

การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสาน
บ้านเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

Perception and Expectation of Visitors towards Ban Khao Kob Integrated Agricultural
Learning Center, Huai Yod District, Trang Province

ศุภาพิชญ์ หมิ่นละม้าย¹ ดนชิดา วาทินพุฒิพร^{2*} พันจิตต์ สีเหนียง² คณิงรัตน์ คำมณี²
และ จิรจันนาฏ ถังเงิน²

Supapit Muenlamai¹ Donchida Wathinputthiporn^{2*} Panchit Seeniang² Kanungrat Kummanee²
and Jirattinart Thungngern²

Received: February 16, 2023

Revised: March 16, 2023

Accepted: March 17, 2023

Abstract: The objectives of this research was to survey the perception and expectation of tourists towards the Ban Khao Kob Integrated Agricultural Learning Center. The sample was taken from 54 visitors interested in the integrated agriculture system from 10 districts in Trang province by snowball sampling. The questionnaires were used to collect data .The quantitative data were analyzed using descriptive statistics, percentage, minimum, maximum, mean, and standard deviation. According to the findings, the majority of tourists (70.37%) were female with the average age of 33 years old and the majority of them (62.97%) had undergraduate education. They had an average monthly income of 12,500 baht and the majority were farmers (75.93%) with married status (75.93%). Most of tourists (81.49%) preferred to travel in small groups/with family (2-5 people). The Integrated Agricultural Learning Center was perceived positively by 74.07% of tourists who visited it. Facebook (66.67%) was the method chosen by tourists to raise awareness. The outstanding learning resources that attracted tourists to visit were learning bases and knowledge (59.26%). The learning station that tourists (33.33%) were most impressed was the fish farming in the grooves of rubber plantation. Overall tourists perception was at a high level ($\bar{x} = 3.67$). The tourist attraction image was perceived at a high level ($\bar{x} = 3.80$). Overall, the expectation was at a high level ($\bar{x} = 3.56$), especially, the tourist attraction image aspect was at a high level ($\bar{x} = 3.77$).

Keywords: perception, expectation, visitors, Ban Khao Kob Integrated Agricultural Learning Center

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานบ้านเขากอบ กลุ่มตัวอย่างในงานศึกษานี้ดำเนินการสุ่มแบบลูกโซ่ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจระบบการเกษตรแบบผสมผสานจาก 10 อำเภอในจังหวัดตรัง จำนวนทั้งสิ้น 54 คน ในช่วงเดือนกันยายน 2564 ถึงเดือนมีนาคม 2565 เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

¹สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) 2003/61 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

¹ Agricultural Research Development Agency (Public Organization) 2003/61 Phaholyothin Road, Lat Yao, Chatuchak, Bangkok 10900, Thailand.

²ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นครปฐม 73140

² Dept. of Agricultural Extension and Communication, Faculty of Agriculture at Kamphaeng Saen, Kasetsart University, Nakhon Pathom, 73140, Thailand.

ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.37) เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.97) รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 12,500 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม (ร้อยละ 75.93) สถานภาพส่วนใหญ่สมรส (ร้อยละ 75.93) และเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก/กับครอบครัว (2-5 คน) (ร้อยละ 81.49) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานพบว่า ร้อยละ 74.07 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยี่ยมชม ช่องทางที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความเหมาะสมในการสร้างการรับรู้คือ เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 66.67) ความโดดเด่นของแหล่งเรียนรู้ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยี่ยมชมคือ สวนเรียนรู้และองค์ความรู้ (ร้อยละ 59.26) ซึ่งฐานเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดคือ การเลี้ยงปลาในร่องสวนยางพารา (ร้อยละ 33.33) นักท่องเที่ยวโดยรวมรับรู้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งเรียนรู้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ในด้านภาพลักษณ์ของแหล่งเรียนรู้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.77)

คำสำคัญ: การรับรู้ ความคาดหวัง ศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานบ้านเขาขอบ

คำนำ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดตรัง พบว่าในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นอย่างมาก จากรายงานของสำนักงานสถิติจังหวัดตรัง (2564) พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงก่อนโควิด 19 ในเดือนธันวาคม 2562 เป็นจำนวน 517.63 ล้านบาท และลดลงเหลือ 231.7 ล้านบาท ในช่วงเดือนธันวาคม 2563 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย จำนวน 51,810 คน ซึ่งเป็นจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ส่งผลให้รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลสำคัญต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก กระแสการท่องเที่ยวใกล้บ้านหรือ Staycation (มาจากคำว่า Stay ที่แปลว่า อยู่กับที่ และ Vacation ที่แปลว่า การหยุดพักผ่อน) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ผู้คนเน้นการท่องเที่ยวใกล้บ้าน (Lin et al., 2021) ซึ่งนอกจากจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายแล้ว การท่องเที่ยวใกล้บ้านยังช่วยลดความเสี่ยงจากการเดินทางและการติดต่อของโรคได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565) มีเป้าหมายที่ต้องการให้ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ภาครัฐมีความพร้อมจากภายในพร้อมก้าวกระโดดสู่การท่องเที่ยวเน้นคุณค่าและความยั่งยืน ตามหมุดหมายของแผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 โดยเน้นกระตุ้นให้การท่องเที่ยวในประเทศมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพ และเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของภูมิภาค การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากภายในประเทศ (Local Economy) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในยุควิถีใหม่นี้จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวในประเทศนิยมเข้าไปเยี่ยมชม เพื่อเรียนรู้และพักผ่อน ซึ่งศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานบ้านเขาขอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งหนึ่งที่เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ด้านการเกษตรผสมผสานในระยะสั้น ดำเนินการก่อตั้งโดยปราชญ์ ภายในแหล่งมีฐานการเรียนรู้วิถีทางด้านการเกษตรผสมผสานและกิจกรรมที่น่าสนใจนี้ 1) การเกษตรผสมผสาน 2) โคกหนองนา 3) การทำปุ๋ยดิน 4) การเลี้ยงปลาในร่องสวนยางพารา 5) การเลี้ยงผึ้ง และ 6) การปลูกสละอินโด โดยเน้นนักท่องเที่ยวเป็นคณะศึกษาดูงานในพื้นที่จังหวัดตรังและจังหวัดใกล้เคียงเดินทางไปเข้าเย็นกลับ แต่ทว่าในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทำให้ไม่สามารถดำเนินการท่องเที่ยวได้ตามปกติ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ ตลอดจนการค้นหาคำตอบของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวในศูนย์เรียนรู้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นงานศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ

ศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานบ้านเขาขอบ อำเภอยะยง จันทบุรี เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

อุปกรณ์และวิธีการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในงานศึกษานี้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non – probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจระบบการเกษตรแบบผสมผสานจาก 10 อำเภอในจังหวัดตรัง ได้แก่ อำเภอเมืองจังหวัดตรัง อำเภอย่านตาขาว อำเภอสิเกา อำเภอวังวิเศษ อำเภอรัษฎา อำเภอกันตัง อำเภอปะเหลียน อำเภอห้วยยอด อำเภอนาโยง อำเภอหาดสำราญ อำเภอละ 5- 6 คน จำนวนทั้งสิ้น 54 คน ในช่วงเดือนกันยายน 2564 ถึงเดือนมีนาคม 2565

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเชิงสำรวจประกอบด้วยคำถามทั้งแบบปลายเปิดและปลายปิด (opened and closed-end questionnaires) ประกอบด้วย 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 การรับรู้รูปแบบการท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการรับรู้ ประสบการณ์การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ความโดดเด่นของศูนย์เรียนรู้ที่ทำให้ตัดสินใจเข้ามาเยี่ยมชม และฐานเรียนรู้ที่สนใจ

ตอนที่ 3 ระดับการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานบ้านเขาขอบ อำเภอยะยง จันทบุรี โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (Likert, 1961) ประกอบด้วย 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน) และกำหนดเกณฑ์ของระดับการรับรู้และความคาดหวังดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง รับรู้ และคาดหวังในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง รับรู้ และคาดหวังในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง รับรู้ และคาดหวังในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง รับรู้ และคาดหวังในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง รับรู้ และคาดหวังในระดับน้อยที่สุด

และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อศูนย์เรียนรู้ดังกล่าว เป็นการสอบถามในลักษณะปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในส่วนของคำถามปลายเปิด และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการทดลองและวิจารณ์

1. **ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว** ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 54 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70.37) ที่เหลือเป็นเพศชาย (ร้อยละ 29.63) อายุเฉลี่ย 33 ปี โดยพิจารณาช่วงอายุพบว่า อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 50.00) รองลงมาอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 25.93 และ 41-50 ปี ร้อยละ 12.97 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 75.93) และที่เหลือมีสถานภาพโสด (ร้อยละ 24.07) ด้านการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 70.37) หนึ่งในสี่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 25.93) และจบการศึกษามากกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 3.7) ตามลำดับ ด้านรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 12,500 บาท ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 62.97) และด้านอาชีพพบว่าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร (ร้อยละ 75.93) รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 12.97) และรับราชการและไม่มีอาชีพ (ร้อยละ 5.56) ตามลำดับ

2. **การรับรู้และรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว** ได้แก่

2.1 **ช่องทางการรับรู้** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าสื่อที่เหมาะสมที่สุดในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ได้แก่ เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 66.67) รองลงมาเป็นสื่อบุคคลจากหน่วยงานราชการ

(ร้อยละ 18.52) และไลน์กลุ่มหรือไลน์บัญชีทางการ (ร้อยละ 12.97) ดัง Table 1 สอดคล้องกับงานศึกษาของ มนริธาและคณะ (2562) สื่อออนไลน์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก รองลงมา เป็นเว็บไซต์และยูทูปเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ในการรับรู้ด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่อออฟไลน์ สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการสร้างการรับรู้ได้ อย่างมากเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเชื่อมั่นเพราะเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันก่อนตัดสินใจไปเที่ยวนั่นเอง

2.2 ประสบการณ์การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก/กับครอบครัว (2-5 คน) (ร้อยละ 81.49) เกือบทั้งหมดเคยมาเยี่ยมชมแล้ว (ร้อยละ 93.00) ในจำนวนนี้พบว่า ผู้ที่เดินทางมาครั้ง

เดียวมากที่สุด (ร้อยละ 57.41) ไม่เคยมาเลย (25.93) เคยเดินทางมา 3 ครั้ง (ร้อยละ 11.11) และเคยเดินทางมาสองครั้ง (ร้อยละ 5.56) ตามลำดับ ดัง (Table 1)

2.3 สิ่งดึงดูดที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว

พบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 59.26) กล่าวว่าฐานเรียนรู้และองค์ความรู้สามารถดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด รองลงมาเป็นวิทยากร/ปราชญ์เกษตรกร (ร้อยละ 33.33) และด้านสถานที่ (ร้อยละ 7.41) ซึ่งฐานเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดคือการเลี้ยงปลาในร่องสวนยางพารา ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือการปลูกสละอินโด (ร้อยละ 20.37) การทำเกษตรผสมผสาน (ร้อยละ 16.67) โคกหนองนาโมเดล (ร้อยละ 14.81) การเลี้ยงผึ้งโพรง และการทำปุ๋ยดินอย่างละเท่ากัน (ร้อยละ 7.41) ดัง (Table 1)

Table 1 Perception and behavioral pattern of tourists.

(n=54)		
Items	Frequency	Percentage
1. Perception channel		
Facebook	36	66.67
Line group / Line official	7	12.97
Personal media from government officer	10	18.52
Other channel	1	1.85
2. Travel patterns		
Travel alone (1 person)	7	12.97
Small group (2-5 people)	44	81.49
Large group (>20 people)	3	5.56
3. Visiting experience		
Used to visited 1 time	31	57.41
Used to visited 2 times	3	5.56
Used to visited 3 times	6	11.11
Never visited	14	25.93
4. Tourist attraction		
Learning station and knowledge	32	59.26
Key speaker/farmer experts	18	33.33
Place	4	7.41

Table 1 (continued)

Items	(n=54)	
	Frequency	Percentage
5. The most popular learning station		
Khok Nong Na model	8	14.81
Integrated farming	9	16.67
Fish culture in rubber plantation	18	33.33
Salak Pondoh plantation	11	20.37
<i>Apis cerana</i> beekeeping	4	7.41
Soil fertilization	4	7.41

3. ระดับการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

3.1. ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ ด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญา และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยนักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

(ค่าเฉลี่ย 3.72) และระดับปานกลาง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญา (ค่าเฉลี่ย 3.39) ดัง (Table 2) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรผสมผสานที่มีชื่อเสียงในพื้นที่แตกต่างจากงานศึกษาของ กวินธิดา (2563) ที่ได้อธิบายว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่มีอัตลักษณ์และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างการรับรู้ของคนในพื้นที่ การใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ในพื้นที่ถือเป็นศักยภาพที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวซ้ำได้

Table 2 Level of perception of visitors towards Ban Khao Kob Integrated Agricultural Learning Center.

Perception Aspects	Level of Perception		
	\bar{x}	S.D.	Level
1. Tourist attraction image	3.80	1.03	High
1.1 Beautifulness	3.93	0.96	High
1.2 Interesting souvenir in destination	3.85	0.97	High
1.3 Destination identity	3.84	0.96	High
1.4 Environmental conservation	4.07	0.98	High
1.5 Public relations	3.33	1.26	Medium
2. Body of knowledge and wisdom	3.39	1.15	Medium
2.1 Sufficiency of the learning station	3.27	1.24	Medium
2.2 Knowledge transfer skills of the speaker	3.91	0.99	High
2.3 Demonstrations and career training	3.31	1.23	Medium
2.4 New knowledge	3.36	1.10	Medium
2.5 Promoting media appropriateness	3.31	1.10	Medium
2.6 Media in learning program	3.16	1.20	Medium
2.7 Recreational activities	3.42	1.20	High

Table 2 (continued)

(n=54)

Perception Aspects	Level of Perception		
	\bar{x}	S.D.	Level
3. Facilities	3.72	1.00	High
3.1 Accessibility	4.00	0.92	High
3.2 Availability of food distribution	3.85	0.95	High
3.3 Service in destination	3.85	0.95	High
3.4 Directional sign availability	3.62	0.95	High
3.5 Sanitary and sufficient restrooms	3.27	1.25	Medium
Total	3.67	1.09	High

3.2 ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อศูนย์เรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.77) และด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญา (ค่าเฉลี่ย 3.52) และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.38) ดัง (Table 3) สอดคล้องกับงานศึกษาของ ชลธิชา และคณะ (2563) มองว่าสิ่งดึงดูดใจในแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านความสะอาดและปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะต้องนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะและความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ควรจะมีการสร้างผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองและกำหนดราคาที่เหมาะสม จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น

ในส่วนการบริการ ควรเน้นความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว ในด้านขององค์ความรู้และภูมิปัญญา ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมวิถีไทย การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสาธิตให้ความรู้ทางการเกษตร กิจกรรมแนะนำธุรกิจการเกษตร การปลูกพืชผลและสมุนไพร หรือการรับประทานอาหารปลอดสารพิษในแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือเป็นกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิตเฉพาะของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อบุคคล เป็นต้น

Table 3 Level of expectation of visitors towards Ban Khao Kob Integrated Agricultural Learning Center.

(n=54)

Expectation Aspects	Level of Expectation		
	\bar{x}	S.D.	Level
1. Tourist attraction image	3.77	1.12	High
1.1 Beautifulness	4.07	0.93	High
1.2 Interesting souvenir in destination	4.04	1.36	High
1.3 Destination identity	3.91	0.96	High
1.4 Environmental conservation	3.33	1.18	Medium
1.5 Public relations	3.52	1.16	High

Table 3 (continued)

(n=54)

Expectation Aspects	Level of Expectation		
	\bar{x}	S.D.	Level
2. Body of knowledge and wisdom	3.52	1.15	High
2.1 Sufficiency of the learning station	3.44	1.16	High
2.2 Knowledge transfer skills of the speaker	3.48	1.11	High
2.3 Demonstrations and career training	3.54	1.14	High
2.4 New knowledge	3.20	1.19	Medium
2.5 Promoting media appropriateness	3.43	1.24	High
2.6 Media in learning program	3.76	1.13	High
2.7 Recreational activities	3.80	1.11	High
3. Facilities			
3.1 Accessibility	3.43	1.14	High
3.2 Availability of food distribution	3.43	1.11	High
3.3 Service in destination	3.39	1.16	Medium
3.4 Directional sign availability	3.27	1.25	Medium
3.5 Sanitary and sufficient restrooms	3.37	1.09	Medium
Total	3.56	1.14	High

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะด้านความคาดหวังที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงทัศนียภาพที่สวยงาม น้ำท่องเที่ยวและมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมากยิ่งขึ้น เพิ่มเติมของที่ระลึกภายในแหล่งให้มากยิ่งขึ้น ด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญา นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความน่าสนใจในการผสมผสานวัฒนธรรมพื้นถิ่น เช่น กลองยาว รำมโนราห์ เขามาปรับใช้และสามารถนำจุดนี้เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ขณะที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเพิ่มเติมป้ายบอกทางการตั้งพิกัด GPS ที่ตรงกับตำแหน่งที่ตั้งปัจจุบัน เพิ่มเติมจุดจำหน่ายอาหารท้องถิ่นหรือของที่ระลึกเพื่อให้นักท่องเที่ยวนำกลับไปเป็นของฝาก เช่น ขนมเต้าฮ้อ หมูย่าง ฯลฯ

สรุป

จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังเป็นอย่างมากส่งผลกระทบ

สำคัญต่อรายได้ของจังหวัดเป็นอย่างมาก และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงหรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวแบบ Staycation มากยิ่งขึ้น จึงเป็นโอกาสสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จำเป็นต้องศึกษาถึงการรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสาน บ้านเขาขอบ อำเภอยะยง จังหวัดตรัง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเที่ยวในจังหวัดของตนเองมากยิ่งขึ้นนั่นเอง โดยผลการศึกษาพบว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถใช้สร้างการรับรู้ได้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางเป็นกลุ่มเล็กกับครอบครัว 2-5 คน สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเข้ามาเที่ยวชมคือฐานเรียนรู้และความรู้ โดยฐานเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจแหล่งเรียนรู้แห่งนี้คือการเลี้ยงปลาในร่องสวนยางพารา ขณะที่ระดับของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ซึ่งส่วนใหญ่รับรู้ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งเรียนรู้ รองลงมาเป็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญา ส่วนความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านภาพลักษณ์ของแหล่งเรียนรู้รองลงมาด้านองค์ความรู้และภูมิปัญญา และในระดับปานกลาง คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การรับรู้และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์เรียนรู้เกษตรผสมผสานบ้านเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ข้อเสนอแนะต่อแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการเกษตร สามารถนำข้อคิดเห็นในด้านการรับรู้ไปใช้ในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยอาศัยเทคโนโลยีทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่สามารถนำเสนอผ่านสื่อการเรียนรู้และสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ในอนาคต

1.2 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันควรมีปรับเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ทันต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวแบบระยะสั้นใกล้บ้าน (Staycation) ซึ่งเป็นกลุ่มที่นิยมท่องเที่ยวในพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมทางด้านการพัฒนาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตรงกับความต้องการกับลูกค้าภายในประเทศ

2.2 ควรมีการศึกษาด้านการพัฒนา

สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์เพื่อให้สามารถเข้าถึงและสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กวินธิดา ลอยมา. 2563. แนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองของไทย กรณีศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวและการบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ. 224 หน้า.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2564. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2564-2565) . (ระบบออนไลน์) แหล่งข้อมูล: https://chainat.mots.go.th/download/article/article_20210602104504.pdf. (12 มกราคม 2564)
- ชลธิชา พันธุ์สว่าง เสรี วงษ์มณฑา ชวลี ฤณ ถलग และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. 2563. การจัดการการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัย 25(3): 103-117.
- มนทิรา สังข์ทอง ธนฤต ยอดอุดม และวชิรวิทย์ บัวขาว. 2562. ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารนาครบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 11(2): 178-188.
- สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง. 2564. ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยว. (ระบบออนไลน์) แหล่งข้อมูล: http://trang.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=245:mindmap&catid=80:2011-10-11-07-20-43. (17 มกราคม 2564)
- Lin Z., I. A. Wong, I. E Kou and X. Zhen. 2021. Inducing wellbeing through staycation programs in the midst of the COVID-19 crisis. Tourism Management Perspectives 40 (100907): 2-12.
- Likert, R. 1961. New Patterns of Management. McGraw-Hill. New York.