

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5th National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดี เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มะโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์รชฎ เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาติ สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลดินทร์ แสงอาสาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสฤติย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสฤติย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์

กล่อมธงเจริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ศรีนฤวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เดชเถกิง

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์

อวิโรธนานนท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ต้นจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ตุลาสมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤตน์

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อันจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

www.ba.mju.ac.th

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษนิศา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตพงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ

อาจารย์ ดร.กัญญพัสวี่

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

อาจารย์ ดร.อรุณี

อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์

อาจารย์ ดร.พนมพร

อาจารย์ ดร.ศรุต

อาจารย์ ดร.กุลชญา

อาจารย์ ดร.อนุชา

อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสภวิริยะ

บุญมาก

สัมฤทธิ์สกุล

ชลประเสริฐสุข

ศิริโกคากิจ

บังเมฆ

มณีพันธ์

สงเคราะห์

หยูเย็น

ชุลิกาวิทย์

วรรณสถิต

ศรีนฤวรรณ

เดชเถกิง

อวิโรชนานนท์

ตันจันทร์พงศ์

ตุลาสมบัติ

พงษ์เพชร

กล่อมธงเจริญ

สิริประเสริฐศิลป์

ยศบุตร

ใบไม้

เฉลิมวรรณ

วรุณกุล

แฉ้วนแก้ว

กันทรดุขฎี

มารังค์

การศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
กรณีศึกษาศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี

The study factor of perception and image of agricultural attractions.

A case study of the here chai, mueang Suphanburi.

ขวัญกมล รุ่งเรือง¹ จิตพนธ์ ชุมเกต²

¹ นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย และ 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และมีสถานภาพสมรส ในด้านปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณค่าด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านพฤติกรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวก่อนและเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร และปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ด้านกิจกรรม และด้านราคา ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, การรับรู้, ภาพลักษณ์

Abstract

This research has purpose 1.) for a study of perception and image of the learning centre and the peasant way of life and spirit, Thailand (here chai rice seed), mueang Suphanburi. 2.) to study the factors that influence the decision to agro tourism Center to learn the way of life and spirit, peasants and Thailand (here chai rice seed) and 3.) to study the behavior of tourists visiting the Learning Center, lifestyle and spirit farmer Thailand (here chai) from a random sampling number of 400 people. The tools used in this research is the query. Statistics that are used to analyze the data at this time is the average percentage frequency values and the standard deviation. The research found that the samples coming agro tourism is mostly females aged between 21-30 years old, have a lower level of Education Bachelor's degree. There a career as a public servant /State Enterprise Average monthly income does not exceed 5,000 baht and marital status in factor in perceived value and the image of the agricultural tourist attractions. Found that the samples are know valuable aspects of way of life and local culture are in most levels. Behavioral aspects Most tourists never before traveling and traveling for recreation. The personal factor of tourism agriculture and the perception and image of the attractions and the image of the side attractions, lifestyles and cultures of local amenities within the activity, and the prices are factors that affect behavior in the tourism, agriculture.

Keywords: agro-tourism, perception, image

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เริ่มจากยุค 1.0 เป็นยุคเกษตรกรรม จากนั้นกลายเป็นยุค 2.0 ที่มีการนำเครื่องจักรมาช่วยงานหรืออุตสาหกรรมเบา ในขณะที่ยุค 3.0 เป็นยุคอุตสาหกรรมหนักและมีการลงทุนจากต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยก็ยังไม่สามารถก้าวข้ามความเป็นประเทศรายได้ปานกลางได้ ดังนั้นจึงนำมาสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่เน้นที่การแก้ปัญหาให้ประเทศหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง จึงต้องพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ ที่มีการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ประชาชนสามารถสร้างรายได้ได้ด้วยตนเอง มีการปฏิรูปทั้งโครงสร้างในทุกมิติ ภาคธุรกิจ การเกษตร การศึกษา และแรงงาน จากระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิตโดยใช้แรงงาน เครื่องจักรและทรัพยากร เปลี่ยนมาเป็นการผลิตบนฐานความรู้และเทคโนโลยี(เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ, 2559) ดังนั้นเกษตรกรจึงควรเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารและเทคโนโลยี ซึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็คือหนึ่งในกลยุทธ์ของไทยแลนด์4.0

เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตต่างๆ หลากหลายสาขาที่ให้ผลตอบแทนสูง

อีกทั้งประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันการรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นนโยบายหนึ่งที่สำคัญของกรมส่งเสริมการเกษตรในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มรายได้และขยายโอกาสให้แก่ประชาชนในภาคเกษตร ซึ่งเป็นการสร้างช่องทางตลาดให้กับชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้โดยตรงจากการจำหน่ายสินค้า ทั้งผลผลิตสด ผลิตภัณฑ์แปรรูป และเป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรและชุมชนได้เป็นอย่างดี(สุรพล จารุพงศ์, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่นำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพของเกษตรกร ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาผสมผสาน ด้วยระบบการบริหารการจัดการทรัพยากรที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน(หมอนไม้, 2556)

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีสภาพภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร ทำให้มีอุตสาหกรรมเกษตรจำนวนมาก นอกจากจังหวัดสุพรรณบุรีจะเป็นจังหวัดที่มีสถานท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และธรรมชาติแล้ว จังหวัดสุพรรณบุรียังมีแหล่งเรียนรู้รวมทั้งการให้บริการด้านเทคโนโลยีการผลิตการเกษตรและเกษตรเชิงอุตสาหกรรมอีกด้วย เช่นศูนย์วิจัยข้าวสุพรรณบุรีศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดสุพรรณบุรีศูนย์วิจัยพืชไร่สุพรรณบุรี ศูนย์บริหารศัตรูพืชโดยชีวภาพ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร เป็นต้น แหล่งเรียนรู้เหล่านี้มีงานด้านการเกษตรมากมายที่นำไปสัมผัสและเรียนรู้เพื่อเป็นประสบการณ์แห่งการเริ่มต้นหรือพัฒนาอาชีพของผู้สนใจ ทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นมา(ดวงกมล รักขยัน, 2552)

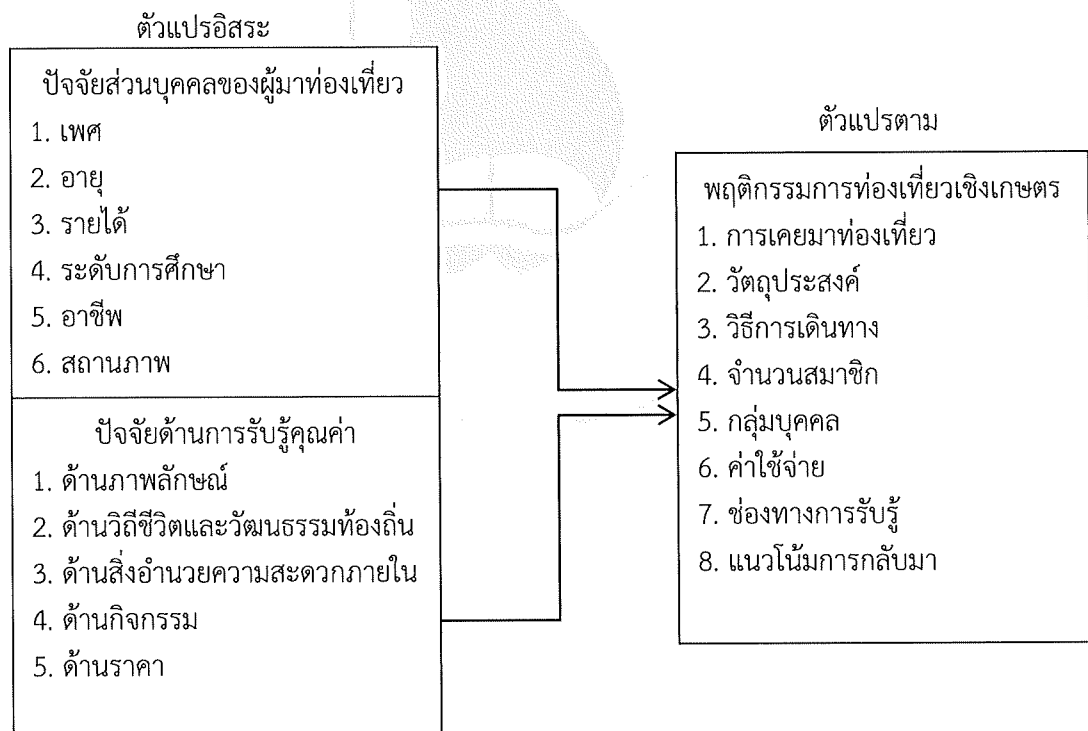
ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) สร้างขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชาวนาและผู้สนใจในการศึกษาค้นคว้าวิธีการทำนาที่เหมาะสมในปัจจุบัน และวิถีชีวิตบรรพบุรุษของชาวไทยที่ประกอบอาชีพทำนามาตั้งแต่ครั้งอดีต ภายในตกแต่งอย่างร่มรื่นประกอบด้วยหมู่เรือนไทยตั้งเรียงรายอย่างสวยงามและทุ่งนาเขียวขจี ประกอบด้วย เรือนหนังสือข้าวให้ชาวนาและผู้สนใจได้เรียนรู้พระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และกระบวนการผลิตข้าวในขั้นตอนต่างๆ เรือนวิถีชาวนาไทยในอดีต เรือนไทยที่เก็บข้าวของเครื่องใช้ในการทำนาของชาวนาในอดีตและคอกควายที่เป็นส่วนสำคัญในการทำนา แปลงนาสาธิต ชมความเขียวขจีของทุ่งนาและความหอมของข้าวที่ออกรวงใหม่ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงกิจการให้มีประสิทธิภาพและศึกษาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ส่งเสริมให้เป็นสถานที่ที่มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเตรียมพร้อมในการเข้าสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมในอนาคตอันใกล้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชมศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(ดวงกมล รักขยัน, 2552) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรีผลการวิจัยพบว่า ผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปีมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,500-10,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและมีสถานภาพโสด พฤติกรรมของผู้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรีผลการวิจัยพบว่า ผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักและทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการมาท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท

(พรศิริ บินนาราวี, 2555) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด และด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก

(สมาภรณ์ คงเจริญกาย, 2548) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าผู้เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรับรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้นมาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อน และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน พฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทางลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้ที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ข้อมูลหัตถ์ปฏิบัติ

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ หนังสือ วารสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลงานวิจัยและการบรรยายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม น่าเชื่อถือและมีความถูกต้อง

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ทำการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดเวลาขอบเขตของเวลาเพื่อให้ได้เวลาที่เหมาะสม โดยเริ่มการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเป็นเวลา 1 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม

4. ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่ในการวิจัยครั้งนี้คือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งการวิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาท่องเที่ยวศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากและไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยการคำนวณจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีในปี2558 จำนวน3.4ล้านคน(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี,2558) ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ดังนี้

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

แทนค่า

$$n = \frac{3,400,000}{1 + 3,400,000(0.05)^2}$$

$$= 399.95 \approx 400$$

ดังนั้น จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด คือ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ของผู้มาท่องเที่ยวที่ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก

ส่วนที่2 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบ(กัลยา วานิชย์บัญชา,2544) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 – 1.80	หมายความว่า	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.81 – 2.60	หมายความว่า	น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	2.61 – 3.40	หมายความว่า	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	3.41 – 4.20	หมายความว่า	มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	4.21 – 5.00	หมายความว่า	มากที่สุด

ส่วนที่3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบให้ผู้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ หนังสือ วารสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลงานวิจัยและการบรรยายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม น่าเชื่อถือและมีความถูกต้อง
2. เมื่อได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องแล้วจึงนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา
3. กำหนดโครงสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นจึงทำการออกแบบสอบถามตามโครงสร้างที่กำหนดไว้
4. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว แจกจ่ายให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก โดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี แล้วจึงชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องเก็บศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเต็มใจให้ความร่วมมือ ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ(Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายถึงลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วน-เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย
3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม จะใช้สถิติ t-test Independent เพื่อทดสอบ และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติ One Way ANOVA เพื่อทดสอบ

ผลการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาคครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีอาชีพปัจจุบันเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24. ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5

2. ผลการศึกษาการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย (นาเฮี้ยใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่1 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณ

ปัจจัยด้านการรับรู้	ข้อ1	ข้อ2	ข้อ3	ข้อ4	ข้อ5	Mean	S.D.	ระดับการรับรู้
ด้านภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว	4.86	4.80	4.81	4.76	-	4.80	0.343	มากที่สุด
ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.81	4.79	4.82	4.83	4.82	4.81	0.337	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน	4.78	4.61	4.74	4.70	4.83	4.73	0.412	มากที่สุด
ด้านกิจกรรม	4.78	4.81	4.83	4.73	-	4.79	0.371	มากที่สุด
ด้านราคา	4.77	4.75	4.76	4.78	-	4.77	0.446	มากที่สุด

จากตารางที่1 พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยเรียงลำดับจากการรับรู้สูงสุดอันดับ1 คือด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น รองลงมาคือด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ด้านราคา และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน มีการรับรู้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 , 4.80 , 4.79 , 4.77 และ 4.73 ตามลำดับ

3. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคครั้งนี้ พบว่าส่วนใหญ่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวเลย จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ต้องการที่จะมาพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมามีจำนวน 3-5 คน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารข้อมูลจากสื่อออนไลน์ จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.3

4. ผลจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน

ตารางที่2 ปัจจัยส่วนบุคคล เพศที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

พฤติกรรม	เคยมาท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์	วิธีการเดินทาง	จำนวนสมาชิก	กลุ่มบุคคล	ค่าใช้จ่าย	ช่องทางการรับรู้	การกลับมา
T	3.229	-1.891	-2.582	-3.342	-3.197	0.288	0.160	-1.434
Sig.	0.001	0.001	0.000	0.000	0.001	0.773	0.873	0.004

ตารางที่3 ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรม

พฤติกรรม	อายุ		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		สถานภาพ	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
เคยมาท่องเที่ยว	2.512	0.030	12.450	0.000	6.484	0.000	8.379	0.000	2.933	0.088
วัตถุประสงค์	4.042	0.001	16.397	0.000	6.260	0.000	3.559	0.002	1.262	0.262
วิธีการเดินทาง	13.086	0.000	11.624	0.000	10.806	0.000	2.791	0.011	12.629	0.000
จำนวนสมาชิก	10.119	0.000	9.256	0.000	11.119	0.000	3.658	0.002	7.049	0.008
กลุ่มบุคคล	1.283	0.270	8.468	0.000	2.495	0.016	4.703	0.000	0.365	0.546
ค่าใช้จ่าย	1.929	0.089	1.642	0.195	0.881	0.521	0.587	0.741	0.391	0.532
ช่องทางการรับรู้	7.230	0.000	2.187	0.114	8.170	0.000	1.978	0.068	20.876	0.000
การกลับมา	0.970	0.436	0.847	0.429	0.378	0.915	0.987	0.433	1.892	0.170

จากตารางที่2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้แหล่งท่องเที่ยว มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการเคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ในกลุ่ม และแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมา มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านความสัมพันธ์ในกลุ่ม ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ช่องทางการรับรู้ และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล และช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ช่องทางการรับรู้ และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง และช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ ความสัมพันธ์กลุ่มบุคคล ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรม	ด้านภาพลักษณ์		ด้านวิถีชีวิตวัฒนธรรม		ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด		ด้านกิจกรรม		ด้านราคา	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
เคยมาท่องเที่ยว	2.355	0.040	1.061	0.389	2.929	0.005	2.623	0.017	2.968	0.005
วัตถุประสงค์	4.167	0.001	3.384	0.001	3.571	0.001	3.206	0.004	4.605	0.000
วิธีการเดินทาง	3.190	0.008	1.710	0.094	2.446	0.018	1.220	0.295	6.178	0.000
จำนวนสมาชิก	4.783	0.000	3.620	0.000	4.212	0.000	3.030	0.007	8.164	0.000
กลุ่มบุคคล	2.733	0.019	3.410	0.001	3.118	0.003	2.467	0.024	4.199	0.000
ค่าใช้จ่าย	5.315	0.000	2.495	0.012	3.781	0.001	2.910	0.009	1.336	0.232
ช่องทางการรับรู้	1.583	0.164	2.325	0.019	2.879	0.006	4.441	0.000	4.546	0.000
แนวโน้มการกลับมา	0.348	0.884	0.185	0.993	0.370	0.919	0.298	0.938	0.180	0.989

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและพบว่า มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านช่องทางการรับรู้ และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านวัตถุประสงค์ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และมีช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกภายในที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า มีพฤติกรรมทางด้านแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้ด้านกิจกรรมที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิธีการเดินทาง และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้ด้านราคาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในการเคยมาท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ วิธีการเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล และมีช่องทางการรับรู้ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการเดินทางกลับมา มีค่า P-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเสียวไร่) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพปัจจุบันเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท สถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ(ดวงกมล รักขันธ์, 2552) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรีที่พบว่า ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีรายได้เฉลี่ย 5,500 บาท

เมื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณค่าของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนา ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ(พรศิริ บินนาราวี,2555) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด และด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ต้องการที่จะมาพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ(ประกาศิต ทองเจือเพชร,2544) ยังไม่เคยมา และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ(ตลใจ มณีงาม,2550) จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมามีจำนวน 3-5 คน ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 ได้รับข่าวสารข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และมีแนวโน้มที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 397 คน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยจังหวัดสุพรรณบุรี กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าผู้มาท่องเที่ยวเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และมีช่องทางการรับรู้แหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันมาก ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ(สมาภรณ์ คงเจริญกาย,2548) อาจเพราะว่าศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยเป็นที่ท่องเที่ยวได้ทั้งสำหรับพักผ่อน และศึกษาหาความรู้ ผู้มาเที่ยวจึงมีความหลากหลาย

เมื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ด้านกิจกรรม และด้านราคา ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ส่งผลในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักเพิ่มมากขึ้น และควรเพิ่มกิจกรรมที่น่าสนใจขึ้นมา เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับสถานที่ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
2. รัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะเข้ามาพัฒนา อบรม การให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เฉพาะเจาะจง เช่น คนในวัยทำงาน หรือผู้มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). รายงานสถิติการท่องเที่ยวภาคกลาง. จาก <http://www.tiewpakklang.com/news/central-region/16250/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย(นาเฮียใช้) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี. จาก <http://thai.tourismthailand.org/%E0%B8%AA%E0%B8%9>
- จารุณี ทรัพย์บุญโต. (2555). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากมุมมอง ประชาชนในท้องถิ่นและต่างถิ่น. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชฎาภา ตงสาลี. (2557). การรับรู้ภาพลักษณ์ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่7 ฉบับที่3 เดือนกันยายน-ธันวาคม 2557: 1257-1264
- ณัฐพล สิริพรพิสุทธิ์. (2558). องค์ประกอบของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ดลใจ มณีงาม. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ดวงกมล รักขັນ. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- เนืองวงศ์ ทวยเจริญ. (2559). Thailand 4.0. จาก <http://www.9experttraining.com/articles/thailand-4.0>
- ประกาศิต ทองเจือเพชร. (2544). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปริศนา มั่นภา. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม. งานวิจัยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริการลูกค้า คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ปาริฉัตร งามสมศักดิ์. (2556). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จากนักท่องเที่ยวต่างถิ่น. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญามหาบัณฑิตแขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2554). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- พรศิริ บินนาราวี. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สมภารณ์ คงเจริญกาย. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการ
ท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.
- สุขุมารณ์ ชันศรี. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ
นักท่องเที่ยว. งานวิจัยภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร, สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- สุรพล จารุพงศ์. (2557). เกษตรอัจฉริยะ. สืบค้นจาก
<https://www.facebook.com/smartfarmthailand/posts/136626993179113>
- สุรศักดิ์ ด้วงกลัด. (2548). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุย
จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
รามคำแหง
- หม่อนไม้. (2556). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรียนรู้วิถีเกษตร. สืบค้นจาก
[http://crfoodsafety.com/index.php?option=com_content&view=article&id=33
&Itemid=32](http://crfoodsafety.com/index.php?option=com_content&view=article&id=33&Itemid=32)
- Yamane, Taro. (1967). Statistics: An Introductory Analysis. (2nd ed.). New York: Harper
and Row.