

# การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## The Quality Development of Agro Tourism in Northeast Thailand

ขวัญกมล ดอนขวา<sup>1\*</sup> และนางสาวจิตตานันท์ ทิกุล<sup>2</sup>  
Kwankamol Donkwa<sup>1\*</sup> and Jittanan Tikul<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี นครราชสีมา 30000

<sup>2</sup> สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี นครราชสีมา 30000

### ABSTRACT

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

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

Results of Model verification showed that the Model was appropriate and practical.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received 4 January 2013

Received in revised form

4 March 2013

Accepted 5 March 2013

Available online 16 June 2014

#### Keywords:

Quality Development

(การพัฒนาคุณภาพ)

Agro Tourism

(การท่องเที่ยวเชิงเกษตร)

Perception (การรับรู้)

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 แห่ง จำนวน 385 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง t-Test F-Test Scheffe's method และ Paired-Sample t-Test ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละรายการน้อยกว่า 1,000 บาท ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน ด้านการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ เท่ากับ 0.28 โดยภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถส่งมอบคุณภาพบริการถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

\* Corresponding Author +66-0-4422-4249

E-mail address: kwnkamol@sut.ac.th

## บทนำ

ปี ค.ศ. 1950 ได้มีการประมาณการการเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับโลก พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 25 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 760 ล้านคน และ 903 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2007 และ ค.ศ. 2020 ตามลำดับ สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน โดยภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) และปรีดี โชติช่วง (ออนไลน์, 2552) ได้สรุปว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านคน และมีการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.5–7 สำหรับประเทศในกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub region – GMS) นั้นได้คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจาก 16.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2545 เป็น 60 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 นอกจากนี้ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) ได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศในรูปของเงินตราต่างประเทศ และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังทำให้เกิดการจ้างงานให้แก่ชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณสุขโรคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึกต่อไป สำหรับประเทศไทยได้มีการปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวด้วยการกำหนดการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น รวมถึงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติก็ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งได้เสนอให้มีการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยอาศัยความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย รวมถึงให้มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิต และการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค ด้วยการสนับสนุนจากทางภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มีการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด เช่น ปี พ.ศ. 2523 ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) ในช่วงปี พ.ศ. 2543 ประกาศเป็นปีท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 2 (Visit Thailand 1998 - 1999) ต่อมาปี พ.ศ. 2545 เปิดโครงการ Amazing of Thailand Experience Variety 2002 – 2003 และปี พ.ศ. 2546 เป็น Unseen in Thailand ตามด้วย Thailand Happiness on Earth ในปี พ.ศ. 2547 สำหรับในปี พ.ศ. 2549 ประกาศเป็น Thailand Grand

Invitation 2006 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาในปลายปี พ.ศ. 2551 ต่อเนื่องถึงกลางปี พ.ศ. 2552 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวนลดลง รัฐบาลจึงมีมาตรการจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยขยายตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการปรับแผนการตลาดที่หันมาสนใจนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการรณรงค์การท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึก ด้วยโครงการ “เที่ยวไทยหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน” โดยมีแผนการดำเนินงานด้านการสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2556 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 ปี โดยเน้นปรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และเยาวชน ด้วยการนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสร้างโอกาสในการขยายตลาดโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน/ฮันนีมูน และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นต้น โดยสถานะตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2554 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 91 ล้านคน-ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยว 432,000 ล้านบาท และโดยคิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,560.50 บาทต่อคน รวมถึงองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (วาริชต์ มัชฌมบุรุษ, ออนไลน์, 2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) อยู่ในกลุ่มรูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถานบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น (ท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ออนไลน์, 2547) และได้มีการจัดการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ Earth Summit ในปี พ.ศ. 2535 ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งมีข้อตกลงร่วมกันระหว่างประเทศที่เข้าร่วมประชุม ในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับมุมมองทางการท่องเที่ยว ได้ก่อให้เกิดการผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้จากกระแสการพัฒนา 3 ประการ ซึ่งได้แก่ กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้ กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และกระแสความต้องการพัฒนาคน ส่งผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการแสวงหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยมีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism,

Conservation Tourism และเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือ Agro Tourism ในที่สุด (สินธุ์ สโรบล, ออนไลน์, 2551) อย่างไรก็ตามการที่จะให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลเส้นทางเข้าถึงแหล่งเที่ยวและข้อมูลด้านอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวได้นั้น ควรจะต้องนำเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศเข้าอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวตามที่ พิชญ์สินี กิจวัฒนาถาวร ธรา อังสกุล และจิตมินต์ อังสกุล (2554) ได้ศึกษาระบบสกัดความรู้จากบทวิจารณ์ออนไลน์ของนักท่องเที่ยว และส่วนหนึ่งได้อธิบายไว้ว่าการใช้การสกัดความรู้แบบอัตโนมัติของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทยจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น จึงควรมีการนำระบบสกัดความรู้แบบอัตโนมัติจากบทวิจารณ์ออนไลน์ของนักท่องเที่ยวดังกล่าวมาใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปัจจุบันของประเทศไทยนั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น และลักษณะการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรายได้และฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 1,316 บาทต่อเดือน และมีสัดส่วนของจำนวนคนจนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 13.05 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2554) อย่างไรก็ตามภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือว่ามีชื่อเสียงในระดับชาติและนานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย และจังหวัดสกลนคร เป็นต้น โดยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้แก่ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สวนอุนงูเรือวโนทยาน ชาติได้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และศูนย์ศึกษาฯ การพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ดังนั้นการทําวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะสามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### สมมติฐานการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นประเด็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นประเด็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

สมมติฐานที่ 3 เปรียบเทียบความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความแตกต่างกัน โดยเน้นประเด็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

### วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555) โดยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) สวนอัญมณีเรือวานอุทยาน ชาติ เดอ เลข อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่า ๆ กัน (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (3) ข้อมูลด้านความคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ (4) ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่น ๆ โดยข้อคำถามในส่วนที่ (1) และส่วนที่ (2) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ (3) มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้เครื่องมือที่ประยุกต์มาจาก SERVQUAL ของ Parasuraman Zeithaml และ Berry (1985) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการบริการทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ สำหรับส่วนที่ (4) มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิด

เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามดังกล่าวได้พัฒนาขึ้นมา โดยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เฉพาะในส่วนที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยจะพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดในเครื่องมือที่ว่าจัดอยู่ในปัจจัยกลุ่มเดียวกันหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach' alpha coefficient) ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทดสอบมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ ) ไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากอยู่ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากการหาค่าความถี่ หรือร้อยละ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) ตลอดจนใช้สถิติการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีค่าแตกต่างกัน ทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe's method (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) และทำการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยเทคนิคของระดับคะแนนของบริการที่คาดหวังและระดับคะแนนของการรับรู้คุณภาพบริการในแต่ละปัจจัย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

## ผลการศึกษาและอภิปรายผล

### 1. ผลการศึกษา

โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 29.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.7

ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 29.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.5 สำหรับผลการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ ดังต่อไปนี้

### 1.1 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก ร้อยละ 60.5 โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 57.1 มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 58.2 เหตุผลหลักคือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 29.9 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ร้อยละ 59.7 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 74.5 โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000-2,999 บาท ร้อยละ 38.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 41 ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 60 และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 34.8

### 1.2 ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านความน่าเชื่อถือ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี และยังมีมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี และ 40-49 ปี

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000-19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000-29,999 บาท

### 1.3 ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า

10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นจำนวนที่จอดรถ มีเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000-29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000-39,999 บาท

#### 1.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งในภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการทุกด้าน คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทุกข้อ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยววงความเป็นธรรมชาติสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ความพึงพอใจในด้านบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

## 2. อภิปรายผล

### 2.1 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยพิจารณาจากความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว ในการเดินทางนักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลทิพย์ ชูประทีป (2547) เรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร



เป็นครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงกมล รัชชยัณ (2552) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก มีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว

ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น พบว่า ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวไร่่องุ่นแต่ละครั้ง น้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000-2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมภรณ์ ขันศรี และพีรชัย กุลชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,900 บาท เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายพบว่า ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยเท่ากับ 930 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยเท่ากับ 330 บาท ค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึกและของฝากเฉลี่ยเท่ากับ 240 บาท

## 2.2 ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคาดหวังในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งหลังจากที่ได้รับบริการจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตรงกับลำดับความคาดหวัง โดยมีการรับรู้ในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในระดับมาก ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนไปท่องเที่ยวกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้ภายหลังจากไปท่องเที่ยว มีความสอดคล้องไปในระดับเดียวกัน และพบว่าช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้มีค่าไม่มากนัก ยิ่งแสดงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นไปในแนวทางที่คาดหวังไว้ก่อนล่วงหน้า ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Kvist and Klefsjo (2006) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ศึกษาพื้นที่ทางตอนเหนือของประเทศสวีเดน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้าน

การให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแตกต่างกันระหว่างช่วงก่อนการรับบริการและหลังจากรับบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากรับบริการที่ส่งผลต่อการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยคุณภาพบริการแตกต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ สามารถสรุปความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พีรชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย (2548) เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Chowdhary and Prakash (2007) เรื่อง การจัดลำดับของปัจจัยคุณภาพบริการ พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ควรมีการเปลี่ยนแปลงจากการบริการที่มุ่งเน้นตัวบุคคลไปมุ่งเน้นที่ลักษณะทางกายภาพของธุรกิจบริการ เช่น วัตถุประสงค์ และสถานที่ เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติในระดับมากที่สุด เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wargenau and Che (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวไวน์และกลยุทธ์ทางการตลาด ในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีแผนที่เส้นทางและป้ายโฆษณาเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นขั้นตอนในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวไวน์ที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรที่เป็นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านจำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมาก และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นแรกคือ จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลายและมีจำนวนเพียงพอในระดับมาก และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมาก รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ ประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมาก รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550) กล่าวว่า คุณสมบัตินักให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการ เนื่องจากลูกค้าคาดหวังในการต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่ที่สุภาพอ่อนโยนของนักให้บริการ ซึ่งแสดงถึงอริยศาสตร์ของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมภรณ์ จันทร์ศรี และพีรชัย กุลชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลในการให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นลำดับแรก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวนมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวน และสอดคล้องกับการศึกษาของ กุลหญิง ชียงกะบุตร (2553) เรื่อง ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ บ้านจอมแจ้ง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการต้อนรับ การให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ ความเป็นมิตร และการให้ความช่วยเหลือของบุคลากร

### 2.3 ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Christopher, Vandermerve and Lewis อ้างถึงใน อินทิตรา จันทรัฐ (2552) พบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการจะมีความแตกต่างกันในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไต้หวัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไต้หวันแตกต่างกัน

โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ ในด้านการมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี และยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี และ 40-49 ปี และในประเด็นด้านบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Swarbrooke and Horner อ้างถึงใน วิฒนชัย ชูมาก (2544) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี

ด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000-19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวของความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000-29,999 บาท

#### 2.4 ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่องน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่องนไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่องนแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาท ขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000-29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000-39,999 บาท

#### 2.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เจนตรีดา โทลา (2550) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของฟาร์มกล้วยไม้ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยวในระดับที่เท่ากัน โดยสรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา พู่เจริญ (2550) เรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก คือ สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

มีการนำเสนอความน่าสนใจด้านวิถีชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงสุด ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงสุด และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงสุด

## สรุป

ผลการศึกษาและการอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สรุปผลที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1) นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จึงมีกำลังใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มากนัก โดยมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พักน้อยกว่า 1,000 บาท ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีเกณฑ์การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับกำลังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยการตั้งราคาไม่สูงมากเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเน้นที่การให้ความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการให้บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเต็มใจ กระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในตัวพนักงานที่มาให้บริการ โดยการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักการบริการ สร้างความเป็นกันเองระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีในการทำงานอันจะส่งผลถึงการให้บริการต่อลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจและเป็นกันเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการในด้านดังกล่าวสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

3) การเข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีการรับรู้ในด้านจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้องสุขอนามัยเพียงพอต่อความต้องการ และจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในลำดับท้าย ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรทำการปรับปรุงการให้บริการในประเด็นด้านจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้องสุขอนามัยและจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมา

ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ผู้ประกอบการจึงควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการ โดยเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้บริการตามร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มเติม กระจายจุดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว หรืออาจเปิดร้านค้าสำหรับสินค้าชุมชนโดยการจัดซุ้มขายอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังควรจัดสรรพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง โดยอาจเพิ่มจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกจากบริเวณพื้นที่จอดรถ ทั้งยังช่วยดูแลการจอดรถของนักท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบเพื่อรองรับจำนวนรถของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการให้บริการด้านห้องน้ำที่สะอาดสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยเฉพาะช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทั้งนี้ควรมีการมอบหมายบุคลากรรับผิดชอบดูแลการบริการด้านห้องน้ำที่สะอาดอยู่เสมอ

4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในลำดับสุดท้าย โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประเด็นชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งหมายความว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ทั้งนี้ควรได้รับความร่วมมือจากภาครัฐเพื่อช่วยสนับสนุนด้านงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

5) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ได้พักค้างคืนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ไม่เพียงพอ ดังนั้นหากจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนมากขึ้น ควรจัดการการท่องเที่ยวเป็นแบบแพ็คเกจ (Package) กับพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ควรสร้างเครือข่ายกับบริษัทนำเที่ยว และเจ้าของที่พักหรือรีสอร์ท

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์งบประมาณสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ ชูประทีป. (2547). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). นโยบายและแผนการตลาด [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://thai.tourismthailand.org/about-tat-page/about-tat/policy-marketing-plan/>

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท  
ธรรมสาร จำกัด.
- กุลหญิง ชียงคะบุตร. (2553). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ บ้านจอมแจ้ง  
อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เจนต์ธิดา โทลา. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้  
อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลธิชา พุเจริญ. (2550). ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก  
อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล รักขันธ์ (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิง  
เกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2547). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://agrotourism.doae.go.th/>
- ปรีดี โชติช่วง. (2552). นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://dc273.4shared.com/doc/XZVmrSI9/preview.html>
- พิชญสินี กิจวัฒนาถาวร ธรา อังสกุล และจิตติมนต์ อังสกุล. (2554). ระบบสกัดความรู้จากทวิจาณ์ออนไลน์ของ  
นักท่องเที่ยว. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี 5(1): 33-46.
- พีรชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย. (2548). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. ใน  
การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 43.
- เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต. (2554). คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่งน. วิทยานิพนธ์การจัดการ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2550). เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15.  
พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วัฒนชัย ชูมาก. (2544). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาสมาชิก  
สโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารัตน์ มัชฌมบุรุษ. (2553). รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.estudytourism.com/TourismJournal.html>
- สินธุ์ สโรบล. (2551). ชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: ข้อเสนอเพื่อการปรับตัวของชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย.  
จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 3 ปี 2551 [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.etatjournal.com>.
- สุบุญภรณ์ ชันศรี และพีรชัย กุลชัย. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ  
นักท่องเที่ยว. ใน การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). ตารางความยากจน. [ออนไลน์]. ได้จาก:  
<http://www.nesdb.go.th/>
- อินทิรา จันทร์ฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่บินภายใน  
ประเทศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



- 
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing** **49**, Fall: 41-50.
- Kvist A. J. and Klefsjo B. (2006). Which service quality dimensions are important in inbound tourism?: A case study in a peripheral location. **Managing Service Quality**, **16**(5): 520-537.
- Wargenau A. and Che D. (2006). Wine tourism development and marketing strategies in Southwest Michigan. **International Journal of Wine Marketing**, **18**(1): 45-60.
- Chowdhary N. and Prakash M. (2007). Prioritizing service quality dimensions. **Managing Service Quality**, **17**(5): 493-509.

