

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2564

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ธัญญาลักษณ์ ปัญญา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ัญญาลักษณ์ ปัญญา

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริดา ศรีนฤวรรณ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธัญญาลักษณ์ ปัญญา
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm จำนวน 400 ราย โดยใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับค่าเฉลี่ยทางคณิตศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ One way ANOVA T-test และ LSD หรือ Fisher's Least- Significant Difference ในการเปรียบเทียบรายคู่

ผลจากวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมดอกแอสเตอร์ เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว มีจำนวนสมาชิกเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ โซเชียลมีเดีย เช่น Line Facebook IG เป็นต้น ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว ใน 1 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 500-1,000 บาท/ครั้ง สนใจดอกไม้สด และคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้งภายใน 1 ปี

การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงดอกไม้ตัดดอกแอสเตอร์ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี และสวนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ด้านบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วนกว้างขวาง และมีบริการรับ-ส่งลูกค้า ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็น

กันเอง และในด้านภาพลักษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี และเวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง ไม่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งต่างจากช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม, แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์, แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



Title	VALUE ADDED OF AGRO-TOURISM AREA IN ESTER FLOWERS COMMUNITY
Author	Miss Thanyaluk Phanya
Degree	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Ayooth Yooyen

ABSTRACT

This research aims to study the value-added approach in the cut Aster flower garden as an agricultural tourism by using a quantitative study. The sample group used in this study is 400 Thai tourists who visited I Love Flower Farm by using the formula in order to find the number of samples relating to the mathematical mean. The statistics used to examine the hypothesis are One way ANOVA T-test and LSD or Fisher's Least- Significant Difference.

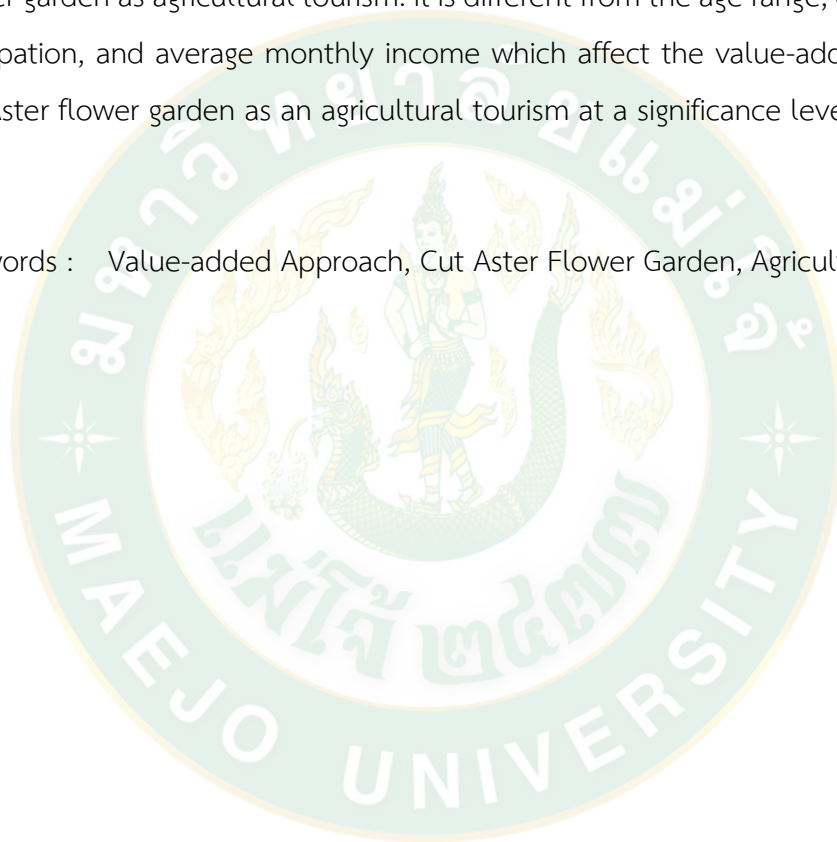
It was found that most of the participants were female, aged between 31-40, have a bachelor's degree, work in government service / state enterprise employees, and have an average monthly income of 10,001-15,000 baht. Most of the tourists visit for relaxing, appreciating the Aster, and traveling with a family of 4-6 members. The participants like to travel on the weekend and use social media, such as Line, Instagram, etc. They decided to travel by private car, and visited the cut Aster flower garden once a year. There was a cost of traveling at cut Aster flower garden 500-1,000 baht/time. The participants were interested in fresh flowers and thought that they would visit the cut Aster flower garden again within 1 year.

Value-added approach in the cut Aster flower garden is at a high level of overall opinion. When considering each aspect, it was found that the participants value the product aspect at a high level in good control of planting standards and the popularity of the garden. In terms of service aspect, the participants value it at a high level for having a large parking space, and there is a customer pick-up service. For the

personnel aspect, the participants value it at a high level for quickly serving and friendly welcoming staff. And in terms of image, the participants value it at a high level for a good safety control system in the garden, and the service time is as specified or notified.

The hypothesis examination results showed that the characteristics of Thai tourists, male and female, do not affect the value-added approach in the cut Aster flower garden as agricultural tourism. It is different from the age range, education level, occupation, and average monthly income which affect the value-added approach in cut Aster flower garden as an agricultural tourism at a significance level of 0.05.

Keywords : Value-added Approach, Cut Aster Flower Garden, Agricultural Tourism



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูษณิศา เตชเถกิง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีดา ศรีนฤวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัยที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา ช่วยเหลือเป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยสำเร็จมีประสิทธิภาพ ขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชม I love Flower Farm ที่ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย จนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา เพื่อนๆ พี่ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือต่างๆ เป็นกำลังใจ และสนับสนุนด้วยดีเสมอมาจนทำให้งานวิจัยแล้วเสร็จ

ธัญญาลักษณ์ ปัญญา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
คำถามของงานวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตของการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสารเกี่ยวข้อง.....	6
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไม้ตัดดอกแอสเตอร์.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจบริการ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	37
สมมติฐานงานวิจัย.....	38
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	39

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	41
การวิเคราะห์ข้อมูล	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	44
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	44
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ของนักท่องเที่ยว	47
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์	53
ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน	56
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	116
สรุปผลการศึกษา.....	116
อภิปรายผลการศึกษา	118
ข้อเสนอแนะ	121
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	123
บรรณานุกรม.....	124
ภาคผนวก.....	128
ประวัติผู้วิจัย.....	135

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	45
ตารางที่ 3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	45
ตารางที่ 4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	46
ตารางที่ 5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
ตารางที่ 6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์	47
ตารางที่ 7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	48
ตารางที่ 8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว	48
ตารางที่ 9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว	49
ตารางที่ 10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์	49
ตารางที่ 11 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะ	50
ตารางที่ 12 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์กี่ครั้งต่อปี	51
ตารางที่ 13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง	51
ตารางที่ 14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้	52
ตารางที่ 15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์อีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี	53
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการสร้างมูลค่าเพิ่ม	53

ตารางที่ 17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านผลิตภัณฑ์	54
ตารางที่ 18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านบริการ	55
ตารางที่ 19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านบุคลากร	55
ตารางที่ 20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านภาพลักษณ์	56
ตารางที่ 21	ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเพศ กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	57
ตารางที่ 22	ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	59
ตารางที่ 23	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบริการ	60
ตารางที่ 24	แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบริการ	62
ตารางที่ 25	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ .	63
ตารางที่ 26	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน .	64
ตารางที่ 27	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บริการรับ-ส่งลูกค้า	65
ตารางที่ 28	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	66
ตารางที่ 29	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์	67
ตารางที่ 30	แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์	68

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนดหรือที่
ได้แจ้งไว้..... 69

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่
ดี..... 70

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่
ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน 71

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอด
รถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม 72

ตารางที่ 35 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านระดับการศึกษา กับแนวทางการสร้าง
มูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 73

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้าง
มูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบริการ 74

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบริการ..... 75

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้าง
มูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน
กว้างขวาง..... 76

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้าง
มูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บริการรับ-ส่งลูกค้า 77

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้าง
มูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการด้านความปลอดภัยใน
ชีวิตและทรัพย์สิน..... 78

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร 79

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา.....	80
ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง.....	81
ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว	82
ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	83
ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์	84
ตารางที่ 47 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์.....	85
ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้	86
ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี.....	87
ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน	88
ตารางที่ 51 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	89
ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอาชีพมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร	90

ตารางที่ 53 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอาชีพ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร.....	92
ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอาชีพมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง.	93
ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอาชีพมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว.....	94
ตารางที่ 56 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	96
ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร.....	98
ตารางที่ 58 แสดงผลการเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร	100
ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	102
ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง.....	104
ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์	106
ตารางที่ 62 แสดงผลการเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์.....	108
ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี.....	110

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน 112

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม 114

ตารางที่ 66 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย .. 115



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 สวนดอกแอสเตอร์ ตำบลเหมืองแก้ว	3
ภาพที่ 2 ลำต้นแอสเตอร์	7
ภาพที่ 3 ใบแอสเตอร์	7
ภาพที่ 4 ดอกแอสเตอร์	8
ภาพที่ 5 ผลแอสเตอร์	9
ภาพที่ 6 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	22
ภาพที่ 7 ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)	24
ภาพที่ 8 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก	25
ภาพที่ 9 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่และแหล่งเกษตร	26
ภาพที่ 10 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยว	27
ภาพที่ 11 ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierachy of Needs Theory).....	29
ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดงานวิจัย	37

บทที่ 1 บทนำ

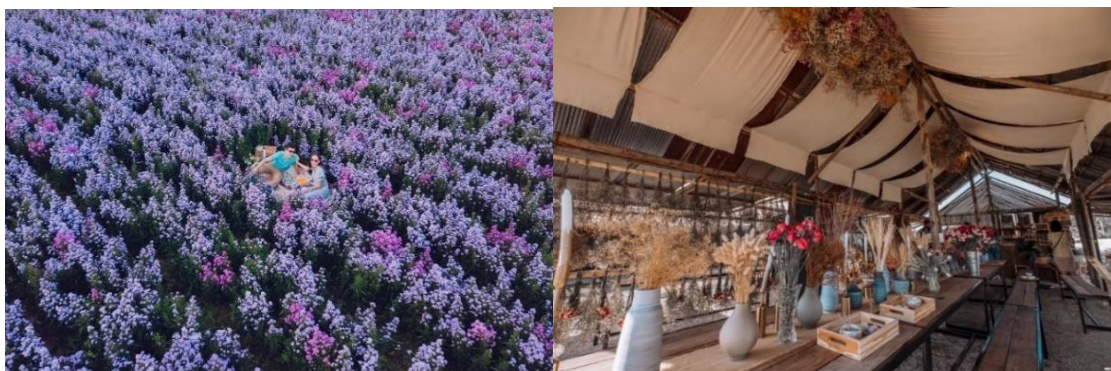
การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตในทิศทางบวกกับนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสความจริงแท้ดั้งเดิมของพื้นที่ต่าง ๆ ในไทยเพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ หากมีการกระจายตัวสู่ชุมชน ส่งผลให้ท้องถิ่นหลายแห่งตั้งรับการมาถึงของนักท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตขณะเดียวกันภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มมากขึ้นจากการประกาศให้ท่องเที่ยววิถีไทยเป็นวาระแห่งชาติ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปในทิศทางที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวัง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแม้ว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาจึงได้เกิดแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่หลากหลาย หนึ่งในนั้น คือ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562 อ้างใน The works, 2562)

ซึ่งในระยะที่ผ่านมา ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้กระตุ้น ภาคการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายมากขึ้น เป็นการกระตุ้นให้เกิดความนิยมประกอบกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ปัจจุบันกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ในระดับสากล ตามแนวทางของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 ที่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโต อย่างมีดุลยภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560-2564 ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคประชาสังคมและนักวิชาการเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างบูรณาการและมีประสิทธิภาพสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากแผนยุทธศาสตร์ชาติยังพบว่า กรอบยุทธศาสตร์ระดับกระทรวงและกรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ แผน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. 2560-2564) ที่ได้เน้นการนำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มาเป็นตัวเพิ่มมูลค่า (value) โดยเฉพาะในภาคการ บริการ และ ได้เล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังมีศักยภาพในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรถือเป็นแนวทางปฏิบัติในกรอบ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนา เกษตรกรพัฒนาสินค้า 2 เกษตรและส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงด้วยกรอบความคิดที่ว่า การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือเป็นการพัฒนาด้านการเพิ่มมูลค่า ทักษะของเกษตรกรส่งเสริมการรวมตัวและ ส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างองค์กร เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะทำให้ภาคการเกษตรมี ความเข้มแข็งยิ่งขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม และนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป (กรมการ ท่องเที่ยว, 2560 อ้างใน The works, 2562)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดใหญ่ของภาคเหนือจังหวัดหนึ่ง มีลักษณะภูมิประเทศและอากาศ ที่หนาวเย็น จึงเหมาะสำหรับเป็นพื้นที่ปลูกไม้ดอกเมืองหนาว มีศักยภาพในการผลิตไม้ดอกเมืองหนาว ที่มีคุณภาพ และอำเภอแมริมเป็นหนึ่งในอำเภอที่มีแหล่งเพาะปลูกไม้ดอกเป็นจำนวนมาก ไม้ดอกที่ นิยมปลูกกันมาก ได้แก่ เบญจมาศ กุหลาบ เยอปีรา แอสเตอร์ กล้วยไม้ หน้าวัว ลิลลี่ มะลิและไม้ ประดับชนิดต่าง ๆ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547)

แอสเตอร์เป็นไม้ดอกอีกชนิดหนึ่งที่นิยมปลูกกันมามากกว่า 20 ปี ดอกมีลักษณะหลากหลาย สี เช่น สีขาว สีครีม สีเหลือง สีชมพู สีแดงและสีม่วง ตรงกลางดอกเป็นสีเหลือง แอสเตอร์สามารถ ปลูกได้เฉพาะฤดูหนาวหรือสภาพอากาศเย็นในทางภาคเหนือ ปัจจุบันได้มีการนำพันธุ์แอสเตอร์ชนิด ใหม่คือ *Aster ericoides* ซึ่งเป็นไม้ข้ามปี ทำให้ปลูกแอสเตอร์ชนิดนี้ได้ตลอดทั้งปี นอกจากปลูกเพื่อ ถอนต้นขายแล้วยังเป็นไม้ตัดดอกและไม้กระถางได้ ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแมริม ซึ่งเป็นแหล่ง เพาะปลูกแอสเตอร์มากกว่าไม้ดอกชนิดอื่น แต่แอสเตอร์เป็นพืชที่ยังไม่ได้โดดเด่นสำหรับการเป็นไม้ ตัดดอกที่เป็นพืชหลักในจังหวัดเชียงใหม่ แต่มีชาวบ้านหรือเกษตรกรปลูกกันเกือบทุกหลังคาเรือน จึงส่งผลให้สินค้าล้นตลาด ราคาอ่อนข้างต่ำและเกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ซื้อหรือ พ่อค้าคนกลาง (องค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองแก้ว, 2562)



ภาพที่ 1 สวนดอกแอสเตอร์ ตำบลเหมืองแก้ว

ที่มา: clubsister.com

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) เป็นการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เครื่องมือที่จะช่วยทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ประกอบด้วย คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ ให้กับดอกแอสเตอร์ จากแปลงดอกไม้ที่ปลูกไว้เพื่อตัดขาย กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านและชุมชนที่เพิ่มสูงขึ้นและสามารถเป็นแนวทางในการขยายไปยังชุมชนข้างเคียงได้ เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรและหน่วยงานท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและตลาดท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและทำการตลาดให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเองหรือในพื้นที่ท้องถิ่นได้รวมทั้งผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำถามของงานวิจัย

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงานท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและทำการตลาดให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตนเองหรือในพื้นที่ท้องถิ่นได้รวมทั้งผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษางานวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัยในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้มีคุณค่าในสายตาลูกค้า 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าด้านภาพลักษณ์ และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค 6W1H

ขอบเขตทางด้านประชากร

ประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I love flower Farm

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm ในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย

ขอบเขตทางด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาเลือก สวนดอกไม้ I love flower Farm ที่ตั้งอยู่ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่อรม จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตทางด้านเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 12 เดือน

นิยามศัพท์

มูลค่าเพิ่ม คือ จากแปลงดอกไม้ที่ปลูกไว้เพื่อตัดขาย กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านและชุมชน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากรและคุณค่าด้านภาพลักษณ์

แปลงไม้ตัดดอก คือ ไม้ดอกที่ปลูกลงแปลง ณ บริเวณที่ต้องการปลูกตกแต่ง เพื่อประดับบ้านเรือน อาคารสถานที่ตลอดจนสวนสาธารณะ โดยไม่ตัดดอกหรือส่วนใดส่วนหนึ่งไปใช้ประโยชน์ แต่ปล่อยให้ดอกบานสะพรั่งสวยงาม ติดอยู่กับต้นภายในแปลงปลูก เพื่อประโยชน์ในการประดับจนกว่าจะร่วงโรยไป

แอสเตอร์ คือ ดอกไม้แห่งน้ำตาเทพเจ้า ดอกแอสเตอร์ มีถิ่นกำเนิดในประเทศจีนและญี่ปุ่น ดอกมีลักษณะหลากหลายสี เช่น สีขาว สีครีม สีเหลือง สีชมพู สีแดงและสีม่วง ตรงกลางดอกเป็นสีเหลือง ความหมายของดอกแอสเตอร์ คือ ความน่าหลงใหล ความอดทน เป็นตัวแทนความหมาย ความสละสลวย และความประณีต และยังเป็นดอกไม้ประจำเดือนเกิดของคนที่เกิดเดือนกันยายน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม ของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผล กระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

พฤติกรรมผู้บริโภค (6W1H) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I love flower farm

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสารเกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไม้ตัดดอกแอสเตอร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไม้ตัดดอกแอสเตอร์

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไม้ตัดดอก

ชื่อสามัญ : Aster

ชื่อวิทยาศาสตร์ : Aster ericoides

วงศ์ : Compositae

ลักษณะของแอสเตอร์

ต้นแอสเตอร์

Medthai (2562) เป็นพรรณไม้พื้นเมืองของญี่ปุ่นและจีน ชาวยุโรปจะเรียกแอสเตอร์ว่า "สตาร์เวิร์ท แอสเตอร์" เพราะดอกลักษณะคล้ายกับดวงดาว ส่วนเวิร์ทนั้นหมายถึงราก ใช้กับต้นไม้ที่มีสรรพคุณทางยา ต้นแอสเตอร์จัดเป็นพรรณไม้ล้มลุก ที่มีอายุเพียงหนึ่งปี มีรากเป็นระบบรากแก้ว ลำต้นแตกกิ่งก้านสาขามากมาย มีความสูงของลำต้นประมาณ 8-24 นิ้ว มีขนเล็กน้อย การขยายพันธุ์แอสเตอร์ทำได้ 3 วิธี คือ การเพาะเมล็ด การแยกหน่อ และการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ แต่การเพาะเมล็ดจะเป็นวิธีที่ดีที่สุด ต้นแอสเตอร์จะเจริญเติบโตได้ดีในดินร่วนซุยที่มีอินทรีย์วัตถุสูง ระบายน้ำได้ดี ชอบความชื้นปานกลางและแสงแดดจัด ในระยะยังเป็นกล้าไม่ควรให้น้ำมากจนเกินไป หลังจากการย้ายปลูกลงในกระถางหรือแปลงปลูกแล้วควรรดน้ำให้โชก ถ้าเป็นไปได้ควรรดน้ำเพียงวันละ 1 ครั้ง

ในตอนเช้า เมื่อดอกแอสเตอร์เริ่มบานแล้ว การรดน้ำไม่ควรจะรดให้โดนดอก เพราะจะทำให้ดอกเน่าและเป็นโรคได้ง่าย



ภาพที่ 2 ลำต้นแอสเตอร์

ที่มา: Medthai (2562)



ภาพที่ 3 ใบแอสเตอร์

ที่มา: Medthai (2562)

ใบแอสเตอร์

ใบเป็นใบเดี่ยว การจัดเรียงของใบเป็นแบบสลับ ใบที่โคนจะออกรอบลำต้นติดกับพื้นดิน ส่วนใบถัดมาจะออกเรียงเวียนสลับเป็นรูปลูกข่าง ลักษณะของใบเป็นรูปไข่หรือรูปช้อน ปลายใบแหลม โคนใบสอบแคบติดกับก้านใบ ส่วนขอบใบจัก หรือบางครั้งมองดูก็คล้ายกับรูปช้อน โดยใบมีขนาดกว้างประมาณ 2-4 เซนติเมตร และยาวประมาณ 3-6 เซนติเมตร แผ่นใบเป็นสีเขียว ที่ก้านใบจะมีปีกแคบ ๆ ติดอยู่

ดอกแอสเตอร์

ดอกเป็นดอกเดี่ยวบริเวณส่วนยอดของลำต้น ดอกมีหลายสี เช่น สีขาว สีครีม สีเหลือง สีชมพู สีแดง สีม่วง สีน้ำเงิน ตรงกลางดอกเป็นสีเหลือง ดอกแอสเตอร์พันธุ์ดั้งเดิมนั้นจะมีอยู่ด้วยกัน 2 สี คือ สีขาวและสีม่วงอ่อน มีกลีบดอกชั้นเดียวคล้ายดาว แต่แอสเตอร์ที่ปลูกกันอยู่ในปัจจุบันนี้จะเป็นพันธุ์ลูกผสมทั้งสิ้น ทำให้ดอกมีหลายรูปแบบ กลีบดอกซ้อนหนาและมีสีสันสวยงาม โดยดอกแอสเตอร์จัดเป็นพวก head คือ ประกอบไปด้วยดอกย่อย 2 ประเภท คือ ดอกชั้นนอกและดอกชั้นใน ลักษณะของดอกจะเป็นรูปวงกลม มีริ้วประดับเรียงแผ่เป็นรูปจาน กลีบดอกเรียงซ้อนกัน วงในกลีบจะเล็กกว่ากลีบด้านนอก กลีบดอกเป็นหลอด ปลายมี 5 แฉก ดอกวงนอกเป็นดอกเพศเมีย ส่วนดอกวงในเป็นดอกสมบูรณ์เพศ เมื่อดอกบานเต็มที่จะมีขนาดกว้างประมาณ 4.5-8 เซนติเมตร



ภาพที่ 4 ดอกแอสเตอร์

ที่มา: Medthai (2562)

ผลแอสเตอร์

ลักษณะของผลเป็นรูปไข่กลับ แบน แห้ง มีรยางค์ 2 แถว ที่ปลายผลมีขน



ภาพที่ 5 ผลแอสเตอร์

ที่มา: Medthai (2562)

ลักษณะพันธุ์

OKNation (2552) สายพันธุ์แอสเตอร์ แบ่งออกเป็น 2 สายพันธุ์หลัก

แอสเตอร์จีน (*Callistephus chinensis*) ที่นิยมนำมาปลูกเป็นไม้ตัดดอก โดยทั่วไปแล้วจะมีอยู่ด้วยกัน 2 สายพันธุ์ ได้แก่ พันธุ์พาวเดอร์พัพท์ (พันธุ์ดอกใหญ่ - ลำต้นเป็นทรงพุ่มเตี้ยสูงได้ประมาณ 15-24 นิ้ว ดอกมีขนาดประมาณ 3-3.5 นิ้ว กลีบดอกสั้นบิดเล็กน้อย กลีบดอกซ้อนกันแน่น นิยมปลูกเพื่อตัดดอกหรือถนอมทั้งต้น), พันธุ์สีแดงไล่เหลือง (พันธุ์ดอกเล็ก : ลำต้นเป็นทรงพุ่มเตี้ยสูงได้ไม่เกิน 24 นิ้ว แต่มีขนาดของดอกเล็กกว่าพันธุ์พาวเดอร์พัพท์ โดยจะมีขนาดประมาณ 1-1.5 นิ้ว พันธุ์นี้กลีบดอกชั้นนอกจะเป็นสีแดง ส่วนชั้นในเป็นสีเหลือง นิยมปลูกเพื่อถนอมต้นจำหน่าย

แอสเตอร์ ชนิด *Aster ericoides* เป็นแอสเตอร์อีกชนิดที่มีอยู่ด้วยกันหลายสายพันธุ์ ได้แก่ แอสเตอร์ดาวเงิน (ดอกชั้นนอกเป็นสีขาว ส่วนชั้นในเป็นสีเหลือง เป็นพันธุ์ที่นิยมใช้กันมาก เหมาะสำหรับปลูกเป็นไม้ตัดดอกได้ดี บางครั้งเรียกว่า "แอสเตอร์พีค็อก"), แอสเตอร์ดาวทอง (ดอกเป็นสีเหลืองทั้งชั้นนอกและชั้นใน), แอสเตอร์ดาวพระศุกร์ (ดอกชั้นนอกเป็นสีม่วงแกมสีน้ำเงิน ส่วนชั้นในเป็นสีเหลือง), แอสเตอร์ดาวชมพู (ดอกชั้นนอกเป็นสีชมพูอ่อน ส่วนชั้นในเป็นสีเหลือง ใบเรียวยาวขนาดใหญ่ ขอบใบเรียบ), แอสเตอร์ดาวอังคาร (ดอกชั้นนอกเป็นสีชมพู ส่วนดอกชั้นในเป็นสีเหลือง ใบอ้วน

ใหญ่ ขอบใบเรียบ), แอสเตอร์ดาวจุฬา (ดอกชั้นนอกเป็นสีชมพู ส่วนดอกชั้นในสีเหลือง ใบเรียวยาวเล็ก ขอบใบหยัก เป็นพันธุ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีชื่อว่า "Pink Star")

1. แอสเตอร์จีน (China Aster)

1.1 พันธุ์พาวเดอร์พัฟฟ์ (Powder puff) พุ่มต้นขนาดกลางสูงประมาณ 15-24 นิ้ว กลีบดอกสั้น ซ้อนกันแน่นและบิดเล็กน้อย ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของดอก 2-3 นิ้ว เจริญเติบโตได้ดีในที่ที่มีอากาศเย็น โดยเฉพาะในฤดูหนาวของภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเป็นพันธุ์ที่เหมาะสมจะปลูกเพื่อถอนต้นจำหน่าย ด้านทานโรคเหี่ยวได้ดี

1.2 พันธุ์แดงไส้เหลือง พุ่มต้นเตี้ย สูงไม่เกิน 24 นิ้ว ดอกมีขนาดเล็ก กลีบดอกชั้นนอกมีสีแดง ไส้กลางสีเหลือง ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของดอกประมาณ 1-1.5 นิ้ว ออกดอกเร็ว ก้านช่อดอกและต้นสีเปลือกมังคุด เป็นต้นพันธุ์ที่ติดเมล็ดดี จึงนิยมที่จะปลูกเพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ ไม่มีผลกระทบต่อช่วงแสงและและอุณหภูมิจึงปลูกได้ตลอดปี ทุกภูมิภาคของประเทศไทย แต่กิ่งก้านและดอกแน่น ก้านดอกแข็งและตั้งตรงจึงเหมาะที่จะถอนต้นล้างรากนำไปปักแจกันหรือใช้ดอกทำช่อดอกไม้ได้ดี จึงเป็นพันธุ์ที่นิยมปลูกกันมาก

2. Aster ericoides

2.1 แอสเตอร์ดาวเงิน เป็นแอสเตอร์ที่นิยมใช้กันมาก ดอกชั้นนอกสีขาว ดอกชั้นในสีเหลือง ดอกขนาดเล็กเป็นช่อ แตกกิ่งสาขามากมาย ใบเรียวยาวเล็ก ขอบใบเรียบ เหมาะสำหรับปลูกเป็นไม้ตัดดอกได้ดี แอสเตอร์ดาวเงินนี้ บางทีเรียกว่า "แอสเตอร์พีค็อก"

2.2 แอสเตอร์ดาวทอง เป็นแอสเตอร์พันธุ์ใหม่ที่น่าเข้ามาปลูกในประเทศไทยและก็สามารถปลูกได้ดี ดาวทองหรือ Solidaster นี้ เป็นลูกผสมข้ามระหว่างสร้อยทอง (Solidago) และแอสเตอร์ (Aster ptarmicioides) ปลูกง่ายขึ้นได้ดีในดินทุกชนิด ดอกเป็นช่อ แตกกิ่งสาขามากมาย ดอกมีขนาดเล็ก สีเหลืองทั้งดอกชั้นนอกและชั้นใน แต่เมื่อบานนาน ๆ สีดอกจะจางลงเป็นสีครีม ใบเรียวยาวเล็ก ขอบใบเรียบ

2.3 แอสเตอร์ดาวชมพู ดอกมีลักษณะคล้ายดาวเงินโดยต่างที่ดอกชั้นนอกจะมีสีชมพูอ่อน ดอกชั้นในสีเหลือง เมื่อบานนาน ๆ ดอกจะซีดจางลง ดอกขนาดใหญ่กว่าดาวเงินเล็กน้อย ออกดอกเป็นช่อ แตกกิ่งสาขามากมาย ใบเรียวยาวขนาดใหญ่กว่าดาวเงินขอบใบเรียบ

2.4 แอสเตอร์ดาวพระศุกร์ ดอกมีขนาดใหญ่ที่สุดในบรรดากลุ่มนี้ ดอกชั้นนอกมีสีม่วงแกมน้ำเงินดอกชั้นในมีสีเหลือง ช่อดอกแข็งแรงตั้งตรง แตกกิ่งย่อยสั้น ๆ ขนาดเท่า ๆ กัน ใบอ้วนกว้าง ขอบใบหยักนิยมปลูกประดับแปลงปัจจุบันใช้เป็นไม้ตัดดอกได้แต่มีอายุการใช้งานสั้นกว่าดาวเงิน แอสเตอร์นี้บางทีเรียกว่า "มากาเร็ต"

2.5 แอสเตอร์ดาวอังคาร ดอกขนาดกลาง ดอกชั้นนอกมีสีชมพูสวยงาม ดอกชั้นในมีสีเหลือง ดอกออกเป็นช่อแตกกิ่งมากมาย ใบอ้วนใหญ่ ขอบใบเรียบ ใช้ปลูกประดับแปลงและใช้เป็นไม้ตัดดอกได้แต่บานไม่ทน แอสเตอร์นี้ปลูกกันในเมืองไทยนานแล้วโดยปลูกคู่กับแอสเตอร์ดาวพระศุกร์

2.6 แอสเตอร์ดาวจุฬา เป็นแอสเตอร์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีชื่อว่า "Pink Star" ช่อดอกยาว แตกกิ่งย่อยขนาดเล็กเดียวกัน ดอกขนาดเล็กกว่าแอสเตอร์ดาวพระศุกร์ ดอกชั้นนอกมีสีชมพูสวยงาม ดอกชั้นในสีเหลือง ใบเรียวยาวเล็ก ขอบใบหยัก ปลูกเป็นไม้ตัดดอกได้ดี

การขยายพันธุ์

การขยายพันธุ์ ทำได้ 3 วิธี คือ

1. การเพาะเมล็ด

การเพาะในภาชนะ เช่น ตะกร้าพลาสติกโปร่ง โดยมีความลึกของภาชนะประมาณ 2.5-3 นิ้ว ปูพื้นและด้านข้างของตะกร้าด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ 2 ชั้น วัสดุเพาะใช้ดิน : ทราาย : ขี้เถ้าแกลบ อัตราส่วน 1:1:1 ปรับหน้าดินให้เรียบ ตีร่องลึกประมาณ 0.5 ซม. แต่ร่องห่างกันประมาณ 2.5 ซม. โรยเมล็ดลงในร่องบาง ๆ เนื่องจากเมล็ดมีขนาดเล็กจึงควรนำเมล็ดผสมรวมกับทรายละเอียดแห้ง อัตรา 1:10 กลบเมล็ดด้วยวัสดุเพาะบาง ๆ พอมิดเมล็ด ปิดทับด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์อีกชั้นหนึ่งรดน้ำแล้วรดยากันราและยาฆ่าแมลง รดน้ำวันละ 2 ครั้ง เช้า-เย็น หลังจากเพาะประมาณ 5-10 วัน เมล็ดจะงอก ก การเพาะในแปลงเพาะ เป็นวิธีการเพาะที่ได้ผลดี เช่นเดียวกับการเพาะในภาชนะ ถ้าหากมีการปฏิบัติดูแลอย่างใกล้ชิด วัสดุเพาะ การดูแลอื่น ๆ และการปฏิบัติเช่นเดียวกับการเพาะเมล็ดในภาชนะ ต่างกันที่ตรงที่ต้องยกแปลงเพาะขึ้นมา การทำแปลงเพาะแบบนี้เหมาะสำหรับเกษตรกรที่มีความชำนาญแล้ว หลังจากกล้างอกแล้วไม่ต้องย้ายกล้าลงไปชำในถุง สามารถย้ายปลูกได้เมื่อต้นกล้ามีใบจริงประมาณ 4 ใบ เทคนิคการทำให้เมล็ดแอสเตอร์งอกเร็วและสม่ำเสมอ โดยการนำเมล็ดไปแช่ในน้ำอุ่นอุณหภูมิประมาณ 40 องศา C นานประมาณ 2-3 ชั่วโมงก่อนหว่านจะทำให้เมล็ดงอกภายใน 3-5 วัน หลังจากงอกแล้วประมาณ 2 สัปดาห์หรือใบจริง 1-2 คู่ จึงทำการย้ายกล้าซึ่งมี 2 วิธี คือ (1) การย้ายกล้าลงในถุง ชำ โดยใช้ถุงขนาด 10 x 15 ซม. โดยใช้วัสดุปลูกคือ ดิน : ทราาย : ปุ๋ยคอก : ขี้เถ้าแกลบ อัตราส่วน 2:2:1:1 เลี้ยงไว้ประมาณ 2 สัปดาห์ จึงย้ายปลูกลงแปลงอีกครั้งหนึ่ง วิธีการนี้ไม่ค่อยนิยมเพราะว่า เสียค่าใช้จ่ายและแรงงานเพิ่มขึ้น (2) การย้ายปลูกลงแปลง

2. การแยกหน่อ

เป็นวิธีการขยายพันธุ์ที่นิยมทำกับ *Aster ericoides* เท่านั้น เป็นการขยายพันธุ์จากยอด หรือหน่อ จะต้องชำให้ออกรากในกระบะพลาสติกเสียก่อน วัสดุที่ใช้เป็นดิน : ทราาย : ขี้เถ้าแกลบ อัตรา 1:1:1 ใช้เวลาประมาณ 3 สัปดาห์ ในการออกรากแล้วย้ายแต่ละต้นลงปลูกในถุงพลาสติกเป็นเวลา 2 สัปดาห์ ก็สามารถย้ายลงแปลงปลูกได้

3. การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ

สามารถเพิ่มปริมาณต้นพันธุ์ปลอดโรคได้ปริมาณมากในเวลาอันรวดเร็วเหมาะที่จะนำไปใช้ขยายพันธุ์แอสเตอร์พันธุ์ใหม่ ๆ

การเพาะปลูก

การปลูก ดินควรเป็นดินร่วน ระบายน้ำดี มีอินทรีย์วัตถุ ความเป็นกรด-ด่าง ของดิน 6.5-7.0 ให้เตรียมแปลงปลูก กว้างประมาณ 1 เมตร ใช้ระยะปลูก 20 x 20, 25 x 25, 25 x 30 ซม. ก็ได้รองก้นหลุมด้วยปุ๋ย 15-15-15 อัตรา 1 ช้อนโต๊ะ ปุ๋ยร็อคฟอสเฟต อัตรา 1 ช้อนชา ปุ๋ยคอก อัตรา 1 กำมือ นำต้นกล้าจากถุงชำ หรือจากแปลงเพาะมาปลูก ถ้าย้ายปลูกลงแปลงเลยควรจะย้ายในช่วงเย็นอย่าปลูกให้ลึกเพราะว่าเวลาให้น้ำจะทำให้ดินกลบยอดต้นกล้า จะเน่าตายภายหลังได้ รดน้ำให้ชุ่ม ในกรณีที่ทำเป็นไม้ประดับ ใช้กระถางขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 6 นิ้ววิธีปลูกปฏิบัติเช่นเดียวกัน ช่วงเวลาปลูกที่เหมาะสมคือช่วงฤดูหนาว ดอกจะได้ใช้ใน ช่วงเทศกาลปีใหม่พอดี

การดูแล

1. การให้น้ำ ในระยะกล้าไม่ควรให้น้ำมากเกินไป หลังจากย้ายปลูกลงในกระถางหรือลงแปลงปลูกแล้วควรรดน้ำให้โชกถ้าเป็นไปได้ควรรดน้ำวันละครึ่งในตอนเช้า เมื่อดอกเริ่มบานไม่ควรรดน้ำให้โดนดอกเพราะจะทำให้ดอกเน่าและเป็นโรคร่วง ช่วงติดเมล็ดรดน้ำให้สม่ำเสมอมีฉนั้นจะทำให้การติดเมล็ดไม่ดี

2. การใส่ปุ๋ย ในระยะกล้าควรใช้ยูเรียละลายน้ำในอัตรา 1-2 ช้อนแกงต่อน้ำ 20 ลิตร รดให้ทั่วแล้วรดน้ำตามอีกครั้ง ควรรดปุ๋ยทุก ๆ 5-7 วัน จะทำให้กล้าโตเร็ว หลังจากย้ายกล้าแล้วประมาณ 30 วันให้ปุ๋ยสูตร 12-24-12, 15-15-15, 15-30-15 อัตรา 1 ช้อนชาต่อต้น โดยรอบโคนต้นแนวรัศมีทรงพุ่มกลบด้วยดิน แล้วใส่หลังจากนั้นทุก ๆ 15 วัน นอกจากนี้ควรจะใช้ปุ๋ยทางใบ เช่น ปุ๋ยเกล็ดเซลล์เวลโกร ไบโพลาน หรือราฟีด อัตรา 1 ช้อนชา ต่อน้ำ 5 ลิตร ฉีดพ่นหรือรดไปบนต้น ทุก ๆ 3 วัน

โรคและแมลง

1. โรคโคนเน่า (Damping off) เกิดจากเชื้อรา *Rhizoctonia* spp. พบในระยะต้นกล้าเท่านั้น ซึ่งเชื้อนี้อาจติดมากับเมล็ด หรือตกค้างอยู่กับดินเพาะเมล็ด ทำให้โคนต้นกล้าเน่าและตายจะลุกลามอย่างรวดเร็ว ป้องกันกำจัดโดยใช้ยาพวกเทอราโคลอร์ เทอราโซล และอบดินฆ่าเชื้อก่อนการเพาะเมล็ด

2. โรคเหี่ยวเฉา (Fusarium Wilt) เกิดจากเชื้อรา (*Fusarium conglutinans callistephus*) พบมากและร้ายแรงที่สุดในแปลงที่เคยปลูกเบญจมาศมาก่อน ต้นที่เป็นโรคจะมีอาการเหี่ยวเฉาอย่าง

รวดเร็ว ปรากฏมากในระยะที่แอสเตอร์โตเต็มทีหรือก่อนออกดอกเชื้อจะเข้าทำลายส่วนล่างของลำต้น โดยจะปรากฏเป็นสีส้มตรงโคนต้นใกล้พื้นดิน หากตัดลำต้นที่ปรากฏเป็นโรคนี้นี้ตามขวาง จะพบว่า มีวงแหวนสีน้ำตาลแดงอยู่ใน บริเวณท่อส่งน้ำและอาหาร การป้องกันทำได้โดยใช้สารกันเชื้อรา เช่น เทอราคลอร์ราดในดินก่อนปลูก

3. โรครากปม (Root Knot) แอสเตอร์ที่ปรากฏอาการของโรครากปมนี้มักไม่ตาย เพียงแต่ ต้นไม่เจริญเติบโตตามปกติ มีลักษณะแคระแกรน ในตอนกลางวันที่อากาศร้อนจัดจะแสดงอาการ เหี่ยวเฉา และจะฟื้นตัวในตอนกลางคืน ถ้าถอนต้นดูจะพบว่าตรงบริเวณรากจะบวมและเป็นปมเล็ก ๆ เนื่องจากมีไส้เดือนฝอยชนิดหนึ่งเข้าไปอาศัยอยู่หากปล่อยไว้รากจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล หรือดำ และเปื่อยเร็วกว่าปกติ ไส้เดือนฝอย สามารถแพร่ระบาดได้โดยทางน้ำ ติดไปกับดิน หรือต้นที่เป็นโรค และเครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตร การป้องกันโดยใช้เทมมิก 10 จี, ฟุราดาน, หรือคูราแทรฟิงดิน

4. โรคดอกสีเขี้ยว พบว่าดอกจะมีสีเขี้ยว ขอบกลีบดอกมีสีแดงปะปน ต้นแคระแกรนกว่า ปกติเล็กน้อย รูปร่างของดอกไม่เปลี่ยนแปลงโรคนี้นี้เกิดจากเชื้อไมโคพลาสมา (mycoplasma) จาก วัชพืชโดยเพลี้ยจักจั่น

5. โรคราสนิม (Rust) เกิดจากเชื้อรา พบว่าระบาดมากในช่วงฤดูฝน หรือวันที่มีน้ำค้างมาก และเกิดกับต้นขณะที่กำลังออกดอก ที่ใต้ใบพบว่ามีสีส้มคล้ายสนิมเหล็ก การป้องกัน เวลารดน้ำ ควรระวังอย่าให้น้ำถูกต้นและใบ เพราะจะทำให้เชื้อรานั้นระบาดได้ง่าย ใช้สารประกอบของกำมะถัน หรือ เฟอเมทิลิด ฟันเป็นครั้งคราว

6. เพลี้ยอ่อน (Aphids) เป็นแมลงปากดูด ชอบเกาะเพื่อดูดกินน้ำเลี้ยงบริเวณส่วนอ่อนของ ต้น ทำให้เป็นสาเหตุของดอกและใบบิดเบี้ยว การป้องกันกำจัดฉีดพ่นสารฆ่าแมลงเพื่อกำจัดมดซึ่งเป็น พาหะของเพลี้ยอ่อน

7. เพลี้ยไฟ (Trips) เป็นแมลงซึ่งทำอันตรายแก่ใบอ่อนของแอสเตอร์ ทำให้ใบมีอาการหงิก งอ เพลี้ยไฟนอกจากจะทำลายแอสเตอร์โดยตรงแล้ว ยังเป็นพาหะแพร่เชื้อราที่เป็นสาเหตุของโรค เหี่ยว (Spotted Wilt) แก่ต้นแอสเตอร์อีกด้วย การป้องกันกำจัด ใช้สารเคมี โดกุไรออน ฉีดพ่นทุก 1-2 สัปดาห์ หรือเมื่อปรากฏมีเพลี้ยไฟนี้ นอกจากนั้นยังอาจใช้เซฟวิน เคลเทน และมาลาไรออนกำจัด

8. ไรแดง (Spider Mite) ชอบทำลายยอดอ่อนทำให้ดอกไม่สมบูรณ์ มีลักษณะแคระแกรน บางครั้งพบว่าทำลายใบโดยการดูดน้ำเลี้ยงจากใบทำให้ใบร่วง การป้องกันกำจัด ใช้สารเคมี เช่น เคล เทน ฉีดพ่นเมื่อปรากฏพบ

9. หนอนเจาะดอก จะเข้าทำลายโดยกัดกินดอกอ่อน และเมื่อดอกอ่อน ทำให้ดอกเสียหาย เมื่อดอกไม่สมบูรณ์และเปอร์เซ็นต์การติดเมล็ดน้อยลง การป้องกันกำจัด ใช้สารเคมี เช่น อโซดริน มา ลาริออน แลนเนท เซฟวิน 85 ฉีดพ่นทุก 1-2 สัปดาห์

การตัดดอก

แอสเตอร์เป็นพืชอายุสั้น จะให้ดอกทันทีที่มีอายุครบ 60-90 วัน ขึ้นอยู่กับชนิดและพันธุ์ China Aster จะถอนต้นล่างรากจำหน่ายเมื่อเห็นว่าดอกบานกว่า 60% โดยจะเลือกถอนเป็นรุ่น ๆ ห่างกัน 5-7 วัน หรือแล้วแต่ความต้องการของตลาด หลังจากการถอนแล้วนำต้นไปล้างเอาดินที่ติดออกให้หมดและเด็ดใบที่โคนออก 5-6 ใบ นำไปบรรจุหีบห่อทำโดยมัดเป็นห่อใหญ่แยกเป็นกำ ๆ ละ 2-3 ต้น การถอนต้นจะทำในตอนเช้ามีด และตอนเย็น

Aster ericoides จะนิยมตัดดอกขาย ในการตัดควรตัดดอกที่บานกว่า 60% แล้วเช่นกัน หลังจากนั้นใช้กระดาษหนังสือพิมพ์หุ้มทับอีกทีเตรียมส่งตลาด หลังจากตัดดอกครั้งแรกแล้วควรรดน้ำเพื่อให้ดินแห้งทำการตัดต้นออกให้ถึงโคน เมื่อเริ่มแตกหน่อใหม่จึงเพิ่มการให้น้ำมากขึ้น ใส่ปุ๋ยสูตร 12-24-12 ก็จะให้ดอกอีกรุ่นหนึ่งเมื่อได้ดอกรุ่นที่สองแล้ว ปฏิบัติเหมือนเดิมก็จะได้ดอกรุ่นที่สาม สืบต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจบริการ

แนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่ม

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ ก็คือ เรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้นหากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจะพบว่าจริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือ เรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะเห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553)

ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation)

ในการให้ความหมาย และคำจำกัดความของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้มีการให้นิยามไว้ในหลาย ๆ ด้านดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มหมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น

Louis (อ้างใน ดนัย จันทรฉาย, 2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์

ทั้งนี้ในความหมายด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มที่เป็นการเพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้องและเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่ช่วยสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดยมีขั้นตอนการผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้วมูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือก หรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้
3. การสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Adder Creation)

ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลัก จะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด และเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้นั้นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2545) การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) ได้แก่

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value)
2. คุณค่าด้านบริการ (Service Value)
3. คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value)
4. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value)

ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value)

เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

- 1.1 ประโยชน์หลักเช่น รถยนต์ เป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น
- 1.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่ง

รูปแบบ ความหรูหรา ความทันสมัย ตราสินค้า ความมีชื่อเสียงมายาวนาน และเป็นที่ยอมรับ

2. คุณค่าด้านบริการ (Service Value)

เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในงาน

- 2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัท และบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value)

เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของพนักงาน ดังนี้

3.1 ความสามารถ (Competence) พนักงานต้องอาศัยความชำนาญ และมีความรู้

3.2 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง

3.3 ความเชื่อถือได้ (Credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ

3.4 ความไว้วางใจได้ (Reliability) พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความสม่ำเสมอ และถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า

3.5 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) จะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าต้องการ

3.6 การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

4. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างคุณค่า

การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง นั่นคือการดึงดูดด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขัน เติบโตและอยู่รอดในตลาดได้

1. การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวถึง การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไว้ดังนี้

1.1 กำหนดโมเดลของลูกค้า (Defining the Customer Value Model) ในขั้นนี้เริ่มต้นด้วยการที่บริษัทจะระบุปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้า

1.2 กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายตาลูกค้า (Building the Customer Value Hierarchy) ในกรณีนี้แต่ละปัจจัยจะแยกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน ดังนี้

1.2.1 ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product)

1.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product)

1.2.3 ผลิตภัณฑ์ที่ปรารถนา (Desired Product)

1.2.4 ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ (Unanticipated Product)

1.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประกอบในคุณค่าทั้งหมดที่จะจัดให้สำหรับลูกค้า (Deciding on the Customer Value Package) เป็นการตัดสินใจเลือกส่วนประกอบต่าง ๆ เพื่อเอาชนะคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจ และสร้างความภักดีจากลูกค้า

2. คุณค่าในใจผู้บริโภค (Insigh Value) แนวคิดในการสร้างคุณค่าเป็นการมองในทัศนะของผู้บริโภค โดยค้นหาความต้องการที่ลึกอยู่ในใจของผู้บริโภค โดยวิไลดา เตชะเวช (2547) ได้กล่าวถึงความเข้าใจเรื่องคุณค่าในความต้องการ และในใจผู้บริโภค ว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ปัจจัยเพิ่มคุณค่า (Value enhancers) ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีบริษัทใดนำเสนอในตลาดมาก่อน เช่น ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ เป็นจุดขายที่ลูกค้าสนใจ บริษัทที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าจะสามารถสร้างขยายส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีจุดขายที่มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันเหนือคู่แข่ง

2.2 ปัจจัยรักษาคุณค่า (Value maintainers) จะทำหน้าที่รักษาคุณค่าให้คงอยู่ในใจของลูกค้าต่อไป ซึ่งจะทำงานควบคู่กับปัจจัยเพิ่มคุณค่า จนพัฒนากลายเป็นปัจจัยเพิ่มคุณค่าในที่สุด

2.3 ปัจจัยที่ทำลายคุณค่า (Value destroyers) การลดคุณค่าในความรู้สึก ในสายตาหรือในใจของลูกค้า ซึ่งเป็นจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านภาพพจน์ และตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องเร่งแก้ไข

3. การสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค (Value Creation) กลยุทธ์การตลาดในการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบันเป็นการบริหารทรัพยากรที่มีคุณค่าของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและเกิดคุณค่าในใจผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดในการสร้างคุณค่าที่สำคัญ (วิไลดา เตชะเวช, 2547) ประกอบด้วย

3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติดีขึ้น หรือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

3.2 กลยุทธ์ตราสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบัน ผู้บริโภคจะเชื่อมความคิดตัวผลิตภัณฑ์คุณภาพ กับตราสินค้า สัญลักษณ์ ภาพพจน์ และความรู้สึกใน

ใจผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี และมีคุณค่าในความรู้สึกของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในปัจจุบันนี้

3.3 กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค เช่นกันโดยที่ราคามีความสัมพันธ์สูงกับคุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในใจผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงควรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและคุณค่าสูงด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism)

นิออน ศรีสมยง (2545) ได้อธิบายความหมาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลักสามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ให้ผู้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่าเป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการคิดค้นเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ มาจัดกิจกรรมหรือจัดเป็นรูปแบบทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว การขยายเส้นทางการท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ และการให้ความรู้ในคุณค่าของภูมิปัญญาของเกษตรกรไทยซึ่งการท่องเที่ยวและประเทศไทย(ททท.) ได้จำแนกประเภททรัพยากรทางการเกษตรออกเป็น 7 กิจกรรม ดังนี้

1. การทำนา การทำนาปี/ปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันไดพิพิธภัณฑชาข้าว
2. การทำสวนไม้ตัดดอก การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนดอกไม้ประดับนานาชนิด รวมถึงไร่ทานตะวัน
3. การทำสวนผลไม้ การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำวนเกษตรการทำเกษตรแผนใหม่ และการทำสวนผสม
4. การทำสวนผัก สวนครัว การปลูกพืชสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่ผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพด เป็นต้น
5. การทำสวนสมุนไพร การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องต้ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย
6. การทำฟาร์มปศุสัตว์ การเลี้ยง และการขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ เป็นต้น

7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลผลิตทางการเกษตร อาทิ เช่น มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลา ไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) ดังนี้ การจัดนำเที่ยวชมสถานที่ทำการเกษตรกรรมแหล่งทำสวนผลไม้ แหล่งปลูกไม้ดอกไม้ประดับ แหล่งทำฟาร์ม เพื่อรับฟังการบรรยายถึงปัญหาและความสำเร็จในอาชีพเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง คณะเทคโนโลยีการเกษตร (ม.ป.ป) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตร และวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม

เกษณีย์ สัตตขจร (2550) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นการนำทรัพยากรทางการเกษตร เช่น สวนเกษตร การปลูกพืชสวนและ ฟาร์มปศุสัตว์มาจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมโดยนักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมความงามและพักผ่อนหย่อนใจเป็นการสร้างโอกาสและรายได้เสริมให้กับเกษตรกรเจ้าของพื้นที่เกษตรนั้น ๆ

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) อธิบายความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร อันได้ความรู้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน (2546 อ่างโน ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม และ मुखสุดา พูลสวัสดิ์, 2556) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ว่า การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ เหนืออื่นใดถือได้ หวนกลับไปค้นหา เรียนรู้ เข้าใจภาคภูมิกับอาชีพเกษตรกรรมรากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิด ปรัชญาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย อีกทั้งได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรม และการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพที่สวยงาม บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ความประทับใจที่เกิดจากได้ชม ชิม ชื้อ ผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แก่ผู้มาเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชน จากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตรผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

Joshi and Bhujbal (2012) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการในฟาร์ม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ บันเทิง การศึกษาหรือเพื่อความสนุกสนานกิจกรรมในฟาร์ม โรงบ่มไวน์ ปศุสัตว์ วัฒนธรรม การเก็บเกี่ยวหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Synajder et al. (2009) ได้อธิบาย กิจกรรมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มหรือการดำเนินการทางการเกษตร พืชสวน ประมงหรือการเกษตร (เทียบเท่ากับ การท่องเที่ยวในฟาร์ม) การท่องเที่ยวชนบทยังสามารถกำหนด เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว / พักผ่อนหย่อนใจ

จากคานิยามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผู้ศึกษาวิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตรอีกทั้งยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ไม่ว่าจะเป็นฟาร์มเกษตร สวนผัก สวนผลไม้ สวนดอกไม้ โดยสถานที่แห่งนั้น มีความสวยงามของทรรศนียภาพ และนักท่องเที่ยวเองก็ได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการเกษตรที่ผ่านทางกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

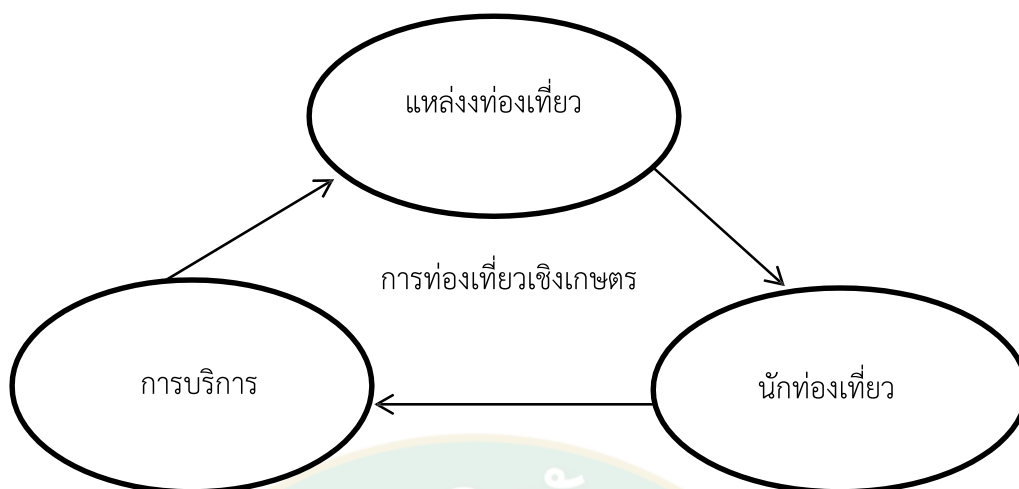
องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นิออน ศรีสมยง (2545) ได้อธิบายองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร ตลาดการท่องเที่ยว และบริการการท่องเที่ยวกล่าวคือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร คือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผลิตผลทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น แสงแดด ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เป็นต้น หรือการจัดการโดยมนุษย์ เช่น เครื่องมือทางการเกษตรต่าง ๆ เทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น

2. ตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) จึงทำให้การจัดการด้านการตลาดมีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มโดยต้องเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจกิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. บริการการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การบริการนาเที่ยว จะต้องเกี่ยวกับการเกษตรชนบท ตัวอย่างบริการที่ชัดเจน คือ ที่พักตามบ้าน (Homestay) และที่พักตามสวนเกษตรต่าง ๆ (Farm stay)



ภาพที่ 6 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543)

จากภาพที่ 5 แสดงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 ประการ ดังนี้

1. แหล่งหรือสิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันออกไป ดึงดูดใจให้ผู้เข้าไปเยี่ยมชม
2. การบริการ คือ สิ่งจัดไว้รองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสนอง ความต้องการและให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ เป็นต้น
3. นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่ต้องการได้รับความเพลิดเพลิน ความรู้ประสบการณ์มีอำนาจในการใช้จ่ายเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลักด้านการเกษตรที่สามารถดึงดูดและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวโดยมีการบริการจัดไว้ให้รองรับเพื่อสนองตอบตามมาตรฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความรู้และความเพลิดเพลิน

ลักษณะกิจกรรมการเกษตร

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้ให้ความหมายของลักษณะกิจกรรมการเกษตรสามารถแบ่งกิจกรรมได้ ดังนี้

1. การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑข้าว ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2. การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนดอกไม้ประดับนานาชนิด ไม้กระถางทุกประเภทรวมถึงไร่นานิตะวัน

3. การทำสวนผลไม้ (Orchard) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำยางพารา สวนไผ่ สวนปาล์มน้ำมัน

4. การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภทรวมถึงการทำไร่สวนผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพดข้าวฟ่าง ไร่พริกไทย เป็นต้น

5. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริม พืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องต้ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

6. การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิการเลี้ยงไหม การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะเภา ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูงฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนงูของสภากาชาดไทย

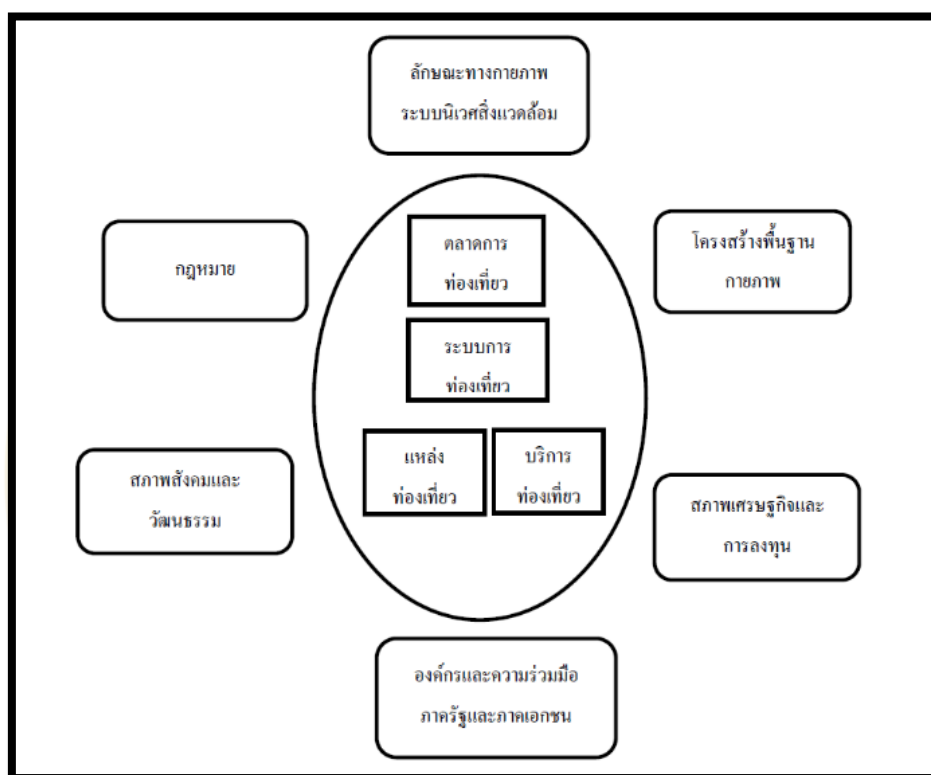
7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกชุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับงานเทศกาลลีนี่ เทศกาลลา ไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2545 อ้างใน พุทธประภา ประชาโชติ, 2560) ได้ทำการจัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตรเป็นการดำเนินการร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรในหมู่บ้าน มีทั้งประเภทที่พักค้างแรมในหมู่บ้านและประเภทระยะสั้นไม่เกิน 1 วัน ในแต่ละจุด จะมีจุดเด่นโดยเฉพาะ เช่น หมู่บ้านทำนา หมู่บ้านไม้ผล หมู่บ้านไม้ดอก หมู่บ้านพืชผัก หมู่บ้านปลูกหม่อนทอผ้าไหม และหมู่บ้านเลี้ยงผึ้ง

2. แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทรายบุคคลหรือรายกิจกรรม เป็นพื้นที่การเกษตรของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่จะเป็นสวนเกษตรที่ประสบความสำเร็จในการเพาะปลูกหรือสัตว์เลี้ยงเฉพาะอย่าง เช่น สวนเงาะ สวนทุเรียน สวนมะม่วง สวนลิ้นจี่สวนเกษตรผสมผสาน สวนไม้ดอกต่าง ๆ ซึ่งทางการส่งเสริมการเกษตรจะเข้าไปช่วยสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและการจัดการให้ดีขึ้นทั้งในด้านการจัดการพื้นที่ วิธีการต้อนรับนักท่องเที่ยวการจัดแสดงสินค้าแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร



ภาพที่ 7 ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

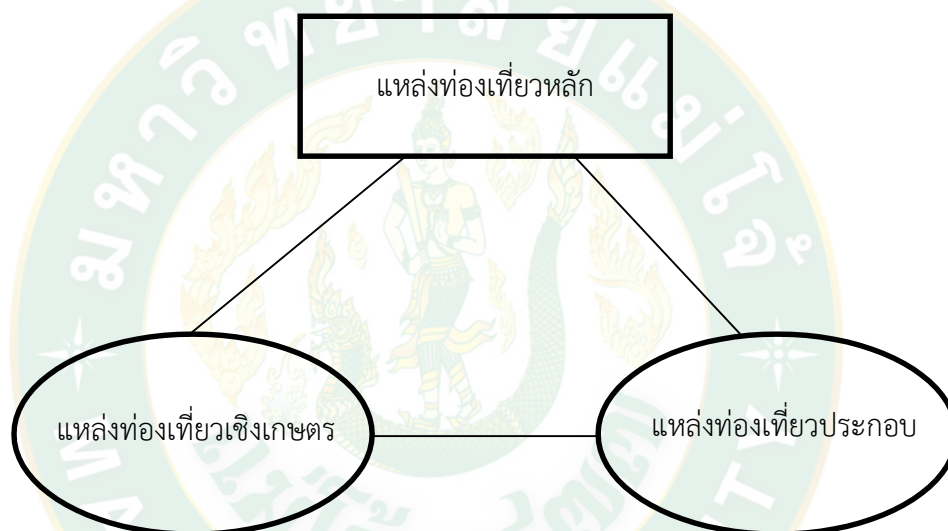
ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543)

3. แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ เป็นลักษณะของจุดท่องเที่ยวเกษตรที่มีการจัดงานเทศกาลหรืองานมหกรรมทางด้านการเกษตรที่น่าสนใจ เช่น งานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียน งานระกำหวาน เทศกาลหมอนไหม หรือเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ทุ่งดอกทานตะวันบาน เป็นต้น

การจัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถาบันวิจัยแห่งประเทศไทย (2543 อ้างใน พุทประภา ประชาโชต, 2560) อธิบายถึงการจัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า มีการพิจารณาจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยวสามารถจัดประเภทได้ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ถูกพัฒนาขึ้นในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวประกอบ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่หรือมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสูง



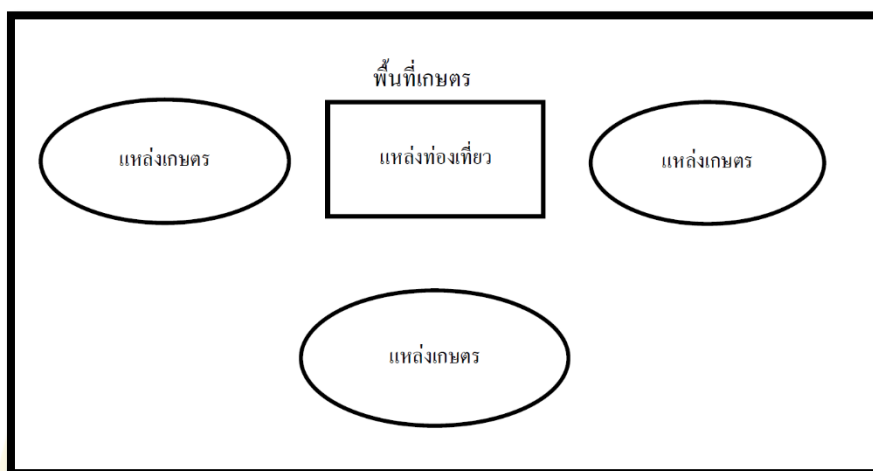
ภาพที่ 8 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก

ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ได้อธิบายแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ดังนี้

- 1.1 สินค้าการท่องเที่ยว จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประกอบหรือแหล่งท่องเที่ยวเสริม
- 1.2 การจัดการการท่องเที่ยว สามารถจัดเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวช่วงสั้น ๆ ลักษณะไปเช้า เย็นกลับ
- 1.3 แนวทางการดำเนินการ ต้องมีการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เกษตรและแหล่งเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยสมบูรณ์ มีการผลิตผลิตผลทางการเกษตรและมีกระบวนการขายเต็มรูปแบบ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมีลักษณะที่เด่นเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว สามารถพัฒนาให้เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีความสนใจ



ภาพที่ 9 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่และแหล่งเกษตร

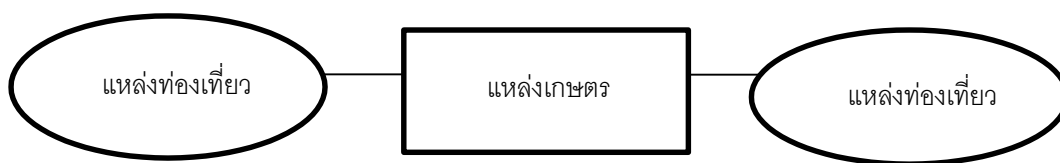
ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ได้อธิบายแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่และแหล่งเกษตร ดังนี้

2.1 สินค้าการท่องเที่ยว จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก เป็นจุดหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

2.2 การจัดการท่องเที่ยว สามารถจัดเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีระบบครบวงจร โดยมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวจัดมืองค์กรเฉพาะพื้นที่เพื่อกำหนดนโยบายและควบคุมการใช้ที่ดินเพื่อเกษตรเป็นหลัก

3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ตามบริเวณต่าง ๆ มีศักยภาพเพียงพอที่จะถูกพัฒนาให้เป็นโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเดียวกัน



ภาพที่ 10 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยว

ที่มา: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ได้อธิบายแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในโครงข่ายการท่องเที่ยวมีดังนี้

- 3.1 โครงข่ายการท่องเที่ยวจัดเป็นจุดท่องเที่ยว
- 3.2 การจัดการท่องเที่ยวสามารถจัดเป็นที่พักแวะในเส้นทางท่องเที่ยว
- 3.3 แนวทางการดำเนินงานสามารถกำหนดเป็นจุดแวะพักในกิจกรรมการเกษตร
4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉพาะ เป็นเขตพื้นที่ทางการเกษตรที่มีลักษณะเด่นและสามารถดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉพาะ ดังนี้
 - 4.1 สินค้าการท่องเที่ยวจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
 - 4.2 การจัดการการท่องเที่ยวสามารถจัดเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
 - 4.3 แนวทางการดำเนินงาน สามารถกำหนดให้มีการบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2543) ได้อธิบายประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน
2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการ และการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้ 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชน และบุคคลทั่วไป

3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยว ขนาดใหญ่ (51 ไร่ ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21-50 ไร่) ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 20 ไร่)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดรูปลักษณ์และคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการ ที่นี้การตลาดจะต้องทำการวิเคราะห์ว่าควรให้สินค้าหรือบริการออกมาในรูปแบบใด และต้องทำการส่งเสริมอย่างไรให้ตรงกับความต้องการ ความสามารถในการซื้อและพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีอิสระในการเลือกซื้อมากขึ้น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจะทำให้เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะและขอบเขตของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ตามที่ Schiffman and Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการดำเนินการ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ และฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ก็ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ใกล้เคียงกันว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือกระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงสุดาพร กุณทลบุตร (2552) ได้ให้ความหมายไปในทิศทางคล้าย ๆ กันว่า เป็นพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งได้แก่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ส่วนตัว

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมที่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้ายตัดสินใจ ซื้อ ใช้ ประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองกับความความต้องการของตนเอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

อิทธิพลที่มีต่อผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยภายใน (Internal Factor) ประกอบด้วย

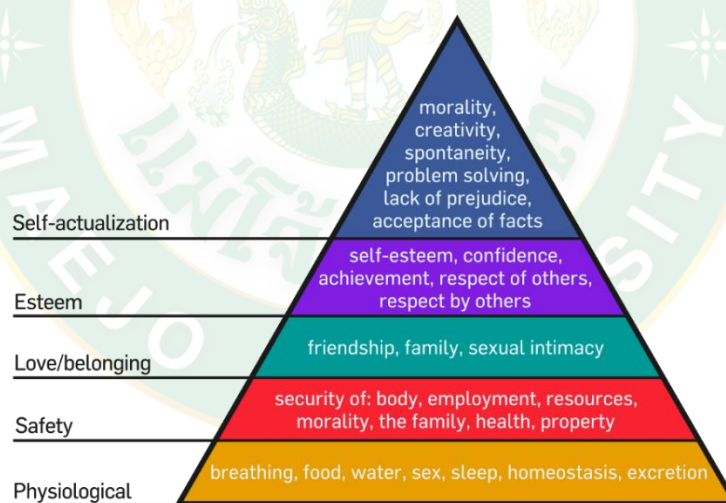
1.1 แรงจูงใจ (Motive) ความต้องการของมนุษย์มักเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ที่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมเพื่อก่อให้เกิดเป็นการกระทำ และแสดงออกซึ่งการให้ได้ในสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการ อันเป็นสาเหตุเบื้องต้นในการนำมาซึ่งการสนองตอบความต้องการ

อันเป็นแรงจูงใจให้เกิดการกระทำในการเลือกซื้อสินค้า และบริการต่อไป ดังสมมติฐานของ A.H. Maslow ที่แสดงความต้องการของมนุษย์ไว้ดังนี้

- มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด
- เมื่อความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองแล้ว สิ่งเหล่านั้นก็จะไม่ใช่สิ่งที่จะจูงใจสำหรับพฤติกรรมนั้นอีก แต่จะมีความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

- ความต้องการของคนจะมีความซ้ำซ้อนกัน บางทีความต้องการหนึ่งที่ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกให้มีการตอบสนองขั้นต่อ ๆ ไปอีก

จากสมมติฐานดังกล่าวได้เกิดเป็นทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) ที่จำแนกออกเป็น 2 ส่วน คือ ความต้องการพื้นฐานแรก 2 ประการ และความต้องการชั้นสูงกว่า 5 ประการ (Kotler and Armstrong, 2003) ซึ่งได้แก่ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization Needs)



ภาพที่ 11 ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)

ที่มา: Kotler and Armstrong (2003)

1.2 การรับรู้ (Perception) การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะมีระดับที่แตกต่างกันไป โดยจะต้องมีองค์ประกอบที่อาศัยปัจจัยพื้นฐานของบุคคลนั้น ๆ เพื่อทำความเข้าใจ หรือในสิ่งที่จะรับรู้ได้ต่อไป

1.3 ทักษะคติ (Attitude) ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นไปได้ทั้งบวกหรือลบ แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ และการรับรู้ที่ได้เล่าเรียนมา และการพยายามที่จะเปลี่ยนทักษะคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดนั้นเป็นเรื่องที่จะต้องใช้เวลา และผลเพื่อสนับสนุนให้ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1.4 การเรียนรู้ (Learning) ที่เกิดจากความตั้งใจ และความเอาใจใส่ด้วยการกระทำซ้ำ ๆ เพื่อให้ได้ผลตอบสนองอันน่าพึงพอใจ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการคือ การถูกกระตุ้น (Stimulus) ได้แก่การกระตุ้นซ้ำ ๆ เพื่อให้เกิดความคุ้นเคย และการตอบสนอง (Response) ได้แก่การพยายามหาคำตอบเพื่อตอบสนองสิ่งที่ยากในสิ่งนั้น ๆ

1.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) ในแต่ละบุคคลจะมีความคิดเกี่ยวกับตนเองในลักษณะที่แตกต่างกัน และมักจะมีพฤติกรรมแสดงออกไปตามความคิดนั้น ๆ เช่นถ้าชอบความตื่นเต้นท้าทาย ก็มักจะเลือกกิจกรรมกลางแจ้ง หรือไปทำกิจกรรมได้เขา ปีนหน้าผา เป็นต้น

2. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อหรือบริโภคสินค้า และบริการเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเด็น ได้แก่

2.1 ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มของสังคมที่อยู่ใกล้ชิดตัวบุคคลมากที่สุด ตามลักษณะการเลี้ยงดู รูปแบบการดำรงชีวิต การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยวผจญภัย เป็นต้น

2.2 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) การที่บุคคลมีความต้องการ และพยายามเข้ากลุ่มสังคมต่าง ๆ ให้ได้นั้น ทำให้มีการปรับตัว และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มอย่างเต็มที่เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและอยู่ร่วมกันได้อย่างราบรื่น เช่น กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนร่วมอาชีพ เป็นต้น

2.3 วัฒนธรรม (Culture) ลักษณะของประเพณี วัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา หรือการดำรงชีวิต เป็นกรอบกำหนดพฤติกรรมความต้องการที่แตกต่างกัน

2.4 วัฒนธรรมย่อย (Sub Culture) คือ ชนชั้นทางสังคมที่เกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไป อันมีองค์ประกอบได้แก่ กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยทางเพศ เป็นต้น

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

การที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมต่าง ๆ ที่จะนำมาปรับเป็นกลยุทธ์ และแนวทางให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่และเหมาะสมที่สุด มีองค์ประกอบ คือ 6W 1H ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่มีอำนาจในการตัดสินใจ หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หรือมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มและถือว่าผู้นั้นมีความสัมพันธ์ หรือเกี่ยวข้องโดยตรงที่จะเป็นบุคคลกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เครือญาติ เพื่อน บริษัท หรือหน่วยงานที่สังกัด และตัวผู้ซื้อเอง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) คือ สิ่งที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับ และยินดีเลือกซื้อเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ใช้จ่ายเงินออกไป ได้แก่ การซื้อบริการที่ดี ชื่อความมีชื่อเสียงของตัวสินค้า ซื้อตามกระแสความนิยมในขณะนั้น เป็นต้น
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นสาเหตุ และเหตุผลเฉพาะของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจต่อการได้รับการตอบสนองต่อการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ซื้อเพราะราคาถูก ซื้อเพื่อเป็นรางวัลหรือตอบแทนผู้อื่น หรือได้รับส่วนลดพิเศษ เป็นต้น
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participates in the buying?) ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาจจะเป็นบุคคลอื่นที่ใช้สินค้าและบริการนั้นด้วยตนเองโดยตรง หรือตัดสินใจซื้อแทนเพื่อให้ผู้อื่นได้ใช้บริการนั้น ๆ ได้แก่ เพื่อนร่วมเดินทาง เจ้าของเงิน หรือคำโฆษณาของตัวแทนขาย เป็นต้น
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) คือวาระหรือโอกาสที่ต้องการใช้ประโยชน์จากตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น ซื้อในช่วงที่จัดลดราคาพิเศษ ซื้อเมื่อมีเทศกาลพิเศษประจำปี ซื้อเมื่อเป็นวันสำคัญ หรือ ซื้อเมื่อได้รับเงินรางวัลพิเศษ เป็นต้น
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) หมายถึงสถานที่ หรือแหล่งที่เลือกซื้อบริการ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) การซื้อลักษณะนี้ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา หรือความต้องการ การค้นหาความต้องการ การประเมินผลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ โดยจะพิจารณาถึงก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มจากมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึก ทำให้รู้สึกถึงความต้องการ จนต้องทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อทำการตัดสินใจซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นการตอบสนอง (Response) ในที่สุด (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550)

1. สิ่งเร้า (Stimulus) คือสิ่งที่เข้ามากระทบผู้บริโภค ซึ่งอาจเกิดได้จากสิ่งเร้าภายใน (Inside Stimulus) ที่ก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางกายภาพหรือจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการที่รักษาสมดุลนั้น

หรืออาจเกิดจากสิ่งเร้าภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งแบ่งออกเป็น สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimulus) และ สิ่งเร้าอื่น ๆ เป็นต้น

2. กล่องดำ (Black Box) เป็นระบบความรู้สึก ความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากความคิดและจิตใจของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการเข้าใจ เช่นเดียวกันกับกล่องดำของเครื่องบินที่เก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไว้ภายใน

3. การตอบสนอง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อันเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งผู้ซื้อจะแบ่งการตัดสินใจออกเป็นขั้น ๆ เริ่มต้นจากการตัดสินใจเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น เลือกซื้อสินค้าธรรมดาหรือสินค้าพิเศษ เมื่อตัดสินใจว่าซื้อสินค้าธรรมดา จากนั้นก็จะเลือกตราผลิตภัณฑ์ ถ้าหากมีราคาแพง มีความซับซ้อน ผู้ซื้ออาจจะพิจารณาเลือกผู้ขายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ในทางกลับกัน หากสินค้ามีราคาถูก ไม่มีความซับซ้อน ผู้ซื้ออาจจะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเลือกผู้ขายมากนัก แต่จะพิจารณาจากความพึงพอใจในการบริการเป็นหลัก จากนั้นก็จะพิจารณาช่วงเวลาที่จะซื้อ โดยอาจมีการเลือกซื้อเมื่อสินค้าเต็มหมด เมื่อต้องการใช้บริการในขณะนั้น หรือวางแผนการซื้อล่วงหน้าไว้ก่อนที่จะมีการซื้อในครั้งต่อไป หรือก่อนที่ของเดิมจะหมด หรือซื้อเมื่อมีการมอบข้อเสนอพิเศษจากผู้ขาย ซึ่งอาจส่งผลถึงการตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อด้วย

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ ถึงผู้ซื้อจะมีลักษณะการซื้อ เหตุผล หรือความชอบที่แตกต่างกัน แต่ผู้ซื้อจะมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่เหมือนกัน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค แยกออกได้เป็น 2 ประเภทสำคัญ ได้แก่

1. ช่วยให้เข้าใจถึงปัญหาทางการตลาดโดยรวม เมื่อทราบถึงความต้องการโดยส่วนใหญ่ของคนในสังคม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้ จะช่วยให้ทางการตลาดสามารถแก้ปัญหาในเรื่องการเป็นอยู่ให้กับประชาชนผู้บริโภคได้

2. ช่วยให้เข้าใจถึงปัญหาทางการตลาดส่วนย่อย การศึกษาปัญหาทางการตลาดต้องอาศัยการแก้ไขจากทั้งสองทาง คือ ปัญหาการตลาดของส่วนรวมและส่วนย่อยไปพร้อมกัน

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

2.1 ช่วยให้สามารถเข้าใจถึงปัญหาความต้องการของสังคม

2.2 ช่วยให้กลไกทางการตลาดแก้ไขปัญหาการตัดสินใจของสังคมได้ถูกต้องยิ่งขึ้น ทำให้คาดการณ์ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงสภาพการณ์ที่ลูกค้าจะซื้อสินค้านั้น ๆ และสามารถวางแผนใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองสังคมได้ดียิ่งขึ้น

2.3 ช่วยในการหาตลาดใหม่ หากนักการตลาดสามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จะถือเป็นโอกาสที่จะขายได้กำไร ต้องสามารถค้นหา หรือคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ก่อนที่จะผลิตสินค้าออกมาขาย นักการตลาดจะต้องยึดหลักที่ว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ เพราะลักษณะของตลาดที่เกิดขึ้นใหม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสภาพแวดล้อมในสังคม

2.4 ช่วยในการหาส่วนของการตลาดสำหรับสินค้า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ช่วยในการหาส่วนของการตลาดสำหรับสินค้า กล่าวคือ สามารถช่วยให้ทราบถึงลักษณะสินค้าที่ผู้บริโภคชอบซื้อ หากนักการตลาดสามารถจัดกลุ่มของผู้บริโภคที่มีความชอบเหมือนกันไว้ได้ถูกต้องตามลักษณะพฤติกรรมของสังคม ก็จะสามารถระบุกลุ่มลูกค้าดังกล่าวออกมาได้

2.5 ช่วยในการปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคช่วยให้ผู้บริหารทางการตลาดสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะการแข่งขันด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นไปอย่างเข้มข้นมาก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินผลถึงลักษณะที่แท้จริงของผู้บริโภคในตลาด

พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม โดยพิจารณาจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบไปยังแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการปรับตัวและความคาดหวังจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวชอบไปยังแหล่งท่องเที่ยว (Velenc Smith, 1978 อ้างใน (ประพันธ์ รักเรียน และคณะ, 2549) ดังนี้

1. Explorer คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบการท่องเที่ยวแบบค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ต้องการที่จะเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์และปรับตัวเข้ากับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ
2. Elite คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ ชอบใช้สิ่งของเครื่องอำนวยความสะดวกและปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ดี
3. Off-Beat คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบไปท่องเที่ยวในสถานที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวไปมาก ไม่ชอบความวุ่นวาย จะใช้ชีวิตอยู่แบบเรียบง่ายและปรับตัวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ดี
4. Unusual คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่มีความชื่นชอบในการเดินทางในลักษณะเชิงสำรวจเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวหรือมีลักษณะแบบผจญภัย โดยเฉพาะที่อยู่ในบริเวณที่ไกล ๆ
5. Incipient คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบเดินทางตามลาพังหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ แต่อยากได้รับการต้อนรับและบริการที่ดี
6. Mass Tourist คือ นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีค่านิยม หรือรสนิยมที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่มีการปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นน้อย

7. Charter คือ นักท่องเที่ยวประเภทที่ชื่นชอบเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ มีรสนิยมในการรับบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระบบและมีมาตรฐาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรรยาลักษณ์ อินตุ้ย (2561) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่าการเน้นกิจกรรมการให้/ใช้ความรู้ด้านการเกษตรจะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.47 เพศหญิงมีแนวโน้มเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.22 วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จะส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.69 และสถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ จะส่งผลให้โอกาสในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.21 ในขณะที่นักท่องเที่ยวไม่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงเกษตรลดลงร้อยละ 81.86

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวรรณ เพชรหมี่ (2560) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย: กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ ผลการศึกษาพบว่าเอกลักษณ์ของลวดลายผ้าไทยโบราณของกลุ่มแม่บ้านภูฝักไถ่นั้น เป็นผ้าชิ้นหัวแดงตีนกำน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีลายจำนวน 12 ลายบนผืนเดียวกัน ได้แก่ ลายนาค ลายหงส์ ลายหมากจับ (เตี๋ยว/คู่) ลายตุ้ม ลายขอ ลายห่อประสาธ ลายเอียว ลายขาเปีย ลายเพียง (คว่า/หงาย) ลายคัน ลายดอกแก้ว ลายดอกฝักแว่น เรียกว่า ลายหมี่ครีว และแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มสู่เชิงพาณิชย์เน้นการสร้างคุณค่าทางด้านผลิตภัณฑ์ จาก 5 แนวทาง คือการปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้าลง การพัฒนาลวดลายให้เป็นลายใหม่ จนได้พัฒนาเป็นลายดอกฝักแว่น และลายห่อประสาธเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือลายดอกฝักไข่ และได้ทดลองนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายผ้าที่ได้พัฒนาจากลายโบราณเดิม พัฒนาเป็นหมอนอิง โซฟา ที่ใส่ไอแพท เป็นต้น และการสร้างโลโก้ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อสร้างการจดจำ

จอมภักดิ์ คลังระหัด และคณะ (2560) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่ม และช่องทางการจัดจำหน่ายด้านอาหารประเภทผักและผลไม้ ด้วยนวัตกรรมเครื่องอบสุญญากาศ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการ 1.การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผักและผลไม้ 2. การสร้างตราสินค้า 3.การออกแบบบรรจุภัณฑ์ 4.การโฆษณาผลิตภัณฑ์และมีช่องทางการจัดจำหน่าย คือ 1.การจำหน่ายหน้าร้าน 2.สถานที่การจัดจำหน่าย 3.การใช้ตัวแทนจำหน่าย 4.การจำหน่ายทางสื่อสังคมออนไลน์ 5.การใช้วิธีการทางตลาดแบบปากต่อปาก ผลการวิจัยพบว่า บริษัท ไพโรทิว แบรินด์จำกัด มีปัญหาและอุปสรรคในการเพิ่มมูลค่า เป็นปัญหาจากการแปรรูป คือ น้ำหนักของ

ผลิตภัณฑ์ลดลงจากการอกรอบ และผลการวิจัยยังพบว่า บริษัท ไพรทิว แบรินด์ จำกัด มีปัญหาและอุปสรรคของช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัญหาด้านตัวแทนจำหน่าย คือการขนส่งมีต้นทุนสูงจึงจำเป็นต้องขนส่งสินค้าในปริมาณค่อนข้างมาก เนื่องจากต้นทุนสินค้ามีราคาสูง จึงเป็นการตัดช่องทางการจัดจำหน่ายอีกช่องทางหนึ่งของบริษัท ไพรทิว แบรินด์ จำกัด

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2558) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางดะผลการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนา ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกษตรและวิถีชีวิตท้องถิ่น ส่วนองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะต้องมีการพัฒนาต่อไป โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนควรมุ่งเน้น 1) ต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมชุมชน การบริหารงานต้องมีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่ยอมรับและรับรู้กันโดยทั่ว สามารถตรวจสอบได้ มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเป็นระยะเพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดอำนาจ 2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน รูปแบบเชิงเกษตรเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) แสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ โดยเฉพาะตลาดในประเทศและขยายเครือข่ายการตลาดจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ

พรศิริ บินนาราวี (2555) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปายมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 34 ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอปายร้อยละ 66 เป็นเพศชาย ร้อยละ 36.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.5 มีความแตกต่างในคะแนนเฉลี่ยรวมและในแต่ละด้าน ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและรับรู้จริงให้น้อยที่สุด อันจะนำมาซึ่งบริการท่องเที่ยวที่เหนือกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจมากที่สุด

ไกรวุฒิ หีบแก้ว (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 25-34 ปีมีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาตลาดน้ำท่าคาเป็นครั้งแรกและมีจุดประสงค์เพื่อ การท่องเที่ยวและพักผ่อน จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับปัจจัยด้านการตลาด คือ การศึกษา อาชีพ และ

รายได้และ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ มาตลาด
น้ำท่าคาคือการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนเช่นเดียวกัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
ผลการศึกษาระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากการสอบถามผู้ประกอบการในพื้นที่ ตลาด
น้ำท่าคา พบว่า ศักยภาพด้านพื้นที่และด้านการมีส่วนร่วม มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก และศักยภาพ
ด้าน กิจกรรมกระบวนการและด้านการจัดการ มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ
และนักท่องเที่ยว ยังให้ความเห็นที่ สอดคล้องกันว่า ด้านการจัดการเรื่องป้ายสัญลักษณ์ บอกเส้นทาง
ท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอก แอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I love flower Farm

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบถึงจำนวนประชากรทั้งหมด จึงเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และทำการเลือกแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ ดังนั้นจึงพิจารณาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวกับค่าเฉลี่ยทางคณิตศาสตร์ (Anderson et al., 2008) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

โดยที่	n	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	ค่าสถิติที่มีการแจกแจงแบบปกติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
	σ^2	ค่าความแปรปรวนของประชากร
	E	ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า μ ด้วย \bar{X} กำหนดให้มีค่าเท่ากับ

$$\text{แทนค่าในตัวแปรสมการ} \quad n = \frac{(1.96^2)(0.5^2)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 385 ตัวอย่าง เพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง เป็น 400 ตัวอย่าง ซึ่งภายหลังการตรวจสอบเอกสารมักจะพบว่ามีงานวิจัยอื่นๆ ใช้จำนวนตัวอย่างประมาณ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I love flower farm ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามเลือกตอบ ที่มีการออกแบบในลักษณะ Nominal Scale

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้บริโภค โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W 1H

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคำถามปลายปิด มีคำถามแบบเลือกตอบ ซึ่งในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกอยู่ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เป็นคำถามที่ให้เลือกลงตรงกับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามตามสภาพความจริงมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่กำหนดให้ ที่มีการออกแบบในลักษณะ Interval Scale

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ คำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารต่าง ๆ บทความทฤษฎีหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภค โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์อีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Pilot Test) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้ 10 ราย เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำมาทดสอบความเชื่อมั่นวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ด้วยสูตรของครอนบักแอลฟา (Cronbach'alpha) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งจะต้องมีได้ค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นได้มาก ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้ค่า $\text{Alpha} = 0.935$

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้บริโภค โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W 1H โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) มีการวิเคราะห์แบบค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) วัดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยคะแนนที่ได้รับจะนำมาวิเคราะห์และแปลค่าเฉลี่ยตามความสำคัญ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ เบสท์ (Best, 1977)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มาทำการทดสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำไปประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

1.1 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)

1.2 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

2. **สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)** การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้ One Way ANOVA และ LSD หรือ Fisher's Least-Significant Difference ในการเปรียบเทียบรายคู่ ในการทดสอบ

3. **สถิติที่ใช้ในการทดสอบความเชื่อมั่นของชุดคำถาม** การหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ด้วยสูตรครอนบักแอลฟา (Cronbach' alpha) โดยได้เท่ากับ 0.935

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สำคัญประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บ โดยใช้ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างตามประชากรที่กำหนดไว้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งอธิบาย และให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือวิชาการ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และข้อมูลจากเกษตรกรอำเภอแม่ริม

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอเป็นตารางค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามลักษณะของข้อมูลที่ได้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยวัดระดับการปฏิบัติการเกี่ยวกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยผลการศึกษาแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สรุปผลได้ดังนี้

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1 เพศ

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 และเพศชาย 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	72	18.00
2. หญิง	328	82.00
รวม	400	100.00

1.2 อายุ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปีขึ้นไป จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา คือ 21-30 ปี 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 อายุ 41-50 ปี 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 น้อยที่สุดคือ 51-60 ปี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. 20 ปี หรือต่ำกว่า	9	2.20
2. 21-30 ปี	170	42.50
3. 31-40 ปี	182	45.50
4. 41-50 ปี	37	9.20
5. 51-60 ปี	2	0.50
รวม	400	100.00

1.3 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับการศึกษา ปริญญาตรี 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 รองลงมาคือ ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป 38 คนคิดเป็นร้อยละ 9.50 และต่ำกว่าปริญญาตรี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	27	6.80
2. ปริญญาตรี	335	83.80
3. ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	38	9.50
รวม	400	100.00

1.4 อาชีพ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 นักเรียน/นักศึกษา 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. นักเรียน/นักศึกษา	69	17.20
2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	144	36.00
3. พนักงานบริษัทเอกชน	123	30.80
4. ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว	62	15.50
5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ	2	0.50
รวม	400	100.00

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมา คือ 15,001-20,000 บาท 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 5,000-10,000 บาท 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ไม่เกิน 5,000 บาท 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 30,000 บาทขึ้นไป 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และ 25,001-30,000 บาท 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	28	7.00
2. 5,000-10,000 บาท	51	12.80
3. 10,001-15,000 บาท	161	40.20
4. 15,001-20,000 บาท	126	31.50
5. 20,001-25,000 บาท	20	5.00
6. 25,001-30,000 บาท	3	0.80
7. 30,000 บาทขึ้นไป	11	2.80
รวม	400	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ของนักท่องเที่ยว

จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สรุปผลได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมดอกแอสเตอร์ 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมา คือ เพื่อท่องเที่ยวตามกระแสนโซลเซียล 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 และเพื่อศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมดอกแอสเตอร์	183	45.80
2. เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	29	7.20
3. เพื่อศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร	10	2.50
4. เพื่อท่องเที่ยวตามกระแสนโซลเซียล	178	44.50
รวม	400	100.00

1.1 บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ เพื่อน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 คนรัก 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 หน่วยงาน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 คนเดียวและบริษัทนำเที่ยว 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. คนเดียว	1	0.20
2. คนรัก	65	16.20
3. ครอบครัว/ญาติ	224	56.00
4. เพื่อน	106	26.50
5. บริษัทนำเที่ยว	1	0.20
6. หน่วยงาน	3	0.80
รวม	400	100.00

1.2 จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมา คือ 1-3 คน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 7-9 คน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 10-12 คน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 และมากกว่า 12 คนขึ้นไป 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-3 คน	137	34.20
2. 4-6 คน	227	56.80
3. 7-9 คน	31	7.80
4. 10-12 คน	3	0.80
5. มากกว่า 12 คนขึ้นไป	2	0.50
รวม	400	100.00

1.3 ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.20 และวันจันทร์-ศุกร์ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80

ตารางที่ 9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วันจันทร์-ศุกร์	27	6.80
2. วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล	121	30.20
3. วันเสาร์-อาทิตย์	252	63.00
รวม	400	100.00

1.4 แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โซเชียล เช่น Line Facebook IG เป็นต้น ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 316 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ เพื่อน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 อินเทอร์เน็ต 91 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 รายการโทรทัศน์ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ครอบครัว 24 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 และคนรัก 21 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
1. ครอบครัว	24	3.40
2. เพื่อน	199	28.30
3. คนรัก	21	3.00
4. รายการโทรทัศน์	52	7.40
5. อินเทอร์เน็ต	91	12.90
6. โซเชียล เช่น Line Facebook IG เป็นต้น	316	45.00
7. หนังสือ/นิตยสาร	0	0.00
รวม	703	100.00

1.5 การเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะ

การเดินทางท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 รองลงมา รถจักรยานยนต์ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 รถโดยสารประจำทาง 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 รถเช่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 และบริษัทนำเที่ยว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะ

การเดินทางท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี โดยยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. รถจักรยานยนต์	34	8.50
2. รถยนต์ส่วนตัว	335	83.80
3. รถโดยสารประจำทาง	24	6.00
4. บริษัทนำเที่ยว	2	0.50
5. รถเช่า	5	1.20
รวม	400	100.00

1.6 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์กี่ครั้งต่อปี

เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์กี่ครั้งต่อปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้ง 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 รองลงมา 2 ครั้ง 106 คิดเป็นร้อยละ 26.50 3 ครั้ง 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และ 4 ครั้งขึ้นไป 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอก
แอสเตอร์กี่ครั้งต่อปี

เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอก แอสเตอร์ กี่ครั้งต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	271	67.80
2. 2 ครั้ง	106	26.50
3. 3 ครั้ง	18	4.50
4. 4 ครั้งขึ้นไป	5	1.20
รวม	400	100.00

1.7 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ คนละประมาณ เท่าไรต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 500-1,000 บาท/ครั้ง 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมา 1,001-1,500 บาท/ครั้ง 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และมากกว่า 1,500 บาท/ครั้ง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ คนละประมาณเท่าไรต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง	55	13.80
2. 500-1000 บาท/ครั้ง	243	60.80
3. 1,001-1,500 บาท/ครั้ง	99	24.80
4. มากกว่า 1,500 บาท/ครั้ง	3	0.80
รวม	400	100.00

1.8 ผลลัพธ์ที่สนใจซื้อทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในครั้งนี้

ผลลัพธ์ที่สนใจซื้อทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในครั้งนี้นี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สนใจดอกไม้สด 344 คน คิดเป็นร้อยละ 61.10 รองลงมา กระเป๋าคาด 122 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 ชูตปลูกต้นไม้ 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 และอื่นๆ เช่น หมวกสาน สีน้าชุมชน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลลัพธ์ที่สนใจซื้อทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้

ผลลัพธ์ที่สนใจซื้อทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
1. ดอกไม้สด	344	61.10
2. ชูตปลูกต้นไม้	69	17.10
3. กระเป๋าคาด	122	21.70
4. อื่นๆ.. เช่น หมวกสาน สีน้าชุมชน	1	0.20
รวม	563	100.00

1.9 คิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์อีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี

คิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์อีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้ง ภายใน 1 ปี 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมา 2-3 ครั้งภายใน 1 ปี 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และไม่แน่ใจ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์อีกครั้ง ภายใน 1 ปี

คิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอก แอสเตอร์อีกครั้ง ภายใน 1 ปี	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	270	67.50
2. 2-3 ครั้ง	88	22.00
3. ไม่แน่ใจ	42	10.50
รวม	400	100.00

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

วิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในภาพรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับมาก จำแนกเป็นรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 รองลงมาด้านบริการ อยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ด้านบุคลากร อยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 และด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ตามลำดับ ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	0.41	มาก
2. ด้านบริการ	4.32	0.39	มาก
3. ด้านบุคลากร	4.31	0.38	มาก
4. ด้านภาพลักษณ์	4.34	0.39	มาก
รวม	4.29	0.33	มาก

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านมีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 รองลงมาเป็นส่วนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 พันธุ์ไม้มีความสมบูรณ์ ใบสด ไม่เป็นโรค อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 พันธุ์ไม้มีคุณภาพ ทนทาน ไม่ตายง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และความหลากหลายของพันธุ์ไม้ (มีมากกว่า 2 ชนิด) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 ตามลำดับ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. ความหลากหลายของพันธุ์ไม้ (มีมากกว่า 2 ชนิด)	3.78	0.58	มาก
2. พันธุ์ไม้มีคุณภาพ ทนทาน ไม่ตายง่าย	4.08	0.67	มาก
3. พันธุ์ไม้มีความสมบูรณ์ ใบสด ไม่เป็นโรค	4.33	0.67	มาก
4. มีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี	4.38	0.63	มาก
5. ส่วนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	4.37	0.59	มาก
รวม	4.19	0.41	มาก

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในด้านบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านมีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 รองลงมาให้บริการรับ-ส่งลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 และมีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 ตามลำดับ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านบริการ

ด้านบริการ	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	3.96	0.53	มาก
2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	4.34	0.62	มาก
3. มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง	4.52	0.63	มากที่สุด
4. บริการรับ-ส่งลูกค้า	4.42	0.59	มาก
5. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.35	0.58	มาก
รวม	4.32	0.41	มาก

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 รองลงมาพนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และพนักงานมีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับดอกแอสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ตามลำดับ ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. พนักงานมีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับดอกแอสเตอร์	4.00	0.50	มาก
2. พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	4.32	0.63	มาก
3. พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.44	0.59	มาก
4. พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.45	0.61	มาก
5. พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.34	0.58	มาก
รวม	4.31	0.38	มาก

5. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในด้านภาพลักษณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 รองลงมาเวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 ตามลำดับ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	4.05	0.47	มาก
2. เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้	4.45	0.58	มาก
3. ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี	4.48	0.61	มาก
4. ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน	4.39	0.62	มาก
5. ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม	4.34	0.60	มาก
รวม	4.34	0.39	มาก

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้พิจารณาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย และพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดสมมติฐานเพื่อการศึกษาไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย **ด้านเพศ** มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

H_0 : ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเพศ กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	เพศ				Sig.	Sig. (2-tailed)
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	(S.D.)	\bar{X}	(S.D.)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	0.42	4.21	0.41	0.174	0.013
2. ด้านบริการ	4.26	0.37	4.33	0.40	0.958	0.150
3. ด้านบุคลากร	4.30	0.36	4.32	0.39	0.645	0.753
4. ด้านภาพลักษณ์	4.27	0.40	4.36	0.39	0.477	0.090

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

H_0 : ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านบริการ

และด้านภาพลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน ดังตารางที่ 22



ตารางที่ 22 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	อายุ												F	Sig
	20 ปี หรือต่ำกว่า		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.16	0.58	4.15	0.46	4.23	0.35	4.11	0.43	4.60	0.57	-	-	1.462	.213
2. ด้านบริการ	4.22	0.58	4.24	0.46	4.39	0.30	4.26	0.33	4.90	0.14	-	-	4.963	.001*
3. ด้านบุคลากร	4.16	0.55	4.25	0.47	4.38	0.27	4.26	0.36	4.20	0.28	-	-	3.150	.014
4. ด้านภาพลักษณ์	4.20	0.57	4.27	0.46	4.40	0.30	4.41	0.36	3.90	0.14	-	-	3.767	.005*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.2.1 ด้านอายุ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบริการ**

ด้านบริการ พบว่า กลุ่มช่วงอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า กลุ่มช่วงอายุ 51-60 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.04 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า กลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.13 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งมีความมากกว่า กลุ่มช่วงอายุ 51-60 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.05 และ กลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า กลุ่มช่วงอายุ 51-60 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.06

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบริการ**

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.16	4.25	4.38	4.26	4.20
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.16	-	-0.09 (0.89)	-0.22 (0.19)	-0.10 (0.77)	-0.04 (0.03*)
21-30 ปี	4.25	-	-	-0.13 (0.00*)	-0.01 (0.73)	0.05 (0.02*)
31-40 ปี	4.38	-	-	-	0.12 (0.06)	0.18 (0.07)
41-50 ปี	4.26	-	-	-	-	0.06 (0.02*)
51-60 ปี	4.20	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบริการ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน บริการรับ-ส่งลูกค้า และการจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 24



ตารางที่ 24 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบริการ

ด้านบริการ	อายุ												F	Sig
	ต่ำกว่า 25 ปี		25-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีมาตรฐานการให้บริการ อย่างเป็นระบบ	4.11	0.60	3.99	0.59	3.97	0.44	3.68	0.53	5.00	5.00	-	-	5.160	.000*
2. ความรวดเร็วและถูกต้องใน การชำระเงิน	4.33	0.71	4.23	0.68	4.46	0.55	4.24	0.55	4.50	0.71	-	-	3.433	.009*
3. มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง	4.33	0.71	4.41	0.69	4.62	0.55	4.51	0.55	5.00	0.00	-	-	3.158	.014
4. บริการรับ-ส่งลูกค้า	4.22	0.67	4.33	0.63	4.48	0.53	4.51	0.56	5.00	0.00	-	-	2.470	.044*
5. การจัดการด้านความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.11	0.60	4.25	0.61	4.44	0.53	4.38	0.55	5.00	0.00	-	-	3.584	.007*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ พบว่า มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ กลุ่มช่วงอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.43 กลุ่มช่วงอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มอายุ 51-60 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.89 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.31 กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มอายุ 51-60 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 1.01 และกลุ่มช่วงอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มอายุ 51-60 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 1.32 ตามลำดับ 25

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.11	3.99	3.97	3.68	5.00
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.11	-	0.12 (0.51)	0.14 (0.44)	0.43 (0.03*)	-0.89 (0.03*)
21-30 ปี	3.99	-	-	0.02 (0.70)	0.31 (0.00*)	-1.01 (0.01*)
31-40 ปี	3.97	-	-	-	0.29 (0.00*)	-1.03 (0.01*)
41-50 ปี	3.68	-	-	-	-	-1.32 (0.00*)
51-60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน พบว่า ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.23

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.33	4.23	4.46	4.24	4.50
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.33	-	0.10 (0.62)	-0.13 (0.54)	0.09 (0.69)	-0.17 (0.73)
21-30 ปี	4.23	-	-	-0.23 (0.00*)	-0.01 (0.90)	-0.27 (0.54)
31-40 ปี	4.46	-	-	-	0.22 (0.05)	-0.04 (0.93)
41-50 ปี	4.24	-	-	-	-	-0.26 (0.57)
51-60 ปี	4.50	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บริการรับ-ส่งลูกค้า พบว่า บริการรับ-ส่งลูกค้า กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บริการรับ-ส่งลูกค้า

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.22	4.33	4.48	4.51	5.00
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.22	-	-0.11 (0.59)	-0.26 (0.20)	-0.29 (0.18)	-0.78 (0.09)
21-30 ปี	4.33	-	-	-0.15 (0.02*)	-0.18 (0.08)	-0.67 (0.11)
31-40 ปี	4.48	-	-	-	-0.03 (0.74)	-0.52 (0.21)
41-50 ปี	4.51	-	-	-	-	-0.49 (0.25)
51-60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.11	4.25	4.44	4.38	5.00
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.11	-	-0.14 (0.49)	-0.33 (0.09)	-0.27 (0.21)	-0.89 (0.05)
21-30 ปี	4.25	-	-	-0.19 (0.00*)	-0.13 (0.20)	-0.75 (0.06)
31-40 ปี	4.44	-	-	-	0.06 (0.55)	-0.56 (0.17)
41-50 ปี	4.38	-	-	-	-	-0.62 (0.13)
51-60 ปี	5.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.2.2 ด้านอายุ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านภาพลักษณ์**

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ด้านภาพลักษณ์ กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม
แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.20	4.27	4.40	4.41	3.90
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.20	-	-0.07 (0.58)	-0.20 (0.12)	-0.21 (0.14)	0.30 (0.32)
21-30 ปี	4.27	-	-	-0.13 (0.00*)	-0.14 (0.05)	0.37 (0.18)
31-40 ปี	4.40	-	-	-	-0.01 (0.93)	0.50 (0.07)
41-50 ปี	4.41	-	-	-	-	0.51 (0.07)
51-60 ปี	3.90	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ มีผลต่อ
สร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านภาพลักษณ์ จำแนก
เป็นรายข้อ พบว่า เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ ทางสวนมีระบบการควบคุม
ความปลอดภัยที่ดี ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความ
ผิดพลาดของทางสวน และทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูก
โจรกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอายุ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	อายุ												F	Sig
	ต่ำกว่า 25 ปี		25-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	4.00	0.50	4.08	0.50	4.02	0.40	4.03	0.60	4.00	0.00	-	-	0.477	.752
2. เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้	4.22	0.67	4.34	0.620	4.55	0.52	4.57	0.56	4.00	0.00	-	-	4.010	.003*
3. ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี	4.33	0.71	4.37	0.66	4.59	0.56	4.51	0.56	4.00	0.00	-	-	3.304	.011*
4. ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน	4.33	0.71	4.32	0.69	4.41	0.55	4.65	0.54	4.00	0.00	-	-	2.416	.048*
5. ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้านั้นที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม	4.11	0.60	4.25	0.65	4.46	0.54	4.30	0.52	3.50	0.71	-	-	4.369	.002*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ พบว่า เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนดหรือที่ได้แจ้งไว้

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.22	4.34	4.55	4.57	4.00
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.22	-	-0.12 (0.54)	-0.33 (0.09)	-0.35 (0.10)	0.22 (0.62)
21-30 ปี	4.34	-	-	-0.21 (0.00*)	-0.23 (0.03*)	0.34 (0.40)
31-40 ปี	4.55	-	-	-	-0.02 (0.86)	0.55 (0.18)
41-50 ปี	4.57	-	-	-	-	0.57 (0.17)
51-60 ปี	4.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี พบว่า ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.33	4.37	4.59	4.51	4.00
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.33	-	-0.04 (0.86)	-0.26 (0.22)	-0.18 (0.43)	0.33 (0.48)
21-30 ปี	4.37	-	-	-0.22 (0.00*)	-0.14 (0.19)	0.37 (0.39)
31-40 ปี	4.59	-	-	-	0.08 (0.50)	0.59 (0.17)
41-50 ปี	4.51	-	-	-	-	0.51 (0.24)
51-60 ปี	4.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน พบว่า ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มช่วงอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 41-50 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.33	4.32	4.41	4.65	4.00
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.33	-	0.01 (0.96)	-0.08 (0.73)	-0.32 (0.17)	0.33 (0.49)
21-30 ปี	4.32	-	-	-0.09 (0.20)	-0.33 (0.00*)	0.32 (0.46)
31-40 ปี	4.41	-	-	-	-0.24 (0.03*)	0.41 (0.35)
41-50 ปี	4.65	-	-	-	-	0.65 (0.15)
51-60 ปี	4.00	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางสวนมีการดูแลยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม พบว่าทางสวนมีการดูแลยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม กลุ่มช่วงอายุ 21-30 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งมิต้าน้อยกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอายุที่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีการดูแลยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม

		20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
อายุ	ค่าเฉลี่ย	4.11	4.25	4.46	4.30	3.50
20 ปี หรือ ต่ำกว่า	4.11	-	-0.14 (0.50)	-0.35 (0.08)	-0.19 (0.40)	0.61 (0.18)
21-30 ปี	4.25	-	-	-0.21 (0.00*)	-0.05 (0.64)	0.75 (0.08)
31-40 ปี	4.46	-	-	-	0.16 (0.12)	0.96 (0.23)
41-50 ปี	4.30	-	-	-	-	0.80 (0.06)
51-60 ปี	3.50	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

H_0 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน

H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน ดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านระดับการศึกษา กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	0.43	4.20	0.40	4.14	0.51	0.632	.532
2. ด้านบริการ	4.15	0.48	4.34	0.36	4.26	0.53	3.276	.039*
3. ด้านบุคลากร	4.04	0.49	4.35	0.34	4.13	0.53	13.596	.000*
4. ด้านภาพลักษณ์	4.18	0.78	4.37	0.67	4.23	0.54	4.656	.010*

หมายเหตุ *ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.3.1 ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบริการ**

ด้านบริการ พบว่า ด้านบริการ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบริการ**

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.15	4.34	4.26
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.15	-	-0.19 (0.02*)	-0.11 (0.24)
ปริญญาตรี	4.34	-	-	0.08 (0.28)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.26	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางด้านบริการ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง มีบริการรับ-ส่งลูกค้า และการจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 37

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ด้านบริการ

ด้านบริการ	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	4.15	0.60	3.95	0.51	3.97	0.68	1.824	.163
2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน	4.22	0.58	4.37	0.61	4.18	0.73	2.013	.135
3. มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง	4.22	0.64	4.56	0.60	4.34	0.75	5.328	.005*
4. บริการรับ-ส่งลูกค้า	4.11	0.64	4.44	0.57	4.45	0.65	3.955	.020*
5. การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.04	0.59	4.37	0.56	4.37	0.68	4.265	.015*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มีสถานที่จอตกรเป็นสัดส่วนกว้างขวาง พบว่า มีสถานที่จอตกรเป็นสัดส่วนกว้างขวาง กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.04

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสถานที่จอตกรเป็นสัดส่วน กว้างขวาง

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.22	4.56	4.34
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.22	-	-0.34 (0.01*)	-0.12 (0.44)
ปริญญาตรี	4.56	-	-	0.22 (0.04*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.34	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บริการรับ-ส่งลูกค้า พบว่า บริการรับ-ส่งลูกค้ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร บริการรับ-ส่งลูกค้า

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.11	4.44	4.45
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.11	-	-0.33 (0.01*)	-0.34 (0.02*)
ปริญญาตรี	4.44	-	-	-0.01 (0.91)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.45	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.04	4.37	4.37
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-0.33	-0.33
ปริญญาตรี	4.37	-	(0.00*)	(0.02*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.37	-	-	0.00
				(0.99)
				-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.3.2 ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบุคลากร**

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 41

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. พนักงานมีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับดอกแอสเตอร์	3.93	0.62	4.01	0.48	3.89	0.56	1.237	.291
2. พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	4.19	0.74	4.36	0.60	4.08	0.75	4.060	.018*
3. พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง	4.07	0.62	4.50	0.56	4.18	0.73	10.968	.000*
4. พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.00	0.56	4.50	0.58	4.29	0.77	10.434	.000*
5. พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.04	0.52	4.38	0.53	4.18	0.69	6.620	.001*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา พบว่า พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.19	4.36	4.08
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.19	-	-0.17 (0.17)	0.11 (0.50)
ปริญญาตรี	4.36	-	-	0.28 (0.01*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.08	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเองกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ซึ่งมีความน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ซึ่งมีความมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้บริการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.07	4.50	4.18
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.07	-	-0.43 (0.00*)	-0.11 (0.45)
ปริญญาตรี	4.50	-	-	0.32 (0.00*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.18	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว พบว่า พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.00	4.50	4.29
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.00	-	-0.50 (0.00*)	-0.29 (0.01*)
ปริญญาตรี	4.50	-	-	0.21 (0.04*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.29	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา พบว่า พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.04	4.38	4.18
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-0.34 (0.00*)	-0.14 (0.29)
ปริญญาตรี	4.38	-	-	0.20 (0.04*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.18	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.3.3 ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านภาพลักษณ์**

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ด้านภาพลักษณ์ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 และ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.18	4.37	4.23
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	-	-0.19 (0.02*)	-0.05 (0.58)
ปริญญาตรี	4.37	-	-	0.14 (0.04*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.23	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทางด้านภาพลักษณ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี และทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่

ตารางที่ 47 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านระดับการศึกษา มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	4.07	0.47	4.04	0.46	4.11	0.51	0.431	.650
2. เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้	4.15	0.53	4.48	0.57	4.39	0.60	4.502	.012*
3. ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี	4.26	0.53	4.51	0.60	4.34	0.71	3.248	.040*
4. ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่ออย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน	4.26	0.53	4.43	0.59	4.11	0.80	5.613	.004*
5. ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม	4.15	0.53	4.37	0.58	4.21	0.81	2.789	0.63

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ พบว่า เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.15	4.48	4.39
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.15	-	-0.33 (0.00*)	-0.24 (0.09)
ปริญญาตรี	4.48	-	-	0.09 (0.37)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.39	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี พบว่า ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.04

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.26	4.51	4.34
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.26	-	-0.25 (0.04*)	-0.08 (0.59)
ปริญญาตรี	4.51	-	-	0.17 (0.10)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.34	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน พบว่า ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างระดับการศึกษามีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	4.26	4.43	4.11
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.26	-	-0.17 (0.16)	0.15 (0.32)
ปริญญาตรี	4.43	-	-	0.32 (0.00*)
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	4.11	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

H_0 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน

H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านบุคลากร แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ ไม่มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และด้านภาพลักษณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน ดังตารางที่ 51

ตารางที่ 51 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ กับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	อาชีพ										F	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว		ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	0.44	4.21	0.42	4.16	0.41	4.17	0.40	4.20	0.00	0.286	.887
2. ด้านบริการ	4.27	0.47	4.35	0.37	4.33	0.37	4.25	0.41	4.60	0.28	1.268	.282
3. ด้านบุคลากร	4.21	0.46	4.37	0.36	4.35	0.37	4.19	0.33	4.10	0.14	4.274	.002*
4. ด้านภาพลักษณ์	4.32	0.44	4.39	0.38	4.33	0.38	4.29	0.39	4.10	0.14	1.090	.361

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.4.1 ด้านอาชีพ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบุคลากร**

ด้านบุคลากร พบว่า ด้านบุคลากร กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอาชีพมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	รับ				ไม่ได้
		นักเรียน/ นักศึกษา	ราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว	ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	4.21	4.37	4.35	4.19	4.10
นักเรียน/ นักศึกษา	4.21	-	-0.16 (0.00*)	-0.14 (0.01*)	0.02 (0.82)	0.11 (0.69)
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.37	-	-	0.02 (0.70)	0.18 (0.00)	0.27 (0.31)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.35	-	-	-	0.16 (0.01*)	0.25 (0.35)
ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว	4.19	-	-	-	-	0.09 (0.73)
ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ	4.10	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 53



ตารางที่ 53 แสดงผลการเปรียบเทียบ ด้านอาชีพ มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	อาชีพ										F	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว		ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.พนักงานมีความชำนาญ ด้านเส้นทางและความรู้ เกี่ยวกับดอกแอสเตอร์	3.90	0.52	4.00	0.52	4.07	0.47	3.94	0.48	4.00	0.00	1.657	.159
2.พนักงานสามารถสื่อสารได้ หลายภาษา	4.20	0.68	4.36	0.63	4.41	0.64	4.18	0.53	4.50	0.71	2.180	.071
3.พนักงานให้การต้อนรับ อย่างเป็นกันเอง	4.35	0.68	4.50	0.57	4.52	0.56	4.27	0.58	4.00	0.00	2.881	.023*
4.พนักงานให้บริการอย่าง รวดเร็ว	4.33	0.68	4.56	0.58	4.46	0.60	4.34	0.60	4.00	0.00	2.529	.040*
5.พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อ เวลา	4.26	0.61	4.44	0.54	4.32	0.53	4.24	0.56	4.00	0.00	2.365	.052

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.08 กลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอาชีพมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม แปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้การต้อนรับ อย่างเป็นกันเอง

	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	รับ			ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว	ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ
			นักเรียน/ นักศึกษา	ราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน		
	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	4.35	4.50	4.52	4.27	4.00
	นักเรียน/ นักศึกษา	4.35	-	-0.15 (0.08)	-0.17 (0.05)	0.08 (0.78)	0.35 (4.41)
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.50	-	-	-0.02 (0.78)	0.23 (0.01*)	0.50 (0.23)
	พนักงาน บริษัทเอกชน	4.52	-	-	-	0.25 (0.01*)	0.52 (0.22)
	ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่วนตัว	4.27	-	-	-	-	0.27 (0.52)
	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุ	4.00	-	-	-	-	-

พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว พบว่า พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งมีค่ามากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างอาชีพมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว

	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	รับ			ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ	
			นักเรียน/นักศึกษา	ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน		ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว
อาชีพ			4.33	4.56	4.46	4.34	4.00
นักเรียน/นักศึกษา		4.33	-	-0.23 (0.01*)	-0.13 (0.18)	-0.01 (0.96)	0.33 (0.44)
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		4.56	-	-	0.10 (0.18)	0.22 (0.02*)	0.56 (0.20)
พนักงานบริษัทเอกชน		4.46	-	-	-	0.12 (0.22)	0.46 (0.29)
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว		4.34	-	-	-	-	0.34 (0.44)
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ		4.00	-	-	-	-	-

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งเชิงเกษตร

H_0 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่แตกต่างกัน

H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอาชีพ ไม่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แตกต่างกัน ดังตารางที่ 56



ตารางที่ 56 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทย ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														F	Sig
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาทขึ้นไป		25,001-30,000 บาท		30,000 บาทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	0.35	4.19	0.50	4.21	0.39	4.19	0.39	4.09	0.47	4.20	0.35	4.02	0.67	0.713	.640
2.ด้านบริการ	4.24	0.39	4.24	0.49	4.36	0.34	4.31	0.36	4.23	0.47	4.40	0.35	4.38	0.67	1.069	.380
3.ด้านบุคลากร	4.17	0.49	4.25	0.46	4.35	0.35	4.35	0.30	4.20	0.44	4.47	0.42	4.00	0.66	3.003	.007*
4.ด้านภาพลักษณ์	4.26	0.39	4.37	0.45	4.37	0.36	4.36	0.32	4.25	0.54	4.60	0.53	3.89	0.71	3.323	.003*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.5.1 ด้านรายได้ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านบุคลากร**

ด้านบุคลากร พบว่า ด้านบุคลากร กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ



ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านบุคลากร

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	4.14	4.25	4.35	4.35	4.20	4.47	4.00
ต่อเดือน								
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.14	-	-0.11 (0.37)	-0.21 (0.02*)	-0.21 (0.02*)	-0.06 (0.80)	-0.33 (0.20)	0.14 (0.20)
5,001- 10,000 บาท	4.25	-	-	-0.10 (0.10)	-0.10 (0.11)	0.05 (0.61)	-0.22 (0.34)	0.25 (0.05)
10,001 – 15,000 บาท	4.35	-	-	-	0.00 (0.96)	0.15 (0.09)	-0.12 (0.60)	0.35 (0.00*)
15,001- 20,000 บาท	4.35	-	-	-	-	0.15 (0.10)	-0.12 (0.61)	0.35 (0.00*)
20,001- 25,000 บาท	4.20	-	-	-	-	-	-0.27 (0.26)	0.20 (0.16)
25,001- 30,000 บาท	4.47	-	-	-	-	-	-	0.47 (0.06)
30,000 บาท ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-	-

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านรายได้ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา และพนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 58



ตารางที่ 58 แสดงผลการเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														F	Sig
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001- 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001- 20,000 บาท		20,001- 25,000 บาทขึ้นไป		25,001- 30,000 บาท		30,000 บาทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.พนักงานมีความชำนาญด้าน เส้นทางและความรู้เกี่ยวกับดอกแอสเตอร์	3.93	0.47	3.96	0.60	3.99	0.44	4.02	0.51	3.95	0.22	4.67	0.58	3.91	0.83	1.200	.305
2.พนักงานสามารถสื่อสารได้หลาย ภาษา	4.21	0.63	4.22	0.70	4.41	0.60	4.35	0.60	4.20	0.52	4.00	1.00	3.73	0.91	2.898	.009*
3.พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็น กันเอง	4.29	0.71	4.31	0.65	4.50	0.56	4.51	0.53	4.35	0.75	4.33	0.58	4.00	0.63	2.427	.026*
4.พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.25	0.80	4.41	0.64	4.49	0.57	4.49	0.55	4.30	0.80	4.67	0.58	4.27	0.79	1.173	.320
5.พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา	4.18	0.61	4.35	0.59	4.35	0.54	4.39	0.51	4.20	0.70	4.67	0.58	4.09	0.70	1.332	.242

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา พบว่า พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.03 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ



ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทาง
การสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงาน
สามารถสื่อสารได้หลายภาษา

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	ค่า	4.21	4.22	4.41	4.35	4.20	4.00	3.73
ต่อเดือน	เฉลี่ย							
ไม่เกิน	4.21	-	-0.01	-0.20	-0.14	0.01	0.21	0.48
5,000บาท			(0.99)	(0.13)	(0.30)	(0.94)	(0.57)	(0.03*)
5,001- 10,000 บาท	4.22	-	-	-0.19 (0.05)	-0.13 (0.20)	0.02 (0.92)	0.22 (0.56)	0.49 (0.02*)
10,001 – 15,000 บาท	4.41	-	-	-	0.06 (0.41)	0.21 (0.16)	0.41 (0.26)	0.68 (0.00*)
15,001- 20,000 บาท	4.35	-	-	-	-	0.15 (0.32)	0.35 (0.34)	0.62 (0.00*)
20,001- 25,000 บาท	4.20	-	-	-	-	-	0.20 (0.60)	0.47 (0.50)
25,001- 30,000 บาท	4.00	-	-	-	-	-	-	0.27 (0.50)
30,000 บาท ขึ้นไป	3.73	-	-	-	-	-	-	-

พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พบว่า พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.07 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ



ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการ
สร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พนักงานให้
การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	ค่า	4.29	4.31	4.50	4.51	4.35	4.33	4.00
ต่อเดือน	เฉลี่ย							
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.29	-	-0.02 (0.84)	-0.21 (0.07*)	-0.22 (0.07)	-0.06 (0.71)	-0.04 (0.89)	0.29 (0.17)
5,001- 10,000 บาท	4.31	-	-	-0.19 (0.05)	-0.20 (0.05)	-0.04 (0.82)	-0.02 (0.96)	0.31 (0.11)
10,001 – 15,000 บาท	4.50	-	-	-	-0.01 (0.95)	0.15 (0.27)	0.17 (0.62)	0.50 (0.01*)
15,001- 20,000 บาท	4.51	-	-	-	-	0.16 (0.27)	0.18 (0.61)	0.51 (0.01*)
20,001- 25,000 บาท	4.35	-	-	-	-	-	0.02 (0.96)	0.35 (0.11)
25,001- 30,000 บาท	4.33	-	-	-	-	-	-	(0.38)
30,000 บาท ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-	-

1.5.2 ด้านรายได้ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร **ด้านภาพลักษณ์**

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ด้านภาพลักษณ์ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการ
สร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้าน
ภาพลักษณ์

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	ค่า	4.26	4.37	4.37	4.36	4.25	4.60	3.89
ต่อเดือน	เฉลี่ย							
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.26	-	-0.11 (0.23)	-0.11 (0.20)	-0.10 (0.22)	0.01 (0.90)	-0.24 (0.15)	0.37 (0.01*)
5,001- 10,000 บาท	4.37	-	-	0.00 (0.92)	0.01 (0.89)	0.12 (0.23)	-0.23 (0.32)	0.48 (0.00*)
10,001 – 15,000 บาท	4.37	-	-	-	0.01 (0.95)	0.12 (0.21)	-0.23 (0.30)	0.48 (0.00*)
15,001- 20,000 บาท	4.36	-	-	-	-	0.11 (0.22)	-0.24 (0.30)	0.47 (0.00*)
20,001- 25,000 บาท	4.25	-	-	-	-	-	0.12 (0.14)	0.36 (0.01*)
25,001- 30,000 บาท	4.60	-	-	-	-	-	-	0.71 (0.01*)
30,000 บาท ขึ้นไป	3.89	-	-	-	-	-	-	-

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านรายได้ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านภาพลักษณ์ จำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกรังแกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 62



ตารางที่ 62 แสดงผลการเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														F	Sig
	ไม่เกิน 5,000 บาท		5,001-10,000		10,001 – 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,000 บาทขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	4.04	0.43	4.12	0.55	4.00	0.43	4.06	0.47	4.15	0.37	4.33	0.58	3.91	0.70	1.002	.424
2.เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนดหรือที่ได้แจ้งไว้	4.29	0.54	4.37	0.63	4.45	0.58	4.53	0.53	4.50	0.61	4.67	0.58	4.27	0.79	1.223	.294
3.ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี	4.39	0.69	4.45	0.61	4.58	0.57	4.47	0.56	4.30	0.73	4.67	0.58	3.82	0.98	3.392	.003*
4.ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชมที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน	4.43	0.63	4.53	0.58	4.42	0.58	4.37	0.56	4.15	0.88	4.67	0.58	3.82	0.98	2.829	.010*
5.ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม	4.39	0.61	4.39	0.67	4.39	0.55	4.39	0.52	4.15	0.88	4.67	0.58	3.64	0.81	3.842	.001*

หมายเหตุ *ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี พบว่า ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.03 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.03 ตามลำดับ



ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทาง
การสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมี
ระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย	ค่า	4.39	4.45	4.58	4.47	4.30	4.67	3.82
ต่อเดือน	เฉลี่ย							
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.39	-	-0.06 (0.68)	0.19 (0.14)	-0.08 (0.55)	0.09 (0.60)	-0.28 (0.46)	0.57 (0.01*)
5,001- 10,000 บาท	4.45	-	-	-0.13 (0.19)	-0.02 (0.86)	0.15 (0.34)	-0.22 (0.55)	0.63 (0.00*)
10,001 – 15,000 บาท	4.58	-	-	-	0.11 (0.13)	0.28 (0.05)	-0.09 (0.80)	0.76 (0.00*)
15,001- 20,000 บาท	4.47	-	-	-	-	0.17 (0.25)	-0.20 (0.57)	0.65 (0.00*)
20,001- 25,000 บาท	4.30	-	-	-	-	-	-0.37 (0.33)	0.48 (0.03*)
25,001- 30,000 บาท	4.67	-	-	-	-	-	-	0.85 (0.03*)
30,000 บาท ขึ้นไป	3.82	-	-	-	-	-	-	-

ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาด
ของทางสวน พบว่า ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.03 ตามลำดับ



ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.43	4.53	4.42	4.37	4.15	4.67	3.82
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.43	-	-0.10 (0.48)	0.01 (0.96)	-0.06 (0.62)	0.28 (0.12)	-0.24 (0.52)	0.61 (0.01*)
5,001-10,000 บาท	4.53	-	-	0.11 (0.27)	0.16 (0.10)	0.38 (0.02)	-0.14 (0.70)	0.71 (0.00*)
10,001 – 15,000 บาท	4.42	-	-	-	0.05 (0.43)	0.27 (0.06)	-0.25 (0.49)	0.60 (0.00*)
15,001-20,000 บาท	4.37	-	-	-	-	0.22 (0.14)	-0.30 (0.40)	0.55 (0.00*)
20,001-25,000 บาท	4.15	-	-	-	-	-	-0.52 (0.17)	0.33 (0.15)
25,001-30,000 บาท	4.67	-	-	-	-	-	-	0.85 (0.03*)
30,000 บาทขึ้นไป	3.82	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม พบว่าทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.00 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.02 และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ซึ่งมากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า sig เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางสวนมีการดูแลยกระดับของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม

		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน เฉลี่ย	ค่า	4.18	4.39	4.39	4.39	4.15	4.67	3.64
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.18	-	-0.21 (0.12)	-0.21 (0.09)	-0.21 (0.09)	0.03 (0.87)	-0.49 (0.17)	0.54 (0.01*)
5,001- 10,000 บาท	4.39	-	-	0.00 (0.94)	0.00 (0.97)	0.24 (0.12)	-0.28 (0.43)	0.75 (0.00*)
10,001 – 15,000 บาท	4.39	-	-	-	0.00 (0.96)	0.24 (0.09)	-0.28 (0.41)	0.75 (0.00*)
15,001- 20,000 บาท	4.39	-	-	-	-	0.24 (0.09)	-0.28 (0.42)	0.75 (0.00*)
20,001- 25,000 บาท	4.15	-	-	-	-	-	-0.52 (0.16)	0.51 (0.02*)
25,001- 30,000 บาท	4.67	-	-	-	-	-	-	1.03 (0.01*)
30,000 บาท ขึ้นไป	3.64	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังตารางที่ 66

ตารางที่ 66 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านบริการ	ด้านบุคคล	ด้านภาพลักษณ์
H:1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลต่อแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอก แอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร				
H:1.1 ด้านเพศ	X	X	X	X
H:1.2 ด้านอายุ	X	√	X	√
H:1.3 ด้านระดับการศึกษา	X	√	√	√
H:1.4 ด้านอาชีพ	X	X	√	X
H:1.5 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	X	X	√	√

หมายเหตุ X ไม่ยอมรับสมมติฐาน
√ ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนดอกไม้ I Love Flower Farm ในตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแม่อรม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ Independent t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และLSD หรือ Fisher's Least-Significant Difference

สรุปผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 328 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.00 และเป็นเพศชาย 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง31-40 ปีขึ้นไป จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 335 คนคิดเป็นร้อยละ 83.80 ประกอบอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมดอกแอสเตอร์ 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีจำนวนสมาชิกเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 โซเชียลมีเดีย เช่น Line Facebook IG เป็นต้น ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 316 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 ใน 1 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้ง 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 500-1,000 บาท/ครั้ง 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 สนใจดอกไม้สด 344 คน คิดเป็นร้อยละ 61.10 และคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้งภายใน 1 ปี 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50

จากการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงดอกไม้ตัดดอกแอสเตอร์ อยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน โดยด้านภาพลักษณ์ คือ ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เนื่องจากแปลงดอกแอสเตอร์ตั้งอยู่ในเขตชุมชน จึงต้องมีการควบคุมความปลอดภัยเมื่อรถสวนกันเข้าออกแปลงดอกแอสเตอร์ ต่อมาด้านบริการ จะเห็นว่าสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง ทำให้ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวชมแปลง ดอกแอสเตอร์คลานกังวลในเรื่องสถานที่จอดรถเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านบุคลากร พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว เป็นการต้อนรับและให้ความอำนวยความสะดวกให้ตลอดการชมสวนดอกแอสเตอร์ และด้านผลิตภัณฑ์ จึงมีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี เพื่อให้แปลงดอกออกมาสวย เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่มาชมแปลงดอกแอสเตอร์

แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรลดลง ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือแนวทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัว เมื่อเจอสถานการณ์ต่าง ๆ หรืออาจจะมีการจัดกิจกรรมภายในฟาร์ม ช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลการชมสวนดอกไม้ หรือทำให้ฟาร์มเป็นมากกว่าฟาร์มท่องเที่ยว อาจมีการขายช่อดอกไม้เพื่อเป็นของขวัญ เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มกิจกรรมภายในฟาร์มให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ยังสามารถทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้ามาเที่ยวได้แบบหลากหลาย และยังสามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่าง ไม่ใช่แค่การมาถ่ายรูปกับสวนดอกไม้เพียงอย่างเดียว ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนสวนดอกไม้หรือดอกไม้ที่มีความนิยม เพื่อให้ตอบโจทย์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มสมาชิกหมู่บ้านที่ทำสวนดอกไม้ ทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากรัฐบาลสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรไทยและยังส่งเสริมธุรกิจ SMEs ไทยให้มีความก้าวหน้า เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรมากยิ่งขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านเพศ ไม่มีผลมีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่อย่างไรก็ตามลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยและผลที่ได้รับจากการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. ลักษณะนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ อนุพันธ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.36 มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.91 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.27 แต่ในส่วนของอาชีพไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า ส่วนใหญ่เป็นอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ บุญนุ่น และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่วงเทศกาลกินเจ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 384 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมดอกแอสเตอร์ เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว มีจำนวนสมาชิกเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยจำนวน 4-6 คน นิยมเดินทางมาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ โซเชียลมีเดีย เช่น Line Facebook IG เป็นต้น ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว ใน 1 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 500-1,000 บาท/ครั้ง นักท่องเที่ยวสนใจดอกไม้สด และคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ 1 ครั้งภายใน 1 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ วัชรไพศาลกุล (2563) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคั้งบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่คั้งบางกะเจ้ามากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ โดยรับทราบข้อมูลท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็น 38 เปอร์เซ็นต์ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคั้งบางกะเจ้าเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ กิจกรรม คือ การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คิดเป็น 26 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน / ครอบครัว / คนรัก คิดเป็น 79 เปอร์เซ็นต์ นิยมเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ (1 วัน) คิดเป็น 95 เปอร์เซ็นต์ และมีความต้องการกลับมาเที่ยวที่คั้งบางกะเจ้าซ้ำอีกครั้ง แต่ไม่ทราบช่วงเวลา คิดเป็น 85 เปอร์เซ็นต์

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

จากการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยมากในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี เนื่องจากแปลงดอกแอสเตอร์ตั้งอยู่ในเขตชุมชน จึงต้องมีการควบคุมความปลอดภัยเมื่อรถสวนกันเข้าออกแปลงดอกแอสเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติ บดีรัฐ และคณะ (2563) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นดินจกชุมชนบ้านสำราญราษฎร์ ตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านบริการมีค่าเฉลี่ยรองลงมา สถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง ทำให้ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวชมแปลงดอกแอสเตอร์คลานกังวลในเรื่องสถานที่จอดรถเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษณีย์ วัชรไพศาลกุล (2563) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดคั้งบางกะเจ้าของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจใน ระดับมาก เช่นเดียวกับ ด้านสินค้าและบริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76

ด้านบุคลากร พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว เป็นการต้อนรับและให้ความอำนวยความสะดวกให้ตลอดการชมสวนดอกแอสเตอร์ แอสเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติ บดีรัฐ และคณะ (2563) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นดินจกชุมชนบ้านสำราญราษฎร์ ตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย พบว่า ด้านผู้นำกลุ่มโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้นำกลุ่มมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตน ผู้นำกลุ่มมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่และมีการถ่ายทอดความคิดและความเป็นเอกลักษณ์เกี่ยวกับการ

ทอผ้าในหมู่คณะ มีความคิดสร้างสรรค์และใส่ใจรายละเอียดของสมาชิกกลุ่มทอผ้าขึ้นต้นจก มีการส่งเสริมให้มีการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความสามัคคีในหมู่

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ จึงมีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี เพื่อให้แปลงดอก ออกมาสวย เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่มาชมแปลงดอกแอสเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ อนุพันธ์ และคณะ (2561) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัด จันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ อาหาร ทะเลของผู้มาเที่ยว พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเล ผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดี ในภาพรวมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17

4. ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลง ไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านเพศ ไม่มีผลมีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่อย่างไร ก็ตาม ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านอาชีพ มีผลต่อ การสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิณา แซ่บาง และศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจตลาดเพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ของ โครงการหลวง พบว่า ลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกันมีผลต่อ การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ของโครงการหลวงแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ของโครงการหลวง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ในส่วนของด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ บุญนุ่น และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ สร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่วงเทศกาลกินเจ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการ ท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลกินเจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการสร้างการเสริมมูลค่าเพิ่มแปลงดอกแอสเตอร์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี และเป็นสวนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะการรักษามาตรฐานการปลูก ตั้งแต่เริ่มต้นปลูกที่จะนำไปสู่การเก็บเกี่ยว ซึ่งจะทำให้ผลผลิตที่ได้ ออกมามีคุณภาพ สวยงาม เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนทำให้มีการบอกต่อจน สร้างชื่อเสียงให้กับฟาร์ม

ด้านบริการ พบว่า มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง และบริการรับ-ส่งลูกค้า ดังนั้นจึงเสนอแนะให้มีการสถานที่รองรับรถส่วนบุคคลที่ เดินทางมาใช้บริการฟาร์มเพียงพอต่อการเข้าใช้ และมีบริการรับ-ส่งลูกค้าเพื่อไม่ทำให้ถนนในชุมชน เกิดความแออัด

ด้านบุคลากร พบว่า มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการ อย่างรวดเร็ว พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ดังนั้นจึงเสนอแนะให้พนักงานให้บริการอย่าง รวดเร็ว และให้การต้อนรับการอย่างกันเอง มีการจัดชุดเบรกให้รับประทานขณะเข้าชมสวน

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทางสวนมีระบบ การควบคุมความปลอดภัยที่ดี และเวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ ดังนั้น จึงเสนอแนะให้มีการจำกัดเที่ยวรถรับส่งเพื่อควบคุมความปลอดภัยบนท้องถนน และให้บริการแต่ละ รอบตามเวลาที่กำหนด

2. ด้านการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ภาพรวมของการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอก แอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอายุ มีผลต่อการสร้าง มูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบริการ ในด้านมีมาตรฐาน การให้บริการอย่างเป็นระบบ ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน บริการรับ-ส่งลูกค้า การจัดการ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทางด้านภาพลักษณ์ ในด้าน เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่ กำหนดหรือที่ได้แจ้งไว้ ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี ทางสวนจะแสดงความ

รับผิดชอบอย่างเต็มที่ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางร้าน และทางสวน มีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านระดับการศึกษา มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบริการ ในด้านมีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง บริการรับ-ส่งลูกค้า และการจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ทางด้านบุคลากร ในด้านพนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา ทางด้านภาพลักษณ์ ในด้านเวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้ ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านอาชีพ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบุคลากร ในด้านพนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทางด้านบุคลากร ในด้านพนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา และพนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ทางด้านภาพลักษณ์ ในด้านทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน และทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม

ดังนั้น ควรพิจารณาการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องด้วยทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจดำเนินการในรูปแบบของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีการสัมภาษณ์ สังเกตพฤติกรรม การทดสอบ ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถสะท้อนความคิดของผู้บริโภค เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ นำไปสู่การพัฒนาหรือปรับปรุงสวนให้มีความน่าสนใจและดึงดูดของกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อื่น ๆ ของจังหวัด หรือในพื้นที่ของจังหวัดอื่น ๆ เพื่อที่จะทำให้ได้รับข้อมูลมากยิ่งขึ้น และสามารถนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้เพื่อหาความแตกต่าง



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2547. **เมืองไม้ดอกไม้ประดับเฉลิมพระเกียรติฯ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- เกศณีย์ สัตตขจร. 2550. **การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาหมู่บ้านปางมะโอ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**. การศึกษาอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไกรวุฒิ หีบแก้ว. 2552. **การศึกษารูรูกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จรรยาลักษณ์ อินตุ้ย. 2561. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จอมภัก คลังระหัด, ณัฐพร จัมภวัศ และ ณัฐสิมา กิตติสังวรา. 2560. การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายด้านอาหารประเภทผักและผลไม้ ด้วยนวัตกรรมเครื่องอบสุญญากาศ. น. 730-742. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0”**. วันที่ 4 สิงหาคม 2560 ณ วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2545. **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- _____. 2550. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วี. พรินท์ (1991).
- โชติ บดีรัฐ, เบญจมาศ สุริวงษ์, อิศราพร ต๊ะเทียน, ก้องภพ มโนรา, ณัฐกิจ แผงผม และธีระภัทร ใจบุญเรือง. 2563. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นต้นจกชุมชนบ้านสำราญราษฎร์ ตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 4(1), 57-70.
- ณรงค์ อนุพันธ์, ศักดิ์ดา อ่างวัฒนกิจ และ สุภลักษณ์ วงศ์ไพศาลลักษณ์. 2561. **การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านเกษตรอินทรีย์สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานราก ที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด**. จันทบุรี: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

- दनัย จันท์ฉาย. 2547. **เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้**. กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.
- นืออน ศรีสมยง. 2545. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. น. 351-389. ใน พรพิมล นุ่นปาน (บรรณาธิการ), **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ไบเฟิร์น วงษ์บัวงาม และ มุขสุดา พูลสวัสดิ์. 2556. **การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดผลงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคการเกษตร ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**. กรุงเทพฯ: งานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ประพันธ์ รักเรียน, วัลลภ ไชยคราม และ สุพร กอแจ. 2549. **การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน**. แม่ฮ่องสอน: รายงานวิจัย วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน.
- พรศิริ บินนาราวิ. 2555. **ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- พัชรินทร์ บุญนุ่น, ลัดดา ทองตั้ง และ วันดี นวนสร้อย. 2563. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนย่านฉือฉาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา: ช่วงเทศกาลกินเจ. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 12(2), 135-148.
- พินพัสณี พรหมศิริ. 2547. (1 มกราคม). กลยุทธ์การตลาด สำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง. **ประชาชาติธุรกิจ**, น. 6.
- พุทธประภา ประชาโชต. 2560. **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน** กรณีศึกษา: เขตพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. 2553. **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วย กิจกรรมเพิ่มมูลค่า**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/85/87-89.pdf (12 กันยายน 2563).
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. 2558. **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืน: โครงการหลวงปางดะ**. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี**, 9(1), 19-35.

- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2544. **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism)**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.trekkingthai.com/cgi-bin/webboard/generate.pl?board=travel&content=0394> (9 มีนาคม 2563).
- วิไลดา เตชะเวช. 2547. **คุณค่าการตลาดทำหยาความสำเร็จธุรกิจยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีณา แซ่บ้าง และ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. 2560. การสำรวจตลาดเพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ของโครงการหลวง. **Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 10(2), 1885-1901.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพาดา สิริกุดตา, วลัยลักษณ์ อัครีวงค์, ปณิศา ลัญชานนท์ และ พิมพา หิรัญกิติ. 2549. **การวิจัยตลาด: ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง คณะเทคโนโลยีการเกษตร. ม.ป.ป. **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความหมาย**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.kmitl.ac.th/agritech/nutthakorn/04090035_2202/multiweb/agrotour/profile.htm (9 มีนาคม 2563).
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2543. **การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism)**. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และ ปิยวรรณ เพชรหมี่. 2560. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย: กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ. **Journal of Community Development Research**, 10(4), 62-85.
- สุดาพร กุณชลบุตร. 2552. **หลักการตลาด (สมัยใหม่)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองแก้ว. 2562. **ทะเบียนกลุ่มผู้ปลูกไม้ดอกตำบลเหมืองแก้ว อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2562**. เชียงใหม่: องค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองแก้ว.
- อุษณีย์ วัชรไพศาลกุล. 2563. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่คู้บางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี**, 14(3), 107-119.

- Anderson, D. R., Sweeney, D. J. & Williams, A. T. 2008. **Statistic for business and economics**. 10th. Ohio: South Western - Thomson Learning.
- Best, J. W. 1977. **Research in Education**. 3rd. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Joshi, P. V. & Bhujbal, M. B. 2012. Agro-Tourism A Specialized Rural Tourism: Innovative Product Of Rural Market. **International Journal of Business and Management Tomorrow**, 1-12.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2003. **Marketing and Introduction**. 6th. New Jersey: Pearson Education.
- Medthai. 2562. **แอสเตอร์ สรรพคุณและประโยชน์ของดอกแอสเตอร์ 6 ข้อ !** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://medthai.com/แอสเตอร์?/> (7 สิงหาคม 2563).
- OKNation. 2552. **การผลิตไม้ตัดดอก แอสเตอร์และแอสเตอร์จิน ตอนที่ 1**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.oknation.net (6 มีนาคม 2563).
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. 1994. **Consumer Behavior** 5th. New Jersey: Prentice Hall.
- Synajder, M., Przeborska, L. & Scrimgeour, F. 2009. **Agritourism**. Cambridge, MA: CABI.
- The works. 2562. **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.theworks.co.th/blog/2018/10/24/agro-tourism/> (12 ตุลาคม 2562).



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อนำมาใช้ในการประกอบการการตัดสินใจอิสระหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่ได้รับการเปิดเผยหรือนำไปใช้ประโยชน์อื่นใด นอกจากเพื่อการศึกษาเท่านั้นสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณท่านอย่างสูงในการเสียสละเวลาช่วยตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วย

คำชี้แจง

แบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์
- ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

วิธีการตอบแบบสอบถาม

โปรดตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 โดยโปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หรือให้ความเห็นในข้อคำถาม

แบบสอบถามชุดที่.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง □ หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) 20 ปี หรือต่ำกว่า 2) 21-30 ปี
 3) 31-40 ปี 4) 41-50 ปี
 5) 51-60 ปี 6) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี
 3) ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป

4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว
 5) ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ไม่เกิน 5,000 บาท 2) 5,001-10,000 บาท
 3) 10,001 – 15,000 บาท 4) 15,001-20,000 บาท
 5) 20,001-25,000 บาทขึ้นไป 6) 25,001-30,000 บาท
 7) 30,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง □ หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตรงกับความ
 คิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ (ตอบเพียงคำตอบเดียว)

<input type="checkbox"/> 1) เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมดอกแอสเตอร์	<input type="checkbox"/> 2) เพื่อหาประสบการณ์ใหม่
<input type="checkbox"/> 3) เพื่อศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร	<input type="checkbox"/> 4) เพื่อท่องเที่ยวตามกระแสนโซลเซียล
2. ท่านมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

<input type="checkbox"/> 1) คนเดียว	<input type="checkbox"/> 2) คนรัก
<input type="checkbox"/> 3) ครอบครัว/ญาติ	<input type="checkbox"/> 4) เพื่อน
<input type="checkbox"/> 5) บริษัทนำเที่ยว	<input type="checkbox"/> 6) หน่วยงาน
3. จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ (ไม่รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)

<input type="checkbox"/> 1) 1-3 คน	<input type="checkbox"/> 2) 4-6 คน
<input type="checkbox"/> 3) 7-9 คน	<input type="checkbox"/> 4) 10-12 คน
<input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 12 คนขึ้นไป โปรดระบุ.....	
4. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

<input type="checkbox"/> 1) วันจันทร์-ศุกร์	<input type="checkbox"/> 2) วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล
<input type="checkbox"/> 3) วันเสาร์-อาทิตย์	
5. แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ (ตอบได้มากกว่า
 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 1) ครอบครัว	<input type="checkbox"/> 2) เพื่อน
<input type="checkbox"/> 3) คนรัก	<input type="checkbox"/> 4) รายการโทรทัศน์
<input type="checkbox"/> 5) อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> 6) โซลเซียล เช่น Line Facebook IG เป็นต้น
<input type="checkbox"/> 7) หนังสือ/นิตยสาร	<input type="checkbox"/> 8) อื่นๆโปรดระบุ.....
6. การเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้ โดยยานพาหนะใด

<input type="checkbox"/> 1) รถจักรยานยนต์	<input type="checkbox"/> 2) รถยนต์ส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 3) รถโดยสารประจำทาง	<input type="checkbox"/> 4) บริษัทนำเที่ยว
<input type="checkbox"/> 5) รถเช่า	
<input type="checkbox"/> 6) อื่นๆโปรดระบุ.....	
7. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ กี่ครั้ง

<input type="checkbox"/> 1) 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2) 2 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3) 3 ครั้ง	
<input type="checkbox"/> 4) 4 ครั้งขึ้นไป	

8. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

(เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)

- 1) ต่ำกว่า 500 บาท 2) 500-1000 บาท
 3) 1,001-1,500 บาท 4) มากกว่า 1,500 บาท

9. ท่านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ ในครั้งนี้

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ดอกไม้สด 2) ชุดปลูกต้นไม้
 3) กระเป๋าผ้า 4) อื่นๆโปรดระบุ.....

10. ท่านคิดว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์ อีกกี่ครั้ง ภายใน 1 ปี

- 1) 1 ครั้ง 2) 2-3 ครั้ง 3) ไม่แน่ใจ



ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
ความหลากหลายของพันธุ์ไม้ (มีมากกว่า 2 ชนิด)					
พันธุ์ไม้มีคุณภาพ ทนทาน ไม่ตายง่าย					
พันธุ์ไม้มีความสมบูรณ์ ใบสด ไม่เป็นโรค					
มีการควบคุมมาตรฐานการปลูกเป็นอย่างดี					
สวนเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง					
อื่น ๆ โปรดระบุ					
ด้านบริการ					
มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ					
ความรวดเร็วและถูกต้องในการชำระเงิน					
มีสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วน กว้างขวาง					
บริการรับ-ส่งลูกค้า					
การจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน					
อื่น ๆ โปรดระบุ					
ด้านบุคลากร					
พนักงานมีความชำนาญด้านเส้นทางและความรู้เกี่ยวกับดอกแอสเตอร์					
พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา					
พนักงานให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง					
พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว					
พนักงานปฏิบัติงานตรงต่อเวลา					
อื่น ๆ โปรดระบุ					

การสร้างมูลค่าเพิ่ม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านภาพลักษณ์					
การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิง เกษตร					
เวลาที่ให้บริการจะตรงตามที่กำหนด หรือที่ได้แจ้งไว้					
ทางสวนมีระบบการควบคุมความปลอดภัยที่ดี					
ทางสวนจะแสดงความรับผิดชอบต่อความ เสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางสวน					
ทางสวนมีการดูแลรถยนต์ของลูกค้าในที่จอดรถให้ ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม					
อื่น ๆ โปรดระบุ					

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการมาท่องเที่ยวแปลงไม้ตัดดอกแอสเตอร์

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวธัญญาลักษณ์ ปัญญา นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

