50		
	41-50 ปี	3.87	.46		
	51- ปีขึ้นไป	3.91	.58		
ด้านการให้บริการ	18-30 ปี	3.72	.73	10.42	.000**
	31-40 ปี	3.85	.60		
	41-50 ปี	4.13	.49		
	51- ปีขึ้นไป	4.13	.70		
ด้านกิจกรรม	18-30 ปี	3.72	.38	4.72	.003*
	31-40 ปี	3.76	.42		
	41-50 ปี	3.82	.47		
	51- ปีขึ้นไป	3.98	.58		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการให้บริการ และด้านกิจกรรมแตกต่างอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	สถานภาพ	Mean	SD	F-test	P-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	โสด	3.94	.35	2.465	.086
	สมรส	3.95	.46		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.80	.34		
ด้านการเข้าถึง	โสด	3.93	.50	4.502	.012*
	สมรส	4.07	.49		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.10	.46		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	โสด	3.82	.41	.386	.680
	สมรส	3.85	.58		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.78	.50		
ด้านการให้บริการ	โสด	3.88	.60	5.906	.003*
	สมรส	3.91	.71		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.25	.45		
ด้านกิจกรรม	โสด	3.7940	.43157	.159	.853
	สมรส	3.8213	.50324		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.7980	.44489		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านการเข้าถึง และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน โดย ด้านการให้บริการมีระดับนัยสำคัญย่างทางสถิติ 0.01 ด้านการเข้าถึงมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านกิจกรรมมีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับวุฒิการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ระดับการศึกษา	Mean	SD	F-test	P-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.90	.38	1.594	.204
	ปริญญาตรี	3.97	.44		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.87	.37		
ด้านการเข้าถึง	โสด	4.01	.50	.102	.903
	สมรส	4.03	.48		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.00	.52		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	โสด	3.77	.50	2.603	.075
	สมรส	3.89	.54		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.77	.40		
ด้านการให้บริการ	โสด	4.00	.69	9.580	.000**
	สมรส	4.00	.57		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.62	.71		
ด้านกิจกรรม	โสด	3.81	.47	2.859	.058
	สมรส	3.84	.48		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.68	.40		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านกิจกรรมมีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	รายได้(บาท)	Mean	SD	F-test	P-value
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ต่ำกว่า 15,000	3.93	.43	2.462	.045*
	15,001-30,000	3.89	.35		
	30,001-40,000	3.88	.35		
	40,001-60,000	4.06	.52		
	60,001 ขึ้นไป	3.81	.77		
ด้านการเข้าถึง	ต่ำกว่า 15,000	4.00	.54	.568	.686
	15,001-30,000	4.00	.42		
	30,001-40,000	4.02	.52		
	40,001-60,000	4.07	.49		
	60,001 ขึ้นไป	3.62	1.23		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 15,000	3.86	.55	4.041	.003*
	15,001-30,000	3.73	.47		
	30,001-40,000	3.82	.43		
	40,001-60,000	4.01	.56		
	60,001 ขึ้นไป	3.25	.82		
ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่า 15,000	4.08	.61	3.397	.010*
	15,001-30,000	3.92	.56		
	30,001-40,000	3.76	.70		
	40,001-60,000	3.99	.77		
	60,001 ขึ้นไป	3.37	.53		
ด้านกิจกรรม	ต่ำกว่า 15,000	3.81	.48	3.801	.005*
	15,001-30,000	3.78	.42		
	30,001-40,000	3.70	.39		
	40,001-60,000	3.97	.56		
	60,001 ขึ้นไป	3.40	.44		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการและด้านกิจกรรมแตกต่างกัน โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการและด้านกิจกรรมมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนด้านการเข้าถึง มีประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

4.3 ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 400 คน ได้แก่ ปัจจัยภายใน (เหตุผลส่วนตัวที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์) และปัจจัยภายนอก (สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์) โดยนำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ปัจจัยภายใน (เหตุผลส่วนตัวที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์)	**4.06**	**.87**	**มาก**
1. เพื่อได้สัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติ	4.18	.79	มาก
2. เพื่อพักผ่อนในวันหยุดและความเหนื่อยล้าจากการทำงาน	4.22	.80	มาก
3. เพื่อได้ศึกษาและเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยสัมผัส	4.32	.79	มาก
4. เพื่อหลบหลีกความจำเจจากที่อยู่อาศัยเดิม	4.15	.85	มาก
5. เพื่อบอกเล่าการมาท่องเที่ยวฟาร์ม	3.95	.89	มาก
6. เพื่อได้พบเจอสัตว์น่าสนใจ ที่ไม่ค่อยได้พบเห็น	3.52	1.11	มาก
7. เพื่อได้ใช้เวลากับครอบครัว ญาติมิตร	4.08	.92	มาก

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ปัจจัยภายนอก (สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์)	**3.81**	**.93**	**มาก**
1. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์	4.34	.67	มาก
2. ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์	3.94	.94	มาก
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์	3.98	.89	มาก
4. สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์	3.50	1.07	ปานกลาง
5. สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.52	1.03	มาก
6. สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	4.02	.94	มาก
7. สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.57	1.01	มาก
8. ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า	3.80	.85	มาก
9. ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม	4.02	.79	มาก
10. การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล	3.46	1.11	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

ด้านปัจจัยภายใน (เหตุผลส่วนตัวที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์)โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยภายใน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.87) ได้แก่ เพื่อได้ศึกษาและเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยสัมผัส อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = 0.79) รองลงมา คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.22, S.D. = 0.80) เพื่อได้สัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.18, S.D. = 0.79) เพื่อหลบหลีกความจำเจจากที่อยู่อาศัยเดิม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. = 0.85) เพื่อได้ใช้เวลากับครอบครัว ญาติมิตร อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.92) เพื่อบอกเล่าการมาท่องเที่ยวฟาร์ม อยู่ในระดับ

มาก ($\overline{X}$ = 3.95, S.D. = 0.89) และเพื่อได้พบเจอสัตว์น่าสนใจ ที่ไม่ค่อยได้พบเห็น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.52, S.D. = 1.11) ตามลำดับ

ปัจจัยภายนอก (สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์)โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยภายนอก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81, S.D. = 0.93) ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 4.34, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = 0.94), ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = 0.79) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = 0.89) ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.94) ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80, S.D. = 0.85) สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.57, S.D. = 1.10) สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.52, S.D. = 1.13) สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.50, S.D. = 1.07) และการส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.46, S.D. = 1.11) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา ที่แตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน

H_a : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับเพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**เพศ**	**จำนวน**	**Mean**	**SD**	**T-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน	ชาย	177	4.04	.36	-.513	.608
	หญิง	223	4.07	.45		
ปัจจัยภายนอก	ชาย	177	.41	.03	.174	.862
	หญิง	223	.52	.03		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ด้านปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**อายุ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน	18-30 ปี	4.08	.37	.161	.923
	31-40 ปี	4.06	.42		
	41-50 ปี	4.05	.36		
	51- ปีขึ้นไป	4.03	.55		
ปัจจัยภายนอก	18-30 ปี	3.66	.44	5.930	.001**
	31-40 ปี	3.82	.43		
	41-50 ปี	3.88	.41		
	51- ปีขึ้นไป	3.92	.62		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายนอกแตกต่างกัน (ปฏิเสธ H_0) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนด้านปัจจัยภายในมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**สถานภาพ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน	โสด	4.02	.42	1.294	.275
	สมรส	4.09	.43		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.03	.35		
ปัจจัยภายนอก	โสด	3.80	.41	.073	.929
	สมรส	3.82	.54		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.81	.36		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายใน และด้านปัจจัยภายนอกแตกต่างกัน (ปฏิเสธ H_0)

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับวุฒิการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**ระดับการศึกษา**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.01	.40	1.800	.167
	ปริญญาตรี	4.10	.43		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.02	.40		
ปัจจัยภายนอก	โสด	3.80	.45	5.903	.003*
	สมรส	3.87	.49		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.65	.44		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายนอกแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนปัจจัยภายในมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**รายได้**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน	ต่ำกว่า 15,000	4.03	.44	1.565	.183
	15,001-30,000	4.03	.39		
	30,001-40,000	4.06	.37		
	40,001-60,000	4.16	.47		
	60,001 ขึ้นไป	3.71	.60		
ปัจจัยภายนอก	ต่ำกว่า 15,000	3.85	.44	3.362	.010*
	15,001-30,000	3.80	.44		
	30,001-40,000	3.70	.40		
	40,001-60,000	3.92	.61		
	60,001 ขึ้นไป	3.15	.63		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายนอกแตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนปัจจัยภายใน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

แรงจูงใจปัจจัยภายใน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายในกับเพศที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T-test	P-value
ปัจจัยภายใน						
การใกล้ชิดธรรมชาติ	ชาย	177	4.19	.757	.199	.842
	หญิง	223	4.17	.832		
การพักผ่อนวันหยุด	ชาย	177	4.18	.767	-1.112	.267
	หญิง	223	4.26	.837		
การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส	ชาย	177	4.34	.754	.553	.581
	หญิง	223	4.30	.824		
การหลีกหนีความจำเจ	ชาย	177	4.14	.741	-.300	.764
	หญิง	223	4.16	.935		
การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว	ชาย	177	4.00	.746	1.032	.303
	หญิง	223	3.91	.991		
การพบเจอสัตว์น่าสนใจ	ชาย	177	3.51	1.056	-.263	.792
	หญิง	223	3.54	1.165		
การได้ใช้เวลากับครอบครัว	ชาย	177	3.99	.908	-1.607	.109
	หญิง	223	4.15	1.000		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายใน)ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**อายุ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน					
การใกล้ชิดธรรมชาติ	18-30 ปี	4.29	.682	3.361	.019*
	31-40 ปี	4.06	.812		
	41-50 ปี	4.07	.877		
	51- ปีขึ้นไป	4.36	.773		
การพักผ่อนวันหยุด	18-30 ปี	4.31	.821	.891	.446
	31-40 ปี	4.20	.829		
	41-50 ปี	4.14	.733		
	51- ปีขึ้นไป	4.27	.863		
การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส	18-30 ปี	4.37	.776	.785	.503
	31-40 ปี	4.35	.656		
	41-50 ปี	4.31	.806		
	51- ปีขึ้นไป	4.19	.988		
การหลีกหนีความจำเจ	18-30 ปี	4.12	.726	6.535	.000**
	31-40 ปี	4.16	.695		
	41-50 ปี	4.38	.749		
	51- ปีขึ้นไป	3.81	1.258		
การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว	18-30 ปี	3.88	1.002	.737	.530
	31-40 ปี	4.01	.826		
	41-50 ปี	3.90	.782		
	51- ปีขึ้นไป	4.04	.976		
การพบเจอสัตว์หน้าสนใจ	18-30 ปี	3.51	.984	.345	.793
	31-40 ปี	3.47	1.143		
	41-50 ปี	3.53	1.178		
	51- ปีขึ้นไป	3.64	1.190		

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**อายุ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
การได้ใช้เวลากับครอบครัว	18-30 ปี	4.09	.904	.739	.529
	31-40 ปี	4.17	.943		
	41-50 ปี	4.05	1.012		
	51- ปีขึ้นไป	3.96	1.007		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ(ปัจจัยภายใน)ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์เพื่อการใกล้ชิดธรรมชาติและการหลีกหนีความจำเจ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ ระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 ตามลำดับ (ปฏิเสธ H_0) ส่วนการพักผ่อนวันหยุด การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว การพบเจอสัตว์หน้าสนใจ และ การได้ใช้เวลากับครอบครัวไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**สถานภาพ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน					
การใกล้ชิดธรรมชาติ	โสด	4.02	.836	5.048	.007*
	สมรส	4.28	.764		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.24	.743		
การพักผ่อนวันหยุด	โสด	4.26	.823	1.623	.199
	สมรส	4.24	.809		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.02	.723		
การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส	โสด	4.32	.740	.115	.891
	สมรส	4.33	.813		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.27	.889		
การหลีกหนีความจำเจ	โสด	4.06	1.001	1.244	.289
	สมรส	4.20	.716		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.20	.869		
การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว	โสด	4.01	.754	.755	.471
	สมรส	3.90	1.007		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.00	.769		
การพบเจอสัตว์หน้าสนใจ	โสด	3.45	1.023	.707	.494
	สมรส	3.55	1.174		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.67	1.168		
การได้ใช้เวลากับครอบครัว	โสด	4.04	.996	1.936	.146
	สมรส	4.16	.935		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.87	.944		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายใน) ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์เพื่อการใกล้ชิดธรรมชาติแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนการพักผ่อนวันหยุด การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส การหลีกหนีความจำเจ การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว การพบเจอสัตว์น่าสนใจ และการได้ใช้เวลากับครอบครัวไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**ระดับการศึกษา**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน					
การใกล้ชิดธรรมชาติ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.14	.811	3.214	.041*
	ปริญญาตรี	4.26	.783		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.98	.794		
การพักผ่อนวันหยุด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	132	4.30	2.708	.068
	ปริญญาตรี	202	4.13		
	สูงกว่าปริญญาตรี	66	4.35		
การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.35	.829	.495	.610
	ปริญญาตรี	4.28	.795		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.38	.718		
การหลีกหนีความจำเจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.98	1.070	3.777	.024*
	ปริญญาตรี	4.22	.736		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.26	.640		
การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.04	.756	2.277	.104
	ปริญญาตรี	3.86	.949		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.06	.943		
การพบเจอสัตว์หน้าสนใจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	1.086	1.021	.361
	ปริญญาตรี	3.60	1.138		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.44	1.111		
การได้ใช้เวลากับครอบครัว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.86	.966	16.690	.000**
	ปริญญาตรี	4.34	.856		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.73	1.046		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายใน)ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์เพื่อการได้ใช้เวลากับครอบครัวแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) และด้านการใกล้ชิดธรรมชาติ การหลีกหนีความจำเจมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนด้านการพักผ่อนวันหยุด การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว และการพบเจอสัตว์หน้าสนใจไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**รายได้(บาท)**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายใน					
การใกล้ชิดธรรมชาติ	ต่ำกว่า 15,000	4.14	.796	1.012	.401
	15,001-30,000	4.22	.772		
	30,001-40,000	4.09	.746		
	40,001-60,000	4.28	.912		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.707		
การพักผ่อนวันหยุด	ต่ำกว่า 15,000	4.27	.762	3.744	.005*
	15,001-30,000	4.06	.860		
	30,001-40,000	4.38	.722		
	40,001-60,000	4.31	.797		
	60,001 ขึ้นไป	3.00	1.414		
การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส	ต่ำกว่า 15,000	4.36	.872	.461	.764
	15,001-30,000	4.25	.792		
	30,001-40,000	4.37	.687		
	40,001-60,000	4.32	.800		
	60,001 ขึ้นไป	4.50	.707		
การหลีกหนีความจำเจ	ต่ำกว่า 15,000	4.05	1.111	.525	.717
	15,001-30,000	4.18	.757		
	30,001-40,000	4.21	.653		
	40,001-60,000	4.18	.772		
	60,001 ขึ้นไป	4.00	1.414		

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**รายได้(บาท)**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000	4.01	.889	2.022	.091
	15,001-30,000	3.79	.871		
	30,001-40,000	4.10	.854		
	40,001-60,000	3.99	.954		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.707		
การพบเจอสัตว์น่าสนใจ	ต่ำกว่า 15,000	3.37	1.264	1.628	.166
	15,001-30,000	3.63	.957		
	30,001-40,000	3.41	1.110		
	40,001-60,000	3.71	1.147		
	60,001 ขึ้นไป	4.00	.000		
การได้ใช้เวลากับครอบครัว	ต่ำกว่า 15,000	4.06	1.003	2.493	.043*
	15,001-30,000	4.09	.941		
	30,001-40,000	3.88	.999		
	40,001-60,000	4.35	.842		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.707		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายใน)ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์เพื่อการพักผ่อนวันหยุดและการได้ใช้เวลากับครอบครัว แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01และอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ (ปฏิเสธ H_0) ส่วนการใกล้ชิดธรรมชาติ การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่ไม่เคยสัมผัส การหลีกหนีความจำเจ การบอกเล่าเรื่องราวการมาเที่ยว และการพบเจอสัตว์น่าสนใจไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

แรงจูงใจปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ด้านปัจจัยภายนอกที่มีเพศต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	เพศ	จำนวน	Mean	SD	T-test	P-value
ปัจจัยภายนอก						
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์	ชาย	177	4.29	.64	-1.397	.163
	หญิง	223	4.38	.68		
ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์	ชาย	177	3.83	1.04	-2.070	.039*
	หญิง	223	4.03	.85		
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์	ชาย	177	4.02	.84	.793	.428
	หญิง	223	3.95	.93		
สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์	ชาย	177	3.62	.99	2.128	.034*
	หญิง	223	3.39	1.13		
สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ชาย	177	3.58	.92	.994	.321
	หญิง	223	3.48	1.11		
สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ชาย	177	4.02	.95	-.058	.954
	หญิง	223	4.02	.93		
สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ชาย	177	3.74	.88	3.092	.002*
	หญิง	223	3.43	1.08		
ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า	ชาย	177	3.79	.83	-.307	.759
	หญิง	223	3.81	.86		
ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม	ชาย	177	3.94	.75	-1.826	.069
	หญิง	223	4.09	.82		
การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล	ชาย	177	3.38	1.04	-1.339	.181
	หญิง	223	3.53	1.17		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายนอก) ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ คือ ความสวยงามของธรรมชาติ และสถาปัตยกรรมภายในแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) และสื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และการส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาลมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายนอก) ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	อายุ	Mean	SD	F-test	P-value
ปัจจัยภายนอก					
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์	18-30 ปี	4.37	.68	.823	.482
	31-40 ปี	4.40	.65		
	41-50 ปี	4.27	.64		
	51- ปีขึ้นไป	4.31	.70		
ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์	18-30 ปี	3.72	1.15	3.264	.021*
	31-40 ปี	4.00	.75		
	41-50 ปี	3.99	.93		
	51- ปีขึ้นไป	4.13	.83		
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์	18-30 ปี	3.93	.98	1.291	.277
	31-40 ปี	4.06	.80		
	41-50 ปี	3.88	.90		
	51- ปีขึ้นไป	4.09	.88		
สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์	18-30 ปี	3.12	1.25	11.195	.000**
	31-40 ปี	3.38	1.12		
	41-50 ปี	3.71	.83		
	51- ปีขึ้นไป	3.96	.78		
สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	18-30 ปี	3.42	.86	1.590	.191
	31-40 ปี	3.69	.98		
	41-50 ปี	3.50	.92		
	51- ปีขึ้นไป	3.43	1.43		
สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	18-30 ปี	3.76	.92	4.667	.003*
	31-40 ปี	4.04	.93		
	41-50 ปี	4.22	.76		
	51- ปีขึ้นไป	4.07	1.14		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	อายุ	Mean	SD	F-test	P-value
สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	18-30 ปี	3.35	1.00	6.375	.000**
	31-40 ปี	3.40	1.06		
	41-50 ปี	3.83	.91		
	51- ปีขึ้นไป	3.78	.98		
ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า	18-30 ปี	3.94	.69	5.044	.002*
	31-40 ปี	3.55	.88		
	41-50 ปี	3.82	.84		
	51- ปีขึ้นไป	3.96	.97		
ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม	18-30 ปี	3.91	.73	1.325	.266
	31-40 ปี	4.07	.78		
	41-50 ปี	4.11	.84		
	51- ปีขึ้นไป	4.00	.83		
การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล	18-30 ปี	3.14	1.01	4.671	.003*
	31-40 ปี	3.66	1.17		
	41-50 ปี	3.54	.97		
	51- ปีขึ้นไป	3.55	1.30		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายนอก) ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ได้แก่ สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์ สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่าการส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาลแตกต่างกัน (ปฏิเสธ H_0) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**สถานภาพ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายนอก					
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์	โสด	4.34	.60	1.240	.291
	สมรส	4.37	.69		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.20	.72		
ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์	โสด	3.99	.78	.738	.479
	สมรส	3.94	1.02		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.80	1.12		
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์	โสด	4.10	.73	6.164	.002*
	สมรส	3.97	.94		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.58	1.05		
สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์	โสด	3.55	1.04	2.444	.088
	สมรส	3.39	1.15		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.76	.77		
สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	โสด	3.36	1.08	3.173	.043*
	สมรส	3.62	.99		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.64	.93		
สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	โสด	3.90	.91	4.534	.011*
	สมรส	4.03	.95		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.38	.88		
สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	โสด	3.53	1.12	2.898	.056
	สมรส	3.53	.93		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.91	.90		
ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า	โสด	3.78	.90	.467	.628
	สมรส	3.84	.82		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.71	.75		

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**สถานภาพ**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม	โสด	4.08	.80	5.240	.006*
	สมรส	4.06	.78		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.67	.73		
การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล	โสด	3.41	1.11	.315	.730
	สมรส	3.49	1.15		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.53	.96		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายนอก) ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์และฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและสื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์ สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์ สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาลไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**ระดับการศึกษา**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายนอก					
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.30	.67	4.254	.015*
	ปริญญาตรี	4.43	.68		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.17	.57		
ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.80	1.13	2.952	.053
	ปริญญาตรี	4.05	.82		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.91	.83		
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.89	.92	1.273	.281
	ปริญญาตรี	3.99	.90		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.11	.78		
สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.60	1.03	13.042	.000**
	ปริญญาตรี	3.62	.90		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.89	1.41		
สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.37	1.03	2.873	.058*
	ปริญญาตรี	3.64	.99		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.45	1.08		
สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.97	.98	.457	.633
	ปริญญาตรี	4.06	.90		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.98	.95		
สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	.90	6.564	.002*
	ปริญญาตรี	3.58	.95		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.20	1.28		
ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.85	.84	4.499	.012*
	ปริญญาตรี	3.86	.81		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.52	.94		

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**ระดับการศึกษา**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.03	.66	.039	.962
	ปริญญาตรี	4.03	.89		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	.72		
การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.45	1.03	1.121	.327
	ปริญญาตรี	3.52	1.21		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.29	.95		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายนอก)ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ได้แก่ สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์และสื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่าแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมและการส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาลไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**รายได้(บาท)**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
ปัจจัยภายนอก					
ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่า 15,000	4.39	.67	4.185	.002*
	15,001-30,000	4.27	.75		
	30,001-40,000	4.22	.54		
	40,001-60,000	4.57	.55		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.70		
ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่า 15,000	3.99	.87	.286	.887
	15,001-30,000	3.90	.92		
	30,001-40,000	3.98	.76		
	40,001-60,000	3.91	1.27		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.70		
กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่า 15,000	3.80	.94	5.846	.000**
	15,001-30,000	3.85	.94		
	30,001-40,000	4.16	.68		
	40,001-60,000	4.31	.81		
	60,001 ขึ้นไป	3.00	1.41		
สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์	ต่ำกว่า 15,000	3.70	.88	5.640	.000**
	15,001-30,000	3.65	.78		
	30,001-40,000	3.06	1.38		
	40,001-60,000	3.43	1.28		
	60,001 ขึ้นไป	3.00	.00		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**รายได้(บาท)**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000	3.38	1.21	2.348	.054
	15,001-30,000	3.56	.87		
	30,001-40,000	3.51	1.02		
	40,001-60,000	3.72	.96		
	60,001 ขึ้นไป	2.00	.00		
สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000	4.17	.95	1.634	.165
	15,001-30,000	4.01	.89		
	30,001-40,000	3.94	.91		
	40,001-60,000	3.93	1.02		
	60,001 ขึ้นไป	3.00	1.41		
สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000	3.70	.92	1.508	.199
	15,001-30,000	3.56	.94		
	30,001-40,000	3.36	1.22		
	40,001-60,000	3.65	.97		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.70		
ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า	ต่ำกว่า 15,000	3.75	.79	2.536	.040*
	15,001-30,000	3.85	.86		
	30,001-40,000	3.64	.89		
	40,001-60,000	4.01	.83		
	60,001 ขึ้นไป	3.00	.00		
ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม	ต่ำกว่า 15,000	4.05	.74	1.050	.381
	15,001-30,000	3.95	.86		
	30,001-40,000	3.98	.70		
	40,001-60,000	4.16	.85		
	60,001 ขึ้นไป	4.50	.70		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	**รายได้(บาท)**	**Mean**	**SD**	**F-test**	**P-value**
การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล	ต่ำกว่า 15,000	3.63	1.21	2.472	.044*
	15,001-30,000	3.47	1.09		
	30,001-40,000	3.19	.95		
	40,001-60,000	3.56	1.13		
	60,001 ขึ้นไป	2.50	2.12		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน อาจจะมีแรงจูงใจ (ปัจจัยภายนอก) ในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ และสถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) และ ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า และการส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาลแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์ สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

4.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา ของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยนำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1 ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	4.32	.74	มาก
2 การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง	3.84	.80	มาก
3 ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	4.06	.67	มาก
4 ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่	4.24	.63	มาก
5 ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง	3.76	1.01	มาก
รวม	**4.04**	**.77**	**มาก**

จากตารางที่ 31 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = 0.63) ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.67) การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.84, S.D. = 0.80) และฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\overline{X}$ = 3.76, S.D. = 1.01) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชาชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน

H_a : ลักษณะทางประชาชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ที่มีเพศต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	**เพศ**	**จำนวน**	Mean	SD	**T-test**	**P-value**
ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	ชาย	177	4.11	.77	-2.895	.004**
	หญิง	223	4.32	.71		
การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง	ชาย	177	3.80	.76	-.909	.364
	หญิง	223	3.87	.83		
ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	ชาย	177	3.99	.66	-1.816	.070
	หญิง	223	4.12	.67		
ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่	ชาย	177	4.28	.62	1.178	.239
	หญิง	223	4.20	.63		
ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง	ชาย	177	3.86	.90	1.828	.068*
	หญิง	223	3.68	1.08		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ คือ ความรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) และอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้งแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ปฏิเสธ H_0) ส่วน การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง ความรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้และความพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	อายุ	Mean	SD	F-test	P-value
ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	18-30 ปี	4.11	.87	6.248	.000**
	31-40 ปี	4.07	.78		
	41-50 ปี	4.35	.54		
	51- ปีขึ้นไป	4.48	.66		
การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง	18-30 ปี	3.75	.78	8.240	.000**
	31-40 ปี	3.77	.73		
	41-50 ปี	3.73	.79		
	51- ปีขึ้นไป	4.27	.82		
ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	18-30 ปี	3.97	.67	5.015	.002*
	31-40 ปี	4.04	.60		
	41-50 ปี	4.01	.65		
	51- ปีขึ้นไป	4.34	.75		
ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่	18-30 ปี	4.22	.65	1.363	.254
	31-40 ปี	4.15	.59		
	41-50 ปี	4.32	.63		
	51 ปีขึ้นไป	4.25	.65		
ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง	18-30 ปี	3.44	1.11	6.498	.000**
	31-40 ปี	3.86	.86		
	41-50 ปี	4.00	.71		
	51 ปีขึ้นไป	3.72	1.32		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน อาจจะมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ ได้แก่ ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวังและฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง และฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) ส่วนฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	สถานภาพ	Mean	SD	F-test	P-value
ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	โสด	4.20	.69	.770	.464
	สมรส	4.22	.82		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.36	.48		
การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง	โสด	3.87	.78	.911	.403
	สมรส	3.85	.80		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.69	.87		
ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	โสด	4.05	.70	.928	.396
	สมรส	4.10	.64		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.96	.67		
ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่	โสด	4.14	.61	2.698	.069
	สมรส	4.29	.66		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.31	.51		
ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง	โสด	3.73	.97	.600	.549
	สมรส	3.75	1.08		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.91	.76		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

จากตารางที่ 4.34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน อาจจะมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ ได้แก่ ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่และฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	ระดับการศึกษา	Mean	SD	F-test	P-value
ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	.84	.372	.689
	ปริญญาตรี	4.25	.65		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.24	.80		
การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.96	.80	.372	.689
	ปริญญาตรี	3.83	.79		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.61	.76		
ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.08	.75	1.337	.264
	ปริญญาตรี	4.09	.61		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.94	.65		
ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.28	.63	1.727	.179
	ปริญญาตรี	4.18	.59		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.32	.72		
ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.81	1.12	.322	.725
	ปริญญาตรี	3.74	.95		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.70	.94		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อาจจะมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ ได้แก่ ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่และฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง ไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์กับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	รายได้	Mean	SD	F-test	P-value
ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	ต่ำกว่า 15,000	4.38	.67	3.820	.005*
	15,001-30,000	4.09	.64		
	30,001-40,000	4.28	.71		
	40,001-60,000	4.22	.97		
	60,001 ขึ้นไป	3.00	1.41		
การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง	ต่ำกว่า 15,000	.675	.80	6.045	.000**
	15,001-30,000	.645	.84		
	30,001-40,000	.714	.69		
	40,001-60,000	.975	.73		
	60,001 ขึ้นไป	1.414	.70		
ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้	ต่ำกว่า 15,000	4.15	.69	2.859	.023*
	15,001-30,000	3.96	.66		
	30,001-40,000	3.99	.64		
	40,001-60,000	4.22	.64		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	.70		
ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่	ต่ำกว่า 15,000	4.15	.55	3.513	.008*
	15,001-30,000	4.17	.62		
	30,001-40,000	4.29	.66		
	40,001-60,000	4.44	.63		
	60,001 ขึ้นไป	3.50	2.12		
ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง	ต่ำกว่า 15,000	3.76	1.05	.181	.948
	15,001-30,000	3.72	.98		
	30,001-40,000	3.74	.92		
	40,001-60,000	3.84	1.11		
	60,001 ขึ้นไป	4.00	.00		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.36 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน อาจจะมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ ได้แก่ ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง และฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ 0.01 (ปฏิเสธ H_0) และ ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้งไม่แตกต่างกัน (ยอมรับ H_0)

4.5 ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์อิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

รายการ	ความพึงพอใจ	ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ด้านการเข้าถึง	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านการให้บริการ	ด้านกิจกรรม
ความพึงพอใจ	1					
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.444**	1				
ด้านการเข้าถึง	.401**	.202**	1			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.526**	.408**	.391**	1		
ด้านการให้บริการ	.500**	.284**	.325**	.470**	1	
ด้านกิจกรรม	.414**	.672**	.239**	.375**	.255**	1

จากตารางที่ 3.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จำนวน 6 ตัว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.20 – 0.67 โดย Hair, et al., (1998) กล่าวว่า ถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป จึงถือว่าตัวแปรทั้งสองนั้นเป็นตัวแปรเดียวกันซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้ค่าที่ได้เป็นความสัมพันธ์เชิงบวกทุกตัวแปร ซึ่งแสดงถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงค่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าผลการดำเนินงานมีค่าสูง ตัวแปรอื่น ๆ จะมีค่าสูงเช่นเดียวกัน โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านกิจกรรมกับด้านสิ่งดึงดูดใจ เท่ากับ 0.67 ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ด้านการเข้าถึงกับด้านสิ่งดึงดูดใจ เท่ากับ 0.202

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบสไตล์ฟาร์มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา รายด้าน

ตัวแปรอิสระ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว					Multicollinearity statistics
	B	SE	Beta(β)	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	.295	.232		1.272	.204	
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.215	.066	.170	3.242**	.001	1.936
ด้านการเข้าถึง	.175	.044	.166	3.973**	.000	1.229
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.231	.048	.228	4.840**	.000	1.554
ด้านการให้บริการ	.210	.035	.263	6.021**	.000	1.339
ด้านกิจกรรม	.121	.058	.108	2.084*	.038	1.884

$R^2 = 0.438$, Adjust$R^2 = 0.431$, $F = 61.529$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์โดยค่า VIF ของตัวแปรมีค่าเท่ากับ 1.936 1.229 1.554 1.339 และ 1.884 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์

การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร คือ ด้านการให้บริการ (β=0.263, p<0.01) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (β=0.228, p<0.01) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (β=0.170, p<0.01) ด้านการเข้าถึง(β=0.166, p<0.01) และด้านกิจกรรม(β=0.108, p<0.05) ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ร้อยละ 43.80 (R^2 =0.438) โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ ด้านที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.263 (B = 0. 210, t = 6.021, p < 0.01) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.228 (B = 0.231, t = 4.840, p < 0.01) และด้านกิจกรรม น้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.108 (B = 0.121, t = 2.084, p < 0.05) ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 สถานภาพสมรส จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบสไตล์ฟาร์มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านสิ่งดึงดูด คือ ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.42

ด้านการเข้าถึง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านการเข้าถึง คือ มีเวปไซต์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.21

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ฟาร์มสเตย์มีที่จอดรถยนต์เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.13

ด้านการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านการให้บริการ คือ พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.28

ด้านกิจกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านกิจกรรม คือ อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.17

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

ด้านปัจจัยภายใน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยภายใน คือ เพื่อได้ศึกษาและเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยสัมผัส มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.32

ด้านปัจจัยภายนอก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยภายนอก คือความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.34

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.32

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบสไตล์ฟาร์มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร คือ ด้านการให้บริการ (β=0.263, p<0.01) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (β=0.228, p<0.01) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (β= 0.170, p<0.01) ด้านการเข้าถึง (β=0.166, p<0.01) และด้านกิจกรรม (β=0.108, p<0.05) ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ร้อยละ 43.80 (R^2 =0.438)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึง พบว่า มีเวปไซด์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน และน้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรม พบว่า อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน สอดคล้องกับงานวิจัย ของ ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ และคณะ (2561) ได้ศึกษา ประสิทธิภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตร: กรณีศึกษา ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน ที่พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากด้านความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว การมีเส้นทางการเข้าถึง การมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การมีกิจกรรม และ ด้านที่พักอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว การได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด การได้ท่องเที่ยวควบคู่กับการได้รับความรู้เชิงเกษตร อีกทั้ง การตกแต่งสถานที่ที่สวยงามท่ามกลางธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ ด้านการเข้าถึง คือ มีการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ค ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งมีการแชร์ข้อมูล การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางแอพลิเคชันผ่านสมาร์ทโฟนที่ให้ความสะดวก รวดเร็วและเข้าถึงง่าย ส่วนด้านกิจกรรม เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาประสบกับปัญหาไวรัสโคโรน่า 19 ทำให้การออกแบบกิจกรรมไม่สามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้ แต่สถานประกอบการก็ยังต้องออกแบบกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เช่น การปั่นจักรยานในฟาร์ม การวอล์คแรลลี่ หรือการขับโกคาร์ท เป็นต้น

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่ทำให้ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร ยางประยงค์ (2559) ได้ศึกษาถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาการท่องเที่ยวถ้ำภูผาเพชร จังหวัดสตูล พบว่า จากการประเมินส่วนผสมทางการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้ง สุจิตรา หนูมี และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2563) ได้ศึกษา การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านตัวแปรความทรงจำและความพึงพอใจ โดยปัจจัยประสบการณ์นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความทรงจำและความพึงพอใจ ขณะเดียวกันตัวแปรความทรงจำและความพึงพอใจก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ การที่ฟาร์มสเตย์มีการจัดเตรียมสถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว การจัดหาของที่ระลึก อาหาร เครื่องดื่ม ภายในสถานที่ให้บริการ นอกจากนี้ ยังรวมถึงความสามารถในการจัดการ

การท่องเที่ยวด้วยการจัดเตรียมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร คือ ด้านการให้บริการ (β=0.263, p<0.01) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (β=0.228, p<0.01) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (β=0.170, p<0.01) ด้านการเข้าถึง (β=0.166, p<0.01) และด้านกิจกรรม(β=0.108, p<0.05) ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ในจังหวัดนครราชสีมา อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ร้อยละ 43.80 (R^2 =0.438) โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ ด้านที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.263 (B = 0. 210, t = 6.021, p < 0.01) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.228 (B = 0.231, t = 4.840, p < 0.01) และด้านกิจกรรมน้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.108 (B = 0.121, t = 2.084, p < 0.05) ตามลำดับ สอดคล้องกับ ณิชารีย์ จันทร์อินทร (2556) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภคในงานท่องเที่ยวไทย ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิต์ พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยมีค่า β = 0.340 อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ของผู้บริโภค ได้ร้อยละ 47.20 หรือ R^2 = 0.472 อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปในทิศทางเดียวกับ กนก บุญศักดิ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษา เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย พบว่า 1) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างคุณภาพ การบริการ ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ0.01 2)คุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความภักดีการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 และ 3) มีตัวแปรเพียง 2 ตัวที่ไม่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณภาพการบริการ ด้านรูปธรรมการบริการและด้านความมั่นใจ สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ การบริหารประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบฟาร์มสเตย์เกิดจากแนวคิดในการสร้างสิ่งดึงดูดใจ ด้วยการตกแต่งสถานที่พัก การนำเสนอวิถีการดำเนินชีวิตในชีวิตประจำวัน การมีจุดเช็คอินและบริการที่สร้างความประทับใจ ด้านการเข้าถึง คือ การพยายามนำเสนอข้อมูลที่อัพเดทผ่านช่องทางทั้งออฟไลน์ผ่านตัวบุคคล หรือ ออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์หรือเพจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ความสะดวกในการเข้าถึงฟาร์มสเตย์ สถานที่จอดรถ

ป้ายบอกทาง หรืออาหารเช้า ด้านการให้บริการ มีพนักงานให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการให้บริการ เช่น การพูดคุย การยกกระเป๋า การให้บริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องการ และด้านกิจกรรม คือ การออกแบบกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น กีฬาแบบแอดเวนเจอร์ การปั่นจักรยาน หรือการวิ่ง ซึ่งการสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวรูปแบบฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. เพิ่มกิจกรรมภายในฟาร์มสเตย์ให้หลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อทำให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงธรรมชาติอย่างใกล้ชิดและลึกซึ้งเพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจความเป็นธรรมชาติได้อย่างดียิ่งขึ้น

2. ควรมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น มีโปรโมชั่นใหม่ ๆ มาดึงดูดนักท่องเที่ยว ตกแต่งสถานที่เพิ่มเติมให้มีความน่าสนใจ เช่น มุมถ่ายรูป

3. อยากให้มีกิจกรรมเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับแปลงผักและกิจกรรมปศุสัตว์ อาจมีการเพิ่มสัตว์เกษตรให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสมากขึ้น

4. เพิ่มรอบการชมภายฟาร์มให้มากยั่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีปริมาณมากทำให้บางกลุ่มพลาดโอกาสในการเข้าชม และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในฟาร์มสเตย์

5. อยากให้มีกิจกรรมเช่าจักรยานปั่น เพิ่มลานกางเต็นท์ อยากให้ฟาร์มมีอุปกรณ์กางเต็นท์ให้เช่า เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีอุปกรณ์มาเอง

6. เพิ่มจุดถ่ายรูป เพิ่มกิจกรรมสำหรับครอบครัวที่สามารถทำด้วยกันได้ เพิ่มผลิตภัณฑ์ของฝากจากฟาร์ม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อเป็นของฝากได้

7. เพิ่มเมนูอาหารให้หลากหลายในฟาร์มสเตย์ และทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้คนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

8. ควรเน้นบริการในด้านอาหาร เพราะยังมีการเสิร์ฟอาหารผิดเมนู และอาหารค่อนข้างเสิร์ฟช้า และที่นั่งไม่เพียงพอภายในบริเวณรับประทานอาหาร

9. สินค้าภายในฟาร์มสเตย์ นักท่องเที่ยวตั้งใจจะไปซื้อสินค้า แต่สินค้าหมดทางฟาร์มควรเตรียมสินค้าให้พอดีกับจำนวนลูกค้าในโอกาสต่อไป

10. ราคาอาหารค่อนข้างแพง ไม่เหมาะสมกับคุณภาพอาหารที่ได้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์ ควรตระหนักถึงการส่งเสริมด้านการเข้าถึง เพราะมีค่าเฉลี่ยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวมากที่สุด โดยการสร้างช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างกว้างขวางและทั่วถึง อีกทั้ง ต้องวางแผนการวางกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างกระชับ ชัดเจน และถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงฟาร์ม การติดต่อประสานงาน และการให้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์ ควรออกแบบการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านระบบออนไลน์ หรือการสร้างแอพพลิเคชั่นการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ด้วยตนเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและได้รับข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2. ผู้ประกอบการฟาร์มสเตย์ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านกิจกรรม โดยสามารถออกแบบกิจกรรมในการกระตุ้นและจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการเข้าท่องเที่ยวรูปแบบฟาร์มสเตย์อย่างพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ สามารถออกแบบกิจกรรมดังต่อไปนี้ การเพิ่มกิจกรรมให้มีหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อทำให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงธรรมชาติอย่างใกล้ชิดและลึกซึ้งเพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจความเป็นธรรมชาติได้อย่างดียิ่งขึ้น

3. การจัดให้มีโปรโมชั่นกระตุ้นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น เช่น การเพิ่มอาหารเช้า การลดราคาช่วงโลซีซั่น การจัดให้มีกิจกรรมเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับแปลงผักและกิจกรรมปศุสัตว์ อาจมีการเพิ่มสัตว์เกษตรให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสมากขึ้น การเพิ่มรอบการชมภายฟาร์มให้มากยิ่งขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวที่พลาดโอกาสในการเข้าชมสถานที่ และการร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในฟาร์มสเตย์

4. การจัดให้มีกิจกรรมเช่าจักรยานปั่น มีลานกางเต็นท์ และการจัดให้ฟาร์มมีอุปกรณ์กางเต็นท์ให้เช่า เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีอุปกรณ์มาเอง การเพิ่มจุดถ่ายรูป การเพิ่มกิจกรรมสำหรับครอบครัวที่สามารถทำด้วยกันได้ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ของฝากจากฟาร์ม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อเป็นของฝากได้ นอกจากนี้ ยังสามารถออกแบบเมนูอาหารให้หลากหลายและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น การสร้างของที่ระลึกที่จะทำให้นักท่องเที่ยวนึกถึงฟาร์มสเตย์ และการจัดทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้คนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะของบริบทชุมชนในลักษณะเดียวกันสามารถนำข้อค้นพบจากงานวิจัย เรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา ไปพัฒนาต่อยอดแหล่งท่องเที่ยวเชิง

เกษตรสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนเกษตรกรรมที่ยั่งยืนเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนเกษตรอย่างทั่วถึง

2. สำหรับการดำเนินการวิจัยครั้งต่อไปนักวิจัยสามารถนำเอาผลการวิจัย เรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์จังหวัดนครราชสีมา ไปเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวเที่ยว โดยสามารถขับเคลื่อนพัฒนาผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีต้นทุนด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และ ที่สำคัญมีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมาที่หลากหลาย โดยอาศัยความเป็นเกษตรวิถีใหม่

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2552). *คู่มือการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ.2560-2564*. พิมพ์รั้งที่1. กรุงเทพฯ: พีดับบลิว ปริ้นติ้ง.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). *คู่มือการดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางการเกษตร ปีงบประมาณ 2545*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.

กิตติยา ดาวเวียงกัน และลัดดา ปินตา. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. *Journal of Arts Management. 4*(2): 263-277.

เกศมณี เหลืองฐิติกาญจนา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จอมพงศ์ มงคลวนิช. (2556). *การบริหารองค์การและบุคลากรทางการศึกษา*. พิมพครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์.

ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวน เลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 12*(2): 115-131.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2543). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์รั้งที่2. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์สถาบนัราชภฏัเชียงใหม่.

ณิชารีย์ จันทร์อินทร์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภคในงานท่องเที่ยวไทย ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เทพกร ณ สงขลา. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนชน:กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์. 6*(2): 1-12.

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2553). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี: การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ธินิกานต์ ประไกรวัน. (2549). *การพัฒนาจัดการสวนเกษตรสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา สวนยอ รอยัล ทรอปิคส์.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

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

นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2560). ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิง ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 13*(2). น. 105-123.

นิรันด์ ยิ่งยวด, ประสงค์ ตันพิชัย, สันติ ศรีสวนแตง และวีรฉัตร์ สุปัญโญ. (2559). กระบวนการปรับใช้ความรู้การทำเกษตรผสมผสานของชุมชนและเกษตรกร: กรณีศึกษา บ้านหนองกระโดนมน อำเภอหนองหญ้าไทร จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปะศาสตร์. (8)*172-198.

นิศา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* พิมพค์รั้งที่2. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์.

บุญเลิศ จิตตั้งจิตวัฒนา. (2549). *การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ.

บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา. (2552). การ*พัฒนาบทบาทองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมและสนับสนุนความพร้อมของเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในกลุ่มภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ประภาพร ยางประยงค์.(2559). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยว ถ้ำภูผาเพชร จังหวัดสตูล. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. 7*(13),56-70.

ปราการ กองแก้ว. (2546). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุขภัณฑ์รายใหญ่:กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ และคณะ. (2561). ประสิทธิภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตร: กรณีศึกษาศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคลน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University. 11*(3). กันยายน-ธันวาคม. หน้า: 882-896.

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, วัชราภรณ์ อารีรัตนศักดิ์, อมรรัตน์ ศรีวิโรจน์, มานะศิลป์ ศรทนงค์, เชียง เภาชิต. (2561). กระบวนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในจังหวัดอุตรดิตถ์. *Journal of International Thai Tourism*. *14*(1) มกราคม - มิถุนายน 2018, น. 48-58.

พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พยอม วงศ์สารศรี. (2548). *องค์กรและการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ. สุภา.

พรสวัสดิ์ ศิรศาตนันท์. (2555). *ภาวะผู้นำทางการศึกษา*. จันทบุรี : คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

พิมพา หิรัญกิตติ, อุดม สายะพันธุ์, เกยูร ใยบัวกลิ่น, สุพรรณี อินทร์แก้ว และสมชาย หิรัญกิตติ. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์ (28)*88: 362-384.

ภารดี อนันตนาวี. (2555). *หลักการแนวคิด ทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 4. ชลบุรี.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). *หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน*. สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://www.stou.ac.th/Tourism/Achieve/April/Topic1.htm.

วฤทธิ์ สารฤทธิคาม. (2548). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลดอนงัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วัลภา ชายหาด. (2532). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์ และพยัต วุฒิรงค์. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคอนกรีตผสมเสร็จซีแพค. *จุฬาลงกรณ์วารสาร. 16* (62), น. 54 -79.

ศิริภา มณีรัตน์ และ จุฑาทิพย์ เฉลิมผล. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมของเส้นทางสายแม่ริม-สะเมิง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. *แก่นเกษตร 45 ฉบับพิเศษ 1*: 540-544.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีย์รัตน์, องอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิลม์ และไซเท็กซ์.

ศิลษา ธีรานนท์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: กรณีศึกษาภายหลังการเกิดวิกฤตการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. 7*(13): 38-55.

สมุทร ชำนาญ. (2554). ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้: มุมมองใหม่ของภาวะผู้นำทางการศึกษา. *วารสารการบริหารการศึกษา. 3*(1): 22.

สัมมา รธนิธย์. (2553). *ทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารการศึกษา.* กรุงเทพฯ.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ. (2563). *สรุปข้อมูลสถิติการเกษตรสหกรณ์ที่สำคัญ*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *ตารางข้อมูลสถิติจำแนกตามสาขา.* สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สุจิตรา หนูมี และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2563). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ. 7*(1). น. 43-68.

สุทธิชาติ อำมาตย์หิน. (2543). *ความพึงพอใจของเกษตรกรในการบริการตลาดกลางการค้าผลิตผลเกษตรประจำตำบลในจังหวัดอุดรธานี.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุนทร โคตรบรรเทา. (2554). *การบริหารการศึกษา.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ส.เอเซียเพรส.

สุวัชรีภรณ์ จิตใจ, เยาวเรศ เชาวนพูนผล, ณฐิตากานต์ พยัคฆา, ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล, สุรพล เศรษฐบุตร, ธีระพงษ์ เสาวภาคย์ และกรรณิกา แซ่ลิ่ว. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนหมู่บ้านสันทางหลวง อำเภอแม่จัน *จังหวัดเชียงราย. KHON KAEN AGRICULTURE JOURNAL SUPPL. 1*: (2021): 650-656.

สุวิมล ติรกานันท์. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หลุย จำปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาการจูงใจ.* กรุงเทพฯ: สามัคคีสาสน์.

อรรถพร คำคม. (2546). *การให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์: ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพและปริมณฑล.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Khanchit Maraphot and Thaksinat Somboon. (2016). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้: กรณีศึกษา ตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา. *Journal of Thai Hospitality and Tourism 11*(2): 23-36.

The works community management. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. Retrieved 25 Feburay 2020, from http://www.theworks.co.th/blog/2018/10/24/agro-tourism/.

ภาษาต่างประเทศ

Buhalis, D. (2000). *Strategic useof information technologies in the tourism industry. Tourism Management*. Essex : Pearson Education.

Cochran, W.G. (1963). *Sampling Techniques*. New York : London.

Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principler of tourism*. Auckland: Longman.

Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK: Butterworth Heinemann.

Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education.

Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill Book.

Hair, J. F., Tham, R. L., Anderson, R. E. & Black, W. (1998). *Multivariate data Analysis* (5th ed.). London: Prentice-Hall International IMC.

Hornby, A. F. (2000). *Advance learner's dictionary*. (6th ed.). London, England: Oxford University.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), pp. 607-610.

Maslow, A. (1970). *Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs*. In R.F. Craven & C. J. Hirnle (Eds.), Fundamental of Nursing: Human Health and Function. (3rd ed.) Philadelphia: Lippincott.

Oliver, Richard L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Irwin/McGraw-Hill New York.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing 49*, (Fall), 41-50.

Pelasol, J. (2012). Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. International Peer Reviewed *Journal JPAIR Multidisciplinry Research is being certified for QMS ISO 9001:2008 by the Anglo Japanese American Registrars of the United Kingdom.*

Quirk, R. (1987). *Longman Dictionary of Contemporary English.* London: Richard Clay.

Shelly, D. F. (1995). *Tackling family member compensation*. American Printer, 215, p. 2.

Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. London: Litton Educational.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ และกรอกข้อความให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
   - ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
   - ☐ 18-30 ปี ☐ 31-40 ปี
   - ☐ 41-50 ปี ☐ 51-ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
   - ☐ โสด ☐ สมรส
   - ☐ หม้าย/หย่าร้าง
4. วุฒิการศึกษา
   - ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
   - ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้ต่อเดือน
   - ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,000 – 30,000 บาท
   - ☐ 30,001 – 45,000 บาท ☐ 45,001 – 60,000 บาท
   - ☐ 60,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

ระดับ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุดหรือดีมาก ระดับ 4 = ระดับความคิดเห็นมากหรือดี 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลางหรือพอใช้ 2 = ระดับความคิดเห็นน้อยหรือต่ำกว่ามาตรฐาน 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุงแก้ไข

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)					
1.ฉันได้พบเห็นบรรยากาศ สไตล์ฟาร์ม					
ที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ					

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.ภายในฟาร์ม จัดให้มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม					
หลายอย่าง/หลายประเภท					
3 ภายในฟาร์ม มีจุดหรือพื้นที่ที่แสดงกิจกรรมอย่หลายแห่ง					
ที่น่าสนใจ					
4 ฉันได้พบเห็นกิจกรรมวิถีชีวิตเชิงเกษตร					
ที่น่าสนใจหลายแห่งในฟาร์ม					
5 ฉันได้พบเห็นการเลี้ยงสัตว์หลายชนิดในฟาร์ม					
6 ฉันได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างในฟาร์มปศุสัตว์					
7 ฉันได้ลิ้มลองอาหารประเภทเนื้อสัตว์หรือพืชผัก ที่มาจากฟาร์ม					
8 ฉันได้เห็นวิวทิวทัศน์หที่สวยงามตามธรรมชาติภายในฟาร์ม					
9 อากาศที่ฟาร์มมีความบริสุทธิ์สดชื่น					
10 ภายในฟาร์มมีการตกแต่งสถานที่ที่น่าสนใจ					
11 ฉันได้พบเห็นการปลูกพืชผักหลากหลายชนิดในฟาร์ม					
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)					
12 เส้นทางเข้าถึงฟาร์มสเตย์มีความสะดวกสบาย					
13 ป้ายบอกเส้นทางไปฟาร์มสเตย์มีความชัดเจน					
14 มีเวปไซด์บอกเส้นทางมายังฟาร์มสเตย์ที่ชัดเจน					
15 เส้นทางการท่องเที่ยวภายในฟาร์มสเตย์มีควมสะดวกสบาย					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)					
16 ฟาร์มสเตย์มีที่จอดรถยนต์เพียงพอ					
17 ร้านจำหน่ายอาหารและสินค้ามีจำนวนเพียงพอ					
18 มีสุขาเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว					
19 มีจุดทิ้งขยะตามจุดต่าง ๆ					
20 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนชราและผู้พิการ					
21 ฟาร์มสเตย์มีที่พักให้เลือกพักค้างคืนได้					
ด้านการให้บริการ					
22 พนักงานมีมิตรไมตรีจิตร อัธยาสัยดี ต้อนรับอบอุ่น					
23 พนักงานให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน					
24 พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว					
25 มีพนักงานให้บริการอยู่ตลอดเวลา					

ประสบการณ์การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านกิจกรรม (Activities)					
26 ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับสัตว์ภายในฟาร์ม					
27 ฉันได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับพืชภายในฟาร์ม					
28 สินค้าจำหน่ายในฟาร์มมีหลายประเภท มีความโดดเด่น					
29 ฉันได้ถ่ายรูปกับสัตว์					
30 ฉันได้ถ่ายรูปกับพืชผัก					
31 ฉันได้ถ่ายรูปกับดอกไม้					
32 ฉันได้ถ่ายรูปกับงานศิลปะ					
33 สินค้าต่าง ๆ ที่ซื้อมีคุณภาพดี					
34 ราคาสินค้าในฟาร์ม เหมาะสมกับคุณภาพ					
35 อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ น่ารับประทาน					
36 อาหารรสชาติอร่อย มีหลากหลายประเภท					

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์

ระดับ 5 = ความสำคัญมากที่สุดหรือดีมาก 4 = ความสำคัญมากหรือดี 3 = ความสำคัญปานกลางหรือพอใช้ 2 = ความสำคัญน้อยหรือต่ำกว่ามาตรฐาน 1 = ความสำคัญน้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุงแก้ไข

รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. ปัจจัยภายใน (เหตุผลส่วนตัวที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์)					
37 เพื่อได้สัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติ					
38 เพื่อพักผ่อนในวันหยุด					
39 เพื่อได้ศึกษาและเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยสัมผัส					
40 เพื่อหลบหลีกความจำเจจากที่อยู่อาศัยเดิม					
41 เพื่อบอกเล่าการมาท่องเที่ยวฟาร์ม					
42 เพื่อได้พบเจอสัตว์น่าสนใจ ที่ไม่ค่อยได้พบเห็น					
43 เพื่อได้ใช้เวลากับครอบครัว ญาติมิตร					

รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
2. ปัจจัยภายนอก (สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์)					
44 ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของฟาร์มสเตย์					
45 ความสวยงามของธรรมชาติในฟาร์มสเตย์					
46 กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์					
47 สถาปัตยกรรมภายในฟาร์มสเตย์					
48 สื่อรายการวิทยุ โทรทัศน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
49 สื่อสังคมออนไลน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
50 สื่อบุคคลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
51 ค่าใช้จ่ายในฟาร์มสเตย์มีความเหมาะสมและความคุ้มค่า					
52 ฟาร์มสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม					
53 การส่งเสริมการเที่ยวภายในประเทศจากรัฐบาล					

ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์

ระดับ 5 = ความพึงพอใจมากที่สุดหรือดีมาก 4 = ความพึงพอใจมากหรือดี 3 = ความพึงพอใจปานกลางหรือพอใช้ 2 = ความพึงพอใจน้อยหรือต่ำกว่ามาตรฐาน 1 = ความพึงพอใจน้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุงแก้ไข

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังฟาร์มสเตย์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
54 ฉันรู้สึกดีที่ได้มาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้					
55 การมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้เกินความคาดหวัง					
56 ฉันรู้สึกชอบการมาเที่ยวฟาร์มในครั้งนี้					
57 ฉันพอใจกับการตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มที่นี่					
58 ฉันอยากกลับมาท่องเที่ยวฟาร์มนี้อีกครั้ง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

สิ่งที่ควรเสนอแนะนำไปพัฒนาฟาร์มสเตย์ในโอกาสต่อไป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล:
ดร.ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์
อาจารย์ประจำโครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
ภูมิลำเนา:
จังหวัดแพร่

ประวัติการศึกษา

ปริญญาเอก	ปร.ด. (วิจัยและพัฒนาการเกษตร)	2560
ปริญญาโท	วท.ม. (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการจัดการทางดิน)	2556
ปริญญาโท	วท.ม. (ส่งเสริมการเกษตรและนิเทศศาสตร์เกษตร)	2550
ปริญญาตรี	วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)	2545

ประสบการณ์สอน

1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
3. การจัดการภาวะวิกฤติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. วิธีเชิงปริมาณทางการท่องเที่ยว
5. ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว
6. การจัดการธุรกิจแสดงสินค้าและนิทรรศการ
7. การจัดการงานเทศกาลและงานมหกรรม
8. การจัดการท่องเที่ยวอาเซียน

ประสบการณ์วิจัย

1.	การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและการตลาดบนความหลากหลาย ทางชีวภาพ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาสุขภาพท้องถิ่น ชุมชนลุ่มแม่น้ำปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว (โครงการย่อยที่ 1 การจัดการทรัพยากรบนความหลากหลายทางชีวภาพ-วัฒนธรรม และภูมิปัญญาสุขภาพท้องถิ่นเชื่อมโยงเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนลุ่มน้ำปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว)	แหล่งทุน บพข. /63
2.	การศึกษาศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีอินทรีย์ กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านปลักไม้ลาย ต.กำแพงแสน อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม	แหล่งทุน มก./63 มก./62
3.	แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงนิเวศเกษตรอินทรีย์ ต.กำแพงแสน อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม	แหล่งทุน มก./62
4.	ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนตำบลวังเย็น อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	แหล่งทุน มก./61
5.	การพัฒนาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสีเขียวและการปรับตัวของชุมชนเพื่อธำรงคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ต.คลองมหาสวัสดิ์ อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม	แหล่งทุน มก./61
6.	แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในจังหวัดสุโขทัย และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	

ผลงานวิชาการ

1. ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2564
2. ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์, ธานินทร์ จี้คีรี, Pan mailing, QIN LI และSun Ting. 2563. สำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิง Herbal Healing กรณีศึกษา วัดปลักไม้ลาย ต.ทุ่งขวาง อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 17 มก.กพส.

3. นัชชา ทัสลิม, ฐิรนันท์ อรัญดร, สิรินดา แฮวอู และปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. 2563. ปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแรงจูงใจผลักดันในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อน หินดาด อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 17 มก.กพส.
4. ปิยพงศ์ และคณะ. 2561. *กระบวนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในจังหวัดอุตรดิตถ์*, Journal of International Thai Tourism , ปีที่ 14, ฉบับที่ 1, มกราคม - มิถุนายน 2018, หน้า 48-58.
5. ปิยพงศ์ และคณะ. 2561. *ประสิทธิภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตร: กรณีศึกษา ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน*, Veridian E-Journal, Silpakorn University, ปีที่ 11, ฉบับที่ 3, กันยายน - ธันวาคม 2018, หน้า 882-896.
6. สุรศักดิ์ บุญประสิทธิ์, ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์, ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และ อนามัย ดำเนตร. 2561. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ), ปีที่ 12, ฉบับที่ 6, พฤศจิกายน - ธันวาคม 2019, หน้า 1610-1628.