



ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ของนักท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร The Willingness to Pay for Fruit Farm of Tourisms of Bangkok Residents

ภาวิณี พวงงาม¹ สุวรรณา ประณีตวาทกุล² และ ณัฐพล จิตมาตย์³
Pawinee Puangngam¹, Suwanna Praneetvatakul² and Natthapol Chittamart³

Article History

Receive: February 3, 2022

Revised: April 13, 2022

Accepted: April 13, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวตัวอย่างและกำหนดคุณลักษณะการท่องเที่ยวสวนผลไม้ รวมถึงวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองทางเลือก (Choice Modelling) ผลการวิจัยพบว่า ความหลากหลายของสวนผลไม้ และมาตรฐานของสวนผลไม้ รวมถึงการให้ความรู้และบริการ ในสวนผลไม้ สามคุณลักษณะนี้มีผลต่อความยินดีจ่ายในการท่องเที่ยวสวนผลไม้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หากสวนมีความหลากหลายของผลไม้ นักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่ม เท่ากับ 214.78 บาท/ครั้ง/คน หากสวนมีมาตรฐาน GAP นักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มเท่ากับ 205.09 บาท/ครั้ง/คน รวมถึงหากมีการให้บริการในสวนผลไม้ นักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มเท่ากับ 126.96 บาท/ครั้ง/คน ดังนั้น เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้มีทางเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยว และภาครัฐควรสนับสนุนความรู้และบริการเพิ่มเติม

คำสำคัญ : ความเต็มใจจ่าย ; การท่องเที่ยวสวนผลไม้ ; แบบจำลองทางเลือก ; นักท่องเที่ยว ; สวนผลไม้

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Resource Management Program, Faculty of Economics, Kasetsart University

² รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Associate Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Assistant Professor, Faculty of Agriculture, Kasetsart University



ABSTRACT

This research aimed to study the socioeconomic status of sample tourists and to determine characteristics of orchard tourism. In addition, the research also intended to analyze the tourists' willingness to pay for fruit farm tour. Research samplings were derived from 300 tourists in Bangkok. Data analysis utilized the choice modelling method. The results suggested that diversity of fruit farm, GAP standard of the fruit farm, and tour guide service offered by the fruit farm were the factors significantly affected to the tourists' willingness to pay for additional amount about a 214.78, 205.09, and 126.96 Baht, as per visit per tourist, respectively. Therefore, fruit farmers have alternative choices on farm tourism whereas the government should support necessary knowledge and tourism service.

Keyword : The Willingness to Pay ; Fruit Farm Tour ; Choice Modelling Method ; Tourists ; Fruit Farm

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานาชาติให้ความสำคัญ เพื่อมุ่งเน้นไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติตามหลักปรัชญาสากลของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือตัวย่อว่า SDGs) ที่ว่าด้วย การพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Sustainable Development in Environment) และการบริโภคและการผลิตที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Consumption and Production) โดยให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการผลิตและการบริโภคสินค้าและทรัพยากร การเกษตร โดยนักท่องเที่ยว ที่แสวงหาความรู้และต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนและให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน การเรียนรู้หรือการศึกษา มุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์ถือเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้การศึกษากับนักท่องเที่ยว (Siam, 2018)

แนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทยภายในอีก 20 ปีข้างหน้า ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายสร้างรายได้รวมเพิ่มขึ้น 10% อยู่ที่ประมาณ 3.72 ล้านล้านบาท สำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตปีละ 20-25% มีสัดส่วนรายได้ราว 15-20% ของรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Department of Tourism of Thailand, 2018) และในปี 2559 ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากกว่า 1,200 แห่งทั่วประเทศ การท่องเที่ยวสวนผลไม้เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในภาคตะวันออก โดยเฉพาะ จังหวัด ระยอง จันทบุรี ตราด นับว่ามีศักยภาพในการเติบโตเป็นอย่างมาก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ ด้านทรัพยากรธรรมชาติมีความหลากหลายมีการประกอบอาชีพที่โดดเด่นด้านการเกษตร เช่นการปลูกข้าว ผัก ผลไม้ ทั้งผลไม้เมืองหนาว ได้แก่สตรอเบอร์รี่ และผลไม้เมืองร้อนที่ขึ้นชื่อเป็นที่นิยม ได้แก่ทุเรียน เงาะ โดยประเทศไทยมีพื้นที่ประมาณ 320.70 ล้านไร่ เป็นเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร 149.25 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 46.54 แบ่งเป็น พื้นที่สวนไม้ผล ไม้ยืนต้น 36.93 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 24 (Office of Agricultural Economics, 2018)

สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก ซึ่งตลาดรายใหญ่ของไทย คือ จีน โดยส่งออกในรูปแบบของทุเรียนสดมากกว่าร้อยละ 80 ของการส่งออกทั้งหมด ประกอบกับในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ราคาที่เกษตรกรขายได้อยู่ในเกณฑ์ดี ทำให้ชาวเกษตรกรในหลายพื้นที่มีการขยายเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้นแทนพืชชนิดอื่น เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เงาะ ลองกอง และปลูกแซมในสวนกาแฟเพิ่มขึ้นรวมทั้งเกษตรกรดูแลเอาใจใส่สวนทุเรียน และมีการบำรุงรักษามากขึ้น จึงทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น (Office of Agricultural Economics, 2018) ในอนาคตคาดการณ์ว่าผลผลิตทุเรียนจะสูงขึ้นเรื่อยๆ สิ่งตามมาคือ ผลผลิตมีแนวโน้มที่จะล้นตลาด เกษตรกรควรมีแนวทางการจัดการที่เหมาะสมในการจัดการปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงสวนผลไม้อาจเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้กลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ รวมถึงได้กลับไปค้นหา เรียนรู้ เข้าใจ ภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย



เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่างๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ (Ministry of Tourism and Sports, 2018)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนผลไม้ นับว่าเป็นการท่องเที่ยวอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับเกษตรกรที่ต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติ รวมทั้งได้รับความเพลิดเพลินและความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์กับชีวิตประจำวัน ซึ่งในปัจจุบันข้อมูลเกี่ยวกับสวนผลไม้และงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนผลไม้ยังมีอยู่อย่างจำกัด และหาข้อมูลได้ยากการศึกษางานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนผลไม้ จึงมีความน่าสนใจเพื่อเป็นแนวทางเลือกในการช่วยลดปัญหาดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าลักษณะการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ และความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้ จึงมีความสำคัญเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการหาทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวตัวอย่างและกำหนดคุณลักษณะการท่องเที่ยวสวนผลไม้
2. เพื่อวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเรื่องความเต็มใจจ่าย

แนวคิดความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay: WTP) เป็นทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ผู้บริโภคมีเหตุผลในการเลือกบริโภคเพื่อให้ได้รับความพอใจหรืออรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้งบประมาณที่มีอย่างจำกัด และสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวสวนผลไม้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของลักษณะรูปแบบการให้บริการและการ กำหนดระดับอัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและตระหนักถึงคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวสวนผลไม้ และท้ายที่สุดจะได้มาซึ่งการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้บริโภค (Narathip, 2007) ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay: WTP) เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการ ชนิดนั้น เพื่อบริโภค ณ ช่วงเวลาหนึ่งๆ การที่ผู้บริโภคจะมีความยินดีหรือความเต็มใจที่พร้อมจะจ่ายสำหรับค่าสินค้าหรือบริการนั้นมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการตระหนักในคุณค่าของสินค้าและบริการแต่ละหน่วยว่าจะให้อรรถประโยชน์ (Utility) หรือความพอใจ (Preference) ที่จะได้รับจากการบริโภค สินค้าและบริการชนิดนั้นอย่างไร ในขณะเดียวกัน การที่ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าหรือบริการชนิดนั้นได้หรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะจ่าย (Ability to Pay) ค่าสินค้าหรือบริการในจำนวนที่ต้องการนั้นด้วยเช่นกัน อีกทั้งความยินดีที่จะจ่ายนี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของอุปสงค์ ที่กล่าวถึงปริมาณของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่งๆ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์สำหรับสินค้า หรือบริการชนิดหนึ่งๆ ได้แก่ ระดับรายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ทดแทนกัน รสนิยมของผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภค รวมไปถึงการคาดการณ์เกี่ยวกับราคาในอนาคตด้วย (Paradorn, 2013)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายด้วยวิธีแบบจำลองทางเลือก

ภายใต้ทฤษฎีความพึงพอใจแบบสุ่ม (Random Utility Theory) กำหนดให้ผู้บริโภคมีทางเลือก J ทางเลือกใน Choice Set การที่ผู้บริโภคที่ n จะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ i จากทางเลือกทั้งหมด J ทางเลือก แสดงว่าทางเลือก i ให้ค่าอรรถประโยชน์สูงกว่าทางเลือกอื่นๆ ภายใต้งบประมาณที่จำกัดซึ่งสามารถเขียนในรูปฟังก์ชันความน่าจะเป็นได้ดังสมการที่ 1 (Champ, Boyle and Brown, 2002)

โดยที่

U_i คือ อรรถประโยชน์ทางอ้อมที่ได้รับจากทางเลือกที่ i

V_i คือ ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อมในส่วนที่กำหนดได้ชัดเจนจากทางเลือกที่ i

ϵ_i คือ อรรถประโยชน์ที่อยู่ในรูปค่าคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นอย่างสุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0

X_{ik} คือ คุณลักษณะที่ k ของทางเลือกที่ i , $k=1,2,\dots,k$

β_k คือ สัมประสิทธิ์ของคุณลักษณะที่ k

Z_h คือ คุณลักษณะที่ h ของผู้บริโภค h= 1,2,...,k

Y_h คือ สัมประสิทธิ์ของคุณลักษณะที่ h ของผู้บริโภค

P_i คือ ราคา/ค่าใช้จ่ายของทางเลือกที่ i

δ คือ สัมประสิทธิ์ของปัจจัยด้านราคา (อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของเงินตรา)

$$\begin{aligned} P_{n(i|j)} &= P(U_{in} > U_{jn}) = P(V_{in} + \epsilon_{in} > V_{jn} + \epsilon_{jn}), \forall j \in J \text{ และ } j \neq i \\ &= P(V_{in} - V_{jn} > \epsilon_{jn} - \epsilon_{in}), \forall j \in J \text{ และ } j \neq i \\ &= P(\Delta V > \epsilon) \end{aligned} \quad (1)$$

กำหนดให้ $\epsilon = \epsilon_{jn} - \epsilon_{in}$ เป็นผลต่างของค่าตลาดเคลื่อน ซึ่งยังคงคุณสมบัติการแจกแจงแบบอิสระและมีลักษณะเหมือนกัน (Independently and Identically Distributed: IID) กับการแจกแจงแบบ Extreme Value ชนิดที่ 1 ฟังก์ชันการแจกแจงสะสม (Cumulative Distribution Function) ของ ϵ จะมีลักษณะดังนี้

$$F(\epsilon) = \exp[-\exp(-\epsilon)] \quad (2)$$

ซึ่งทำให้ฟังก์ชันความน่าจะเป็นข้างต้นสามารถเขียนใหม่ได้ดังนี้

$$P(i|j) = \frac{\exp(\mu V_i)}{\sum_{j=1}^J \exp(\mu V_j)} \quad (3)$$

โดยค่า μ แสดงถึงสัมประสิทธิ์สัดส่วน (Scale Parameter) ซึ่งกำหนดให้เท่ากับ 1

ดังนั้น รูปแบบฟังก์ชันความน่าจะเป็นในการเลือกทางเลือกที่ i จาก J ทางเลือกของบุคคลที่ n คือ

$$P(i|j) = \frac{\exp(\epsilon_{k=1}^k \beta_k X_{ik} + \epsilon_{h=1}^H Y_h Z_{hn} + \delta P_i)}{\sum_{j=1}^J \exp(\epsilon_{k=1}^k \beta_k X_{jk} + \epsilon_{h=1}^H Y_h Z_{hn} + \delta P_j)}, \quad i, j \in J \quad (4)$$

จากสมการข้างต้น การที่ผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งเลือกทางเลือกจากทางเลือกที่มีอยู่ทั้งหมดไม่ว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของเขาจะเป็นเช่นไร ก็จะไม่ผลทำให้ความน่าจะเป็นในการเลือกทางเลือกอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้ฟังก์ชันความน่าจะเป็นดังกล่าวอยู่ในรูปทั่วไป ดังสมการต่อไปนี้ (Champ, Boyle and Brown, 2002)

$$P(i|j) = \frac{\exp(\epsilon_{k=1}^k \beta_k X_{ik} + \delta P_i)}{\sum_{j=1}^J \exp(\epsilon_{k=1}^k \beta_k X_{jk} + \delta P_j)}, \quad i, j \in J \quad (5)$$

และฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อม ซึ่งใช้ในการเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ จะอยู่ในรูปอย่างง่ายดังสมการนี้ คือ

$$V_i = \epsilon_{k=1}^k \beta_k X_{ik} + \delta P_i \quad (6)$$

โดยที่ ค่า(i|j) จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ขณะที่ค่าฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อมซึ่งใช้ในการเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ จะมีค่าระหว่าง ค่าลบอนันต์ ($-\alpha$) ถึง ค่าอนันต์ (α)

Choice Modelling (CM) หรือที่รู้จักกันอีกชื่อแบบจำลองทางเลือก เป็นหนึ่งในวิธี Stated preference (SP) ที่ใช้ในการคำนวณหาค่าความเต็มใจจ่าย (Willingness to pay : WTP) หรือความเต็มใจที่จะได้รับค่าชดเชย (Willingness to accept : WTA) เมื่อปริมาณหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการเปลี่ยนแปลงไป โดยการสมมติสถานการณ์ที่เสมือนจริง (Hypothetical situation) เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ตนชอบมากที่สุด โดยมีทางเลือกตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไป



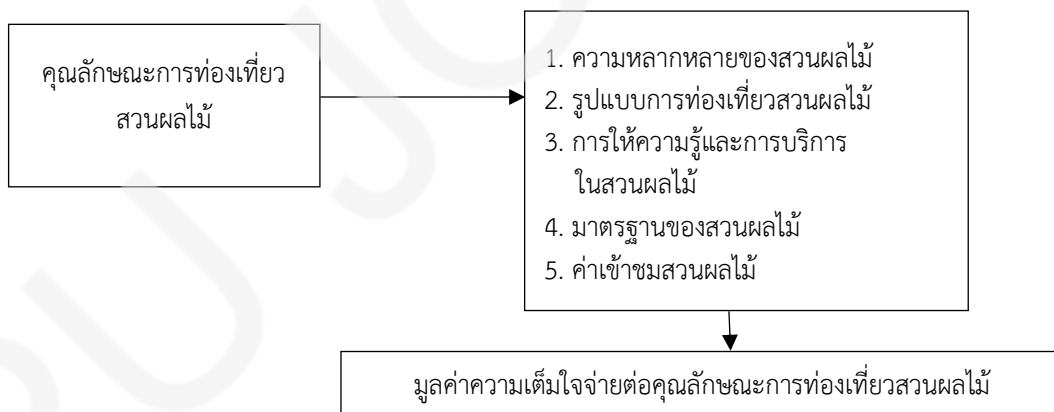
วิธีนี้ทำให้สามารถประเมินมูลค่าทางเลือกได้พร้อมกันหลายทางเลือกและสามารถคำนวณหาราคาแฝงหรือมูลค่าความเต็มใจจ่ายของคุณลักษณะต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของทางเลือกนั้นๆได้รวมไปถึงการหามูลค่ารวมของการเปลี่ยนแปลงในคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งในการประเมินได้รวมทางเลือก “ไม่เลือกทางเลือกใดๆ” ไว้ในทางเลือกด้วย เพื่อแทนสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถใช้ทดแทนได้และไม่มีความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ระบุในทางเลือก (Kaeokunsi and Loetsawai, 2017)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้เหนืออื่นใดคือการได้ทวนกลับไปค้นหาเรียนรู้เข้าใจ ภาครัฐมีใจกับอาชีพเกษตรกรรมรากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่า ภายใต้แนวคิดปรัชญาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทยได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามที่บริหารจัดการ โดยเกษตรกรหรือชุมชนได้รับความประทับใจที่เกิดจากการได้ชม ชิม ซื้อผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดกิจกรรมจัดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยวเพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (Ministry of Tourism and Sports., 2018)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ของนักท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาคุณลักษณะของการท่องเที่ยวสวนผลไม้ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ซึ่งได้มาจากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ความหลากหลายของสวนผลไม้ รูปแบบการท่องเที่ยวสวนผลไม้ การให้ความรู้และการบริการในสวนผลไม้ มาตรฐานของสวนผลไม้และค่าเข้าชมสวนผลไม้ และนำคุณลักษณะต่างๆมาหาความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มของนักท่องเที่ยวหรือราคาแฝงที่แสดงถึงความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นต่อคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งที่เคยไปเที่ยวสวนผลไม้ และไม่เคยไปเที่ยวสวนผลไม้ ทั้ง 6 เขตพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพชั้นกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ

ผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา ด้วยวิธีแบบจำลองทางเลือก (Rose and Bliemer, 2013 cited in Orme, 2010)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิทำการออกแบบสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง เนื่องจากเป็นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (Rose and Bliemer, 2013 cited in Orme, 2010) วิธีการสุ่มตัวอย่างทำแบบมีชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยจัดกลุ่มประชากรในกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 เขตพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพชั้นกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ และสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใน 6 เขตพื้นที่ กลุ่มพื้นที่ละ 50 ตัวอย่าง ในช่วงเดือน มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบจำลองทางเลือกประกอบด้วยขั้นตอนหลักๆ ทั้งหมด 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะการท่องเที่ยวสวนผลไม้ที่ใช้ในการศึกษา จากการตรวจสอบเอกสารพบว่ามีคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสวนผลไม้เป็นจำนวนมาก หากนำทุกคุณลักษณะมาวิเคราะห์นั้นจะเกิดความซับซ้อนและอาจส่งผลให้คุณลักษณะไม่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องปรับลดคุณลักษณะลงเพื่อให้ได้กลุ่มคุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการจัดการการท่องเที่ยวสวนผลไม้ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มากที่สุด โดยการนำคุณลักษณะที่ตรวจสอบเอกสารมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านปฏิวัติวิทยาจำนวน 5 ท่าน เพื่อให้ได้คุณลักษณะที่เหมาะสมกับการหาความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวสวนผลไม้) เพื่อปรับลดและเลือกคุณลักษณะที่เหมาะสม แล้วนำคุณลักษณะที่ได้นั้นมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองทางเลือก โดยได้ประมวลคุณลักษณะที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คุณลักษณะและระดับการท่องเที่ยวสวนผลไม้

คุณลักษณะ	ระดับของคุณลักษณะ
1. ความหลากหลายของสวนผลไม้	1. ทุเรียน 2. สวนสมรม เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ ฯลฯ
2. รูปแบบการท่องเที่ยวสวนผลไม้	1. ถ่ายรูปหรือชมสวนหรือชิมผลไม้จากต้น 2. ถ่ายรูป ชมสวน ชิมผลไม้จากต้น กิจกรรมแปรรูปไอศกรีมผลไม้
3. การให้ความรู้และการบริการในสวนผลไม้	1. เดิน ป้ายบอกทาง 2. รถราง ไกด์นำเที่ยวพร้อมให้ความรู้สวนผลไม้
4. มาตรฐานของสวนผลไม้	1. ไม่มีมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) 2. มีมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices)
5. ค่าเข้าชมในการท่องเที่ยวสวนผลไม้	1. 500 บาท (ราคาโดยประมาณจากการสำรวจสวนผลไม้ที่เปิดบริการแก่นักท่องเที่ยว) 2. 800 บาท (ราคาโดยประมาณจากการสำรวจสวนผลไม้ที่เปิดบริการแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการแปรรูปผลไม้ รถราง มาตรฐาน GAP)

2. การกำหนดชุดทางเลือกสามารถทำได้ จากการหาจำนวนทางเลือกทั้งหมดแบบผสมผสานกันอย่างเต็มรูปแบบ (Full Factorial Design) จะได้ทางเลือกที่แตกต่างกันทั้งหมด $2^5 = 32$ ทางเลือก นอกจากทางเลือกตามคุณลักษณะที่กำหนดแล้วยังมีทางเลือกที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้คือทางเลือกที่ 3 (ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ยินดีจ่ายกับคุณลักษณะที่กำหนด) ซึ่งการผสมผสานแบบเต็มรูปแบบจะทำให้มีทางเลือกมากเกินไปที่ผู้ถูก สัมภาษณ์จะตอบได้ทั้งหมดในเวลาจำกัดและเกิดความยุ่งยากในการสร้างแบบสัมภาษณ์ จึงใช้วิธีผสมผสานไม่เต็มรูปแบบ (Fractional Factorial Design) เพื่อให้จำนวน



ทางเลือกลดลงและเป็นการผสมผสานโดยจัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรให้เป็นศูนย์ เพื่อลดจำนวนทางเลือกให้เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้ได้ทางเลือกทั้งหมด 16 ทางเลือก จาก Orthogonal design

3. การกำหนดรูปแบบ (Version) ของแบบสอบถาม การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มในการจัดชุดทางเลือก 16 ชุด ทางเลือก ซึ่งหากผู้ถูกสัมภาษณ์ต้องตอบคำถามทั้ง 16 ชุดทางเลือก ผู้ถูกสัมภาษณ์จะเกิดความสับสน ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามชุดทางเลือกเพียง 4 ชุด (1 รูปแบบ) ต่อ 1 คน ดังนั้นจากชุดทางเลือก (Choice set) ได้ทั้งหมด 16 ชุดทางเลือก ในการศึกษานั้นแบ่งรูปแบบ (Version) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวตัวอย่างและกำหนดคุณลักษณะการท่องเที่ยวสวนผลไม้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.33 โดยมีช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.33 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 42.67 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 26.67 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 22.67 นักท่องเที่ยวตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางไปเที่ยวสวนผลไม้โดยคิดเป็นร้อยละ 64 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเที่ยวชมสวนผลไม้เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.33 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวสวนผลไม้กับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 64.33 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะที่ใช้เดินทาง คิดเป็นร้อยละ 73.67 วันและเวลาที่เหมาะสมที่แนะนำสำหรับการมาท่องเที่ยวสวนผลไม้ คือ วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 61.67 ช่วงบ่ายเวลา 13.00 น.-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 60 สำหรับข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวสวนผลไม้อันดับแรก คือ จากทาง Social ต่างๆ ทั้ง Facebook Instagram Twitter ของทางสวนผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 50 และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สนใจได้แก่ ผลไม้สด ร้อยละ 63 รวมถึงกิจกรรมที่น่าสนใจเป็นอันดับแรกได้แก่ ชิมผลไม้ตามชนิดร้อยละ 43 ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน บ้านเย็นในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง (Narin, 2017) และงานวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของพื้นที่ ตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี (Sangiamsin 2018) ทั้งสองเรื่องได้ผลการศึกษาคลายกันในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีศักยภาพที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ด้านความดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรับรู้และเข้าถึงด้วยสื่อออนไลน์ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการให้ความรู้ทางการเกษตร ด้านจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ด้านการพัฒนาตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ และเกษตรยั่งยืน ซึ่งการให้ความสำคัญกับการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตร ถือเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตรงกับงานวิจัยเรื่อง ซึ่งตรงกับงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี (Tongla, 2019) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว การสร้างความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวทั้ง ห้องน้ำ ลานจอดรถ และพาหนะนำเที่ยว สวนผลไม้ควรมีการปลูกผลไม้หลายชนิด มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย นอกจากนี้ควรมีการทำมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

2. เพื่อวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้ จากการสอบถามนักท่องเที่ยวตัวอย่างจำนวน 300 คน และได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาคุณลักษณะที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ พบว่า ความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มหรือราคาแฝง (ความเต็มใจจ่ายที่เพิ่มขึ้นต่อคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ) ของระดับคุณลักษณะต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบในการท่องเที่ยวสวนผลไม้) ของระดับคุณลักษณะต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ โดยราคาแฝงของการเพิ่มความหลากหลายของสวนผลไม้ เท่ากับ 214.78 บาท/คน ราคาแฝงของมาตรฐานของสวนผลไม้ เท่ากับ 205.09 บาท/คน และราคาแฝง ของการให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้ เท่ากับ 126.96 บาท/คน กรณีการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 คุณลักษณะ คือถ้ามีความหลากหลายของสวนผลไม้ จากพื้นที่ปลูกทุเรียน 100% เป็นพื้นที่ปลูกทุเรียน 70% และ พื้นที่ปลูกผลไม้ชนิดอื่น 30% เป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้ 214.78 บาท และถ้ามีมาตรฐานของสวนผลไม้ จากไม่มี GAP เป็นมี GAP เป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้ 205.09 บาท/ครั้ง รวมถึงการให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้ เพิ่มรถรางและไกด์นำเที่ยวเป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้ 126.96 บาท/ครั้ง ดังนั้นผลจากการเปลี่ยนแปลง 3 คุณลักษณะข้างต้น เท่ากับ 546.83 บาท/ครั้ง/คน ดังตารางที่ 2

ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง (Ananya, 2017) กล่าวว่า ผู้ประกอบการหรือชาวสวนควรที่กิจกรรมเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือความหลากหลายของผลไม้และต้องการรับประทานผลไม้สดๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี (Prem Prida, 2019) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว การสร้างความสะอาดสบายแก่นักท่องเที่ยวทั้ง หองน้ำ ลานจอดรถ และพาหนะนำเที่ยว สวนผลไม้ควรมีการปลูกผลไม้หลายชนิด มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย นอกจากนี้ควรมีการทำมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะ GAP ถือเป็น การเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบราคาของระดับคุณลักษณะ

คุณลักษณะ (β_c)	ระดับคุณลักษณะ	อัตราประโยชน์/ ค่าสัมประสิทธิ์	ราคาแฝง $=-\beta_c/\delta$	ราคาแฝง บาท/ครั้ง/คน
1. ความหลากหลายของสวนผลไม้	1. พื้นที่ปลูกทุเรียน 100% 2. พื้นที่ปลูกทุเรียน 70% - พื้นที่ปลูกผลไม้ชนิดอื่น 30%	0.5191104 ^{***}	-0.5191104/ (-0.0024169)	214.78
2. มาตรฐานของสวนผลไม้	1. ไม่มี GAP 2. มี GAP	0.4956716 ^{**}	-0.4956716/ (-0.0024169)	205.09
3. การให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้	1. เดินชมสวนและป้ายบอกทาง 2. รถรางและไกด์นำเที่ยว	0.3068655 [*]	-0.3068655/ (-0.0024169)	126.96
4. รูปแบบการท่องเที่ยวสวนผลไม้	1. ถ่ายรูปหรือชมสวนหรือชิมผลไม้จากต้น 2. ถ่ายรูป ชมสวน ชิมผลไม้จากต้น กิจกรรมแปรรูปไอศกรีมผลไม้	0.1863463 ^{ns}	-	ไม่มีผลต่อความเต็มใจจ่าย
5. ค่าเข้าชมในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ (δ)	1. 500 บาท 2. 800 บาท	-0.0024169 ^{***}	-	-

หมายเหตุ: *** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่น 0.01

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่น 0.05

* หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่น 0.1

ns หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 2 พบว่า จากคุณลักษณะทั้งหมด 5 คุณลักษณะได้แก่ ความหลากหลายของสวนผลไม้ รูปแบบการท่องเที่ยวสวนผลไม้ การให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้ มาตรฐานของสวนผลไม้และค่าเข้าชมสวนผลไม้ คุณลักษณะที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวสวนผลไม้ ดังนี้ ความหลากหลายของสวนผลไม้ มาตรฐานของสวนผลไม้ และการให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้ ดังนั้นผลจากการเปลี่ยนแปลง 3 คุณลักษณะข้างต้น เท่ากับ 546.83 บาท/ครั้ง/คน



สรุปผลการวิจัย

การท่องเที่ยวสวนผลไม้เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตรซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานาชาติให้ความสำคัญ เพื่อมุ่งเน้นไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้ในด้านต่างๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่างใช้เทคนิคทดลองพฤติกรรมทางเลือก (Choice Modelling) คุณลักษณะต่างๆ กับนักท่องเที่ยวพบว่า ความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่ม หรือราคาแฝงของระดับคุณลักษณะต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ โดยราคาแฝงของการมีการเพิ่มความหลากหลายของสวนผลไม้ เท่ากับ 214.78 บาท/คน ราคาแฝงของมาตรฐานของสวนผลไม้ เท่ากับ 205.09 บาท/คน และราคาแฝง ของการให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้ เท่ากับ 126.96 บาท/คน กรณีการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 คุณลักษณะ คือถ้ามีความหลากหลายของสวนผลไม้ จากพื้นที่ปลูกทุเรียน 100% เป็นพื้นที่ปลูกทุเรียน 70% และ พื้นที่ปลูกผลไม้ชนิดอื่น 30% เป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้ 214.78 บาท และถ้ามีมาตรฐานของสวนผลไม้ จากไม่มี GAP เป็นมี GAP เป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้ 205.09 บาท/ครั้ง รวมถึงการให้ความรู้และบริการในสวนผลไม้ เพิ่มธรรางและไคด์นำเที่ยวเป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้ 126.96 บาท/ครั้ง ดังนั้นผลจากการเปลี่ยนแปลง 3 คุณลักษณะข้างต้น เท่ากับ 546.83 บาท/ครั้ง/คน (ความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่ม เท่ากับ 546.83 บาท/ครั้ง/คน จากเดิมค่าเข้าชม 500 บาท/ครั้ง/คน ถ้ามีคุณลักษณะทั้งสามคุณลักษณะข้างต้นส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่ยินดีจ่าย 1,046.83 บาท/ครั้ง/คน)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการหาทางเลือกที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางของเกษตรกรในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ทางการเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อให้หน่วยงานผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เจ้าของธุรกิจ ชุมชนหมู่บ้าน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยใช้วางแผนและกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ของชุมชนนั้นๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำไปพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวสวนผลไม้ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

เกษตรกรควรปรับเปลี่ยนรูปแบบของสวนผลไม้ให้มีมาตรฐาน โดยเฉพาะมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practice) เพื่อเพิ่มมูลค่าของสวนผลไม้เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในคุณลักษณะเกี่ยวกับมาตรฐาน เกษตรกรควรจัดให้มีไคด์นำเที่ยวและธรราง ควรสร้างกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจมารองรับกลุ่มอายุที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนผลไม้ ทางบริการเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวสวนผลไม้เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างเว็บไซต์ในการนำเสนอถึงแหล่งท่องเที่ยวสวนผลไม้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติ เนื่องจากการท่องเที่ยวสวนผลไม้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีน ข้อมูลที่ได้มาจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดคุณลักษณะการท่องเที่ยวสวนผลไม้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการอื่น เช่น วิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อได้รับข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสวนผลไม้
3. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการท่องเที่ยวสวนผลไม้ควรพิจารณาสถานที่ตั้งของสวนผลไม้/ภูมิภาค
4. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการท่องเที่ยวสวนผลไม้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือแหล่งท่องเที่ยวรองของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนผลไม้



ข้อจำกัดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ พบว่า ขาดแคลนข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสวนผลไม้ ที่ควรมีการรวบรวมโดยภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยเชิงนิเวศทางการเกษตรในประเทศไทยมีจำนวนไม่มากนัก เป็นข้อจำกัดงานวิจัยในครั้งนี้

References

- Champ, P. Boyle, K and Brown, T. (2002). A Primer on Nonmarket Valuation [A Primer on Nonmarket Valuation] United States of America : Kluwer Academic Publishers. DOI 10.1007/978-94-007-0826-6.
- Department of Tourism of Thailand (2018). *Laksūt phoeīphræ ‘ongkhwāmru dān kānbōrihān chatkān læng thoṅgthiēo chœng Niwēt [Tourism Knowledge Dissemination Course Eco]*. Phitsanulok : TS Printing 2002 Co., Ltd. DOI 10.5539/ass.v10n6p53.
- Kaeokunsi, S and Loetsawai, S. (2017). *Thatsanakhati læ khwām temchāi chāi khōng phubōriphok tō sinkhā khāo banchu thung thī dai rap kān raprōng kānkha thī pentham nai rūpbæp chapho khōng prathēt Thai [Consumer attitudes and willingness to pay for packaged rice products Ensure fair trade in a specific form of Thailand]*. Bangkok : Research Fund Office. DOI:10.1177/21582440 211052956.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Khrōngkān raīngān phāwa sētthakit kānthōngthiēo [Tourism Economic Report Project]*. Retrieved September 2019, from https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/article_attach/01ProjectTourismEconomicFinalReport2017.pdf. DOI:10.14456/nrru-rdi.2020.38.
- Narathip, C. (2007). *Sētthasāt chūnlaphāk [Microeconomics]*. Bangkok : Publisher Chulalongkorn University. DOI 10.18111/9789284419029.
- Narin, S. (2017). *Kānphatthanā læng thoṅgthiēo chœng kasēt chumchon bān yen nai phūnthī phisēt muāng bōrān ‘ūthōng [Development of an agricultural tourism attraction in Ban Yen community in a special area, U-Thong Ancient City]*. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 10(2),2161-2172. DOI:1018111/978284419876.
- Office of Agricultural Economics (2018). *Sārasonthēt sētthakit kān kasēt rāi sinkhā. [Agricultural Economic Information by Product Year 2018]*. Retrieved September 2019, from <https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2562/commodity2561.pdf> DOI 1468797607083449.
- Paradorn, P. (2013). *Lak sētthasāt chūnlaphāk [Microeconomics]*. Bangkok : Thammasat University Printing. DOI:10941666090302395.
- Rose, J and Bliemer, M. (2013). Sample size requirements for stated choice experiments. [Sample size requirements for stated choice experiments]. United States of America : Springer Science Business Media New York. DOI 10.1016/50964-5691(97)00066-5.
- Sangiamsin, P. (2018). *Kānsuksā nœothāng kān songsoēm kānthōngthiēo chœng kasēt khōng phūnthī tambon wang yāng ‘amphoe sī prachan chāngwat Suphan buri [A Study of Guidelines for Agricultural Tourism Promotion of Wang Yang Subdistrict, Si Prachan District Suphanburi]*. Ayutthaya : Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. DOI:10.1504/IJSD.2017.083493.
- Siam, A. (2018). *Paomāi kānphatthanā thī yangyūn sipchet prakān khōng Sahaprachāchat phūa lōk ‘anākhōt [The United Nations 17 Sustainable Development Goals for the Future]*. *Thai Interdisciplinary Research Journal*. 11(3),13-35. DOI:10.12720/joams.4.3.211-215.
- Tongla, P. (2019). *Sakkayaphāp kānchatkān læng thoṅgthiēo chœng kasēt chāngwat chānthaburī [The management of agricultural tourism sites Chanthaburi Province]*. Chanthaburi : Rambhaibarni Rajabhat University. DOI:10.1080/10835547.2011.12092034.