

พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม

AGROTOURISM DECISION MAKING BEHAVIOR: A CASE STUDY OF MAHASAWAS CANAL IN NAKORNPATOM PROVINCE

ปริศนา มั่นภา

Prisana Munpao

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Prisana_mun@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร เปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's $\alpha = 0.982$ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จำนวน 6 คน ผลการวิจัยพบว่า

1) พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ลำดับที่ 1 ปัจจัยทางกายภาพ มีค่า $\bar{X} = 4.39$ ค่า S.D. = 0.65 ระดับการตัดสินใจมากที่สุด ลำดับที่ 2 ปัจจัยบุคคล มีค่า $\bar{X} = 4.34$ ค่า S.D. = 0.60 ระดับการตัดสินใจมากที่สุด ลำดับที่ 3 ปัจจัยกระบวนการ มีค่า $\bar{X} = 4.21$ ค่า S.D. = 0.68 ระดับการตัดสินใจมากที่สุด ลำดับที่ 4 ปัจจัยราคา มีค่า $\bar{X} = 4.01$ ค่า S.D. = 0.66 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มาก ลำดับที่ 5 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว มีค่า $\bar{X} = 3.98$ ค่า S.D. = 0.61 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มาก

2) การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตรที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร พบว่า มี 7 ปัจจัยที่ต้องมีการพัฒนา

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์

ABSTRACT

This research on agrotourism decision making behaviors: a case study of Mahasawas canal in Nakornpatom Province aimed to study agrotourism decision making behavior of tourists, comparing decision making behavior according to personal information and suggesting on agrotourism development approach for Mahasawas canal in Nakornpatom Province. The research instrument used was questionnaire with Cronbach's α was 0.982. The sample group was 384 agotourists. Descriptive statistics used were percentage, frequency, mean (\bar{X}), standard deviation (S.D.), an independent t-test, one-way analysis of variance, and content analysis for 6 key informants.

The research finding revealed that:

1) Decision making agrotourism behavior research finding in sequence revealed that No.1 physical evidence factor at $\bar{X} = 4.39$, S.D.= 0.65; highest decision making level, No.2 people factor at $\bar{X} = 4.34$, S.D.= 0.60; highest decision making level, No.3 process factor at $\bar{X} = 4.21$, S.D.= 0.68; highest decision making level, No.4 price factor at $\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.66; high decision making level, and No.5 product factor at $\bar{X} = 3.98$, S.D.= 0.61; high decision making level.

2) Comparing decision making agrotourism behavior in personal information consisting of gender, age, status, education, income, and career, research finding revealed that different personal information made a different making decision tourist's behavior were different except tourists gender had no different in decision making behavior at the statistical significance level of 0.05.

3) Suggesting agrotourism development approach finding revealed that seven factors were developed in terms of tourism at Mahasawas canal in Nakornpatom province.

Keyword: Tourist's Behavior, Agrotourism, Mahasawas Canal

บทนำ

คลองมหาสวัสดิ์ เป็นคลองประวัติศาสตร์คู่กับนครปฐมและมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตร จัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือคลองมหาสวัสดิ์ โดยเริ่มเปิดบริการท่องเที่ยวเมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2543 มีการชมสวน 4 จุด ได้แก่ นาบัว สวนกล้วยไม้ ผลิตภัณฑ์แปรรูปกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และสวนผลไม้-นาข้าว ชุมชนแห่งนี้ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยว รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2550 จึงมีนักท่องเที่ยวสนใจและมาเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 1.1 แผนที่คลองมหาสวัสดิ์

ที่มา: (<http://www.sadoodta.com>, 2556) [1]

ปัจจุบันชุมชนยังขาดการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างสรรค์ทรัพยากรที่มีอยู่

ให้มีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว และเป็นตัวอย่างให้กับชุมชนอื่น นำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

ด้วยเหตุนี้ นักวิจัยจึงสนใจในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม [2-3] เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการนักท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร เปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร และหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม

สมมุติฐานในการวิจัย คือ

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ร่วมกันทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากประชากรสองกลุ่ม ประชากรกลุ่มแรกใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดนครปฐม จำนวน 899,491 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) [4] และกลุ่มที่สองเป็นเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ ผู้บริหารทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการบริหารการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่หนึ่ง (เชิงปริมาณ) ใช้สูตร Krejcie & Morgan [5] ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนตัวอย่าง 384 คน และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สอง (เชิงคุณภาพ) และเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการเลือกผู้บริหารการจัดการบริหารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 6 คน คือ หัวหน้าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ เจ้าของสวนทั้ง 4 จุด มัคคุเทศก์

การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's $\alpha = 0.982$ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1. แบบตรวจสอบรายการ (Check list) เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม โดยมีข้อคำถาม 6 ข้อ 2. แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม โดยมีข้อคำถาม 24 ข้อ และ 3. แบบปลายเปิด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุง คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม

การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) [6] กระบวนการค้นพบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวช่วยให้ผู้บริหารเกิดความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน เพื่อลดความเบี่ยงเบนอันเกิดจากความพยายามในการจัดแจงข้อมูล ความเข้าใจผิด หรือความทรงจำที่ไม่ครบถ้วนของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสามารถเพิ่มความรู้จากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจต่างๆ [7]

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษารวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลที่ได้จาก

แบบสอบถามโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวผู้หญิง	245	63.8
อายุ 21 – 30 ปี	114	29.7
สถานภาพโสด	228	59.4
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	214	55.6
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) > 15,000	195	50.9
อาชีพของนักเรียน/นักศึกษา	118	30.7

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 อายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 สถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) มากกว่า 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับการตัดสินใจ
1.ทางกายภาพ	4.39	0.65	มากที่สุด
2.บุคคล	4.34	0.60	มากที่สุด
3.กระบวนการ	4.21	0.68	มากที่สุด
4.ราคา	4.01	0.66	มาก
5.แหล่งท่องเที่ยว	3.98	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านทางกายภาพ มีค่า $\bar{X} = 4.39$ และ S.D. = 0.65 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มากที่สุด ลำดับที่ 2 ด้านบุคคล มีค่า $\bar{X} = 4.34$ และ S.D. = 0.60 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มากที่สุด ลำดับที่ 3 ด้านกระบวนการ มีค่า $\bar{X} = 4.21$ และ S.D. = 0.68 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มากที่สุด ลำดับที่ 4 ด้านราคา มีค่า $\bar{X} = 4.01$ และ S.D. = 0.66 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มาก ลำดับที่ 5 ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีค่า $\bar{X} = 3.98$ และ S.D. = 0.61 ระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มาก

ส่วนที่ 3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) อาชีพ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจการ
ท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
อายุ				
1. ปัจจัยทาง กายภาพ	4.39	0.65	2.46	0.03*
สถานภาพ				
1. ปัจจัย กระบวนการ	4.21	0.68	3.22	0.04*
ระดับการศึกษา				
1. ปัจจัยการ ส่งเสริมทาง การตลาด	3.46	0.94	3.98	0.00*
รายได้				
1. ปัจจัยแหล่ง ท่องเที่ยว	3.98	0.61	4.45	0.00*
อาชีพ				
1. ปัจจัยการ ส่งเสริมทาง การตลาด	3.46	0.94	2.25	0.04*

*มีระดับนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05

สรุป การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มี
พฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน ยกเว้น
นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมตัดสินใจ
ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

การวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำหลังจากทำวิจัยเชิง
ปริมาณ พบว่า ผู้บริหารกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีความ
คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไป
ในทิศทางเดียวกัน

ส่วนที่ 4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ
บริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P's ที่ต้องมี
พัฒนาทั้ง 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว (Product) ควรมีการ
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึง
พอใจในการมาท่องเที่ยว รวมทั้งมีความสะดวกสบาย
ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น จำนวนเรือมีเพิ่มขึ้น ทางขึ้น –
ทางลงเรือ สะดวกขึ้น เป็นต้น

2. ปัจจัยราคา (Price) สวนผลไม่มีการขายผลไม้ที่
มีราคาแพงเกินราคาตลาด

3. ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ป้ายวัด
สุวรรณารามและป้ายบอกทาง ควรมีการปรับปรุงให้เห็น
ชัดเจน

4. ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)
การประชาสัมพันธ์ทุกแหล่งท่องเที่ยว ควรมีป้ายอธิบาย
กระบวนการผลิตทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5. ปัจจัยบุคคล (People) วิถีชาวบ้าน คลองมหา
สวัสดิ์ ควรมีการอนุรักษ์วิถีชาวบ้านให้คงอยู่ต่อไป รวมทั้ง
คนต้อนรับในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงให้
คนต้อนรับออกมาให้บริการเร็วขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวจะ
ได้ไม่ต้องรอนาน

6. ปัจจัยทางกายภาพ (Physical Evidence)
ความเป็นเมืองได้ขยายมาถึงคลองมหาสวัสดิ์ ทำลายความ
เป็นธรรมชาติ จากสวนผลไม้เป็นบ้านจัดสรร สิ่งกีด
ขวางทางน้ำ โดยเฉพาะผักตบชวา ในคลองมหาสวัสดิ์ ทำ
ให้การท่องเที่ยวทางเรือ มีปัญหาเกิดขึ้นในบางครั้ง

7. ปัจจัยกระบวนการ (Process) ใช้ภาษาอังกฤษ
ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ควรมีคนพูดภาษาอังกฤษได้
ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออธิบายให้นักท่องเที่ยว
นอกจากนี้เรื่อน้ำเที่ยว ลูกเรือและคนขับเรือควรใส่เสื้อชู
ชีพ สิ่งเหล่านี้นำมาพัฒนาทางการตลาดธุรกิจบริการ
นำไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะ
เกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคต

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของคนมหาสวัสดิ์

พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมีพฤติกรรมการตัดสินใจ โดยภาพรวมระดับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มากที่สุด ในปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยบุคคล และปัจจัยกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7 P's [8] และ [9] ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพชร บุดสีทา (2552) [10] ทำวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Song, Hui & Zhang, Ning 2014 [11] ทำวิจัยเรื่อง Study on consumer decision making in rural tourism based on factor analysis model โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องปัจจัยราคา ปัจจัยการตลาด ปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยบุคคล เป็นสำคัญ

2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรพรรณ เกิดจันทร์ (2556) [12] ทำวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าชายเลนคลองโคก จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าลักษณะประชากรต่างกันมีผลการมีส่วนร่วมของชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว คลองมหาสวัสดิ์ ทั้ง 7 ปัจจัย คือ ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยบุคคล ปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญประภา เพชรขจรและศศิธร ป่องเรือ (2557) [13] ทำวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครพนม ตามแนวทาง

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเฉพาะข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน

สรุป

พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นปัจจัยทางเพศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ได้กับธุรกิจต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า

1. โครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคม เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ในระดับต่ำ ควรต้องมีการแก้ไขในเรื่องถนนชำรุด เพื่อความสะดวกในการเดินทาง และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
3. ชาวบ้านในชุมชนควรได้รับการอบรม การส่งเสริม เสนอแนะแนวทางในการดำเนินการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและมีการติดตามผลการประเมิน เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนที่แท้จริง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรนำผลการวิจัยนำมาพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยว คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม ทั้ง 7 อย่าง คือ ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยบุคคล ปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยกระบวนการกับแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่ง
2. องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐมและจังหวัดอื่น นำผลการวิจัยมาวิเคราะห์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันต้องทำการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างแหล่งชุมชน ตลาดน้ำ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิธีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกระบวนการในการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวสุดท้าย ในการสำรวจความคิดเห็น แต่แหล่งท่องเที่ยวที่สุดท้ายในปัจจุบันไม่แน่นอน เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าที่ไหนไปก่อน – ไปหลังได้
2. ควรลงพื้นที่เพื่อเป็นการสำรวจก่อนที่จะทำวิจัยจริง เพื่อความสะดวกและความถูกต้องในการเก็บข้อมูลจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ท่องเที่ยวสะตูดตา. (2556). **ล่องเรือเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์ ชม 4 สวน ริมคลอง นาบัว กล้วยไม้ ผลไม้ นาข้าว**. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.sadoodta.com>.
- [2] นิสา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: หจก.เฟิร์นข้าหลวงพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชซิง.
- [4] กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). **สถิตินักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2556, จาก <http://www.tourism.go.th/tourism/th/home/tourism.php?id=11>.
- [5] Krejcie, Robert V. & Morgan Daryle W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30: 607-610.
- [6] Creswell, J. W. (2007). **Qualitative inquiry and research design: Choosing among five Approaches**. 2nd Ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- [7] Chadwick, B.A. Bahr, H.M., & Albrecht, S.L. (1984). **Social science research methods**. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.
- [8] จีรกีติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2557). **การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [9] Zeithaml V.A. & Bitner M.J. (2000). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm**. 2nd ed. Boston: McGraw-Hill.
- [10] เพชรรา บุตสีเทา. (2552). **การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร**. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- [11] Song, Hui & Zhang, Ning. (2014). Study on consumer decision making in rural tourism based on factor analysis model. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Research*. 6(10): 722-726.
- [12] อรรพรรณ เกิดจันทร์. (2557). **การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าชายเลนคลองโคก จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [13] เพ็ญประภา เพชระบูรณิน และศศิธร ป้องเรือ. (2557). **การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครพนม ตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 10(2): 74-86.