

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ
ในจังหวัดนครนายก

**FACTORS AFFECTING THE DECISION TO AGRO AND ECO TOURISM
IN NAKORNNAYOK PROVINCE**



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ปีการศึกษา 2557

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ
ในจังหวัดนครนายก
FACTORS AFFECTING THE DECISION TO AGRO AND ECO TOURISM
IN NAKORNNAYOK PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ปีการศึกษา 2557



© 2557

เดชธร เงินทองแดง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ป้ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัด
นครนายก
ผู้วิจัย เดชาธร เงินทองแดง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(รศ.ดร.เชาว์ โรจนแสง)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.เอก ชูณหะวัณ)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.จิราณัฐ โสภากา)

(ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สิงหาคม 2557

ชื่อวิทยานิพนธ์: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและ
ธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก
ผู้วิจัย: เดชาธร เงินทองแดง รหัสนักศึกษา : 012360004
หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร
ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ที่เข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดนครนายก เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่กระจายทั่วทุกอำเภอ ของ จังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ ใช้ LSD และการหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยภายในอัน ได้แก่ การรับรู้, การเรียนรู้, ทักษะและแรงจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของ นักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 44

รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ใน จังหวัดนครนายกที่แตกต่างกัน ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยภายนอก อัน ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ กับปัจจัยอื่น ประกอบด้วย นโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 34

คำสำคัญ: การตัดสินใจ,ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ,ส่วนประสมทางการตลาด

Title: Factors Affecting The Decision To Agro And Eco Tourism In Nakornnayok Province

Researcher: Mr.Dechathorn Ngernthongdaeng **Student ID:** 012360004

Degree: MBA. Hotel and Tourism Management. (Thai)

Advisor: Dr.Chompunuch Jittithavorn

Academic year: 2014

Abstract

This research's objectives are to study factor affecting decision of agricultural and nature tourism within Nakon Nayok province. Samples used in this research are 400 agricultural and nature tourism tourists within Nakon Nayok province, in every district of Nakon Nayok province. Tool used in this research is questionnaire. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, one way anova, LSD and multiple regression. The result have found that

Internal factors which are perception, learning, attitude and motive affect toward decision of agricultural and nature tourism in Nakon Nayok province. These factors could predict the decision of agricultural and nature tourism in Nakon Nayok province at 44% accuracy.

Difference of income affect toward the decision of agricultural and nature tourism in Nakon Nayok province at lower than 0.05 statistical significant.

External factors which are marketing mix, which consist of price, promotion, creating and presenting physical characteristic and process, and others factors which is public policy and reference group, have effect toward decision of agricultural and nature tourism in Nakon Nayok province. These factors could predict the decision of agricultural and nature tourism in Nakon Nayok province at 34% accuracy.

Keyword: Decision, Agricultural and nature tourism, Marketing mix

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ ได้รับความกรุณาและการให้คำปรึกษาที่มาจาก ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร
แนะนำ ซึ่งแนะนำการทำงานวิจัยอีกทั้ง เพื่อนนักศึกษาปริญญาโทที่เรียนรุ่นเดียวกัน ที่ได้ให้คำแนะนำ
อันเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณ คุณแม่วัลย์พรรณ สุขขวันดีผู้ที่ให้การสนับสนุนในการเรียนระดับ
ปริญญาโทในครั้งนี้ ไม่ว่าจะมีส่วนใด ก็ขอให้กำลังใจมาเสมอ รวมถึง ดร.เอก ชุมหัชชราชัย
ดร.ถนอมพงษ์ พานิช .ที่ได้ให้คำปรึกษาที่ได้นำมาใช้กับงานวิทยานิพนธ์ ยังมีอาจารย์ณรงค์ ผลค
จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ได้สอนวิธีการลงข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป นอกจากนี้ยังมี
ผู้เกี่ยวข้องอีกมากมายที่ไม่ได้กล่าวถึง ที่ทำให้ผลงานชิ้นนี้สำเร็จไปด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ จะนำไปทบทวนและประยุกต์ใช้ใน
อนาคต เพื่อที่จะได้ใช้ในอนาคตต่อไป

เดชธร เงินทองแดง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	9
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
1.7 สมมติฐานของการวิจัย	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	12
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ.....	14
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	16
2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยว แผนพัฒนากองท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2555-2559).....	25
2.5 แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก ด้านการท่องเที่ยว (พ.ศ.2557-2560).....	40
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	58
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	58
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
3.3 การทดสอบเครื่องมือ	60
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	68
3.6 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	71
4.2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก.....	74
4.3 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก.....	79
4. 4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก.....	89
4. 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	91
บทที่ 5 บทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
5.1 สรุปผลการวิจัยข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	98
5.2 สรุปผลการวิจัยปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และธรรมชาติในจังหวัดนครนายก.....	99
5.3 สรุปผลการวิจัยปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และธรรมชาติในจังหวัดนครนายก.....	100
5.4 สรุปผลการวิจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก.....	102
5.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	102
5.6 อภิปรายผล	104
5.7 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา.....	105

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.8 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	106
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก.....	111
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม,.....	112
ภาคผนวก ข ผลประเมินคุณภาพแบบสอบถาม.....	120
ภาคผนวก ค รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	129
ประวัติผู้วิจัย.....	131



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1	รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายใน จังหวัดนครนายก พ.ศ.2552-2554.....	2
ตารางที่ 1.2	ตารางแสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดนครนายก ปี 2553.....	4
ตารางที่ 2.1	ตารางแสดงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก.....	40
ตารางที่ 2.2	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้า และบริหารจัดการการท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐาน อย่างบูรณาการ.....	46
ตารางที่ 2.3	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : อนุรักษ์ ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างเป็นระบบ ให้เป็นเมืองน่าอยู่ พร้อมทั้ง เสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตแก่ประชาชน.....	47
ตารางที่ 2.4	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ให้มี ความปลอดภัย สนับสนุนให้เป็นแหล่งอาหารปลอดภัย และศูนย์สุขภาพ แบบองค์รวม.....	48
ตารางที่ 2.5	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : เพิ่มโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งพัฒนา ความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ และลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้.....	49
ตารางที่ 2.6	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สนับสนุนระบบการบริหารจัดการภาครัฐสู่จังหวัดอัจฉริยะ.....	50
ตารางที่ 3.1	ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha กับแบบสอบถาม.....	62
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	71
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	72
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา.....	72
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	73
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	73
ตารางที่ 4.6	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.7	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ด้านการรับรู้.....	75
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ด้านการเรียนรู้.....	76
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ด้านทัศนคติ.....	77
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ด้านแรงจูงใจ.....	78
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก.....	79
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์.....	80
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา.....	81
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	82
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	83
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล.....	84
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ.....	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ.....	87
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ด้านนโยบายของภาครัฐ.....	87
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ด้านกลุ่มอ้างอิง.....	88
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง เกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก.....	89
ตารางที่ 4.22	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ.....	90
ตารางที่ 4.23	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ.....	92
ตารางที่ 4.24	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	92
ตารางที่ 4.25	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ.....	93
ตารางที่ 4.26	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้.....	94
ตารางที่ 4.27	การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติกับรายได้.....	94
ตารางที่ 4.28	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทำนายปัจจัยภายใน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ	95
ตารางที่ 4.29	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทำนายปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ	96

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจ.....	16
ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ ของ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559.....	27



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากนับว่าเป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมหาศาลและมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งมีผลต่อการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในการช่วยสร้างงานสร้างอาชีพและยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนจังหวัดและประเทศให้เป็นที่รู้จักของนานาชาติประเทศอีกด้วยนอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่จังหวัดต่างๆให้ความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดโดยมีการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศดังจะเห็นได้จากการใช้สื่อต่างๆไม่ว่าจะเป็นรายการทางโทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์นิตยสารเป็นต้นจึงทำให้จังหวัดต่างๆทั้งหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนเกิดการตื่นตัวเป็นอย่างมากในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

ดังจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศมีกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นก่อให้เกิดการลงทุนรวมถึงเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์และรักษาวัฒนธรรมไทยพื้นบ้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้คงอยู่เป็นมรดกล้ำค่าทางธรรมชาติมีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกันมากขึ้นส่งผลให้เกิดการจ้างงานในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมทำให้เกิดการสร้างงานให้กับคนไทยในท้องถิ่นมีการหมุนเวียนเงินตราและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น

นอกจากนี้ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติจึงมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายจังหวัดนครนายกเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ทั้งด้านป่าเขา และแหล่งต้นน้ำ ดังจะเห็นได้จากสภาพพื้นที่โดยทั่วไปที่เป็นที่ราบอยู่ในหุบเขาตอนเหนือและตะวันออก เป็นเนินสูง และป่าเขาติดต่อกับเขาดงพญาเย็น ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบลุ่ม ภูเขาที่สำคัญ คือ เขาใหญ่ เขาเขียว เขาชะโงก และเขานางรอง ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำ ลำธารและเกิดน้ำตกที่สวยงามหลายแห่ง จังหวัดนครนายกมีพื้นที่ 2,122 ตารางกิโลเมตร อาณาเขตทิศเหนือจรดจังหวัดสระบุรีและนครราชสีมา ทิศใต้จรดจังหวัดฉะเชิงเทรา ทิศตะวันออกจรดจังหวัดปราจีนบุรี ทิศตะวันตกจรดจังหวัดปทุมธานี มีการแบ่งการปกครองออกเป็น 4 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ้านนา อำเภอ

องค์กรฯ และอำเภอปากพลี มีประชากรรวม 254,539 (ข้อมูล ณ เดือน กรกฎาคม 2555) คน เป็นชาย 125,938คน หญิง 128,601 คน มีลักษณะภูมิอากาศที่มีสภาพอากาศแห้งแล้ง และชุ่มชื้นสลับกัน อย่างเห็นได้ชัดเจน มีฤดูกาลที่แตกต่างกัน 3 ฤดู คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน – เดือนตุลาคม ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน – เดือนกุมภาพันธ์ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม – เดือนพฤษภาคม อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี ประมาณ 27-28 องศาเซลเซียส

โดยส่วนใหญ่จังหวัดนครนายกจะเน้นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหน่วยงานภายในจังหวัดนครนายกผ่านทางเว็บไซต์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก เป็นหลัก รองลงมาเป็น การจัดบูธตามสถานที่สำคัญ ต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุกระจายเสียงจังหวัดนครนายก ซึ่งทางการท่องเที่ยวฯ จะเรียกว่า การบอกข่าวสารถึงบ้าน (ประวัติ มุ่งเจริญรัตน์, 2554) และโดยภาพรวมแล้วการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครนายก มีแนวโน้มที่จะก้าวหน้าเป็นที่ชื่นชอบและพึงพอใจกับนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรแล้วยังไม่มีหลักฐานหรือข้อมูลใดมายืนยันอย่างแน่ชัดนักท่องเที่ยวมีการเปิดรับ รับรู้ และมีความพึงพอใจกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแท้จริง แต่สามารถดูได้จากข้อมูลสถิติการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดนครนายก พ.ศ. 2552 – 2554 ดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครนายก ปีพ.ศ. 2552-2554(มกราคมถึงธันวาคม)

จำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว(คน)			รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)		
ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
1,659,782	1,150,520	1,434,190	2,032.40	2,080.40	2,901.90

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก (พ.ศ.2557-2560) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557

จะเห็นได้ว่านโยบายที่สำคัญในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศในยุคปัจจุบันคือนโยบายที่จะส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555- 2559)เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจและการหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศรวมถึงการมีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมในประเทศที่เห็นได้

ชัดเจนคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อมุ่งหวังที่จะนำต้นทุนทางด้านทรัพยากรเกษตรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยใช้รูปแบบของกิจกรรมทางการเกษตรการดำรงชีวิตหรือวิถีชีวิตในท้องถิ่นความสวยงามความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการเกษตรและความอร่อยของพืชผักและผลไม้ที่ได้จากการเพาะปลูกของเกษตรกรเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมความสวยงามและร่วมทำกิจกรรมทางการเกษตรนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินความรู้และประสบการณ์ทางด้านการทำการเกษตรซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติมีทั้งการบริหารจัดการโดยภาครัฐ ภาคเอกชนและเกษตรกรทั่วไปอันจะส่งผลต่อคนในท้องถิ่นโดยเฉพาะเกษตรกรให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทำให้ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศต่อไปการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีองค์ประกอบที่สำคัญคือทรัพยากรการเกษตรที่ดึงดูดและเป็นที่น่าสนใจความโดดเด่นสถานที่และผลผลิตทางการเกษตรเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตวัฒนธรรมและความเป็นอยู่เฉพาะถิ่นความสวยงามของสถานที่การบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แก่ความร่วมมือของเกษตรกรสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่ต้องการความรู้ความเพลิดเพลินและสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการของเกษตรกรซึ่งปัจจัยหลักที่มุ่งใจให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติคือปัจจัยพื้นฐานต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวและการคมนาคมที่สะดวก

ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงจำนวนผู้เยี่ยมชม จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดนครนายก ปี 2553

สถานที่ท่องเที่ยว	สัดส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้เยี่ยมชม		
	ท่องเที่ยว		
	ชาวไทย (คน)	ชาวต่างชาติ (คน)	รวม (คน)
1.เขื่อนขุนด่านปราการชลคลองท่าด่านฯ	131,350	2,550	133,860
2.อุทยานวังตะไคร้	120,501	4,259	124,760
3.น้ำตกนางรอง	98,505	25,950	124,455
4.น้ำตกสาริกา	96,325	16,320	112,645
5.โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	45,201	2,350	47,551
6.ศูนย์ไม้ดอกไม้ประดับ อ.องครักษ์	39,050	3,528	42,578
7.สวนผลไม้	37,450	3,050	40,500
8.ท่าด่านโฮมสเตย์	4,200	850	5,050
9.โรงเรียนเตรียมทหาร จ.นครนายก	3,507	420	3,927
10.อื่นๆ	365,902	149,292	515,194
รวม	941,991	208,529	1,150,520

ที่มา : ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครนายก กรมการท่องเที่ยว ปี 2553

จากข้อมูลตาราง ที่ 1.2 ข้างต้นทางผู้วิจัย จึงตัดสินใจที่จะเลือก ตามสัดส่วนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ที่มีความถี่สูงสุด 5 ลำดับ ที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และธรรมชาติ ซึ่งจะเลือกเป็นขอบเขตในพื้นที่การทำงานวิจัย ได้แก่ ลำดับที่ 1 เขื่อนขุนด่านปราการชล อุทยานวังตะไคร้ น้ำตกนางรอง น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง และศูนย์ไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15 อ.องครักษ์ ตามลำดับ เป็นสถานที่ ที่จะเก็บข้อมูล แบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัย(จิตวิทยา)ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกโดยประชากรที่จะทำการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.3.1ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่จะศึกษานี้ จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก และสถิติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครนายก รวมถึงการศึกษาถึงปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงวิธีการแก้ปัญหา รวมถึงยุทธศาสตร์แผนพัฒนาของจังหวัดนครนายก อีกด้วย

1.3.2ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ คือผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่กระจายทั่วทุกอำเภอ ของจังหวัดนครนายก ทั้งหมด 400 ชุด

1.3.3ขอบเขตด้านพื้นที่

สถานที่ที่จะทำการเก็บแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ เชื้อนขุนด่าน ปรากราช อุทยานวังตะไคร้ น้ำตกนางรอง น้ำตกสาริกา อำเภอเมืองและศูนย์ไม้อดอก

ไม่ประดับ อำเภองครักษ์ ตามลำดับ เป็นสถานที่ ที่จะเก็บข้อมูล แบบสอบถามเพื่อศึกษา ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกสถานที่ ละ 80 ชุดแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 400 ชุด

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา(เก็บข้อมูล)

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ใช้ระยะเวลา 2 เดือน เริ่มต้นเดือน พฤษภาคม ไปจนถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2557

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1.4.1 การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการของการเปรียบเทียบ ผลตอบแทน หรือประโยชน์ที่จะได้รับจากทางเลือกหลายๆทาง โดยผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่ ให้ประโยชน์สูงสุด

1.4.2 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro –Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความ สวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความ รับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม ของสถานที่แห่งนั้น

1.4.3 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/เชิงนิเวศ (Eco – Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวใน แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมี กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วน ร่วม ของคนในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.4.4 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวหมายถึงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยอาชีพอายุระดับการศึกษาอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.4.5 ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

การรับรู้ (Perception) หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้าเข้ามากระทบอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมองเพื่อแปลความ

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง กระบวนการของประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมค่อนข้างถาวร ไม่ได้มาจากภาวะชั่วคราว วุฒิภาวะ หรือสัญชาตญาณ

ทัศนคติ (Attitude) (ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2520: 64-65) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการ เรียนรู้ จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิด ทัศนคติ ที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง(Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์อย่างต่อสิ่งใดในทางที่ดี หรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2.การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ที่เคยรับรู้มา

3.สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเรียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติ ขึ้นได้เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงที่ชอบ หรือไม่ชอบ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factor) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึงพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรมและยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วยคนที่มีความแรงจูงใจสูง จะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีความแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรม หรือไม่ก็ล้มเลิก การกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย

1.4.6ปัจจัยภายนอก ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) อ้างถึงใน Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นโดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)**เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ(Channels)

4. **ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การให้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. **ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

1.4.7 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของภาครัฐ หรือ นโยบายภาครัฐคือการขับเคลื่อนตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ให้บังเกิดผลในการปฏิบัติในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับสู่ผลสัมฤทธิ์ตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์นั้น จะต้องมีการบริหารจัดการแผนยุทธศาสตร์ฯ โดยหน่วยงานของรัฐจะต้องดำเนินตามกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินการตามความเหมาะสมและศักยภาพของแต่ละองค์กร และจะต้องให้ความสำคัญ กับการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน ของสังคมต่อการดำเนินการในทุกขั้นตอนของแผน(แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559)

1.4.8 **กลุ่มอ้างอิง**คือกลุ่มที่บุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยที่จะมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในการการเดินทางของท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

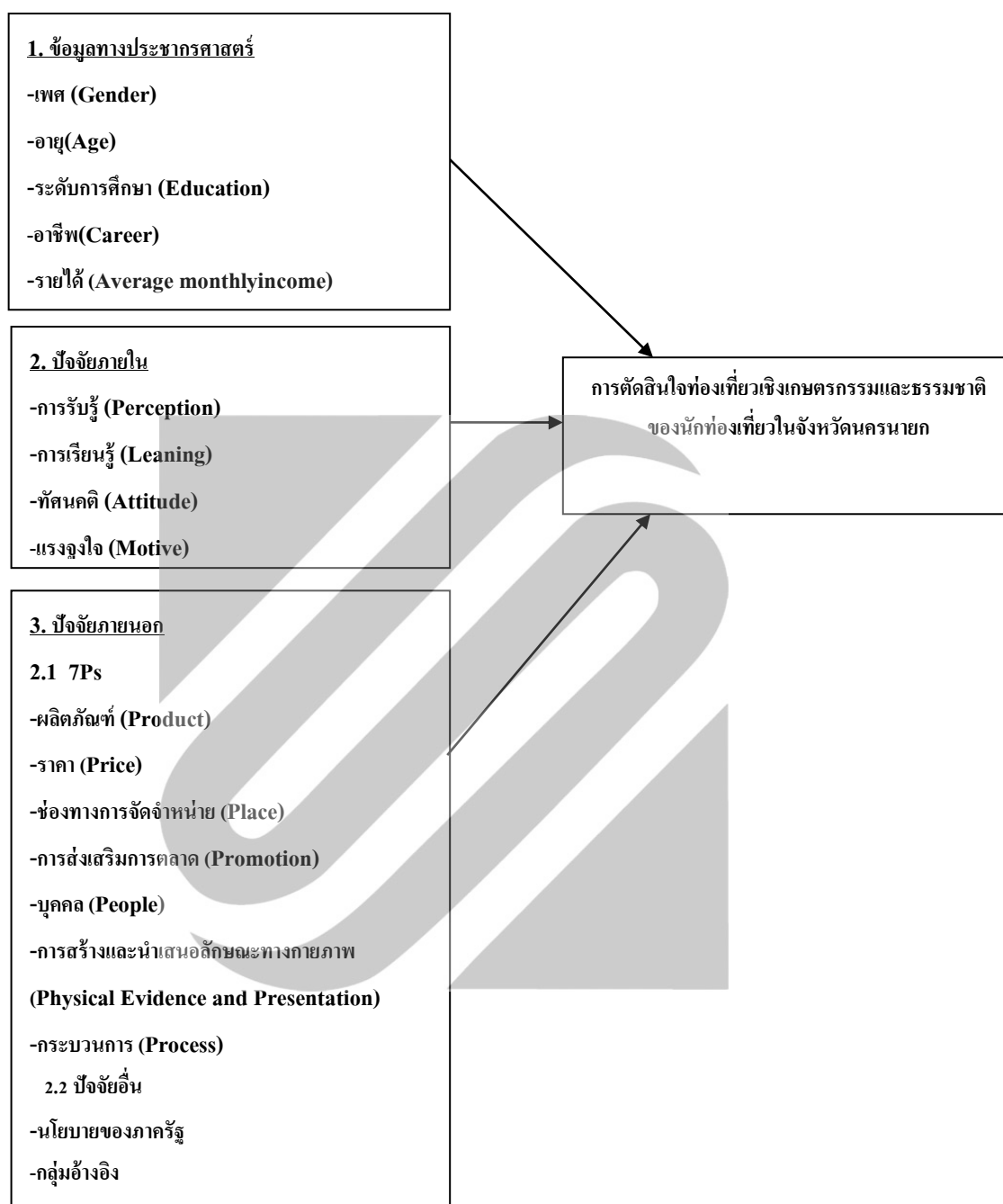
1.4.9 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทาง ความสะดวกในการเดินทาง ต้องการท่องเที่ยวในวันหยุดและวันพักผ่อน ความเหมาะสมของราคาเข้าชมสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสวยงามของสถานที่ ความต้องการความรู้ด้านการเกษตรและภูมิปัญญาชาวบ้าน ความเป็นกันเองของเจ้าของสวน/เจ้าหน้าที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก
2. ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางให้กับการวางแผนในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติที่จะได้ก่อตั้งของกระผม ในอนาคตต่อไป

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประมวลแนวคิดจากการอ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วกำหนดเป็นกรอบการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยซึ่งแสดงกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 สมมติฐานของการวิจัย

1.7.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.7.2 ปัจจัยภายในที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

1.7.3 ปัจจัยภายนอกที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกของนักท่องเที่ยว



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559
- 2.5 แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก ด้านการท่องเที่ยว (พ.ศ.2557-2560)
- 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

2.1.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้

เสรีวงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

2.1.2 องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) อ้างถึงใน Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นโดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. **ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธะระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. **ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการให้บริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.2.1 คำจำกัดความของการตัดสินใจ

นิตยาพรเสมอใจ (2550) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

บาร์นาร์ด (Barnard, 1983 อ้างถึงในไพฑิณต์, 2536 หน้า 155) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่าการตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการเลือกทางเลือกทางใดทางหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการจัดองค์กรการจัดคนเข้าทำงานการประสานงานและการควบคุมการตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน

2.2.2 กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Process of Decision Making) นักวิชาการที่ศึกษากระบวนการตัดสินใจซึ่งได้แบ่งขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจในลักษณะที่แตกต่างกันตามความคิดของแต่ละบุคคล โดยแบ่งตามกิจกรรมที่บุคคลได้ทำขึ้นซึ่งแบ่งออกเป็นหลายขั้นตอนการแบ่งขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซึ่งนั้นมีผู้แบ่งไว้หลายแบบซึ่งใน Kotler, 2000 (อ้างถึงในศิริวรรณเสรีรัตน์ 2541) กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคขั้นตอนเหล่านี้จะมีประโยชน์สำหรับผู้โฆษณาผู้วางแผนการส่งเสริมการตลาดโดยทั่วไปประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นขั้นตอนแรกซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ดีและสภาพเดิมของบุคคลความแตกต่างนั้นอาจเกิดขึ้นสามารถแก้ปัญหาได้ลูกค้าได้จึงต้องสร้างให้ผู้บริโภคทราบถึงความจำเป็นและความต้องการของเขาหรือชี้ให้เห็นได้อย่างใดอย่างหนึ่งได้หรือชี้ให้เห็นสภาพในปัจจุบันของผู้บริโภคที่ยังไม่พึงพอใจ

ผู้บริโภคที่มีปัญหาในบางครั้งเป็นสิ่งลำบากสำหรับนักการตลาดที่จะแนะนำลูกค้าว่าเขามีปัญหา หรือมีความต้องการในผลิตภัณฑ์

2. การค้นหาข้อมูล (The Information Search) เมื่อผู้บริโภคตระหนักว่าปัญหาที่เกิดขึ้น หรือการรับรู้ถึงความต้องการที่เกิดขึ้นจากขั้นที่ 1 เขาจะค้นหาข้อมูลที่จำเป็นเพื่อแก้ปัญหานั้น การ ค้นหาเบื้องต้นก็จะพยายามทบทวนความทรงจำจากเหตุการณ์ในอดีตและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การค้นหาข้อมูลประกอบด้วย 2 วิธีคือ

2.1 การค้นหาข้อมูลภายใน (Internal Search) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ กระบวนการการเห็นและการระลึกได้ของผู้บริโภคจากความเชื่อทัศนคติและประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าการค้นหาข้อมูลภายในไม่เพียงพอผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลจากภายนอกต่อไป

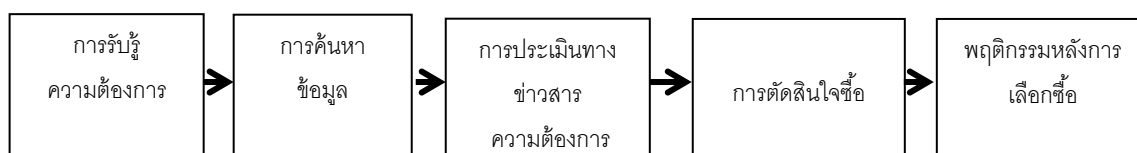
2.2 การค้นหาข้อมูลภายนอกประกอบด้วยแหล่งบุคคลแหล่งการค้าและ แหล่งชุมชนแหล่งบุคคลเช่นเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวแหล่งการค้าเช่นการโฆษณาพนักงาน ขายจัดแสดงสินค้าจุดซื้อแหล่งชุมชนเช่นสื่อมวลชนอื่นๆการใช้สินค้าหรือการทดสอบผลิตภัณฑ์ ของสถาบันต่างๆแหล่งข้อมูลเหล่านี้ถือว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญที่นักการตลาดต้องสำรวจ

3. การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) จากการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ ราคาสินค้าในขั้นตอนที่ 2 จะถูกนำมาพิจารณาทางเลือกที่มีศักยภาพโดยพิจารณาถึงกลุ่มของ คุณสมบัติซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาราคาสินค้าหรือถือว่าเป็นเกณฑ์ในการประเมินผลรา คาสินค้า (Evaluation) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Criteria's) ต่างๆประกอบด้วยคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของ ผลิตภัณฑ์ต้นทุนความชอบภาพลักษณ์ความภูมิใจและอื่นๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากประเมินผลทางเลือกต่างๆแล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะซื้อหรือตัดสินใจซื้อการตัดสินใจซื้อเป็นการตอบสนอง (Response) ถึง กระตุ้น (Stimulus) โดยประเมินผลคุณสมบัติราคาสินค้าต่างๆการตัดสินใจซื้อจะเกี่ยวข้องกับ กระบวนการการเรียนรู้และการกำหนดทัศนคติของผู้บริโภคความตั้งใจซื้อที่ราคาสินค้าหนึ่งจะ สมบูรณ์เมื่อได้ไปซื้อจริงการส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่างๆเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post Purchase Evaluation) กระบวนการ ตัดสินใจซื้อไม่ได้สิ้นสุดลงเมื่อผู้ซื้อได้ซื้อสินค้าข้อมูลจากการใช้ราคาสินค้าจะป้อนกลับเพื่อการซื้อ ซ้ำในอนาคตในการวิเคราะห์ถึงการเรียนรู้และทัศนคติสิ่งซึ่งผู้บริโภคได้เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และทัศนคติใช้สำหรับการตัดสินใจซื้อซ้ำในอนาคตถ้าผลลัพธ์จากการใช้สินค้าเป็นที่พอใจแต่ถ้า ผลลัพธ์ไม่เป็นที่พอใจผู้ซื้ออาจจะไม่ซื้อซ้ำ

การที่เราสามารถเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้นั้นจะทำให้เราสามารถที่จะวางกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งในการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เพราะเราสามารถที่จะนำพฤติกรรมต่างๆของผู้บริโภคนั้นมากำหนดกลยุทธ์ได้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจ

ที่มา : Kotler, Phillip. (2006). อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2540)

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกันมากขึ้นเนื่องจากความตื่นตัวด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวที่หันมานิยมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันมากขึ้นเพราะการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยมที่เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมตามนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นปริมาณและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ผลทางเศรษฐกิจเป็นหลักทำให้การท่องเที่ยวเติบโตขึ้นเรื่อยๆจนเกินขีดความสามารถของทรัพยากรที่มีอยู่นำไปสู่ความเสื่อมโทรมและก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและชุมชนท้องถิ่น

อีกทั้งการท่องเที่ยวแบบมวลชนยังขาดการวางแผนร่วมกับคนในชุมชน(ฐิติรัฐชาติ, 2548) ดังนั้นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวจึงตกอยู่ที่กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นนายทุนในเมืองมากกว่าคนในชุมชนท้องถิ่นเองชุมชนจึงตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมวลชน (พจนานวนศรี, 2546) ทั้งๆที่ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเองดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าวจึงเกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็คือการท่องเที่ยวทางเลือกที่ใช้แนวคิดและหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาประยุกต์และจัดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเลือกแบบต่างๆอย่างหลากหลายเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวและขยายตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นโดยที่กิจกรรมการท่องเที่ยวจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความพร้อมทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งซึ่ง Weaver and Oppermann(2000)(อ้างถึงในฐิติรัฐชาติ2548)ได้แบ่งการท่องเที่ยวทางเลือกเป็น 2 ประเภทได้แก่การท่องเที่ยวเชิงสังคมวัฒนธรรมซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

วัฒนธรรมการจัดที่พักระบบโฮมสเตย์การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นการท่องเที่ยวทางศาสนา การทัศนศึกษาส่วนการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่งคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวทางเลือกของ Fennell (1999) ที่แบ่งเป็น 2 รูปแบบนี้เหมือนกันและยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่าการท่องเที่ยวแบบทางเลือกนั้นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงด้วยก็คือการให้ชุมชนท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดความเป็นธรรมในการแบ่งผลประโยชน์และดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมระบบนิเวศและสังคมวัฒนธรรมน้อยที่สุดจึงจะเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

หากจะกล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นแนวคิดหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางเลือกนั้น มีผู้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลายทฤษฎีอาทิเช่นจากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development) หรือการประชุม EARTH SUMMIT ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใดจะเป็นกลุ่มใหญ่) หรือกลุ่มขนาดเล็กทั้งในเมืองและในชนบทจากการประชุม Globe'90 เมื่อพ.ศ.2533 ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าหมายถึงการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดยมีการปกป้องและสงวนรักษาทรัพยากรของอนุชนรุ่นหลังด้วย

องค์การ Eastern Caribbean States (OECS) ให้คำจำกัดความว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหมายถึงการใช้ประโยชน์สูงสุดในทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาประเทศโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและการเลี้ยงดูตนเองเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้มาเยือนและเป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตโดยความร่วมมือของหลายๆฝ่ายทั้งภาครัฐภาคเอกชนและชุมชนในท้องถิ่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ขอให้ราชบัณฑิตยสถานช่วยบัญญัติคำจำกัดความของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งราชบัณฑิตยสถานได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าหมายถึงการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและสุนทรียภาพโดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาดสามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุดเกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้เป็นประโยชน์ได้ยาวนานที่สุดจากทฤษฎีต่างๆ

ที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหมายถึงการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยวอีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน

รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นไว้ได้

2.3.1 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีดังนี้

- 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดีทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
- 2) การลดการบริโภคที่มากเกินไปและเป็นการลดของเสียจะช่วยหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาวและเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว
- 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติการพัฒนาท้องถิ่นและการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
- 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยพิจารณาด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัดแต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
- 6) การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวมแต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย
- 7) การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการประชาชนท้องถิ่นองค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกันรวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน
- 8) การฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับจะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
- 9) การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูลจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10) การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและนักลงทุน เจษฎา ขวัญเมืองและคณะ (2554)

Shirley Eber (1993) (อ้างถึงในมัทนทานาวลเจริญและคณะ: 2547) จากลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสรุปในภาพรวมได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความสมดุลคงไว้ซึ่งคุณค่าและเอกลักษณ์โดยการดำเนินกิจกรรมใดๆต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวและต้องให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวรวมทั้งการต้องเกิดความเสมอภาคในด้านผลประโยชน์ตอบแทนที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.3.2 รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการแก้ปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวแบบมวลชนและเพิ่มความหลากหลายในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีจิตใจอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมตลอดจนศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นปัจจุบันมีการจัดท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกในรูปแบบต่างๆเช่นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติวิทยาการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบทการท่องเที่ยวแบบผสมผสานซึ่งการท่องเที่ยวทางเลือกในแต่ละรูปแบบมีลักษณะที่แตกต่างกันตามลักษณะของพื้นที่และความพร้อมทางด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งแต่ยังคงไว้ซึ่งแนวคิดหลักคือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่งโดยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวชนบทและการท่องเที่ยวชนบทก็เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(อภิรมย์ พรหมจรรยาและคณะ, 2544) ที่เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแนวความคิดที่ต้องการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2541-2542 หรือปี Amazing Thailand 1998-1999 ที่เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) ต่อมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2543

นริศรา สธนเสาวภาคย์ (2545) ตามมติของคณะรัฐมนตรีและได้เริ่มดำเนินโครงการภายใต้มาตรการเสริมการพัฒนาชนบทและชุมชน (มพช.) ที่เป็นโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ.2543 อันเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการดำเนินการอยู่บ้างแล้วและแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอื่นๆที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอนาคตต่อไป

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้มากมายเช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมไปยังกิจกรรมการเกษตรหรือสภาพแวดล้อมทางการเกษตรเป็นหลักและต้องมีความพร้อมในการดำเนินการโดยต้องสามารถควบคุมปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ นอกจากนี้แล้วยังต้องมีกลไกที่ช่วยในการกระจายรายได้ไปสู่เกษตรกรและที่สำคัญต้องเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการได้รับความเพลิดเพลินเกิดการพักผ่อนหย่อนใจและเสริมสร้างให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้นหรือในอีกความหมายหนึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีการประกอบอาชีพของเกษตรกรทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาผสมผสานด้วยระบบการบริหารการจัดการทรัพยากรที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนอันก่อให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ของเกษตรกรนำไปสู่การถ่ายทอดภูมิปัญญาและเทคโนโลยีการเกษตรแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ของประเทศไทยเพราะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมดังนั้นจึงควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้มีโอกาสใกล้ชิดธรรมชาติความเขียวขจีความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทยที่ได้รับการกล่าวขานถึงในฐานะแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลกนอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังได้เรียนรู้กระบวนการผลิตทางการ

เกษตรที่กล่าวจะมาเป็นผลผลิตสดใหม่รสชาติยอดเยี่ยมให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองได้สนุกสนานกับการทดลองหัดทำนำความรู้และประสบการณ์กลับมาใช้ (สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขต 6) และต้องยึดถือหลักแห่งการเคารพศักดิ์ศรีของระบบนิเวศและวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนและเอื้ออำนวยประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่นด้วย

จากคำจำกัดความดังกล่าวมาแล้วข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่นอกจากจะให้ความเพลิดเพลินเกิดการพักผ่อนหย่อนใจเหมือนการท่องเที่ยวประเภทอื่นแล้วยังมีลักษณะเด่นตรงที่เป็นการท่องเที่ยวในทรัพยากรที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมหรือมีกิจกรรมทางการเกษตรเป็นหลักและที่เกี่ยวข้องเช่นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทางด้านการผลิตและการดำรงชีพเป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวในแง่การได้เข้าไปสัมผัสกับ

วิถีชีวิตเกษตรกรรมมีโอกาสในการเข้ามาใช้ชีวิตกับผู้คนในชนบทในช่วงสั้นๆ และเพิ่มทางเลือกในการสร้างรายได้เพิ่มและยกระดับความเป็นอยู่ให้แก่เกษตรกรแต่ยังคงไว้ซึ่งรายได้หลักจากการทำเกษตรอีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้และเป็นการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของบรรพบุรุษไทยในอดีตที่สืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบันนอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวและระบบนิเวศภายใต้หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากความหมายและลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นแล้วในด้านขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระบบการท่องเที่ยวก็จะแตกต่างออกไปด้วยเช่นกันซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 องค์ประกอบด้วยกันได้แก่

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากรซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

2) ตลาดนักท่องเที่ยวเป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรมรูปแบบหรือกระบวนการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

3) บริการการท่องเที่ยวได้แก่การบริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542 อ้างถึงในเดชาไธสงสูงเนิน, 2543)

และนอกจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดังกล่าวข้างต้นแล้วในหลักการของการส่งเสริมและพัฒนาให้พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องพิจารณาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวว่าต้องประกอบไปด้วยปัจจัยอะไรบ้างที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นๆ ได้ซึ่ง(บุญเลิศจิตตังวัฒนา, 2542) ได้สรุปว่าปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องมีนั้นคือ

1) สิ่งดึงดูดใจเช่นความสวยงามของธรรมชาติศิลปวัฒนธรรมโบราณสถานหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกเช่นน้ำประปาไฟฟ้าการสื่อสารการขนส่งที่พักอาหารการนำเที่ยวการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงตลอดจนต้องมีการเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

จากปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นสอดคล้องกับความเห็นของ Collier and Harraway (2000) (อ้างถึงในฐิติพัทธ์ชูชาติ 2548) ที่กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวจะได้รับการต้อนรับจากนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนนั้นจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการหรือว่า 3As และที่สำคัญต้องมีการกระทำทั้ง 3 ประการไปพร้อมๆ กันจึงจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้ โดยการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเกิดความพึงพอใจได้แก่ปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวคือ

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) โดยเป็นสิ่งที่เกิดจากสถานที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น ส่วนสิ่งดึงดูดใจอีกอย่างหนึ่งคือเหตุการณ์เช่น พิธีกรรม นิทรรศการ เป็นต้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจจะเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ระบบขนส่งระบบการสื่อสารระบบสาธารณูปโภคเช่น ไฟฟ้าประปาเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในสถานที่นั้นได้ด้วยความรวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น

3) การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่งที่เหมาะสมกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางพาหนะสถานีและผู้ประกอบการเพื่อวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางและเมื่อได้พิจารณาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแล้วสิ่งที่ต้องนำมาพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาพื้นที่ใดๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นั้นคือการพิจารณาในประเด็นความปรารถนาของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงเพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นจึงใช้หลักการขององค์ประกอบหลักร่วมกัน 4 ด้านก็คือด้านพื้นที่ด้านการจัดการด้านกิจกรรม/กระบวนการและด้านการมีส่วนร่วมตามรายละเอียดดังนี้

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลักมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ของแหล่งนั้นๆ ดังนั้นองค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่กับธรรมชาติ

2) องค์ประกอบด้านการจัดการเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมการป้องกันและกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการเป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความประทับใจสร้างประสบการณ์ทางสิ่งแวดล้อมตลอดจนสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชน/ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนในพื้นที่มีส่วนร่วมตลอดกระบวนการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งการกระจายรายได้การดูแลสุขภาพสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนด้วยตนเองรวมทั้งในการควบคุมแนวทางและรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชนและสภาพแวดล้อม

นอกจากนี้แล้วการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความยั่งยืนนั้นยังต้องคำนึงถึงลักษณะของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามที่Mowforth and Munt (1998)(อ้างถึงใน เจษฎา ขวัญเมืองและคณะ 2554)ได้กล่าวไว้ว่าต้องมีลักษณะที่สำคัญ 6 ประการด้วยกันได้แก่

1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประวัติศาสตร์โบราณสถานโบราณวัตถุหรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมต่างๆ

2) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

3) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว4) เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สัมผัสและได้รับประสบการณ์จากธรรมชาติและวัฒนธรรม

5) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยาวนานตลอดไป

6) เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและยังให้ประโยชน์กลับคืนสู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ส่วนในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตรอ้างถึงในนริศราชนเสาวภาคย์(2545) ได้จำแนกออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตรดำเนินการในลักษณะเป็นการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน

2) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเฉพาะรายบุคคลหรือรายกิจกรรมเป็นจุดท่องเที่ยวเกษตรที่เป็นสวนหรือไร่ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ

3) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์เป็นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดงานเทศกาลหรือมหกรรมทางด้านการเกษตรที่น่าสนใจทั้ง 3 ประเภทข้างต้นมี

การเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ ที่หลากหลาย อาทิ เช่น การจัดที่พักค้างแรมในหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านหรือกิจกรรมระยะสั้น (1 วัน) ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตรการทำกิจกรรมพื้นบ้านร่วมกับชาวบ้านการแสดงสินค้าหรือการสาธิตสินค้า การแสดงขั้นตอนการปฏิบัติต่างๆ ทางด้านการเกษตรการแสดงประเพณีวัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีตการแสดงอุปกรณ์เครื่องมือการอบรมให้ความรู้และให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการเกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของใช้ของที่ระลึกหรืออาหารที่ผลิตและเตรียมง่ายตลอดจนการให้รู้ทางด้านธุรกิจนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมของเกษตรกรแล้วอาจเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจโดยรวมลงทุนกับเกษตรกรโดยในแต่ละกิจกรรมจะมีลักษณะเด่นเป็นการเฉพาะเจาะจงแบ่งเป็นรูปแบบต่างๆ ดังนี้

รูปแบบการทำนาได้แก่การทำนาการทำนาปีการทำนาปรังการทำนาหว่านน้ำตามการทำนาขึ้นบันไดโดยการใช้นวัตกรรมดั้งเดิมในการเตรียมดินและเก็บเกี่ยวพืชพันธุ์ข้าวความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่างๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าววัฒนธรรมการกินข้าวไทยเป็นต้น

รูปแบบสวนไม้ผลการทำสวนผลไม้ทุกประเภทรวมทั้งการทำวนเกษตรการทำเกษตรแผนใหม่การทำสวนผสมรวมถึงการทำสวนยางพาราสวนไผ่สวนปาล์มน้ำมัน

รูปแบบไม้ดอกไม้ประดับการทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิดเช่นสวนกุหลาบฟาร์มกล้วยไม้สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิดไม้กระถางทุกประเภทรวมถึงไร่นาตะวัน

รูปแบบฟาร์มปศุสัตว์การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้งการทำฟาร์มปลาการเลี้ยงหอยแมลงภู่น้ำจืดหอยนางรมหอยตะเภาฟาร์มจระเข้บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายากเช่นฟาร์มนกยูงฟาร์มไก่ฟ้าฟาร์มกวางรวมถึงสวนงูของสถานกชาชาติไทยด้วย

รูปแบบเกษตรผสมผสานได้แก่การปลูกผักปลอดสารพิษหรือการปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภทรวมทั้งการปลูกผลไม้ช่อบ่อเลี้ยงปลาหรือทำนาควบคู่ไปด้วย

การทำสวนสมุนไพรการปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิดเพื่อใช้เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้านเพื่อใช้เป็นเครื่องดื่มเพื่อใช้เป็นเครื่องสำอางและเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

รูปแบบตลาดการเกษตรเช่นตลาดดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรีตลาดไทตลาดสี่มุมเมืองจังหวัดปทุมธานี

รูปแบบงานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่างๆ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตรเมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกสู่กอกาติมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับงานเทศกาลลีนี่เทศกาลลำไยเทศกาลกินปลาเป็นต้น

2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559(แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559)

การแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทุกประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศ ประกอบกับบริบทที่เปลี่ยนไป ทั้งสถานการณ์และปัจจัยเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ที่นับวันจะมีความซับซ้อน รุนแรง และเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจและยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

2.4.1 วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

2.4.2 เป้าประสงค์

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า
3. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

2.4.3 เป้าหมาย

1. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย9(Travel & Tourism Competitiveness Report 2011)
 - 1.1 อันดับขีดความสามารถด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7ของทวีปเอเชีย (Travel & Tourism Competitiveness Report 2011)
 - 1.2 อันดับขีดความสามารถด้านสถานะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7ของทวีปเอเชีย(Travel & Tourism Competitiveness Report 2011)
 - 1.3 อันดับขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5
3. กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยว

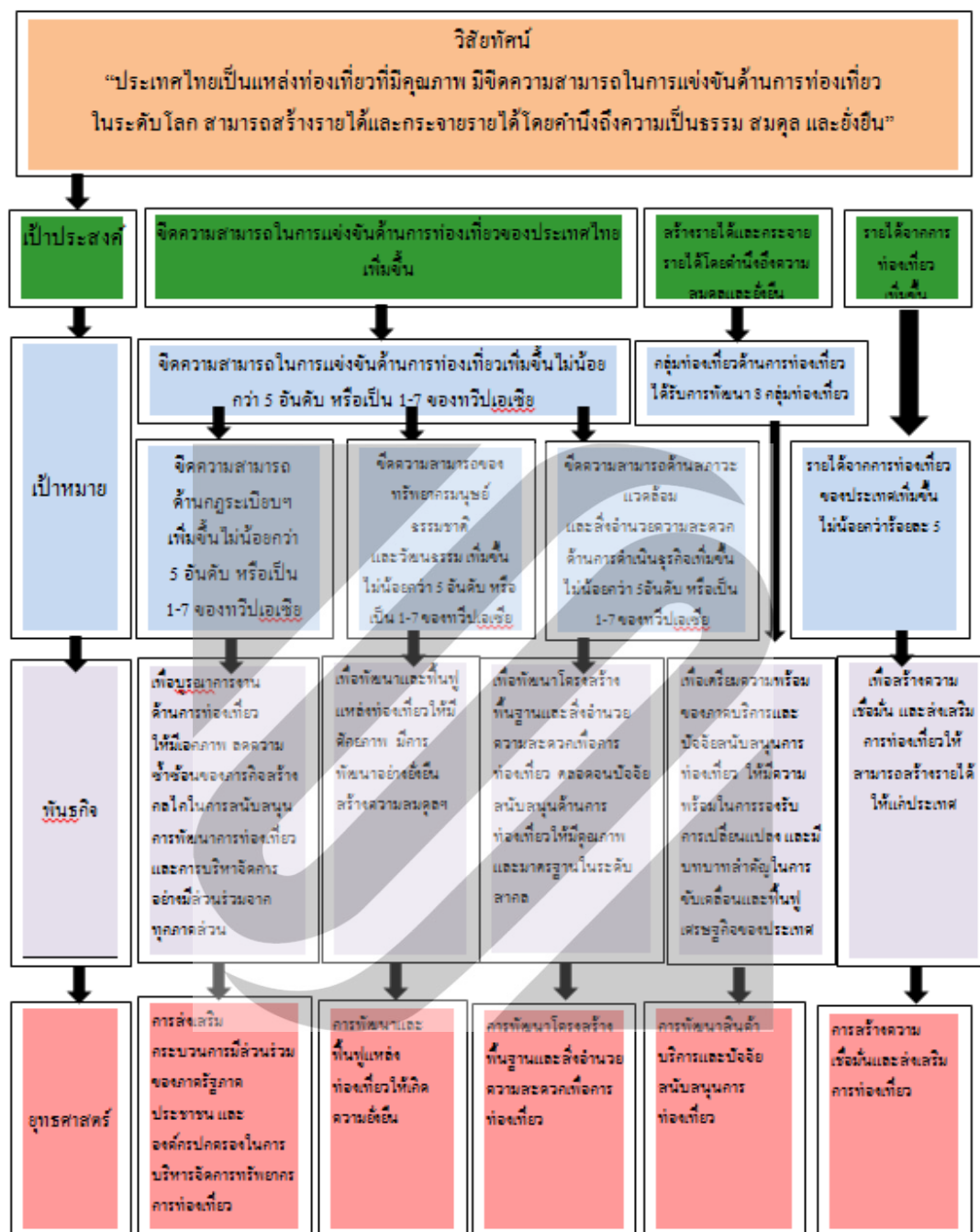
2.4.4 พันธกิจ

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล
2. พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมสังคม และวิถีชีวิตของชุมชน
3. เตรียมความพร้อมของภาคบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ
4. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ
5. บูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ สร้างกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

2.4.5 ยุทธศาสตร์

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.2 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์
ที่มา : แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1.1 พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.1.1 พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง โดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยง เชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางขนส่งประเภทต่างๆ ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีมาตรฐานสากล

1.1.2 ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.3 ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ และถูกต้องตามหลักสากล

1.1.4 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีมาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากล และสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาการคมนาคมทางบก

1.1.5 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางอากาศ ให้มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชน ในการเปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ

1.1.6 พัฒนาท่าเรือ และส่งเสริมการลงทุนสร้างท่าเทียบเรือ เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทั้งด้านอันดามันและฝั่งอ่าวไทย เส้นทางเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำโขง ให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว

1.2 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.2.1 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1.2.2 การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e-commerce อย่างแพร่หลายส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

1.2.3 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทั้งระบบ เช่น ระบบตรวจสอบคนเข้าเมือง เชื่อมโยงการจองบัตรโดยสารระหว่างเครื่องบิน รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง และการซื้อ-ขาย ระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

1.2.4 สร้างและพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกจุดผ่านแดน ปรับปรุงสภาพจุดผ่านแดนต่างๆ ให้มีสภาพที่ดีและสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบบริเวณชายแดนให้มีความสะดวกรวดเร็ว

1.2.5 พัฒนาศูนย์กลางให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรเบ็ดเสร็จที่สามารถสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว ประสานแก้ไขความเดือดร้อนช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย และกระจายให้ครอบคลุมตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.3 สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

แนวทางการดำเนินการ

1.3.1 ผลักดันให้เกิดนโยบายการบินพาณิชย์ที่ค่อนข้างเปิด (Liberal Air Policy) โดยให้ท่าอากาศยานในประเทศทุกแห่งมีกฎเกณฑ์สร้างแรงจูงใจให้สายการบินนานาชาติมาใช้ท่าอากาศยานในประเทศมากขึ้น เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมประเภทต่างๆ ในท่าอากาศยานให้มีส่วนลดน้อยลง หรือเลิกเก็บค่าธรรมเนียมบางรายการรวมทั้งการปรับปรุงเงื่อนไขต่างๆ ในส่วนของการสัญจรทางอากาศระหว่างประเทศคู่สัญญาให้มีแรงจูงใจมากขึ้น เพื่อเสริมศักยภาพของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค และพัฒนาท่าอากาศยาน

นานาชาติภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ กระบี่ และท่าอากาศยานตรัง ให้มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบินของอนุภูมิภาค

1.3.2 พัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยขยายเส้นทางเดินรถประจำทางและรถไฟ และผลักดันให้มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน

1.3.3 พัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางลำน้ำโขง เส้นทางแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ฝั่งทะเลอันดามัน และหมู่เกาะต่างๆ เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ตามกรอบความร่วมมือ ASEAN, IMT-GT, ACMECS, BIMSTEC และ GMS

1.3.4 ผลักดันการเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและอากาศระหว่างประเทศให้เสร็จโดยเร็ว ตามแนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor)

1.3.5 ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางสู่ภูมิภาคกลุ่มน้ำแม่โขง โดยเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศให้มีความสะดวก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรมยุทธศาสตร์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไปการกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.1 พัฒนาระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพแนวทางการดำเนินการ

2.1.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ตามกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือตอนบน กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ กลุ่ม

ท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach กลุ่มท่องเที่ยวRoyal Coast และกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร

2.1.2 พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว โดยผลักดันและกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน และบูรณาการงานร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2.1.3 สนับสนุนการท่องเที่ยวชายแดน (Cross Border Tourism) โดยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม กับกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ASEANIMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS

2.1.4 ส่งเสริมและพัฒนการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงการพัฒนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในพื้นที่

2.2 การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.2.1 ฟื้นฟู และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิมเพื่อนำไปสู่กระบวนการต่อยอดในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เอกสิทธิ์ของสถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ

2.2.2 ดำรวจและจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมทั่วประเทศ และจัดทำแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และระบบการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ

2.3 การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.3.1 วางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกระดับทั้งระดับชาติ ระดับกลุ่มท่องเที่ยว ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ โดยการอนุรักษ์ ซ่อมแซม และบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมทั้งสร้างสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

2.3.2 จัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ เพื่อให้การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยกำหนดการเข้าไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เพื่อไม่ให้มีการใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว

2.3.3 ผลักดันให้มีการออกกฎ ระเบียบ และบทลงโทษที่ชัดเจนในการกำกับดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งมาตรการเกี่ยวกับการป้องกันและการปราบปรามผู้บุกรุกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติโดยมิชอบ และสอดคล้องดูแลการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

2.3.4 พัฒนาระบบสาธารณสุขปโภคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสถานพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยว ระบบการจัดการขยะ น้ำเสีย มลพิษและระบบเครือข่ายเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค

2.3.5 สนับสนุน และกำหนดมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาและผลกระทบอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน การใช้พลังงานสะอาด การใช้เคมีภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค การกำหนดมาตรการการลดพลังงานของสถานประกอบการ

2.3.6 หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวไทย เช่น ความปลอดภัย การเอารัดเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ การท่องเที่ยวทางเพศ โสเภณี การค้ามนุษย์ และโรคเอดส์ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.1.1 สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุครอบครัว และฮันนีมูน เป็นต้น

3.1.2 ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนานวัตกรรมทางความคิด เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าการท่องเที่ยว ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คำนึงถึงคุณค่าและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสนับสนุนการเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนในกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจด้านนันทนาการ โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการสินค้า OTOP และของที่ระลึก เป็นต้น

3.1.3 ผลักดันให้งานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมในไทยเป็นงานเทศกาลระดับโลก เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง แห่ผีตาโขน เทศกาลดนตรี และศิลปะ เป็นต้น

3.1.4 ส่งเสริม สนับสนุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการผลักดันให้มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศทั้งภาคการผลิต การบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง

3.1.5 สำรวจและคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัด กลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างและกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Image) ทางการท่องเที่ยวให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

3.1.6 ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และระดับชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

3.1.7 ส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการ ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ

3.2 การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการ

3.2.1 ผลักดันให้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว/เขตพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ตามกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อให้มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

3.2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐต้องจัดให้มีสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสม

3.2.3 เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเงินทุน วิชาการ การให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การสร้างแบรนด์ และเอกลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับ

ความต้องการของตลาดท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งเงินทุนการค้ำประกันและเงินทุน การลดต้นทุนในการกู้ยืม การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่มีความสลับซับซ้อน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

3.2.4 สนับสนุนให้ภาคธุรกิจรวมกลุ่มกัน เพื่อร่วมมือกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการรองรับการเปิดการค้าเสรีทางการท่องเที่ยวในอนาคต

3.2.5 สนับสนุนให้กลไกกองทุนต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมีขอบเขตที่เอื้อต่อการค้า การลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการภาคบริการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3.3 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.3.1 พัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรอบในการยกระดับคุณภาพของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับระดับสากล

3.3.2 ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการได้นำมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยวไปใช้ในทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง

3.3.3 สนับสนุนกิจกรรมด้านการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการตามแนวทางสากล

3.3.4 ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่จูงใจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งผลักดันเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

3.3.5 จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้ครบถ้วน ทันสมัย เชื่อมโยงไปยังบริการที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างแท้จริง

3.4 การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางแก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.4.1 เตรียมความพร้อมในการรับมือภัยคุกคามของโรคติดต่อ ภัยพิบัติทางธรรมชาติการระบาดของโรค และภัยพิบัติอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการวิกฤตการณ์(Crisis Management) การเตรียมความพร้อมเพื่อการตอบสนองอย่างฉับไว และการกู้คืนในภาวะฉุกเฉิน ครอบคลุมถึงการเตรียมความพร้อม การวางมาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน และมาตรการฟื้นฟูภายหลังเกิดเหตุการณ์

3.4.2 กำหนดมาตรการในการป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

รวมถึงการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

3.4.3 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานความปลอดภัยในสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ และมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

3.4.4 ส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยการเป็นตำรวจอาสาสมัคร ดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนของตนเอง อาสาสมัครด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางทะเล (Lifeguard)

3.4.5 สนับสนุนส่งเสริมตำรวจท่องเที่ยว หน่วยงาน องค์กร และชุมชน ให้มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว

3.5 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการดำเนินการ

3.5.1 พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนในสาขาท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาภาคธุรกิจ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปิดเสรีภาคบริการด้านการท่องเที่ยว

3.5.2 พัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

3.5.3 ผลักดันให้มีการจัดตั้งสถาบันกลางเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อย่างเป็นรูปธรรม โดยทำหน้าที่ในการกำหนด ค่ากับ และพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานตรงตามตำแหน่งที่ตลาดแรงงานต้องการและมีความเพียงพอ

3.5.4 ส่งเสริมให้มีการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นทั้งทางด้านการปฏิบัติงานเฉพาะทาง วิชาชีพที่มีความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งหลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้บริหารตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูงสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และหลักสูตรพัฒนาผู้สอน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศจัดงานแสดงต่างๆ (Event) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากขึ้น

4.1 สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.1.1 ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งในภาพรวมและในเชิงลึกอย่างต่อเนื่อง

4.1.2 เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น

4.1.3 เพิ่มบทบาท/สถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยวให้โดดเด่นยิ่งขึ้น และส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเวทีโลก โดยใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือระดับโลก (UNWTO, APEC) กรอบความร่วมมือเอเชีย (ACD) และกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค

4.1.4 สร้างจิตสำนึกและค่านิยมในความเป็นไทย (Thainess) ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น ให้คนไทยมีจิตขายร่วมกันในเรื่องของควมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

4.2 สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.2.1 จัดทำข้อมูล และรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางเว็บไซต์กลาง ที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.2.2 เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น

4.2.3 ส่งเสริมการกระจายตลาดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่ เวลา และกลุ่มตลาดรวมถึงส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดสินค้าทางการท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Wellness) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น

4.2.4 พัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนและการปฏิบัติงานด้านการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

4.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

แนวทางการดำเนินการ

4.3.1 พัฒนาการตลาด และส่งเสริมการขาย ในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ไทยมีศักยภาพ เช่น กลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน เป็นต้น โดยสร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมและข้อเสนอพิเศษ เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาประเทศไทย

4.3.2 ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประสิทธิผลการจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาค รวมถึงการจัดงานประชุม และงาน Event ระหว่างประเทศ

4.3.3 สร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยว เช่น การเป็น Hospitality and Wellness Center of the World เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับบน รวมทั้งสนับสนุนวัฒนธรรมความคิดสร้างสรรค์ และนำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น การออกแบบการผลิตภาพยนตร์

4.3.4 ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการส่งเสริมการตลาด และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับโลกและระดับภูมิภาค เช่น UNWTOAPEC ACD AED GMS IMT-GT BIMSTEC และ ACMECS เพื่อการสร้างโครงข่ายความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

4.4 สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.4.1 โฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

4.4.2 ใช้วิธีการทำการตลาดโดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูตไทย ประจำประเทศต่างๆ เป็นที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและสินค้าไทย ให้แก่ชาวต่างชาติ

4.4.3 พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์ พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจร เพื่อให้การบริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์รวดเร็วทันสมัย เช่น การจองที่พัก การเดินทาง เป็นต้น โดยพัฒนาให้มีหลากหลายภาษาเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

4.5 การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวทางการดำเนินการ

4.5.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

4.5.2 ร่วมกับภาคเอกชนในการจัดทำแพ็คเกจพิเศษเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง

4.5.3 จัดงานส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทั้ง Trade + Consumer Fair และ Road Show ภายในประเทศ

4.5.4 ประสานงานและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบินไทย การรถไฟแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ โดยนำเสนอ Special Offer หรือจัด Promotion สำหรับคนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการ

ทรัพยากรการท่องเที่ยว โครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นจังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนาโลก ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการทำงานร่วมกันการกำหนดภารกิจขอบเขตของงานการพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

5.1 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

5.1.1 เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจ ของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ให้มีความสอดคล้องกัน และประสานกับกระทรวงอื่นๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้การกำหนดนโยบายและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.1.2 การสร้างพันธมิตร หุ่นส่วน หรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดย การอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนในการทำงาน การระดมทุน การจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่น การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวต่างประเทศ การแสดงสินค้าและบริการ เป็นต้น

5.1.3 สนับสนุน และผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าตามกรอบความร่วมมือต่างๆที่รัฐบาลได้ดำเนินการไว้แล้ว เช่น IMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS โดยควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์และผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่ริเริ่มไว้แล้วให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

5.1.4 ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

5.1.5 บูรณาการงานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานและการสั่งการในการป้องกัน ฝ่าระวังเตือนภัย กำกับดูแล และรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในกรณีก่อน-หลังเกิดเหตุฉุกเฉินทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

5.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

5.2.1 อำนาจความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

5.2.2 กระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความขัดแย้งและ

สามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการสภาพและกำลังรองรับของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น

5.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

2.5 แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก ด้านการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2557-2560)ด้านการท่องเที่ยว

2.5.1 แหล่งท่องเที่ยว เทศกาลงานประเพณี และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก ที่สำคัญ มีดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

อำเภอ	แหล่งท่องเที่ยว			เทศกาล งานประเพณี/ กิจกรรม
	ธรรมชาติ	มนุษย์สร้างขึ้น	วัฒนธรรม/ ประวัติศาสตร์	
เมือง นครนายก	1. อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่	1. เขื่อนขุนด่าน ปราการชล	1. ศาลหลักเมือง	1. ประเพณีสู่ขวัญข้าว
	-น้ำตกเหวนรก	2. ศูนย์ภูมิรักษ์ ธรรมชาติ	2. ศาลเจ้าพ่อขุนด่าน	- ประเพณีท้องถิ่น
	-น้ำตกกองแก้ว	3. โรงเรียนนายร้อย	3. ศาลเจ้าพ่อปลัดจ่าง	ตำบลเขาพระ
	-น้ำตกเหวสุวัต	3. โรงเรียนนายร้อย	4. เมืองโบราณแดง ละคร	2. ล่องแก่งในลำน้ำ
	-น้ำตกเหวไทร	จปร.	5. อาคารพิพิธภัณฑ์	นครนายก
	-น้ำตกผากล้วยไม้	4. อ่างเก็บน้ำห้วย	รร.จปร. 100 ปี	3. กิจกรรมผจญภัย
	2. น้ำตกสาริกา	ปรีอ	6. วัดบุญนาครักจิตา	เขาหล่น
	3. น้ำตกนางรอง	5. อ่างเก็บน้ำทราย	ราม	4. กิจกรรมเดินป่า
	4. น้ำตกลานรัก	ทอง	(วัดตำ)	ท่องไพรศึกษา
	หรือน้ำตกตาดหิน	6. อุทยานพระพิม	- หลวงพ่อเสียร	ธรรมชาติ
กอง		เนศ	นคร	5. กิจกรรมจักรยาน
	5. อุทยานวังตระ ไคร้	7. พุทธสถานจิเต็กลิ้ม	7. วัดใหญ่ทักษิณา ราม	ท่องเที่ยว

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557 -2560

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก(ต่อ)

อำเภอ	แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ	มนุษย์สร้างขึ้น	วัฒนธรรม/ ประวัติศาสตร์	เทศกาล งานประเพณี/ กิจกรรม
เมือง นครนายก			8. วัดคง 9. วัดถ้ำสาริกา 10. วัดคีรีวัน - พระแก้วมรกต องค์จำลองใหญ่ ที่สุด ในประเทศไทย 11. วัดนางรอง - พระบรมราช นุสาวรีย์ ร. 8 12. วัดพราหมณี - หลวงพ่อปากคง - อนุสรณ์สถาน กองพลทหาร ญี่ปุ่น 13. วัดเขานางบวช - รอยพระพุทธร บาทจำลอง 14. วัดเขาชะโงก - พระพุทธรูป 15. วัดเขาทุเรียน	6. ไร่องาน 4 หน้าผา 5 น้ำตก อุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่ 7. กิจกรรมผจญภัย - ขับรถ ATV - ยิงปืน Paint Ball/ BB Gun - ผจญภัย โรงเรียน นายร้อย จปร. (เขตทหารนำเที่ยว) 9. กิจกรรมนั่งรถชม ทักษิณภาพเขื่อน ขุนด่านปราการชล 10. ศูนย์การท่องเที่ยว เรียนรู้บ้านหุบเมย 11. กิจกรรมเรียนรู้ เกษตรพอเพียง สวนศรียา (สวนลุงไสว) 12. กิจกรรมชมสวน สัมโอ (พื้นที่ตำบล หินตั้งและตำบล สาริกา)

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก (ต่อ)

อำเภอ	แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ	มนุษย์สร้างขึ้น	วัฒนธรรม/ ประวัติศาสตร์	เทศกาล งานประเพณี/ กิจกรรม
เมือง นครนายก			- แหล่งประวัติศาสตร์ สมัยสงครามโลก ครั้งที่ 2	13. กิจกรรมชมสวน ดอกดาหลา 14. กิจกรรมชมสวน มะขังชิด-มะปราง หวาน
บ้านนา	1. น้ำตกกะอาง	1. โรงเรียนทหาร - พิพิธภัณฑ์ ยุทธโศภน	1. วัดศรีกะอาง - พระสัมพุทธสาข มณี โดกนาถพระพุท ชินราชจำลอง องค์ จำลองที่ใหญ่ที่สุด ใน ประเทศไทย	1. กิจกรรมผจญภัยและ ทดสอบกำลังใจ โรงเรียนเตรียมทหาร 2. พิธีรำผีมอญ - พิธีกรรมสำคัญของ ชาวมอญ เฉพาะใน เขตตำบลบ้านนา
บ้านนา			2. วัดทองฮ้อย - พระพุทธรูปสี่ รอย อายุ 120 ปี 3. วัดอัมพวัน	3. ศูนย์เรียนรู้ชุมชน บ้านทุ่งกระโปรง หมู่ 12 ตำบลป่าชะ - แหล่งเรียนรู้ชุมชน ต้นแบบเศรษฐกิจ พอเพียงและหมู่บ้าน เกษตรปลอด สารพิษ

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557 -2560

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก(ต่อ)

อำเภอ	แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ	มนุษย์สร้างขึ้น	วัฒนธรรม/ ประวัติศาสตร์	เทศกาล งานประเพณี/ กิจกรรม
ปากพลี	1. น้ำตกวังม่วง	1. อ่างเก็บน้ำวังบอน 2. อ่างเก็บน้ำคลอง สี่เสียด 3. พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ไทยพาน	1. วัดฝั่งคลอง 2. วัดป่าศรีถาวรนิมิต - สถานที่สำหรับ ผู้สนใจปฏิบัติ ธรรม	1. กิจกรรมเรียนรู้วิถี ชุมชนบ้านบึงเข้ ตำบลหนองแสง (บึงเข้โสมสดย์) 2. ประเพณีสงกรานต์ วัดฝั่งคลอง 3. งานลอยกระทง วัดฝั่งคลอง
องครักษ์		1. แหล่งเพาะพันธุ์ และ จำหน่ายไม้ ดอกไม้ประดับ คลอง 15 ที่ใหญ่ที่สุด ในประเทศไทย	1. ศาลเจ้าพ่อองครักษ์ 2. วัดประติมาธิเวช	1. ประเพณีสารทไทย และแข่งเรือยาว ประเพณีบริเวณหน้า วัดทิวหลวงสรศักดิ์ 2. กิจกรรมเรียนรู้วิถี ชุมชนหมู่บ้านไม้ดอกไม้ ประดับ คลอง 15

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ.2557-2560

2.5.2 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็ง (Strengths)

1. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพสูง เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน เช่น โบราณสถานเมืองดงละคร แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่หลากหลาย เช่น วัดพราหมณี อุทยานพระพิมลธรรม พุทธสถานจิ๋ด็กลิ้ม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่บริเวณเขาทุเรียน ตำบลเขาพระ อำเภอเมืองนครนายก แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น เช่น เขื่อนขุนด่านปราการชล อ่างเก็บน้ำต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี เช่น วัฒนธรรมไทยพาน อำเภอ ปากพลี รวมทั้งมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยตลอดปี เช่น กิจกรรมผจญภัยในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า และบริเวณท้ายเขื่อนขุนด่าน

ปรากฏชัด เป็นต้น จึงมีนักท่องเที่ยวมาเยือนที่จังหวัดนครนายกตลอดทั้งปี โดยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 ต่อปี

2. มีที่พักแรม โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ มากกว่า 100 แห่ง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 800,000 คนต่อปี รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก และสถานที่จัดประชุม สัมมนาที่เป็นที่นิยมสามารถรองรับผู้เข้าประชุมสัมมนารวมกันครั้งหนึ่งได้มากกว่า 5,000 คน

3. เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่เขียวชอุ่ม ไม่มีมลพิษทางอากาศ ไม่เป็นพื้นที่เสี่ยงต่อภัยธรรมชาติและอาชญากรรมที่รุนแรง นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ประมาณ 105 กิโลเมตร จึงเหมาะแก่การรองรับการขยายตัวของเมืองหลวงและปริมณฑลมายังจังหวัดนครนายก

จุดอ่อน (Weaknesses)

ระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยังขาดประสิทธิภาพ แม้ว่าจังหวัดนครนายก จะมีศักยภาพสูงด้านแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ยังขาดระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกไม่เพียงพอ ยังขาดการดูแลรักษาและฟื้นฟูทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือโบราณสถานอย่างต่อเนื่อง ทำให้เสื่อมโทรมไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ธุรกิจบริการของภาคเอกชนยังไม่สามารถยกระดับมาตรฐานสู่ระดับสากล รวมทั้งขาดระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัด ที่มีคุณภาพ ครอบคลุมทั้งจังหวัด

โอกาส (Opportunities)

ปัจจุบันกระแสความนิยมของประชากรโลกให้ความสนใจและให้ความสำคัญในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเพิ่มมากขึ้น จังหวัดนครนายกจึงมีโอกาสนในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่รองรับกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อุปสรรค (Threats)

การแข่งขันและข้อจำกัดด้านการท่องเที่ยว

1. จังหวัดต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูง จึงมีแนวโน้มที่จะต้องมีการแข่งขันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวในจังหวัดของตน ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครนายก หากไม่ได้รับการพัฒนาและบริหารจัดการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ก็จะทำให้ไม่สามารถชิงความได้เปรียบเหนือจังหวัดอื่น

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่รอยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และป่าสงวนแห่งชาติ ยังมีข้อจำกัดด้านระเบียบข้อกฎหมาย ทำให้เป็นข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ

3. ปัจจุบันการคมนาคมบนเส้นทางหลวงหมายเลข 305 (รังสิต-นครนายก) มีความแออัดหนาแน่นของปริมาณรถยนต์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนครนายกไม่ได้รับความสะดวก หากจังหวัดนครนายก ไม่มีการพัฒนาเส้นทางอื่นเพื่อรองรับหรือระบายความแออัดของการจราจร นักท่องเที่ยวอาจตัดสินใจ ไม่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก หรือไปท่องเที่ยวที่อื่นแทน

2.5.3 ผลการดำเนินงานของแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก ด้านการท่องเที่ยว

4 ปี (พ.ศ. 2553 – 2556)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาคุณภาพสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาด และส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.78 และรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.96 ในปี 2554

2.5.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครนายก ด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดนครนายกได้นำทิศทางการพัฒนาประเทศ แผนบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายรัฐบาล แผนนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ยุทธศาสตร์การพัฒนากาต แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของจังหวัดและนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ วิเคราะห์และสรุปสถานะแวดล้อม ของจังหวัด จึงมีการกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัดนครนายก เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติ รวมทั้งศักยภาพของจังหวัดนครนายก ดังนี้

วิสัยทัศน์

“ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ เพื่อเป็นฐานการท่องเที่ยว เมืองน่าอยู่ สินค้าทางการเกษตร และอาหารปลอดภัย ศูนย์สุขภาพพัฒนาแบบองค์รวม ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นสังคมอุดมปัญญา ”

พันธกิจ

เพื่อให้การพัฒนาจังหวัดนครนายกมุ่งไปสู่วิสัยทัศน์ภายใต้แนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงได้กำหนดพันธกิจการพัฒนาจังหวัดนครนายก ดังนี้

- 2.1 พัฒนาสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศและส่งเสริมให้เป็นเมืองน่าอยู่ใกล้กรุง
- 2.2 พัฒนาการเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย และศูนย์สุขภาพแบบองค์รวม
- 2.3 ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในระบบบริหารจัดการ

เป้าประสงค์รวม

การพัฒนาจังหวัดนครนายกในระยะเวลา 4 ปี (พ.ศ. 2557 – 2560) กำหนดเป้าประสงค์รวมของการพัฒนาที่จังหวัดนครนายกต้องการให้บรรลุมีดังนี้

- 3.1 เศรษฐกิจเจริญเติบโตแบบก้าวหน้าและมั่นคง
- 3.2 มีความพร้อมรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 3.3 ประชาชนมีความมั่นคงในการดำรงชีวิต และมีทักษะในการประกอบอาชีพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้

2.5.5 ประเด็นยุทธศาสตร์เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และกลยุทธ์

ตารางที่ 2.2 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 :พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สวัสดิการ สินค้า และบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานอย่างบูรณาการ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดแต่ละปีงบประมาณ					กลยุทธ์
		57	58	59	60	รวม	
1. แหล่งท่องเที่ยว สินค้า การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐาน รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟู	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ GPP ด้านการท่องเที่ยว	4	6	8	10	10	1. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ 2. บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐาน 3. พัฒนาการตลาด และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 4. ส่งเสริมและสนับสนุนการรักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น
	2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว	7	8	9	10	10	
	3. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้ประชากรต่อหัวต่อปี	2	3	4	5	5	
2. การจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นแบบบูรณาการ							

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557-2560

ตารางที่ 2.3 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างเป็นระบบให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ รวมทั้งเสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตแก่ประชาชน

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดแต่ละปีงบประมาณ					กลยุทธ์
		57	58	59	60	รวม	
1. ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และคุณภาพสิ่งแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน	1. ร้อยละของเส้นทางการขนส่งที่เอื้อต่อการเกษตรและท่องเที่ยวได้รับการปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน	6	8	10	12	12	1. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
2. มีการวางและจัดทำผังเมืองการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างมีระบบ	2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของค่าดัชนีความพึงพอใจรวมของประชาชน	2	3	4	5	5	2. บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐาน
3. สังคม ชุมชน และโครงสร้างพื้นฐานมีศักยภาพและเอื้อต่อการพัฒนาสู่เมืองน่าอยู่	3. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นขององค์กรเครือข่ายภาคเอกชน/ชุมชนที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	2	4	6	8	8	3. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
4. ประชาชนมีความมั่นคงในการดำรงชีวิตและมีคุณภาพชีวิตที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐาน							4. ส่งเสริมและสนับสนุนการรักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557-2560

ตารางที่ 2.4 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรให้มีความปลอดภัย สนับสนุนให้เป็นแหล่งอาหารปลอดภัย และศูนย์สุขภาพแบบองค์รวม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดแต่ละปีงบประมาณ					กลยุทธ์
		57	58	59	60	รวม	
1. ทรัพยากรดินและน้ำมีความเหมาะสมแก่การเกษตร	1. ร้อยละของจำนวนเกษตรกร/	75	80	85	90	90	1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทาง
	2. เป็นแหล่งเกษตรกรรมผลิตสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัย และได้มาตรฐาน						การเกษตรและศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย
	3. เป็นแหล่งอาหารปลอดภัยและศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมที่มีศักยภาพในการแข่งขัน						2. พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตร
							3. ส่งเสริมและพัฒนาคาด
							4. เพิ่มขีดความสามารถของเครือข่ายเกษตรกร
2. ร้อยละของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารเกษตรได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	2. ร้อยละของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารเกษตรได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	75	80	85	90	90	5. พัฒนาสู่ศูนย์อาหารปลอดภัย
	3. ร้อยละที่ลดลงของโรคที่เกิดจากการบริโภคอาหาร	7	8	9	10	10	6. พัฒนาระบบบริการสาธารณสุขและศูนย์สุขภาพแบบองค์รวม
	4. ร้อยละของศูนย์สุขภาพที่ได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐาน	2	4	6	8	8	
	5. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชน	2	3	4	5	5	

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557-2560

ตารางที่ 2.5 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : เพิ่มโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงแหล่งพัฒนาความรู้ และทักษะในการประกอบอาชีพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดแต่ละปีงบประมาณ					กลยุทธ์
		57	58	59	60	รวม	
1. ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งพัฒนาความรู้ และทักษะในการประกอบอาชีพ	1. ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการในศูนย์เรียนรู้	5	10	15	20	20	1. พัฒนาศูนย์เรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ และช่องทางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้
2. ประชาชนมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และมีความเข้มแข็ง	2. ร้อยละของแหล่งเรียนรู้ และช่องทางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้	65	70	75	80	80	2. ส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มทุกวัยมีองค์ความรู้ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต
	3. ร้อยละของกำลังแรงงานและฝีมือแรงงานให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน						3. เพิ่มทักษะของกำลังแรงงานและฝีมือแรงงานให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557-2560

ตารางที่ 2.6 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสนับสนุนระบบการบริหารจัดการภาครัฐสู่จังหวัดอัจฉริยะ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัดแต่ละปีงบประมาณ					กลยุทธ์
		57	58	59	60	รวม	
1. นวัตกรรมอย่าง เป็นระบบเพื่อพัฒนา สู่จังหวัดอัจฉริยะ	1. ร้อยละ ความสำเร็จใน การพัฒนา	30	40	50	60	60	1. พัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานเครือข่าย เทคโนโลยี
	2. นำเทคโนโลยี สารสนเทศและการ สื่อสารเข้ามาใช้ในการ บริหารจัดการ ภาครัฐ						สารสนเทศและการ สื่อสาร รวมทั้ง ระบบการวางผัง เมืองและผังพัฒนา จังหวัดอย่าง ต่อเนื่อง
	2. ร้อยละ ความสำเร็จใน การพัฒนาระบบ ฐานข้อมูลใน จังหวัด	45	50	55	60	60	2. พัฒนาระบบ การบูรณาการ แผนงานและ งบประมาณให้ สามารถพัฒนา จังหวัดอย่างมีระบบ
	3. ร้อยละที่ลดลง ของค่าใช้จ่าย ในการบริหาร จัดการภาครัฐ	2	3	4	5	5	3. พัฒนาระบบการ ปกครอง การบริการ ประชาชน การ จัดการบ้านเมืองน่า อยู่ และการบริหาร กิจการบ้านเมือง ที่ดีให้มีประสิทธิภาพ
							4. พัฒนาระบบ การเกษตร การ จัดการอาหาร การ จัดการสาธารณสุข และสุขภาพให้มี มาตรฐาน
							5. พัฒนาระบบการ จัดการท่องเที่ยวเพื่อ

อำนวยความสะดวก
 แก่นักท่องเที่ยว
 6. พัฒนาระบบการ
 จัดการศึกษาเพื่อ
 สนับสนุนการ
 จัดการเรียนการ
 สอนและองค์
 ความรู้
 7. พัฒนาระบบ
 พาณิชย์ให้มี
 ศักยภาพ

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2557-2560

2.5.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับของแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก

แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาจังหวัดให้เป็นไปอย่างมี
 ประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าประสงค์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดตามที่ได้ตั้ง
 เป้าประสงค์ไว้ โดยมีการเตรียมการล่วงหน้าทั้งการกำหนดแผนงาน/โครงการ และระยะเวลาที่จะ
 ดำเนินการในระยะเวลา 4 ปี การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารการพัฒนา
 จังหวัดในรูปภาคีการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ และต่อจากนี้ไปจังหวัดจะต้องจัดทำแผนปฏิบัติ
 ราชการประจำปี หรือคำของบประมาณในแต่ละปีภายใต้ แผนพัฒนาจังหวัดที่สามารถสนองความ
 ต้องการของประชาชน หากสภาพข้อเท็จจริงในประเทศและในพื้นที่ที่มีความเปลี่ยนแปลงไป
 จังหวัดก็ยังสามารถปรับปรุงแผนพัฒนาจังหวัดให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงที่เปลี่ยนแปลงได้
 ทุกโอกาสภายใต้พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ
 พ.ศ. 2551

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางเยาว์พรหมประสิทธิ์ ชูตาประโมจน์ย์ และชงพลพรหมสาขาณสกลนคร (2556) ได้มี
 การศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือการศึกษาปัญหาการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะ
 ขอมอำเภอเมืองจังหวัดสงขลาและมีวิธีการศึกษาเชิงสำรวจแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบ
 เจาะลึกจากการศึกษาพบปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอมคือ 1) ขาดระบบโครงสร้าง

พื้นฐานยังไม่พัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว2) ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย 3) มัคคุเทศก์นำเที่ยวมีจำนวนน้อย 4) ขาดการประชาสัมพันธ์

เทพกรณสงขลา (2554) ได้ศึกษา รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนกรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอช้างกลางจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่สามขั้นตอนการผลิตเพิ่มความรู้การเกษตรจำหน่ายสินค้าชุมชนและแนะนำธุรกิจการเกษตรรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตรการขยายตัวกิจกรรมการเกษตรและการสร้างมูลค่าทรัพยากรเกษตรอย่างไรก็ตามการใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าวนอกจากจะส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้วยังกลายเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชนและยังเป็นการสร้างความมั่นคงในชุมชนอีกแบบหนึ่ง

ประชัน วลธิโก, ปราณี จิตรรัตนพงษ์ และ ศรีพร ชวนเกริกกุล(2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงครามพบว่า การประชาสัมพันธ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดการเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนตำบลบ้านปรกอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงครามได้ก็คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อการมาเที่ยวชมหิ้งห้อย ซึ่งก่อให้เกิดผลทั้งทางบวกและทางลบ ผลทางบวก ได้แก่ การสร้างอาชีพให้ชุมชนในด้านธุรกิจโฮมสเตย์ รีสอร์ท และธุรกิจบริการเรือนำเที่ยว ส่วนผลทางลบ ได้แก่ ชุมชนในเขตวิชัยได้รับความเดือดร้อนด้านเสียง กลิ่นควันจากเรือนำเที่ยว นอกจากนั้นคลื่นเรือนำเที่ยวทำให้ริมฝั่งแม่น้ำและคลองพังเสียหาย ดินไม่รื้อฝั่งโคลนล้น หิ้งห้อยถูกรบกวน ทำให้จำนวนลดลง ชาวประมง โดยเฉพาะคนตกกุ้งแม่น้ำเดือดร้อนเพราะตกกุ้งได้น้อยลง สำหรับการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 6,001 – 10,000 บาทต่อเดือน

กมลฤดี นาคทุ่งเตา (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติไทร้มเย็น อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากผลการศึกษาทักษะคิของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติไทร้มเย็นซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีระดับทักษะคิโดยรวมต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยมีค่าเฉลี่ย

ระดับทัศนคติเห็นด้วยระดับมากในด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก (ค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.53 ตามลำดับ) ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว ด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการการท่องเที่ยวและด้านการส่งเสริมการลงทุน นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเห็นด้วยระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30, 3.27, 3.17, 3.04, และ 3.03 ตามลำดับ จากผลการศึกษาความแตกต่างของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับทัศนคติต่อปัจจัยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 7 ด้านไม่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีระดับทัศนคติต่อปัจจัยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเอราวัณของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดกาญจนบุรีซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-25 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวช./ปวส. ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องในระดับมากสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ คือ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ มุลนิธิสืบนาทะเลสีเขียว และสมาคมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในขณะที่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ กลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ขนาดของกลุ่มเดินทาง และการเข้าร่วมกิจกรรม ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ มุลนิธิ กรีนพีซ และมูลนิธิ โลกสีเขียว (Think Earth) ไม่มีผล ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ

ชลธิรัตน์ จันทรเชื้อ (2551) (บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าพบว่า อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า มีความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับที่สูง มีเพียง 4 กิจกรรมเท่านั้นที่อุทยานฯ ยังไม่ได้ดำเนินการ ส่วนความสามารถในการบริหารจัดการเกี่ยวกับส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บุคลากรในองค์กร, นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นในเขตอุทยาน อยู่ในระดับดีพอสมควรทำให้เชื่อมั่นได้ว่าแบบสำรวจและแบบสอบถามการบริหารและการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะสามารถเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้

สุทัศน์ ละออง (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตและศักยภาพที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์: กรณีศึกษาชุมชนชาวเลบ้านสังกาอู อำเภอกะลันตา จังหวัดกระบี่พบว่า วิถีชีวิตและศักยภาพที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีดังนี้

1. วิถีชีวิตด้านอาชีพ เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์ของชุมชนบ้านสังกาอู โดยอาชีพต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมลากอวน หาปลา ลากอวนกุ้ง การดำน้ำลึกลับ ปลา การงมหอย การนับเรือหางยาว ให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมเหล่านี้

2. วิถีชีวิตด้านภูมิปัญญา ได้แก่ การทำสมอเรือโบราณ การทำไซปลา การทำเรือปาจัก การสานตระกร้าหวาย การทำทรงนก การผลิตเครื่องดนตรี

3. วิถีชีวิตด้านประเพณีและวัฒนธรรม เช่นการเชื่อผู้นำ เพื่อให้ชุมชนมีความสงบราบรื่น สำหรับด้านศักยภาพที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์ได้แก่

3.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ คือ ป่าไม้ ชายทะเล หมู่เกาะต่าง ๆ ซึ่งสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี

3.2 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือการคมนาคมที่สะดวก สายาส่งสารณูปโภคต่างๆ และที่พักรองรับนักท่องเที่ยว มีเพียงพอ

การวิจัยครั้งนี้ วิถีชีวิตด้านอาชีพ วิถีชีวิตด้านภูมิปัญญา และประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนสังกาอู เสนอแนะให้มีการส่งเสริม เผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยว ประชาชน หน่วยงานของรัฐ ได้รับทราบโดยการประชาสัมพันธ์ สื่อต่าง ๆ เผยแพร่ โดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนให้เข้าใจถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์ เพื่อพัฒนาสิ่งสาธารณูปโภคด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นและเพิ่มทักษะด้านภาษาต่างประเทศ แก่เด็กรุ่นใหม่ การประชาสัมพันธ์เส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยการจัดทำป้ายแสดงเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

จักรกฤษณ์ เรืองเวช (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี)ซึ่งพบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน / สัมผัสธรรมชาติ

2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและความรู้พื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี)

พบว่า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอาชีพ และสถานภาพสมรส พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุพุมารณ์ ชันศรี (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุดคือความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวในวันหยุดลำดับที่สองคือต้องการความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆพบว่ามีความพึงพอใจด้านการให้บริการและมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวนมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่ารายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจด้านข่าวสารสิ่งอำนวยความสะดวกการให้บริการและความรู้ที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) ข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของสวนและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องคือต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบมากขึ้น

ธนกฤตสังข์เลข (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้แหล่งนันทนาการเกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางและรู้สึกว่าการกระทบดังกล่าวส่งผลเสียต่อประสบการณ์นันทนาการอย่างไรก็ดีส่วนใหญ่ยังรู้สึกพึงพอใจและต้องการกลับมาเยือนแหล่งนันทนาการเดิมอีกในอนาคตผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระยะเวลาในการประกอบกิจกรรมความคาดหวังต่อสภาพแวดล้อมการได้เรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศการได้พักผ่อนในบรรยากาศที่สงบการได้ใช้พลกำลังในการประกอบกิจกรรมการได้ผจญภัย / เสี่ยงภัยและการได้เยือนแหล่งนันทนาการที่ไม่เคยเยือนมาก่อนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลกระทบสิ่งแวดล้อมการรับรู้มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์นันทนาการและการรับรู้และความพึงพอใจโดยรวมมีอิทธิพลต่อความต้องการในการกลับมาเยือนแหล่งนันทนาการในอนาคต

กัลยาณี กุลชัย (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ อายุระดับการศึกษา และความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่าความรู้เรื่องท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) จากผู้วิจัยเสนอให้รัฐบาล

ช่วยเหลือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

บุญญรัตน์ นามวงศ์ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของคณะกรรมการชุมชนเทศบาลตำบลเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งพบว่า บริบทของอำเภอเกาะสมุย เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมและมีศักยภาพในด้านพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยลักษณะทางกายภาพและภูมิประเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุอยู่ระหว่าง 41-45 ปี การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพหลักเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวและพาณิชยกรรมมีรายได้สุทธิต่อปี 50,000–100,000 บาท และ 100,501–200,000 บาท ในสัดส่วนที่เท่ากันและมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่เป็นคนเกาะสมุยและยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นเรื่องสร้างความรู้ความเข้าใจทางสิ่งแวดล้อม โดยให้ความรู้และจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งเสริมฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรม การท่องเที่ยวบนพื้นฐานสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติจะต้องจัดเรื่องเกษตรธรรมชาติ การประกอบธุรกิจที่คำนึงถึงการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง ความยั่งยืนทางนิเวศ โดยพัฒนาศักยภาพ วางผัง กระจายชุมชนและปลูกฝังแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ผลประโยชน์ของคนในท้องถิ่นจะต้องมีการทำงานแบบประชาคม จัดตั้งสหกรณ์ แก่ไขกฎระเบียบ โครงสร้างภาษี และมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี ด้านความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวจะต้องให้ความรู้ การท่องเที่ยวคำนึงในลักษณะการนิเทศ การบริการที่เป็นเลิศ พัฒนาระบบสถาบันทางสังคม และบริการพื้นฐานนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน การประเมินความรู้ การร่วมคิดตัดสินใจ การร่วมทำแผนปฏิบัติการ เจตคติต่อการบวนการตามบทบาทหน้าที่ พบว่า ก่อนและหลังปฏิบัติการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ คือ ถ้าคณะกรรมการชุมชนได้เข้าร่วมกระบวนการปฏิบัติการพัฒนายุทธศาสตร์ในครั้งนี้ จะมีความรู้และเจตคติมากกว่าก่อนเข้าร่วมปฏิบัติการ

นกรินทร์ชัยแก้ว (2545) ได้มีการศึกษาพัฒนาการรูปแบบการจัดการและศักยภาพในการพัฒนาที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอแม่แจ่มจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งในประเด็นของการศึกษาพัฒนาการได้ทำการศึกษาโดยใช้มิติทางประวัติศาสตร์และวิเคราะห์ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอแม่แจ่มนอกจากนี้ยังศึกษาบริบทของท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวในแง่มุมต่างๆทั้งทางด้านภูมิศาสตร์สังคม วัฒนธรรมการเมืองโดยการนำข้อมูลเหล่านี้มาสร้างเป็นข้อมูลพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิคทางด้านสารสนเทศภูมิศาสตร์ในการทำแผนที่ซึ่งผลการศึกษาพบว่าพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อำเภอแม่แจ่มมีพัฒนาการอยู่ในระยะเริ่มต้น

เทพกรณสงขลา (2554) ได้ศึกษาจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนกรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอช้างกลางจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่สามระดับขั้นตอนการผลิตให้ความรู้การเกษตรจากนายสินค้าชุมชนและแนะนำธุรกิจการเกษตรรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตรการขยายตัวกิจกรรมการเกษตรและการสร้างมูลค่าทรัพยากรเกษตรอย่างไรก็ตามการใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าวนอกจากจะส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้วยังกลายเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

รัชชัย รัตนซ้อน (2545) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของชุมชนบนพื้นที่สูง ผลของการวิจัย ซึ่งพบว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหลักทางวัฒนธรรมของชุมชนด้านระบบคุณค่า ระบบการผลิต โครงสร้างหลักทางวัฒนธรรม ของชุมชนปกากะยอม มิได้เปลี่ยนแปลง ของสังคมรอบด้าน ซึ่งแม้ชุมชนจะมีการเปลี่ยนแปลงการนับถือศาสนาไปแล้ว แต่ระบบการเคารพต่อธรรมชาติ ซึ่งมีสิ่งเหนือธรรมชาติควบคุมอยู่นั้น ได้ทำให้ระบบการผลิตของชุมชน ยังเป็นระบบการผลิตแบบเลี้ยงตนเอง ไม่กอบโกย และไม่ทำลายระบบความสัมพันธ์ของชุมชนที่มีความสัมพันธ์เป็นแบบเครือญาติ ที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และยังมีความสามัคคีกันเป็นอย่างดี ในด้านแนวคิดของชุมชนด้านการท่องเที่ยว นั้น ชุมชนได้จัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการดูแลรักษาระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และด้วยความที่ชุมชนมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติ จึงทำการแบ่งหน้าที่กันอย่างลงตัว

จะเด็จ ศิริงาม (2545) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว ในเขตอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเป็นนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเดินทาง นิยมเดินทางเป็นหมู่คณะ และมีการใช้รถส่วนตัว มากกว่าการใช้รถสาธารณะ หรือรถประจำทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมาในช่วงฤดูหนาว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยด้านความเป็นมิตรของผู้คนในท้องถิ่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวส่วนการคมนาคม ที่พัก รีสอร์ท ร้านอาหาร การบริการด้านต่าง ๆ การจำหน่ายของที่ระลึก มาตรฐานความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ประภัสสร เผ่าพงศ์ช่วง (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งพบว่า ปัจจัยท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านคมนาคม ด้านสินค้าและของที่

ระลึก ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ มีระดับการสนใจที่สูง และมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนการบริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ มีระดับการสนใจที่อยู่ในระดับปานกลาง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกโดยประชากรที่จะทำการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก โดยมีวิธีการศึกษา และรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติในการวิเคราะห์/การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

คือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง(Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience) จากจำนวนกลุ่มประชากรที่ได้ 1,150,174 คน (อ้างอิงในเอกสาร ขวัญเมืองและคณะ : 2554) มาคำนวณโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Taro Yamane) ซึ่งได้พัฒนาสูตรขึ้นมาเพื่อใช้ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,150,520}{1 + 1,150,520(0.05)^2} \\ &= 399.998 \text{ ราย} \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 400 ราย คือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือในการวิจัยด้วยเกี่ยวข้องกับลักษณะงานวิจัยและความสอดคล้องกับประเภทและรูปแบบงานวิจัยที่ศึกษาทั้งวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่างกล่าวคือนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่มีโครงสร้างแน่นอน (structured interview) กับกลุ่มประชากรตัวอย่างลำดับขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ
2. ศึกษาลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา
3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่างเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และกรรมการที่ปรึกษาโครงการ พิจารณาความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยแบบสอบถามส่วนที่เกี่ยวกับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่ผู้ทำโครงการสร้างขึ้นไปตรวจหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)
5. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูล

ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติกับใครมากที่สุด วันที่ท่านสะดวกมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติภายใน 1 สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ปัจจัยภายใน (การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ แรงจูงใจ) และปัจจัยภายนอก 4Ps(product Price Place Promotion) ปัจจัยอื่น (นโยบายภาครัฐ กลุ่มอ้างอิง)

3.3 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น สำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

การทดสอบเครื่องมือผู้วิจัยทดสอบอยู่ 2 ด้าน ได้แก่

1) ความเที่ยงตรง (validity) เป็นการหาว่าเครื่องมือที่ใช้ในสิ่งที่ต้องการวัดในการศึกษา สิ่งที่ถูกต้องและครบถ้วน โดยใช้เป็นความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) คือมีความสอดคล้องของระหว่างเนื้อหาเครื่องมือและเนื้อหาสิ่งที่ต้องการศึกษา

2) ความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่มีการวัดที่ให้ผลสม่ำเสมอแน่นอนคงที่ไม่คลาดเคลื่อนแม้จะวัดตามจำนวนครั้งที่วัด โดยมีระยะเวลาห่างกันช่วงเวลาหนึ่ง (พวงรัตน์ทวีรัตน์, 2543) เมื่อได้สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเชิงเนื้อหาของงานวิจัยเสร็จแล้วนำไปหาค่าความเที่ยงตรง (validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ดังนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (validity) โดยนำหัวข้อแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาด้านการวัดผลหรือด้านวิจัยรวม 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เป็นการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามคือค่า IC (Index of Congruency) โดยมีเกณฑ์วัดดังนี้

0 คือการไม่เห็นด้วยและ 1 เมื่อเห็นด้วยโดยนำคะแนนที่ได้มาแทนค่าในสูตรดังนี้(พวงรัตน์ทวีรัตน์, 2543 : 117)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทนดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากนั้นจึงนำมาเปรียบเทียบผลที่คำนวณได้ตามเกณฑ์มาตรฐานความเที่ยงตรงดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จตามทัศนะของ Gruber & R. Johnson (Gruber & R. Johnson, 1987, p 124) ดังนี้

ค่า IC	ระดับความสอดคล้อง
0.90 – 1.00	มีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ดีมาก
0.70 – 0.89	มีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ดี
0.50 – 0.69	มีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ยอมรับ
0.00 – 0.49	มีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

จากการตรวจสอบค่าความสอดคล้องภายในจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1 ท่าน อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาด้านการวัดผลหรือด้านวิจัย 2 ท่าน) ประกอบไปด้วยแบบสอบถามโดยใช้การหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเนื้อหาและผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญสำหรับแบบสอบถาม มีค่าIOC = 0.973สรุปว่ามีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

2. สัมประสิทธิ์แอลฟาเป็นวิธีการหาค่าความเที่ยงเพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) เผยแพร่โดยครอนบาช (Cronbach, 1951) เหมาะสมกับแบบทดสอบหรือแบบสอบถามที่มีการให้ค่าคะแนนไม่เท่ากันเช่นมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert เช่นแบบสอบถามวัดทัศนคติแบบสอบถามวัดการรับรู้เป็นต้น ตัวอย่างแบบสอบถามเช่นแบบสอบถามวัดทัศนคติของนักจัดการวิทยุเกี่ยวกับโรคเอดส์ใช้มาตราวัดแบบ 5 ระดับ โดยกำหนดให้ข้อคำถามเชิงบวกเห็นด้วยอย่างยิ่งมีค่าคะแนน 5 เห็นด้วยมีค่าคะแนน 4 ไม่แน่ใจมีค่าคะแนน 3 ไม่เห็นด้วยมีค่าคะแนน 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีค่าคะแนน 1 ส่วนข้อคำถามเชิงลบให้ค่าคะแนนตรงกันข้ามกับข้อคำถามเชิงบวก (จารุวรรณนิพนพานนท์, สมชายนิคมและคณะ 2541)

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's coefficient alpha) ของครอนบาชผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 คน กับอาสาสมัครกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมากกว่าหรือเท่ากับ 0.800 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เชื่อถือสูงโดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	แทน	ความเที่ยงของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนข้อคำถาม
$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ	
S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ	

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม

ข้อคำถามในแบบสอบถาม		Cronbach's Alpha if Item Deleted
ปัจจัยภายใน		
การรับรู้		
1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติสร้างความสวยงามและความประทับใจเมื่อได้พบเห็นทุกครั้ง		.907
2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติทำให้อยากไปสู่อากาศบริสุทธิ์		.908
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติทำให้อยากไปลิ้มรสชาติความสดและความอร่อยของอาหารจากแหล่งผลิต		.907
4. ได้ยินมาว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติจะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น		.908
5. อยากสัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเองสักครั้ง		.906

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ปัจจัยภายใน	
การเรียนรู้	
6. ต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาตินอกจากในห้างสรรพสินค้า	.905
7. ต้องการศึกษากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติว่าสำคัญอย่างไรกับคนไทย	.905
8. ต้องการศึกษาค้นหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเพื่อจะได้ทราบและบอกต่อให้คนอื่นทราบ	.904
9. ต้องการถ่ายภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติให้เพื่อนๆทาง Social Network ทราบเช่นลงFacebook ,Time Line เป็นต้น	.906
ทัศนคติ	
10. เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติของจังหวัดอื่นๆมาแล้ว	.908
11. ได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติภายในจังหวัดนครนายกตามคำแนะนำจากคนที่รู้จัก	.903
12. ความมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของไม้ดอกไม้ประดับความหลากหลายของพืชผักและผลไม้ของดีประจำจังหวัดนครนายกทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	.906
แรงจูงใจ	
13. ความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเพื่อหลีกเลี่ยงความกังวลใจเกี่ยวกับผู้อื่นและสถานการณ์ทางการเมืองที่วุ่นวาย	.907
14. ความต้องการมาหาการพักผ่อนหย่อนใจเชิงเกษตรและธรรมชาติเพื่อหาความเพลิดเพลิน	.905
15. ต้องการหาความตื่นเต้นและเร้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ	.905
16. ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้ชีวิตด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	.904

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ปัจจัยภายใน	
แรงจูงใจ(ต่อ)	
17. ต้องการอยู่ในการเกษตรและธรรมชาติที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์ของ จังหวัดนครนายกที่มีมีน้ำตกพันธุ์ไม้สัตว์ป่า	.906
ปัจจัยภายนอก	
ด้านผลิตภัณฑ์	
1. จังหวัดนครนายกมีถ้ำที่สวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่น	.905
2. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์	.905
3. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียง	.904
4. จังหวัดนครนายกมีน้ำตกที่สวยงามและมีหลายแห่ง	.904
5. จังหวัดนครนายกมีภูเขาต่างๆที่เป็นจุดชมทิวทัศน์ทัศนียภาพที่สวยงาม	.906
6. มีการจัดร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (OTOP) เพียงพอ	.905
7. มีการจัดร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง	.903
8. มีการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเองและการ กำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง	.904
9. มีการจัดลานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย	.904
ด้านราคา	
10. ค่าเดินทางที่ใช้ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความ เหมาะสม	.904
11. ราคาของสินค้าผลผลิตทางการเกษตรของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ ธรรมชาติมีความเหมาะสม	.904
12. ค่าที่พักมีความเหมาะสม	.905
13. ค่าอาหารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมและ คุ้มค่า	.904

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alphaif Item Deleted
ปัจจัยภายนอก	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
14.มีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์หรือการจองผ่านทางโทรศัพท์	.904
15. สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผลผลิตทางการเกษตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	.904
16.มีการจัดบูธตัวแทนจำหน่ายและแสดงผลผลิตทางการเกษตรตามสถานที่ต่างๆเช่นห้างต่างๆ	.907
ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด	
17. มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	.905
18. มีการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติให้เห็นตามสื่อต่างๆเช่นโทรทัศน์อินเทอร์เน็ตฯลฯ	.906
19.มีการจัดรายการลดแลกแจกแถมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติในที่ที่ท่านไปเยือน	.906
ด้านบุคลากร	
20. ผู้ประกอบการด้านการเกษตรมีความรู้ภาษาต่างประเทศ	.910
21.มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเพียงพอ	.908
22.เจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นอย่างดี	.908
23.มีการให้บริการที่เป็นมิตรจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	.955
24.มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลต่างๆหากมีข้อสงสัยเกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพียงพอ	.907
ด้านการสร้างและเสนอลักษณะทางกายภาพ	
25.สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการเป็นอย่างดี	.907
26.สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดน่าท่องเที่ยวและน่าเข้าชม	.905
27.มีการจัดการระบบสาธารณสุขเช่นสุขาถึงขยะสิ่งปฏิกูลที่หลงเหลือจากการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	.904
28.ถนนใช้เดินทางได้ง่ายมีความปลอดภัยสะดวกสบาย	.907

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ปัจจัยภายนอก	
ด้านกระบวนการ	
29.มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นระบบบอกสถานที่ที่ต้องการไปท่องเที่ยวอย่างแม่นยำ	.905
30.ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้บริการอย่างรวดเร็วมีความประทับใจ	
31.วิทยาการจัดการสมัยใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและระบบการจัดการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อการท่องเที่ยวระดับสากล	.908
32. การเชื่อมโยงข้อมูล/ บุคคลระหว่างหน่วยงานอย่างเพียงพอ	.907
33. มีการเลือกสรรและพัฒนาเพื่อต่อ ยอดภูมิปัญญา/เทคโนโลยีทางการผลิตและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	.906
34. มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับฤดูกาล	.908
35.มีการจัดระเบียบที่จอดรถเหมาะสมและมีความปลอดภัย	.907
ปัจจัยอื่นๆ	.906
นโยบายของภาครัฐ	
36.รัฐบาลมีการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมากขึ้น	
37. ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยการสนับสนุนจากองค์กรส่วนท้องถิ่นเพียงพอ	.906
38. รัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกับจังหวัดนครนายก	.904
39. รัฐบาลให้การสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการเกษตรและบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติเหมาะสม	.906
	.905

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alphaif Item Deleted
ปัจจัยอื่นๆ (ต่อ)	
กลุ่มอ้างอิง	
40. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้มาตามรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ	.905
41. การมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเหมาะกับการมากับแฟนคนรักและครอบครัวหรือเพื่อนมากกว่ามาคนเดียว	.905
42. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้ตามคำบอกต่อจากเพื่อนๆและญาติ	.905
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ	
1.ความสะอาดจากแหล่งผลิตทางการเกษตรจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.906
2.ความหลากหลายของแหล่งธรรมชาติจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.904
3.ไม้ดอกไม้ประดับมีความขึ้นชื่อจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.905
4.การเดินทางที่สะดวกจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.906
5.ชื่อเสียงของน้ำตกและมีหลายแห่งจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.905
6.ที่พักโฮมสเตย์รีสอร์ทหน้าพักสวยงามจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.905
7.อยากถ่ายภาพไว้สังคมออนไลน์Facebook ,Time Line, Instragram ฯลฯ ให้ได้รับทราบจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.905
8.การมาทำกิจอื่นเช่นการมาไหว้พระทำบุญหรือธุระอื่นๆจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.905

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นจาก Cronbach's Alpha ของแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ(ต่อ)	
9.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.906
10.การสนับสนุนจากรัฐบาลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและองค์กรอื่นๆให้เที่ยวภายในประเทศมากขึ้นจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	.908

สรุปผล Cronbach's Alpha เท่ากับ .908 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ได้ เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่น สูงกว่า .800

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถทำได้โดย นำแบบสอบถามสอบถามนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกจำนวนตัวอย่าง 400 รายและทำตรวจสอบข้อมูลจากนั้น บันทึกจัดเก็บข้อมูลที่ได้ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศอายุอาชีพระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยหาค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติกับใครมากที่สุด วันที่ท่านสะดวกมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติภายใน 1 สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใด ของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยหาค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกแก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทางความสะดวกในการเดินทาง ต้องการท่องเที่ยวในวันหยุดและวันพักผ่อน ความเหมาะสมของราคาเข้าชมสถานที่ความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสวยงามของสถานที่ ความต้องการความรู้ด้านการเกษตรและภูมิปัญญาชาวบ้าน ความเป็นกันเองของเจ้าของสวน/เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกต่างๆในแหล่งท่องเที่ยว ผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เนื่องจากส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของลิเกิร์ต(Likert Scale, 1932)แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อหาระดับการใช้งานของผู้ใช้โปรแกรม

แบบสอบถามส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของลิเกิร์ต(Likert Scale, 1932)โดยกำหนดเกณฑ์การให้ค่าคะแนน ดังนี้

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

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ตามเกณฑ์คะแนน ตามรูปแบบของลิเกิร์ต(Likert Scale, 1932)ดังนี้

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

ระดับคะแนน	ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	น้อยที่สุด

3.6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์/ การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 สถิติพื้นฐาน

1. การแจกแจงความถี่
2. ค่าร้อยละ (%)
3. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$)
4. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-Total Correlation)
2. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α – Coefficient)

1.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

1. การหาค่าที (T-test)
2. การหาค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)
3. การหาค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD
4. การหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ผลของการวิจัย

ผลของการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก” ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

4.3 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

4.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	202	50.5
หญิง	198	49.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 50.5 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49.5

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	114	28.5
20-29ปี	121	30.2
30-39ปี	46	11.5
40-49 ปี	41	10.2
50 –59 ปี	35	8.8
60 ปีขึ้นไป	43	10.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.2 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 –59 ปีมีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.หรือเทียบเท่า	114	28.5
ปริญญาตรี	237	59.2
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	49	12.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.3 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.หรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ามีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	142	35.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	16.0
พนักงานบริษัทเอกชน	162	40.5
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	32	8.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.4 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 35.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	115	28.8
10,001-20,000 บาท	15	3.8
20,001-30,000 บาท	72	18.0
30,001-40,000 บาท	150	37.5
40,001-50,000 บาท	43	10.8
สูงกว่า 50,000 บาท	5	1.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.5 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 30,001-40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 28.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทมีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ

ปัจจัยภายใน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
การรับรู้	4.90	0.16	มากที่สุด
การเรียนรู้	4.89	0.20	มากที่สุด
ทัศนคติ	4.94	0.17	มากที่สุด
แรงจูงใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.93	0.08	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งด้านแรงจูงใจซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือ ด้านทัศนคติโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 ส่วนด้านการเรียนรู้มีน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านการรับรู้

การรับรู้	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติสร้างความสวยงาม และความประทับใจเมื่อได้พบเห็นทุกครั้ง	4.80	0.45	มากที่สุด
2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปสูดอากาศบริสุทธิ์	5.00	0.00	มากที่สุด
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติทำให้อยากไปลิ้มรสชาติ ความสด และความอร่อยของอาหาร จากแหล่งผลิต	4.90	0.31	มากที่สุด
4. ได้ยินมาว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติจะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น	4.81	0.55	มากที่สุด
5. อยากสัมผัส บรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเองสักครั้ง	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.90	0.16	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านการรับรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปสูดอากาศบริสุทธิ์ และอยากสัมผัส บรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเองสักครั้งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติทำให้อยากไปลิ้มรสชาติ ความสด และความอร่อย ของอาหาร จากแหล่งผลิตโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ส่วนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติสร้างความสวยงาม และความประทับใจเมื่อได้พบเห็นทุกครั้งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านการเรียนรู้

การเรียนรู้	$\bar{X}$	SD	แปลผล
6. ต้องการท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาติ นอกจากในห้างสรรพสินค้า	4.90	0.39	มากที่สุด
7. ต้องการศึกษากการท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ ว่าสำคัญอย่างไรกับคนไทย	4.87	0.43	มากที่สุด
8. ต้องการศึกษาค้นหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาติ เพื่อจะได้ ทราบและ บอกต่อให้คนอื่นทราบ	5.00	0.00	มากที่สุด
9. ต้องการถ่ายภาพการท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ ให้เพื่อนๆทางSocial Network ทราบเช่นลง Facebook ,Time Line เป็นต้น	4.78	0.58	มากที่สุด
รวม	4.89	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งต้องการศึกษาค้นหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาติ เพื่อจะได้ทราบและ บอกต่อให้คนอื่นทราบมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือ ต้องการท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาตินอกจากในห้างสรรพสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ส่วนต้องการถ่ายภาพการท่องเที่ยวงานเกษตรกรรมและธรรมชาติ ให้เพื่อนๆทางSocial Network ทราบเช่นลง Facebook ,Time Line เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านทัศนคติ

ทัศนคติ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
10. เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ของจังหวัดอื่นๆมาแล้ว	4.85	0.46	มากที่สุด
11. ได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ภายในจังหวัดนครนายก ตามคำแนะนำจากคนที่รู้จัก	5.00	0.00	มากที่สุด
12. ความมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของไม้ดอก ไม้ประดับความหลากหลายของพืชผัก และผลไม้ ของดีประจำจังหวัดนครนายกทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	4.96	0.21	มากที่สุด
รวม	4.94	0.17	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านทัศนคติโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ภายในจังหวัดนครนายก ตามคำแนะนำจากคนที่รู้จักมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือความมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของไม้ดอกไม้ประดับความหลากหลายของพืชผักและผลไม้ ของดีประจำจังหวัดนครนายกทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 ส่วนเคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ของจังหวัดอื่นๆมาแล้วมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านแรงจูงใจ

ปัจจัยภายใน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
13. ความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความกังวลใจเกี่ยวกับผู้อื่นและสถานการณ์ทางการเมืองที่วุ่นวาย	5.00	0.00	มากที่สุด
14. ความต้องการมาหาการพักผ่อนหย่อนใจเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหาความเพลิดเพลิน	5.00	0.00	มากที่สุด
15. ต้องการหาความตื่นเต้นและเร้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ	5.00	0.00	มากที่สุด
16. ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้ชีวิตด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	5.00	0.00	มากที่สุด
17. ต้องการอยู่ในการเกษตรและธรรมชาติที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์ของจังหวัดนครนายกที่มีแม่น้ำตก พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านแรงจูงใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยมีสัดส่วนเท่ากันทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

4.3 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

ปัจจัยภายนอก	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ส่วนประสมทางการตลาด	4.56	0.11	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์	4.92	0.11	มากที่สุด
ราคา	4.81	0.27	มากที่สุด
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.94	0.17	มากที่สุด
การส่งเสริมการตลาด	4.35	0.41	มากที่สุด
บุคคล	4.28	0.33	มากที่สุด
การสร้างและนำเสนอลักษณะทาง- กายภาพ	4.31	0.34	มากที่สุด
กระบวนการ	4.33	0.21	มากที่สุด
ปัจจัยอื่นๆ	4.51	0.19	มากที่สุด
นโยบายของภาครัฐ	4.73	0.23	มากที่สุด
กลุ่มอ้างอิง	4.29	0.37	มากที่สุด
รวม	4.43	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยนอกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ และปัจจัยอื่นๆ พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 โดยนโยบายของภาครัฐมีค่าเฉลี่ยมากกว่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 กลุ่มอ้างอิง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. จังหวัดนครนายกมีถั่วที่สวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่น	4.91	0.29	มากที่สุด
2. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์	5.00	0.00	มากที่สุด
3. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียง	5.00	0.00	มากที่สุด
4. จังหวัดนครนายกมีน้ำตกที่สวยงาม และมีหลายแห่ง	5.00	0.00	มากที่สุด
5. จังหวัดนครนายกมีภูเขาต่างๆที่เป็นจุดชมทิวทัศน์ ทิวทัศน์ภาพที่สวยงาม	5.00	0.00	มากที่สุด
6. มีการจัดร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (OTOP) เพียงพอ	4.80	0.48	มากที่สุด
7. มีการจัดร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง	4.83	0.48	มากที่สุด
8. มีการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเอง และการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง	4.91	0.28	มากที่สุด
9. มีการจัดงานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย	4.83	0.48	มากที่สุด
รวม	4.92	0.11	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งจังหวัดนครนายกมีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์, จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียง, จังหวัดนครนายกมีน้ำตกที่สวยงาม และมีหลายแห่งและจังหวัดนครนายกมีภูเขาต่างๆที่เป็นจุดชมทิวทัศน์ ทิวทัศน์ภาพที่สวยงามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือ จังหวัดนครนายกมีถั่วที่สวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่นและมีการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเอง และการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.91 ส่วนมีการจัดร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมืองและมีการจัดลานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคา

ราคา	$\bar{X}$	SD	แปลผล
10. ค่าเดินทางที่ใช้ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสม	4.81	0.48	มากที่สุด
11. ราคาของสินค้า ผลผลิตทางการเกษตรของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสม	4.87	0.41	มากที่สุด
12. ค่าที่พัก ค่าโฮมสเตย์ มีความเหมาะสม	4.82	0.47	มากที่สุด
13. ค่าอาหารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมและคุ้มค่า	4.74	0.53	มากที่สุด
รวม	4.81	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งราคาของสินค้า ผลผลิตทางการเกษตรของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 รองลงมา คือ ค่าที่พัก ค่าโฮมสเตย์ มีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ส่วนค่าอาหารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมและคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	แปลผล
14. มีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์หรือการจองผ่านทางโทรศัพท์	3.88	0.75	มากที่สุด
15. สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ผลผลิตทางการเกษตร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.99	0.50	มากที่สุด
16. มีการจัดบูธ ตัวแทนจำหน่าย และ แสดงผลผลิตทางการเกษตร ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างต่างๆ	4.98	0.16	มากที่สุด
รวม	4.94	0.17	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งมีการจัดบูธ ตัวแทนจำหน่าย และ แสดงผลผลิตทางการเกษตร ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 รองลงมา คือ สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ผลผลิตทางการเกษตร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนมีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์หรือการจองผ่านทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	แปลผล
17. มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	4.59	0.65	มากที่สุด
18. มีการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เห็นตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	4.50	0.51	มากที่สุด
19. มีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ในที่ที่ทานไปเยือน	3.95	0.69	มากที่สุด
รวม	4.35	0.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมา คือ มีการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เห็นตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ในที่ที่ทานไปเยือนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านบุคคล

บุคคล	$\bar{X}$	SD	แปลผล
20. ผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีความรู้ ภาษาต่างประเทศ	3.49	0.82	มาก
21. มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกด้านการ ท่องเที่ยวเพียงพอ	4.15	0.84	มากที่สุด
22. เจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่มีความรู้เรื่องการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นอย่างดี	4.93	0.26	มากที่สุด
23. มีการให้บริการที่เป็นมิตรจากผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.99	0.11	มากที่สุด
24. มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลต่างๆ หากมีข้อ สงสัยเกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพียงพอ	3.85	0.65	มากที่สุด
รวม	4.28	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการให้บริการที่เป็นมิตรจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.99 รองลงมา คือเจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นอย่างดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 ส่วนผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีความรู้ภาษาต่างประเทศมีค่าน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
25.สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการเป็นอย่างดี	4.61	0.49	มากที่สุด
26.สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด น้ำท่องเที่ยวและน้ำเข้าชม	3.74	0.75	มาก
27.มีการจัดการระบบสาธารณสุข เช่นสุขา ถังขยะ สิ่งปฏิกูลที่หลงเหลือจากการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.01	0.60	มาก
28.ถนน ใช้เดินทางได้ง่าย มีความปลอดภัย สะดวกสบาย	4.88	0.33	มากที่สุด
รวม	4.31	0.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ถนน ใช้เดินทางได้ง่าย มีความปลอดภัย สะดวกสบายมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 รองลงมา คือสถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการเป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด น้ำท่องเที่ยวและน้ำเข้าชมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
ด้านกระบวนการ

กระบวนการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
29. มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่างเป็นระบบ บอกสถานที่ที่ต้องการไป ท่องเที่ยวอย่างแม่นยำ	4.93	0.25	มากที่สุด
30. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้บริการ อย่างรวดเร็ว มีความประทับใจ	3.52	0.69	มาก
31. วิทยาการจัดการสมัยใหม่เพื่อการท่องเที่ยว และระบบการจัดการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อการ ท่องเที่ยวระดับสากล	4.10	0.35	มาก
32. การเชื่อมโยงข้อมูล/บุคคล ระหว่าง หน่วยงานอย่างเพียงพอ	3.66	0.66	มาก
33. มีการเลือกสรร และพัฒนาเพื่อต่อ ยอดภูมิ ปัญญา/เทคโนโลยี ทางด้านการผลิตและ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	4.94	0.25	มากที่สุด
34. มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม กับฤดูกาล	5.00	0.00	มากที่สุด
35. มีการจัดระเบียบที่จอดรถ เหมาะสมและมี ความปลอดภัย	4.17	0.55	มาก
รวม	4.33	0.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับฤดูกาลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือ มีการเลือกสรร และพัฒนาเพื่อต่อยอดภูมิปัญญา/เทคโนโลยี ทางด้านการผลิตและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 ส่วนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความประทับใจมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ด้านนโยบายของภาครัฐ

นโยบายของภาครัฐ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
36. รัฐบาลมีการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมากขึ้น	4.63	0.48	มากที่สุด
37. ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยการสนับสนุนจากองค์กรส่วนท้องถิ่นเพียงพอ	5.00	0.00	มากที่สุด
38. รัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกับจังหวัดนครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
39. รัฐบาลให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ประกอบการ ด้านการเกษตรและบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติ เหมาะสม	4.31	0.76	มากที่สุด
รวม	4.73	0.23	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ด้านนโยบายของภาครัฐโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยการสนับสนุนจากองค์กรส่วนท้องถิ่นเพียงพอและรัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกับจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือ รัฐบาลมีการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ส่วนรัฐบาลให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ประกอบการ ด้านการเกษตรและบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติ เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ด้านกลุ่มอ้างอิง

กลุ่มอ้างอิง	$\bar{X}$	SD	แปลผล
40. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้ มาตามรายการท่องเที่ยว ทางโทรทัศน์และสื่อ ต่างๆ	5.00	0.00	มากที่สุด
41. การมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เหมาะกับการมากับแฟน คนรัก และครอบครัว หรือเพื่อน มากกว่ามาคนเดียว	4.27	0.76	มากที่สุด
42. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ครั้งนี้ ตามคำบอกต่อ จากเพื่อนๆ และญาติ	3.61	0.65	มาก
รวม	4.29	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ด้านกลุ่มอ้างอิง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้ มาตามรายการท่องเที่ยว ทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คือ การมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเหมาะกับการมากับแฟน คนรัก และครอบครัว หรือเพื่อน มากกว่ามาคนเดียว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ครั้งนี้ ตามคำบอกต่อ จากเพื่อนๆ และญาติ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

4.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

การตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1.ความสด สะอาด จากแหล่งผลิตทางการเกษตรจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
2.ความหลากหลายของแหล่งธรรมชาติ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
3.ไม้ดอก ไม้ประดับ มีความขึ้นชื่อ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
4.การเดินทางที่สะดวก จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
5.ชื่อเสียงของน้ำตก และมีหลายแห่ง จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
6.ที่พัก โฮมสเตย์ รีสอร์ท น้ำตก สวยงาม จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	3.98	0.74	มาก

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก(ต่อ)

การตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลผล
7.อยากถ่ายภาพวีรสังคมออนไลน์ Facebook ,Time Line, Instragram ฯลฯ ให้ได้รับทราบ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง เกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	4.76	0.43	มากที่สุด
8.การมาทำกิจอื่น เช่น การมาไหว้พระ ทำบุญ หรือธุระอื่นๆ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง เกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	4.17	0.46	มากที่สุด
9.การโฆษณา ประสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จึง ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	4.74	0.44	มากที่สุด
10.การสนับสนุนจากรัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรอื่นๆ ให้เที่ยว ภายในประเทศมากขึ้น จึงตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัด นครนายก	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.76	0.09	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสด สะอาด จากแหล่งผลิตทางการเกษตรจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก, ความหลากหลายของแหล่งธรรมชาติ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก, ไม้ดอก ไม้ประดับ มีความขึ้นชื่อ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก, การเดินทางที่สะดวก จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก และชื่อเสียงของน้ำตก, มีหลายแห่ง จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก และการสนับสนุนจากรัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรอื่นๆ ให้เที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมา คืออยากถ่ายภาพวีรสังคมออนไลน์ Facebook

,Time Line, Instragram ฯลฯ ให้ได้รับทราบ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติใน จังหวัดนครนายกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.76ส่วนที่พัก โฮมสเตย์รีสอร์ท น้าพัก สวยงาม จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมีค่าน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.98ตามลำดับ

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1เพศที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก
จำแนกตามเพศ

	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	Sig.
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ	ชาย	4.77	0.09	0.086
	หญิง	4.76	0.09	

ตารางที่ 4.22 ผลการศึกษาจากการใช้สถิติ T-Testพบว่า เพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่ต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.086)

สมมติฐานที่ 1.2อายุที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.23การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก
จำแนกตามอายุ

		Sum of Squares	df	MS	F	F
การตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ	Between Groups	.068	5	.014	1.540	0.176
	Within Groups	3.496	394	.009		
รวม	รวม	3.564	399			

ตารางที่ 4.23 ผลการศึกษาจากการใช้สถิติ One-Way ANOVA พบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.176)

สมมติฐานที่ 1.3ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก
จำแนกตามระดับการศึกษา

		Sum of Squares	df	MS	F	F
การตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ	Between Groups	.040	2	.020	2.255	0.106
	Within Groups	3.524	397	.009		
	รวม	3.564	399			

ตารางที่ 4.24 ผลการศึกษาจากการใช้สถิติ One-Way ANOVA พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.106)

สมมติฐานที่ 1.4อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก
จำแนกตามอาชีพ

		Sum of Squares	df	MS	F	F
การตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ	Between Groups	.051	3	.017	1.928	0.125
	Within Groups	3.513	396	.009		
	รวม	3.564	399			

ตารางที่ 4.25 ผลการศึกษาจากการใช้สถิติ One-Way ANOVA พบว่า อาชีพที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่ต่างกัน ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.125)

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.26การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก
จำแนกตามรายได้

		Sum of Squares	df	MS	F	F
การตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ	Between Groups	.383	5	.077	9.483	0.000*
	Within Groups	3.182	394	.008		
	รวม	3.564	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ผลการศึกษาจากการใช้สถิติ One-Way ANOVA พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.000)

ตารางที่ 4.27การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติกับรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-	0.000*	0.000*	0.634	0.316	0.083
10,001-20,000 บาท		-	0.005*	0.000*	0.000*	0.000*
20,001-30,000 บาท			-	0.000*	0.051*	0.004*
30,001-40,000 บาท				-	0.169	0.107
40,001-50,000 บาท					-	0.040*
สูงกว่า 50,000 บาท						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ผลจากการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท รวมถึงผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท,

20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท, 40,001-50,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท ประกอบกับผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท, 40,001-50,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกัน ($p < 0.05$)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายในมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน ของปัจจัยภายใน อันได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะ และแรงจูงใจ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลแสดงดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทำนายปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-test	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	3.790	.214		17.738	.000
การรับรู้	.081	.029	.137	2.786	.006*
การเรียนรู้	.056	.023	.119	2.409	.016*
ทักษะ	.061	.028	.109	2.223	.027*
แรงจูงใจ	.112	.046	.238	4.818	.032*

$F = 7.124$, $p = 0.000$, $R^2 = .226$, adjusted $R^2 = .044$

จากตารางที่ 4.28 พบว่า การรับรู้, การเรียนรู้, ทักษะ และแรงจูงใจสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 44 ($R^2 = .044$) โดยที่เหลืออีก 56% สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นซึ่งแสดงว่า ปัจจัยภายในพบว่า ได้แก่ การรับรู้, การเรียนรู้, ทักษะ และแรงจูงใจ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถเขียนสมการในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ = $3.790 + .081(\text{การรับรู้}) + .056(\text{การเรียนรู้}) + .061(\text{ทัศนคติ}) + .112(\text{แรงจูงใจ})$

และได้สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ = $.137(\text{การรับรู้}) + .119(\text{การเรียนรู้}) + .109(\text{ทัศนคติ}) + .238(\text{แรงจูงใจ})$

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน ของปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ กับปัจจัยอื่น ประกอบด้วยนโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลแสดงดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทำนายปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-test	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	3.491	.263		13.267	.000
ผลิตภัณฑ์	.045	.036	.053	1.253	.211
ราคา	.040	.015	.116	2.687	.008*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	.031	.023	.056	1.347	.179
การส่งเสริมการตลาด	.054	.012	.235	4.366	.000*
บุคคลากร	.051	.014	.177	3.587	.000*
การสร้างและนำเสนอ- ลักษณะทางกายภาพ	.073	.014	.261	5.338	.000*
กระบวนการ	.127	.021	.282	6.009	.000*
นโยบายของภาครัฐ	.095	.018	.228	5.167	.000*
กลุ่มอ้างอิง	.254	.042	.564	2.018	.000*

$$F = 26.677, p = 0.000, R^2 = .594, \text{adjusted } R^2 = .340$$

จากตาราง 4.29 พบว่า ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ กับปัจจัยอื่น ประกอบด้วยนโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 34 ($R^2 = .340$) โดยที่เหลืออีก 66% สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่น ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ กับปัจจัยอื่น ประกอบด้วยนโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถเขียนสมการในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ = $3.491 + .040(\text{ราคา}) + .054(\text{การส่งเสริมการตลาด}) + .051(\text{บุคคล}) + .073(\text{การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ}) + .127(\text{กระบวนการ}) + .095(\text{นโยบายของภาครัฐ}) + .254(\text{กลุ่มอ้างอิง})$

และได้สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ = $3.491 + .015(\text{ราคา}) + .012(\text{การส่งเสริมการตลาด}) + .014(\text{บุคคล}) + .014(\text{การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ}) + .021(\text{กระบวนการ}) + .018(\text{นโยบายของภาครัฐ}) + .042(\text{กลุ่มอ้างอิง})$

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลของการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก” ผู้ศึกษาได้ทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทก่อนหน้านี้ ดังนั้นในบทนี้ผู้ศึกษาจึงได้ทำการสรุปผลการวิจัยจากบทก่อนหน้า และนำผลที่ได้มาอภิปรายผล โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ศึกษาซึ่งผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น

5.1 สรุปผลการวิจัยข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2 สรุปผลการวิจัยปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

5.3 สรุปผลการวิจัยปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

5.4 สรุปผลการวิจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

5.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

5.6 การอภิปรายผล

5.7 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

5.8 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี รองลงมาคือ ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 – 59 ปี มีน้อยที่สุด ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.หรือเทียบเท่า ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ามีน้อยที่สุดตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนรองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีน้อยที่สุด ตามลำดับและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 30,001-40,000 บาทรองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทมีน้อยที่สุด ตามลำดับ

5.2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

จากการศึกษา พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งด้านแรงจูงใจซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือ ด้านทัศนคติส่วนด้านการเรียนรู้มีน้อยที่สุด ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน มีดังต่อไปนี้

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านการรับรู้ พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปสูดอากาศบริสุทธิ์ และอยากสัมผัส บรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเองสักครั้งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากันรองลงมา คือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติทำให้อยากไปลิ้มรสชาติ ความสด และความอร่อย ของอาหาร จากแหล่งผลิตส่วนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติสร้างความสวยงาม และความประทับใจเมื่อได้พบเห็นทุกครั้งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านการเรียนรู้พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อจะได้ทราบและ บอกต่อให้คนอื่นทราบมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาตินอกจากในห้างสรรพสินค้าส่วนต้องการถ่ายภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เพื่อนๆทางSocial Network ทราบเช่นลง Facebook ,Time Line เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านทัศนคติพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติภายในจังหวัดนครนายก ตามคำแนะนำจากคนที่รู้จักมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือความมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของไม้ดอกไม้ประดับความหลากหลายของพืชผักและผลไม้ ของดีประจำจังหวัดนครนายกทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติส่วนเคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ของจังหวัดอื่นๆมาแล้วมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติด้านแรงจูงใจพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยมีสัดส่วนเท่ากันทุกข้อ

5.3 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

จากการศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยนอก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือผลิตภัณฑ์ ส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ และปัจจัยอื่นๆพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยนโยบายของภาครัฐมีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มอ้างอิง ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน มีดังต่อไปนี้

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งจังหวัดนครนายกมีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์, จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียง, จังหวัดนครนายกมีน้ำตกที่สวยงาม และมีหลายแห่งและจังหวัดนครนายกมีภูเขาต่างๆที่เป็นจุดชมทิวทัศน์ ทิวทัศน์ภาพที่สวยงามมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน รองลงมา คือ จังหวัดนครนายกมีถ้ำที่สวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่นและมีการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเอง และการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนมีการจัดร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมืองและมีการจัดลานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งราคาของสินค้า ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือค่าที่พัก ค่าโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมส่วนค่าอาหารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมและคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งมีการจัดบูธ ตัวแทนจำหน่าย และ แสดงผลผลิตทางการเกษตร ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้าง

ต่างๆมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ผลผลิตทางการเกษตร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนมีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์หรือการจองผ่านทางโทรศัพท์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือมีการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เห็นตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ส่วนมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ในที่ที่ท่านไปเยือนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการให้บริการที่เป็นมิตรจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือเจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นอย่างดีมีส่วนผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีความรู้ภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ถนน ใช้เดินทางได้ง่าย มีความปลอดภัย สะดวกสบายมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือสถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการเป็นอย่างดีส่วนสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด น่าท่องเที่ยวและน่าเข้าชมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.33$)และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับฤดูกาลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือมีการเลือกสรร และพัฒนาเพื่อต่อยอดภูมิปัญญา/เทคโนโลยีทางการผลิตและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติส่วนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความประทับใจมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ปัจจัยอื่นๆ ด้านนโยบายของภาครัฐพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยการสนับสนุนจากองค์กรส่วนท้องถิ่นเพียงพอและรัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกับจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดโดยมีส่วนที่เท่ากัน รองลงมา คือรัฐบาลมีการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติใน

จังหวัดนครนายกมากขึ้นส่วนรัฐบาลให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ประกอบการ ด้านการเกษตร และบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติ เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

ปัจจัยอื่นๆ ด้านกลุ่มอ้างอิงพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้ มาตามรายการท่องเที่ยว ทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดรองลงมา คือการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เหมาะกับการมากับแฟน คนรัก และครอบครัว หรือเพื่อน มากกว่ามาคนเดียวส่วนมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ครั้งนี้ตามคำบอกต่อ จากเพื่อนๆ และญาติมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ

5.4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

จากการศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสด สะอาด จากแหล่งผลิตทางการเกษตรจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก, ความหลากหลายของแหล่งธรรมชาติ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก, ไม้ดอกไม้ประดับ มีความขึ้นชื่อ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก, การเดินทางที่สะดวก จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก และชื่อเสียงของน้ำตก, มีหลายแห่ง จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก และการสนับสนุนจากรัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรอื่นๆ ให้เที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน รองลงมา คืออยากถ่ายภาพไว้ส่งคอมออนไลน์ Facebook ,Time Line, Instragram ฯลฯ ให้ได้รับทราบ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกส่วนที่พัก โฮมสเตย์ รีสอร์ท น้าพัก สวยงาม จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ

5.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน**ไม่มีผล**ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.086)

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน**ไม่มีผล**ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.176)

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน**ไม่มีผล**ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.106)

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน**ไม่มีผล**ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.125)

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน**มีผล**ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.000) และจากการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ระหว่างการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติกับรายได้พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท รวมถึงผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท, 40,001-50,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท ประกอบกับผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท, 40,001-50,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกัน ($p < 0.05$)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายในอันได้แก่ การรับรู้, การเรียนรู้, ทักษะและแรงจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งแสดงว่า ปัจจัยภายในพบว่า ได้แก่ การรับรู้, การเรียนรู้, ทักษะและแรงจูงใจ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 44 ($R^2 = .044$) โดยที่เหลืออีก 56% สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่น

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ กับปัจจัยอื่น ประกอบด้วย นโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม

และธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งแสดงว่า ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ กับปัจจัยอื่น ประกอบด้วยนโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวได้ถึงร้อยละ 34 ($R^2 = .340$) โดยที่เหลืออีก 66%

5.6 การอภิปรายผล

1. รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกที่แตกต่างกันซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลฤดี นาคทุ่งเตา (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติได้ร่วมนั้น อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ แตกต่างกัน มีระดับทัศนคติต่อปัจจัยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

2. ปัจจัยภายในอันได้แก่การรับรู้มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนกฤตสังข์เลข (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติพบว่าการรับรู้มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์นันทนาการและการรับรู้และความพึงพอใจโดยรวมมีอิทธิพลต่อความต้องการในการกลับมาเยือนแหล่งนันทนาการในอนาคต

3. ปัจจัยภายในอันได้แก่การเรียนรู้มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจะเด็จ ศรีงาม (2545) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว ในเขตอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเป็นนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเดินทาง นิยมเดินทางเป็นหมู่คณะ โดยใช้รถส่วนตัว มากกว่าการใช้รถสาธารณะ หรือรถประจำทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมาในช่วงฤดูหนาว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยด้านความเป็นมิตรของผู้คนในท้องถิ่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวส่วนการคมนาคม ที่พัก รีสอร์ท ร้านอาหาร การบริการด้านต่าง ๆ การจำหน่ายของที่ระลึก มาตรฐานความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

4. ปัจจัยภายในอันได้แก่ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุขุมารณ์ ชันศรี (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุดคือความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

5. ปัจจัยภายในอันได้แก่แรงจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร เผ่าพงศ์ช่วง (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านคมนาคม ด้านสินค้าและของที่ระลึก ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ มีระดับการจูงใจที่สูง และมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนนบรียนาเที่ยว และมัลคูลเทศก์ มีระดับการจูงใจที่อยู่ในระดับปานกลาง

6. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยาณี กุลชัย (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

7. ปัจจัยอื่น ได้แก่นโยบายของภาครัฐและกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเทพกร ณ สงขลา (2554) ที่ได้ศึกษา รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอ ช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าว นอกจากจะส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้วยังกลายเป็น สิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

5.7 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยจัดทำแผ่นพับเป็นภาษาไทยคู่กับภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างชาติและวางตาม

จุดประชาสัมพันธ์ตามหน่วยงานในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงและประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้จัดแผนท่องเที่ยวลงในโปรแกรมการท่องเที่ยว

2. ควรมีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยด้านการประชาสัมพันธ์การจองสถานที่พักซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีความสะดวกรวดเร็วขึ้นมากเป็นการกระตุ้นยอดขายและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

3. ควรสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงบูรณาการสร้างความพร้อมในด้านการบริการและจัดระบบการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

5.8 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มขึ้นในการปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติอย่างเต็มรูปแบบมากขึ้น

2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพในรายของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติที่ประเมินความประทับใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติต่ำกว่ามาตรฐานโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก(Depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลของปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆโดยละเอียดเพื่อจะเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

3. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติต่อไป

4. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดอื่นๆ ที่นอกเหนือจากจังหวัดนครนายก ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้โดยเส้นทางจังหวัดที่ควรทำวิจัยต่อไปเช่น จังหวัด เชียงใหม่ กาญจนบุรี จังหวัดอยุธยาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ฯลฯ เป็นต้น

5. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง เนื่องจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่ทำให้โครงการเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อการส่งเสริมภาคบริการให้มีส่วนสร้างรายได้ของประเทศต่อไป

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์. 2553.พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเอราวัณของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กมลฤดี นาคทุ่งเตา. 2553.ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติได้ร่มเย็น อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- กัลยาณี กุลชัย. 2548. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. เอกสารการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44 : สาขาศึกษาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร สาขามนุษยศาสตร์ สาขาคหกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ, 2548, หน้า 347-354 (624 หน้า).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2555 *MOSTs* วารสารกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปีที่ 6 ฉบับที่ 42 ประจำเดือน กันยายน – ตุลาคม 2553
- จักรกฤษณ์ เรืองเวช. 2550.พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จตุรงค์ จันทะโชติ (2556) แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559จนท.รวบรวมข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดนครนายก
- จารุวรรณนิพนพานนท์, สมชาย นาคะพินธุ นิคมฉนวนมเสียง และคณะ (2541) *วารสารส่งเสริมประสิทธิภาพการสอน ภาควิชาชีวสถิติ และประชากรศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*
- เจษฎา ขวัญเมืองและคณะ (2555). *การท่องเที่ยวเชิงการเกษตรในจังหวัดชลบุรี: วิทยานิพนธ์สาขาวิชา สารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- นิตยาพร เสมอใจ. 2550. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- ชลดา แสนคำเรือง. 2555. *ปัจจัยที่ผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวในจังหวัดเลย*. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปี ที่ 3 ฉบับที่ 4(ตุลาคม – ธันวาคม 2556) มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ชลธิรัตน์ จันทรเชื้อ. 2551. *การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า*. งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

บรรณานุกรม(ต่อ)

- สุทธิธิ์ ชูชาติ 2548 คู่มือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่ : เชียงใหม่โรงพิมพ์แสงศิลป์
- ณัฐฐา ผิวมา, จุฑาทุณี จันทรมาลี และภัทรพร ทิมแดง. 2551.การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นใน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี. งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เดชา ไตสูงเนิน 2543 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว :กรณีศึกษา บ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอ แม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชนกฤต สังข์เฉย . 2549.การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมในแหล่งนันทนาการ ทางธรรมชาติ. เอกสารการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44 : สาขาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาการจัดการทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ, 2549, หน้า 473-480 (708 หน้า).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา .2542 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : การจัดการความรู้ สำนักบรรณสาร และ สารสนเทศ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
- บุญญรัตน์ นามวงศ์ . 2548.ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของ คณะกรรมการชุมชนเทศบาลตำบลเกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี.
- ประชัน วัลลิกโก, ปราณี จิตรรัตนพงษ์ และ ศรีณพร ชวนเกริกกุล. 2553.แนวทางการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม. งานวิจัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- ประทีป มูลเกา. 2548.การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนพื้นที่สูง: กรณีศึกษาศูนย์วัฒนธรรมชาวเขา หมูบ้านคอยเลียม ตำบลแม่เหาะ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ปริยลักษณ์ตานนท์, 2544. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค : ทิปโป่ง พอยท์. กรุงเทพฯ.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 กรมการท่องเที่ยว กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา : www.tourismkm-asean.org
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

บรรณานุกรม(ต่อ)

- พิศุจน์รัตน์วงศ์. 2553.การบริหารนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาเกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- ภาณุ วรรณิตร. 2552.การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- วิทวัส เอกอัศตร. 2551.โอกาสและกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทนำเที่ยวเชิงนิเวศในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด
- . 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ไคมอน อินบิสซิเนสเวิร์ล.
- _____ . 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สุขมาภรณ์ จันทร์ศรี. 2549ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว. เอกสารการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44 : สาขาศึกษาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ สาขาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร สาขามนุษยศาสตร์ สาขาคหกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ, 2549, หน้า 455-462 (624 หน้า)
- สุทัศน์ ละงู. 2551.วิถีชีวิตและศักยภาพที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์ : กรณีศึกษาชุมชนชาวเลบ้านส้างาอู้อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542.การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯบริษัท ชีระฟิล์ม และไซ. เท็กซ์ จำกัด.
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขต 6 จังหวัดเชียงใหม่ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร :
- www.ndoae.doae.go.th

บรรณานุกรม(ต่อ)

- อุไรพรรณ ปรางอุดมทรัพย์ 2548 ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาการจัดการทรัพยากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อดิเทพ เลขยัน 2552 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดมหาสารคาม: วิทยานิพนธ์ สาขาวิชา การโรงแรมและท่องเที่ยว คณะการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- อนุเทพ ฝอยทอง 2556 อิทธิพลต่อแนวทางการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา: วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- Barnard, Chester I .1983 *The Function of the Executive*. Cambridge, Massachusetts : Harvard. University Press.
- Gruber & R. John. 1987 *Measurement and Evaluation for Physical Educators* May 1, 1987
- Fennell, D.A. 1999 *Ecotourism: An Introduction*. London and New York: Routledge.
- Jenifer Blanke ,Thea Chiesa (2011) *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011* World Economic Forum ; www.weforum.org/ttcr
- Klein, S.B. 1991. *Learning*. New York: McGraw – Hill. Marquardt, M.J. and A. Reynolds
- Philip Kotler. 2000: *Marketing Management*, The Millennium Edition. New Jersey : Prentice. Hall.
- Weaver, David and Oppermann, Martin. 2000.: *Tourism Motivation and Behavior*. Tourism Management. Milton : Australia Ltd.



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายก ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-29 ปี ☐ 30-39 ปี ☐ 40-49 ปี ☐ 50-59 ปี
☐ 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.หรือเทียบเท่า ☐ปริญญาตรี ☐ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
☐ แม่บ้าน ☐ ว่างาน

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001-20,000 บาท ☐ 20,001-30,000 บาท
☐ 30,001-40,000 บาท ☐ 40,001-50,000 บาท ☐ สูงกว่า50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติใน
จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

- | | | |
|---|---------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วย |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วย |
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยมากที่สุด |

ปัจจัยภายใน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย น้อย ที่สุด			
การรับรู้					
1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติสร้างความสวยงาม และ ความประทับใจเมื่อได้พบเห็นทุกครั้ง	5	4	3	2	1
2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปสู่อากาศ บริสุทธิ์	5	4	3	2	1
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปลิ้มรสชาติ ความสด และความอร่อย ของอาหาร จากแหล่งผลิต	5	4	3	2	1
4. ได้ยินมาว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ จะทำให้มี สุขภาพที่ดีขึ้น	5	4	3	2	1
5. อยากสัมผัส บรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เองสักครั้ง	5	4	3	2	1
การเรียนรู้					
6. ต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ นอกจากใน ห้างสรรพสินค้า	5	4	3	2	1
7. ต้องการศึกษารายละเอียดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ว่าสำคัญ อย่างไรกับคนไทย	5	4	3	2	1

ปัจจัยภายใน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย ↔ เห็นด้วย มากที่สุด น้อย ที่สุด				
8. ต้องการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อจะได้ทราบและ บอกต่อให้คนอื่นทราบ	5	4	3	2	1
9. ต้องการถ่ายภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เพื่อนๆทางSocial Network ทราบเช่นลง Facebook ,Time Line เป็นต้น	5	4	3	2	1
ทัศนคติ					
10. เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ของจังหวัดอื่นๆมาแล้ว	5	4	3	2	1
11. ได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ภายในจังหวัดนครนายก ตามคำแนะนำจากคนที่รู้จัก	5	4	3	2	1
12. ความมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของไม้ดอก ไม้ประดับความหลากหลายของพืชผักและผลไม้ ของดีประจำจังหวัดนครนายก ทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	5	4	3	2	1
แรงจูงใจ					
13. ความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความกังวลใจเกี่ยวกับผู้อื่น และสถานการณ์ทางการเมืองที่วุ่นวาย	5	4	3	2	1
14. ความต้องการมาหาการพักผ่อนหย่อนใจเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหาความเพลิดเพลิน	5	4	3	2	1
15. ต้องการหาความตื่นเต้นและเร้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ	5	4	3	2	1
16. ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้ชีวิต ด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	5	4	3	2	1
17. ต้องการอยู่ในการเกษตรและธรรมชาติที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์ของจังหวัดนครนายกที่มีมีน้ำตก พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติใน
จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยภายนอก	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย น้อยที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. จังหวัดนครนายกมีถ้ำที่สวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่น	5	4	3	2	1
2. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์	5	4	3	2	1
3. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียง	5	4	3	2	1
4. จังหวัดนครนายกมีน้ำตกที่สวยงาม และมีหลายแห่ง	5	4	3	2	1
5. จังหวัดนครนายกมีภูเขาต่างๆที่เป็นจุดชมทิวทัศน์ ทัศนียภาพที่สวยงาม	5	4	3	2	1
6. มีการจัดร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (OTOP) เพียงพอ	5	4	3	2	1
7. มีการจัดร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง	5	4	3	2	1
8. มีการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของ ตนเอง และการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง	5	4	3	2	1
9. มีการจัดลานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย	5	4	3	2	1
ด้านราคา					
10. ค่าเดินทางที่ใช้ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ ธรรมชาติมีความเหมาะสม	5	4	3	2	1
11. ราคาของสินค้า ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของการท่องเที่ยว เชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสม	5	4	3	2	1
12. ค่าที่พัก ค่าโฮมสเตย์ มีความเหมาะสม	5	4	3	2	1
13. ค่าอาหารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความ เหมาะสมและคุ้มค่า	5	4	3	2	1

ปัจจัยภายนอก	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	←	→	เห็นด้วย น้อยที่สุด	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
14. มีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ หรือการจองผ่านทางโทรศัพท์	5	4	3	2	1
15. สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ผลผลิตทางการเกษตร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
16. มีการจัดบูธ ตัวแทนจำหน่าย และ แสดงผลผลิตทางการเกษตร ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างต่างๆ	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
17. มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	5	4	3	2	1
18. มีการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เห็นตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	5	4	3	2	1
19. มีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ในที่ที่ท่านไปเยือน	5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร					
20. ผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีความรู้ภาษาต่างประเทศ	5	4	3	2	1
21. มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเพียงพอ	5	4	3	2	1
22. เจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
23. มีการให้บริการที่เป็นมิตรจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
24. มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลต่างๆ หากมีข้อสงสัยเกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพียงพอ	5	4	3	2	1
ด้านการสร้างและเสนอลักษณะทางกายภาพ					
25. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1

ปัจจัยภายนอก	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	←	→	เห็นด้วย น้อยที่สุด	
26.สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด น่าท่องเที่ยวและน่าเข้าชม	5	4	3	2	1
27.มีการจัดการระบบสาธารณสุข เช่น สุขา ถังขยะ สิ่งปฏิกูลที่ หลงเหลือจากการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
28.ถนน ใช้เดินทางได้ง่าย มีความปลอดภัย สะดวกสบาย	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการ					
29.มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นระบบ บอกสถานที่ที่ต้องการไปท่องเที่ยวอย่างแม่นยำ	5	4	3	2	1
30.ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้บริการอย่างรวดเร็ว มี ความประทับใจ	5	4	3	2	1
31.วิทยาการจัดการสมัยใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและระบบการ จัดการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อการท่องเที่ยวระดับสากล	5	4	3	2	1
32. การเชื่อมโยงข้อมูล/ บุคคล ระหว่างหน่วยงานอย่าง เพียงพอ	5	4	3	2	1
33. มีการเลือกสรร และพัฒนาเพื่อต่อยอดภูมิปัญญา/ เทคโนโลยี ทางด้านการผลิตและการตลาดการท่องเที่ยวเชิง เกษตรและธรรมชาติ	5	4	3	2	1
34. มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับฤดูกาล	5	4	3	2	1
35.มีการจัดระเบียบที่จอดรถ เหมาะสม และมีความปลอดภัย	5	4	3	2	1
นโยบายของภาครัฐ					
36.รัฐบาลมีการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ในจังหวัดนครนายกมากขึ้น	5	4	3	2	1
37. ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยการ สนับสนุนจากองค์กรส่วนท้องถิ่นเพียงพอ	5	4	3	2	1
38. รัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยง กับจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
39. รัฐบาลให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ประกอบการ ด้าน	5	4	3	2	1

ปัจจัยภายนอก	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด		เห็นด้วย น้อยที่สุด		
การเกษตรและบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติ เหมาะสม					
กลุ่มอ้างอิง					
40. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้ มาตามรายการท่องเที่ยว ทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ	5	4	3	2	1
41. การมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เหมาะกับการมา กับแฟน คนรัก และครอบครัว หรือเพื่อน มากกว่ามาคนเดียว	5	4	3	2	1
42. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ครั้งนี้ตามคำบอกต่อ จากเพื่อนๆ และญาติ	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด		เห็นด้วย น้อย ที่สุด		
1.ความสด สะอาด จากแหล่งผลิตทางการเกษตรจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
2.ความหลากหลายของแหล่งธรรมชาติ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
3.ไม้ดอกไม้ประดับ มีความขึ้นชื่อ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
4.การเดินทางที่สะดวก จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
5.ชื่อเสียงของน้ำตก และมีหลายแห่ง จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
6.ที่พัก โฮมสเตย์ รีสอร์ท น่ารัก สวยงาม จึงตัดสินใจท่องเที่ยว	5	4	3	2	1

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด				เห็นด้วย น้อย ที่สุด
เชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก					
7.อยากถ่ายภาพโพสต์ลงออนไลน์ Facebook ,Time Line, Instragram ฯลฯ ให้ได้รับทราบ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
8.การมาทำกิจอื่น เช่น การมาไหว้พระ ทำบุญ หรือธุระอื่นๆ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
9.การโฆษณา ประสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1
10.การสนับสนุนจากรัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรอื่นๆ ให้เที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	5	4	3	2	1

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือครับ

นายเดชาธร เงินทองแดง

นักศึกษาระดับปริญญาโท

สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ภาคผนวก ข

ผลประเมินคุณภาพแบบสอบถาม



ผลประเมินคุณภาพแบบสอบถาม IOC

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
1. เพศ	1	1	1	3	1
2. อายุ	1	1	1	3	1
3. ระดับการศึกษา	1	1	1	3	1
4. อาชีพ	1	1	0	2	0.67
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	0	2	0.67
Total	5	5	3	13	0.87
ปัจจัยภายใน	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
การรับรู้					
1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติสร้างความสวยงาม และความประทับใจเมื่อได้พบเห็นทุกครั้ง	1	1	1	3	1
2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปสู่อากาศบริสุทธิ์	1	1	1	3	1
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ทำให้อยากไปลิ้มรสชาติ ความสด และความอร่อย ของอาหารจากแหล่งผลิต	1	1	1	3	1
4. ได้ยินมาว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ จะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น	1	1	1	3	1
5. อยากสัมผัส บรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติเองสักครั้ง	1	1	1	3	1

ปัจจัยภายใน	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
การเรียนรู้					
6. ต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ นอกจากในห้างสรรพสินค้า	1	1	1	3	1
7. ต้องการศึกษาร่องท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ว่าสำคัญอย่างไรกับคนไทย	1	1	0	2	0.67
8. ต้องการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อจะได้ทราบและ บอกต่อให้คนอื่นทราบ	1	1	1	3	1
9. ต้องการถ่ายภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เพื่อนๆทางSocial Network ทราบเช่น ลง Facebook ,Time Line เป็นต้น	1	1	1	3	1
ทัศนคติ					
10. เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ของจังหวัดอื่นๆมาแล้ว	1	1	1	3	1
11. ได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ภายในจังหวัดนครนายก ตามคำแนะนำจากคนที่รู้จัก	1	1	1	3	1
12. ความมีชื่อเสียงด้านความสวยงามของไม้ดอกไม้ประดับความหลากหลายของพืชผักและผลไม้ของดีประจำจังหวัดนครนายก ทำให้อยากมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	1	1	1	3	1
แรงจูงใจ					
13. ความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความกังวลใจเกี่ยวกับผู้อื่น และ สถานการณ์ทางการเมืองที่วุ่นวาย	1	1	1	3	1

ปัจจัยภายนอก	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
14. ความต้องการมาหาการพักผ่อนหย่อนใจเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหาความเพลิดเพลิน	1	1	1	3	1
15. ต้องการหาความตื่นเต้นและเร้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ	1	1	1	3	1
16. ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้ชีวิต ด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	1	1	1	3	1
17. ต้องการอยู่ในการเกษตรและธรรมชาติที่สวยงามและอากาศบริสุทธิ์ของจังหวัดนครนายกที่มีน้ำตก พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า	1	1	1	3	1
Total	17	17	16	50	2.94
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. จังหวัดนครนายกมีถ้ำที่สวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่น	1	1	1	3	1
2. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรทางน้ำที่อุดมสมบูรณ์	1	1	1	3	1
3. จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีชื่อเสียง	1	1	1	3	1
4. จังหวัดนครนายกมีน้ำตกที่สวยงาม และมีหลายแห่ง	1	1	1	3	1
5. จังหวัดนครนายกมีภูเขาต่างๆที่เป็นจุดชมทิวทัศน์ ทัศนียภาพที่สวยงาม	1	1	1	3	1
6. มีการจัดร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (OTOP) เพียงพอ	1	1	1	3	1
7. มีการจัดร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง	1	1	1	3	1

ปัจจัยภายนอก	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
8. มีการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเอง และการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง	1	1	1	3	1
9. มีการจัดลานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่าย	1	1	1	3	1
ด้านราคา					
10. ค่าเดินทางที่ใช้ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสม	1	1	1	3	1
11. ราคาของสินค้า ผลผลิตทางการเกษตรของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสม	1	1	1	3	1
12. ค่าที่พัก มีความเหมาะสม	1	1	1	3	1
13. ค่าอาหารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติมีความเหมาะสมและคุ้มค่า	1	1	1	3	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
14. มีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ หรือการจองผ่านทางโทรศัพท์	1	1	1	3	1
15. สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ผลผลิตทางการเกษตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	1	1	1	3	1
16. มีการจัดบูธ ตัวแทนจำหน่าย และ แสดงผลผลิตทางการเกษตร ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างต่างๆ	1	1	1	3	1
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
17. มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	1	1	1	3	1

ปัจจัยภายนอก	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
18. มีการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ให้เห็นตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	1	1	1	3	1
19. มีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติในที่ที่ท่านไป	1	1	1	3	1
ด้านบุคลากร					
20. ผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีความรู้ภาษาต่างประเทศ	1	1	1	3	1
21. มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเพียงพอ	1	1	1	3	1
22. เจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นอย่างดี	1	1	1	3	1
23. มีการให้บริการที่เป็นมิตรจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	1	1	1	3	1
24. มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลต่างๆ หากมีข้อสงสัยเกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพียงพอ	1	1	1	3	1
ด้านการสร้างและเสนอลักษณะทางกายภาพ					
25. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปใช้บริการเป็นอย่างดี	1	1	1	3	1
26. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด น่าท่องเที่ยว และน่าเข้าชม	1	1	0	2	0.67
27. มีการจัดการระบบสาธารณสุข เช่น สุขา ถังขยะ สิ่งปฏิกูลที่หลงเหลือจากการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	1	1	1	3	1
28. ถนน ใช้เดินทางได้ง่าย มีความปลอดภัย สะดวกสบาย	1	1	1	3	1

ปัจจัยภายนอก	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
ด้านกระบวนการ					
29.มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นระบบ บอกสถานที่ที่ต้องการไปท่องเที่ยวอย่างแม่นยำ	1	1	1	3	1
30.ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความประทับใจ	1	1	1	3	1
31.วิทยาการจัดการสมัยใหม่เพื่อการท่องเที่ยวและระบบการจัดการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อการท่องเที่ยวระดับสากล	1	1	1	3	1
32. การเชื่อมโยงข้อมูล/ บุคคล ระหว่างหน่วยงาน อย่างเพียงพอ	1	1	1	3	1
33. มีการเลือกสรร และพัฒนาเพื่อต่อยอดภูมิปัญญา/เทคโนโลยี ทางด้านการผลิตและการตลาด การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ	1	1	1	3	1
34. มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับฤดูกาล	1	1	1	3	1
35.มีการจัดระเบียบที่จอดรถ เหมาะสม และมีความปลอดภัย	1	1	1	3	1
Total	35	35	34	104	2.97
นโยบายของภาครัฐ					
36.รัฐบาลมีการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติในจังหวัดนครนายกมากขึ้น	1	1	1	3	1
37. ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยการสนับสนุนจากองค์กรส่วนท้องถิ่นเพียงพอ	1	1	1	3	1

ปัจจัยอื่นๆ	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
38. รัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกับจังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
39. รัฐบาลให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ประกอบการ ด้านการเกษตรและบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติ เหมาะสม	1	1	1	3	1
กลุ่มอ้างอิง					
40. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติครั้งนี้ มาตามรายการท่องเที่ยว ทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ	1	1	0	2	0.67
กลุ่มอ้างอิง					
41. การมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เหมาะกับการมากับแฟน คนรัก และครอบครัว หรือเพื่อนมากกว่ามาคนเดียว	1	1	1	3	1
42. มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ ครั้งนี้ตามคำบอกต่อ จากเพื่อนๆ และญาติ	1	1	1	3	1
Total	7	7	6	20	2.86
1.ความสด สะอาด จากแหล่งผลิตทางการเกษตรจึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	1	0	1	2	0.67
2.ความหลากหลายของแหล่งธรรมชาติ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
3.ไม้ดอกไม้ประดับ มีความขึ้นชื่อ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
4.การเดินทางที่สะดวก จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติ	คะแนนความคิดเห็นของนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ΣR	IOC
5.ชื่อเสียงของน้ำตก และมีหลายแห่ง จึงตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัด นครนายก	1	1	1	3	1
6.ที่พัก โฮมสเตย์ รีสอร์ท น้ำตก สวยงาม จึง ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติใน จังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
7.อยากถ่ายภาพ ไลฟ์สดออนไลน์ Facebook ,Time Line, Instragram ฯลฯ ให้ได้รับทราบ จึง ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติใน จังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
8.การมาทำกิจอื่น เช่น การมาไหว้พระ ทำบุญ หรือ ธุระอื่นๆ จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและ ธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
9.การโฆษณา ประสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จึง ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติใน จังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
10.การสนับสนุนจากรัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรอื่นๆ ให้เที่ยว ภายในประเทศมากขึ้น จึงตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง เกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก	1	1	1	3	1
Total	10	9	10	29	2.90
Grand Total	74	73	69	216	0.97



ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายนาม	ตำแหน่ง
1. ดร.เอก ชุณหะวัณ	อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสดมฟอร์ด
2. ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร	อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสดมฟอร์ด
3. ดร.ณอมพงษ์ พานิช	อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสดมฟอร์ด อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นายเดชารร เงินทองแดง
 วัน เดือน ปีเกิด 24 เมษายน 2531
 ที่อยู่ตามบัตรประชาชน 82 ม.13 ต.ป่าซาง อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย 57210
 ที่อยู่ปัจจุบัน 2,4 แกรนด์อพาร์ทเมนต์ ชั้น 5 ถ.พระรามที่2 ซอย 50 แขวง3 แขวงสามคำ
 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร.10150

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2557 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท
 สาขาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตกรุงเทพฯ
 พ.ศ.2555 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
 สาขาการส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์และสหกรณ์
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 สาขา วิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์
 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการเชียงราย(เมืองเชียงราย)
 พ.ศ.2546 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
 สาขาศิลป์-ภาษาต่างประเทศ
 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการเชียงราย(เมืองเชียงราย)
 พ.ศ.2543 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา
 โรงเรียนบ้านป่าซาง อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย

ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2557(เดือน มิ.ย.-ปัจจุบัน) บ.เซ็นทรัล ฟู๊ด รีเทล จำกัด สาขา พระรามสอง
 ตำแหน่ง Department Manager .Delica Department.
 160 ถ.พระราม2 แขวงสามคำ เขตบางขุนเทียน กทม.
 พ.ศ.2553-2557 บ.แมนเทคคอมมิวนิคชั่น
 ตำแหน่ง Retail Assistant
 เลขที่ 100 ชั้น 9 ถ.สาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กทม
 พ.ศ.2549-2553 รพ.กรุงเทพคริสเตียน ตำแหน่งพนักงานบริการเคลื่อนย้าย
 เลขที่ 124 ถ.สีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กทม.