

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

สุธิตรา ศรีทิม¹ เมตตา เร่งชวนชวาย¹ ประเดิม จำใจ¹ และถวิกา เมฆอัครมณ²

¹คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี 2) แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

วิธีดำเนินการวิจัย เป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.3) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 26.0) มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 29.4) ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 23.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 39.6) ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (ร้อยละ 34.7) สถานภาพโสด (ร้อยละ 50.5) ส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 54.8) โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 1,051.02 บาทต่อคน และทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารจากการแนะนำของบุคคลอื่นมากที่สุด (ร้อยละ 44.1) เมื่อพิจารณาระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจันดังกล่าว พบว่า

ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจโดยรวมทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) ทั้งหมด โดยลำดับรายด้าน ดังนี้ แรงจูงใจทางด้านศาสนา ($\bar{X} = 4.18$) แรงจูงใจทางด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 4.14$) แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน ($\bar{X} = 4.14$) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ($\bar{X} = 4.08$) แรงจูงใจทางด้านการงานและธุรกิจ ($\bar{X} = 3.80$) และแรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา ($\bar{X} = 3.49$)

สรุปผลการวิจัย แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจันทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านศาสนามากที่สุด รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจทางด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา แรงจูงใจทางด้านการงานและธุรกิจ และแรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยาน้อยที่สุด ตามลำดับ หากพิจารณาประเด็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และมากที่สุด มีเพียงประเด็นเรื่องความเพียงพอ และความสะอาดของห้องน้ำและจุดรองรับขยะ ที่เสนอให้มีการปรับปรุงเพื่อพร้อมในการท่องเที่ยวมากขึ้น

คำสำคัญ: ตลาดเกษตรย้อนยุค/ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว/ บ้านระจัน

THE TOURISM MOTIVATION OF BANRACHAN RETRO AGRICULTURAL MARKET, BANGRACHAN DISTRICT, SING BURI PROVINCE

Suthitra Sritim¹ Metta Rengkounkway¹ Praderm Chumjai¹ and Tawica Mekarkakorn²

¹Faculty of Agricultural, Kasetsart University

²Faculty of Education, Kasetsart University

Abstract

Purpose The purpose of this study was to 1) study personal background of tourists visiting Banrachan retro agricultural market at Bangrachan district of Sing Buri Province 2) examine motivation of tourists visiting, Bangrachan retro agricultural market, Bangrachan district of Sing Buri Province

Methods This research is quantitative type of research. The questionnaire was used to collect data from sample group of 323 tourists. Data were analyzed by using descriptive statistics including percentage, mean and standard deviation.

Results The research results revealed that most of tourists were female (56.3%), at the aged between 21-30 years (26.0%), they were student (29.4%), they had bachelor degree (23.8) with average monthly income lower than 10,000 bath (39.6%) central region native habitat (34.7%) single status (50.5%) the most of them were travel for the first time (54.8%) average expense per time 1,051 per person and source of information were from the suggestion of the person (44.1%). When considering the level of the tourist's motivation, it was found that the tourism motivation

of Banrachan retro agricultural market, Bangrachan district of Sing Buri Province for overall six aspects were at a high level including religion motivation ($\bar{X} = 4.18$), social and interpersonal relationship motivation ($\bar{X} = 4.14$), culture and education motivation ($\bar{X} = 4.08$), work and business motivation ($\bar{X} = 3.80$) and physical and psychology motivation ($\bar{X} = 3.49$) respectively.

Conclusions The tourism motivations at Banrachan Retro Agricultural Market in 6 aspects were at high level that are religion motivation, followed by social and interpersonal relationship, entertainment and enjoyment, culture and education, work and business and physical and psychology respectively. Most of motivation aspects were at high and very high level but there were some aspects belong to moderate level such as adequate and clean lavatory and adequate garbage point that need to be improved in terms of readiness for tourism.

Keywords: Retro Agricultural Market / Tourism motivation / Banrachan

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากอดีตถึงปัจจุบัน ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากก่อให้เกิดรายได้แล้ว คนส่วนใหญ่ของประเทศยังมีอาชีพทำการเกษตร และที่ผ่านมามีคนรุ่นใหม่หันมาสนใจการทำเกษตรมากขึ้น ทำให้มีนวัตกรรมเทคโนโลยีเกิดขึ้นมากมาย เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีการขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากภาคเกษตรที่มีบทบาทสำคัญแล้วภาคการท่องเที่ยวก็มีการขยายตัวขึ้น โดยทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคตต้องพัฒนาไปสู่ความมั่นคง (Stability) ขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้ในภาวะวิกฤต เพื่อให้เกิดความมั่งคั่ง (Prosperity) สามารถสร้างรายได้เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศและความยั่งยืน (Sustainability) สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยนั้น ต้องสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลกได้โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น สามารถสร้างความสมดุลของการท่องเที่ยวจากการเพิ่มรายได้ เพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว และมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง (Ministry of Tourism and Sports, 2015 : online)

จังหวัดสิงห์บุรีตั้งอยู่ในเขตภาคกลางตอนบนริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะทางไม่ไกลจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานโดดเด่นและยิ่งใหญ่ด้วยวีรกรรมการสู้รบของชาวบ้านบางระจันที่ได้รับการยกย่องเชิดชู เมื่อครั้งพม่ายกทัพมาตีกรุงศรีอยุธยาในสมัยของสมเด็จพระเจ้าเอกทัศ การคมนาคมภายในจังหวัดมีความสะดวก มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญเชิงประวัติศาสตร์ และศาสนาที่มีชื่อเสียง ตลอดจนยังสามารถคงความเป็นอยู่วิถี

แบบไทยของชาวมัธยมฝั่งแม่น้ำน้อย รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้ความรู้ รวมทั้งการทำเกษตรอินทรีย์และโครงการพระราชดำริ จากความสวยงาม ตามวิถีธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ของจังหวัดสิงห์บุรี ทำให้ในปี 2559 ได้ก่อเกิดตลาดเกษตรย้อนยุค บ้านระจัน ขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านเพื่อค้าขายผลิตผลทางการเกษตร สินค้าภูมิปัญญา อาหารไทย ท้องถิ่น และเพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวด้านอาหารโบราณพื้นถิ่น ตามนโยบายของพระครูวิจิตรวิมลคุณ เจ้าคณะอำเภอดำรงราษฎร์ อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยสถานที่ตั้งของวัดอยู่ฝั่งตรงข้ามกับอุทยาน ประวัติศาสตร์วีรชนค่ายบางระจัน ที่ต้องการให้วัดเป็นที่พึ่งของชาวบ้านอย่างแท้จริง ซึ่งนอกจากจะเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการสืบสานมรดกของชาวลิงห์บุรีแล้ว ยังเป็นการช่วยแก้ปัญหาการค้าผลผลิตตกต่ำช่วยให้เกษตรกรในพื้นที่ที่ขาดรายได้ และมีปัญหานี้สิน สามารถมีรายได้รวมถึงสามารถสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ในการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งทำให้ตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจันเป็นหนึ่งในอันซีน ทัวร์ไทยแลนด์ (Manager Online, 2018: Online)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุค บ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอดำรงราษฎร์ จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจันในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านอาหารไทยพื้นบ้านรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดเกษตรย้อนยุค บ้านระจัน สามารถนำข้อมูลที่ได้

เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล ค่ายบางระจัน กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การบริหารส่วนจังหวัดสิงห์บุรี และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ตลอดจนสามารถเป็นต้นแบบเพื่อให้ชุมชนอื่นในการให้บริการที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม ปีพ.ศ.2561

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดของประชากร โดยใช้วิธีการคำนวณตามสูตร Cochran (1997) โดยผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.30

ค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ใช้สูตร $n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง 2) สร้างแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 3 คน และนำไป Try out กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 3) เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และ 4) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติและสรุปผลงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเครื่องมือคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงปริมาณ สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ตอนที่ 2 แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) (ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.882) และเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้

(Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย

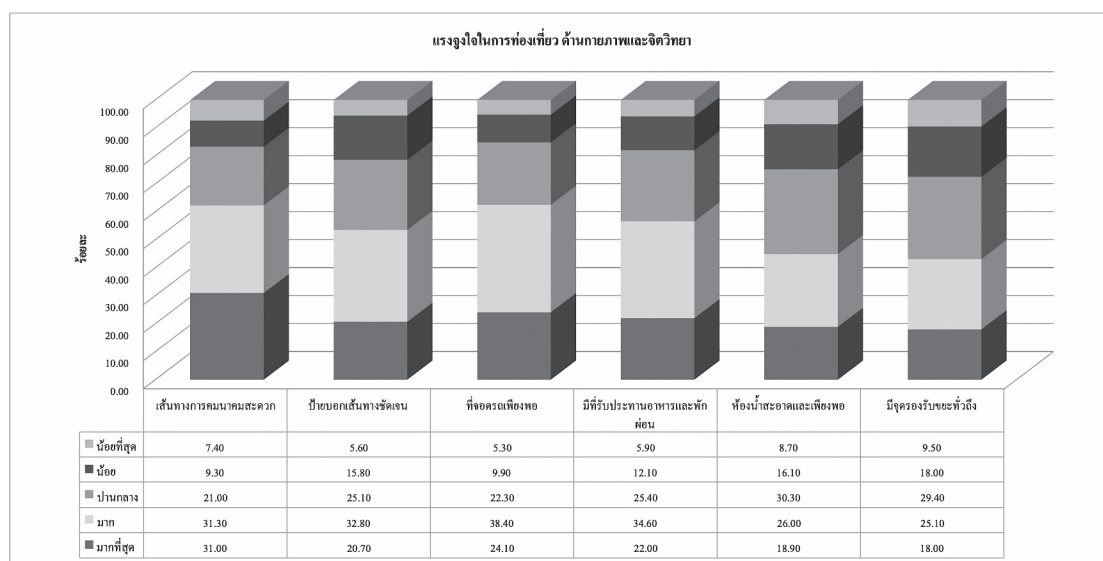
ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางและจังหวัดใกล้เคียง ตามลำดับ นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่เป็นครั้งแรก โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่ที่ 1,050 บาท ทั้งนี้ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจันจากการแนะนำของบุคคลที่รู้จัก อินเทอร์เน็ต โซเชียล และเอกสารการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ผลการวิจัยตอนที่ 2 แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยว

เดินทางมาเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งหมด 6 ด้าน ดังนี้

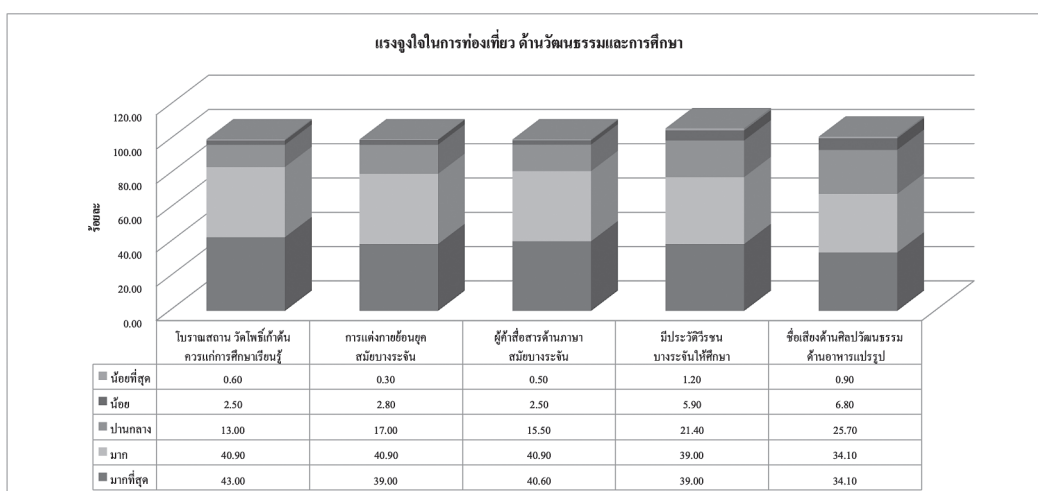
ด้านกายภาพและจิตวิทยา ในภาพรวมมีแรงจูงใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. 0.04) โดยประเด็นที่เป็นแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในระดับมากในประเด็นเส้นทางคมนาคมที่มีความสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 1.12) มีที่จอดรถเพียงพอกว้างขวาง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.11) มีที่นั่งสำหรับรับประทานอาหารและพักผ่อนอย่างเพียงพอทั่วทั้งตลาด ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.13) มีป้ายบอกเส้นทางทำให้เห็นชัดเจน และหาง่าย ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.15) และประเด็นที่จูงใจให้มาท่องเที่ยวที่ตลาดแห่งนี้ในระดับปานกลาง คือ ในประเด็นการมีห้องน้ำบริการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและสะอาด ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 1.20) และการมีจุดบริการรองรับขยะมูลฝอยอย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 1.22) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แผนภาพแสดงผลแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านกายภาพและจิตวิทยา

ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ในภาพรวมแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.07) ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละประเด็น สิ่งที่เป็นแรงจูงใจเรื่องของโบราณสถาน วัดโพธิ์เก้าต้นที่มีความเก่าแก่ควรค่าแก่การศึกษาเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.81) และมีประเด็นที่จูงใจในระดับมาก คือ ประเด็นผู้ค้ามีการสื่อสารด้วยภาษาย่อนยุคในสมัยบางระจัน ชำยยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมในอดีต ($\bar{X} =$

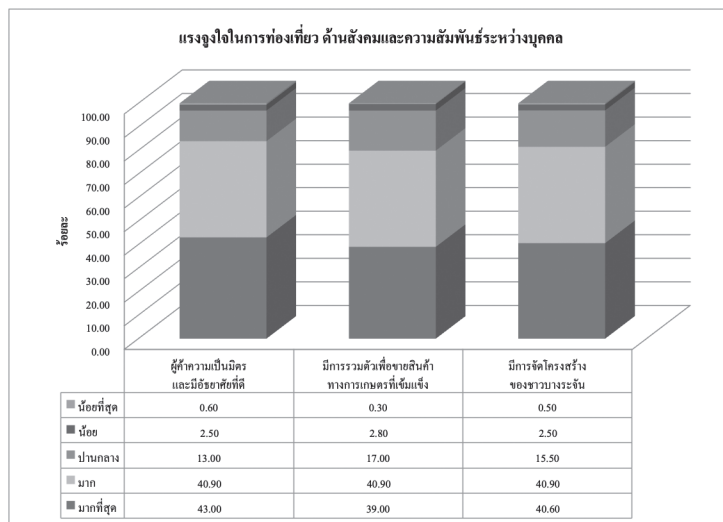
4.18, S.D. = 0.83) มีการแต่งกายย้อนยุคสมัยบางระจัน ทำให้เห็นถึงวัฒนธรรมการแต่งกายสมัยโบราณ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.82) มีประวัติวีรชนบางระจันเพื่อการศึกษาเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.94) และความมีชื่อเสียงด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านอาหารแปรรูปทางการเกษตร เช่น ปลาาร้าลับ ผัดไทโบราณ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.97) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 แผนภาพแสดงผลแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

ด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในภาพรวมแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ค้ามีความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.80) และมีประเด็นแรงจูงใจในระดับมาก คือ การมีการรวมตัว

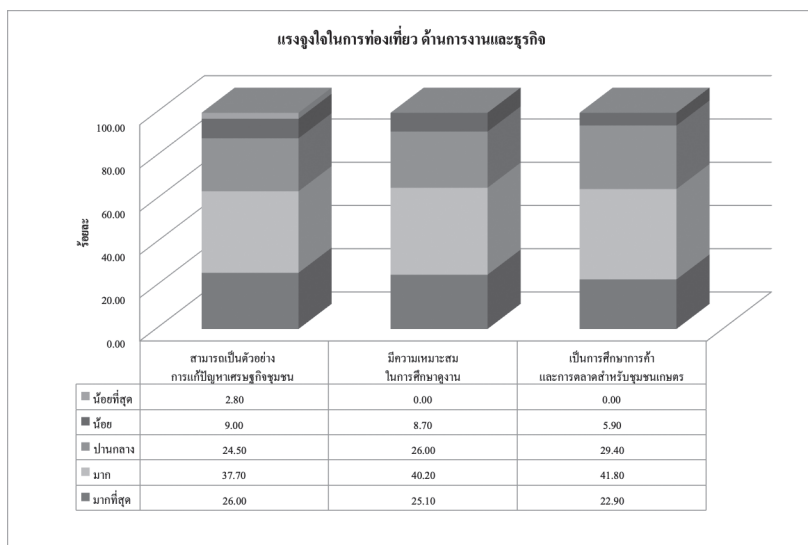
เพื่อขายผลิตผลทางการเกษตรของชาวบางระจันที่มีความเข้มแข็ง ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.84) มีการจัดโครงสร้างของชาวบางระจันซึ่งแสดงถึงความสำคัญตามภาระหน้าที่ของสมาชิก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 1.05) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 แผนภาพแสดงผลแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านการงานและธุรกิจ ในภาพรวมแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.09) โดยในแต่ละประเด็นต่างเป็นแรงจูงใจในระดับมาก คือ มีความเหมาะสมในการศึกษาดูงานเพื่อไปปรับใช้ในเชิงธุรกิจสำหรับชุมชนเกษตรอื่น ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.91)

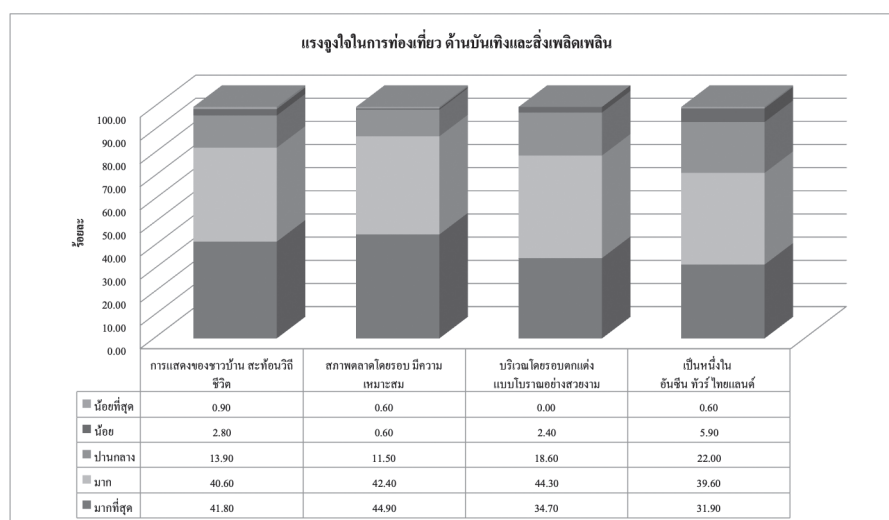
เป็นการศึกษารูปแบบการค้าขายและการตลาดสำหรับชุมชนเกษตรอื่นเพื่อประกอบเป็นอาชีพ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.85) และสามารถเป็นตัวอย่างในการแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจชุมชนให้แก่ชุมชนเกษตรอื่นได้ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 1.03) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4



รูปที่ 4 แผนภาพแสดงผลแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการงานและธุรกิจ

ด้านการบันเทิงและสิ่งเพิดเพลิน ในภาพรวมแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.07) โดยประเด็นเรื่องสภาพตลาดโดยรอบมีความเหมาะสมอยู่ดีริมแม่น้ำทำให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวรู้สึกเพิดเพลินและมีความสุข อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.74) และมีประเด็นที่มีแรงจูงใจในระดับมาก คือ มีการแสดงของชาวบ้านที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชาวบางระจัน

สมัยอยุธยา ได้แก่ มวยไทย รำดาบ ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.85) บริเวณโดยรอบตลาดมีการจัดตกแต่งสถานที่แบบโบราณอย่างสวยงามทำให้เกิดความรู้สึกเพิดเพลิน ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.79) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยกย่องให้เป็นหนึ่งในอันซีน ทัวร์ ไทยแลนด์ ส่งผลให้เป็นที่น่าสนใจในการมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 5



รูปที่ 5 แผนภาพแสดงผลแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านบันเทิงและสิ่งเพิดเพลิน

ด้านศาสนา ในภาพรวมแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.10) ประเด็นการมีกิจกรรมที่แสดงถึงความเชื่อของชาวพุทธ ได้แก่ หาบน้ำแกบนปิดทอง เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.81) และประเด็นที่อยู่ในระดับมาก คือ มีวัดที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานจากกรมศิลปากร ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.89) และการเป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวพุทธ เช่น เจดีย์ ศาลาวิมาน เป็นต้น ทำให้เกิดความศรัทธา ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 1.00)

อภิปรายผลการวิจัย

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุค

บ้านระจัน ตำบลบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จากผลการวิจัย แรงจูงใจทั้ง 6 ด้านนั้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษากับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่แตกต่างกัน โดยอภิปรายผลเป็นรายด้าน ดังนี้

แรงจูงใจด้านกายภาพและจิตวิทยา โดยพบว่า ในประเด็นด้านกายภาพ เรื่องของความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความสะดวกของเส้นทางในการเดินทาง และการมีที่จอดรถให้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการท่องเที่ยว (Chaimuang, 2010; Kullachai and Kullachai, 2005; Sittirak, 2010) รวมถึงการจัดให้มีบริเวณสำหรับรับประทานอาหารและพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการให้บริการห้องน้ำที่เพียงพอ และสะอาด นับเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวที่ทางหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญและได้มีความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด (Thai Post, 2018 : online) ซึ่งจะส่งผลถึงภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวที่ส่งผลให้สามารถยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวได้

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการศึกษา พบว่า ประเด็นแรงจูงใจที่สำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ที่นับเป็นเอกลักษณ์และจุดสนใจของแหล่งท่องเที่ยวนี้คือ เรื่องของโบราณสถานวัดโพธิ์เก้าต้น ที่มีความเก่าแก่ควรค่าแก่การศึกษาเรียนรู้ ผู้ค้ามีการสื่อสารด้วยภาษา และการแต่งกายแบบย้อนยุคในสมัยบางระจัน ที่ยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมในอดีตยุคสมัยบางระจัน รวมทั้งมีประวัติวีรชนบางระจันเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และความมีชื่อเสียงศิลปวัฒนธรรม ด้านอาหารแปรรูปทางการเกษตร จึงมีความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสินค้าของชุมชน/ท้องถิ่น พร้อมด้วย ประเทศไทยมีการสืบทอดวัฒนธรรมจากอดีตถึงปัจจุบัน สะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนไทย ซึ่งตลาดย้อนยุคมีการจัดตกแต่งพื้นที่ที่แสดงถึงวัฒนธรรมในยุคโบราณ นอกจากจะได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมแต่เดิม ทั้งยังได้ศึกษาถึงสภาพสังคมในอดีตจนทำให้เกิดปรากฏการณ์การโยกย้ายถิ่นด้วย (Obromchob, 2008; Setthawat, 2009; Wongatit and Vannavanit, 2016)

แรงจูงใจด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า ประเด็นแรงจูงใจที่สำคัญ คือ ผู้ค้าที่มีความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการมีการรวมตัวเพื่อขายผลิตผลทางการเกษตรของชาวบางระจันในรูปกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง มีการจัดโครงสร้างคณะกรรมการตลาดของชาวบางระจัน ซึ่งแสดงถึงความสำคัญตามภาระหน้าที่ของสมาชิก

การจัดการแสดงศิลปวัฒนธรรม อาหารท้องถิ่น และสินค้าชุมชน รวมทั้งอัธยาศัยไมตรีที่ดีของชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดี ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งเกี่ยวข้องสอดคล้องในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ สินค้าของชุมชน/และความสัมพันธ์ที่ดีของท้องถิ่น (Obromchob, 2008 and Setthawat, 2009)

แรงจูงใจด้านการงานและธุรกิจ เป็นประเด็นหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ การจัดแสดงผลผลิตทางการเกษตร การออกบูธจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ (Ngernthongdaeng, 2014) ซึ่งทางตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน นับว่าประสบความสำเร็จและสามารถเป็นแบบอย่างกับชุมชนเกษตรอื่นในด้านความร่วมมือกันของคนในชุมชนสืบเนื่องมาจากการรวมตัวกันในการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ รวมทั้งผลผลิตที่เกิดขึ้นในจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดใกล้เคียงที่ก่อให้เกิดรายได้ จึงส่งผลให้เกิดการเจรจาธุรกิจ ติดต่อซื้อขายสินค้าทางการเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภคขึ้น ดังนั้นจึงถือได้ว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน เกิดแรงจูงใจด้านการงานและธุรกิจเมื่อมาท่องเที่ยวยังตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน

แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดบ้านระจัน ให้ความสนใจในความเป็นธรรมชาติของพื้นที่และกิจกรรมการแสดง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญกมล ดอนขวา และจิตตานันท์ ดิกุล (Donkwa and Tikul, 2014) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสภาพความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความสวยงามของสถานที่ด้วย (Kullachai and Kullachai, 2005)

แรงจูงใจด้านศาสนา พบว่า วัดโพธิ์เก้าต้น ซึ่งเป็นวัดที่อยู่บริเวณเดียวกับตลาด เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และเป็นสถานที่เคารพของชาวพุทธ มีโบราณสถานที่

นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงศาสนา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี โดยเฉพาะวัดที่เป็นแหล่งยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวพุทธ (Kawanobe, 2011) โดยแรงจูงใจด้านศาสนา ในนักท่องเที่ยวกลุ่มศาสนาพุทธและอิสลาม เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา (Kanjjanopas, 2014) ทั้งนี้ ประเด็นแรงจูงใจด้านศาสนา ไม่เพียงส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น แต่ยังส่งผลถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยที่ให้ความสนใจในความสวยงามของสถาปัตยกรรมและความสำคัญของวัด ความมีชื่อเสียง และบรรยากาศความศักดิ์สิทธิ์ (Sangsee and Parasakul, 2017)

สรุปผลการวิจัย

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดเกษตรย้อนยุคบ้านระจัน ตำบลบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี แบ่งเป็น 6 ด้าน ทั้งหมดมีระดับแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้ **ด้านกายภาพและจิตวิทยา** คือ การมีเส้นทางคมนาคมในการเดินทางที่สะดวก ไม่ซับซ้อน มีที่จอดรถเพียงพอ มีที่นั่งสำหรับรับประทานอาหารและพักผ่อนอย่างเพียงพอ มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนและหาง่าย โดยมีสิ่งที่ควรพัฒนา และปรับปรุง คือ ห้องน้ำในการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ และสะอาด รวมถึงจุดบริการรองรับขยะมูลฝอยที่ทั่วถึง **ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา** คือ การมีโบราณสถาน “วัดโพธิ์เก้าต้น” ที่มีความเก่าแก่ ควรค่าแก่การศึกษาเรียนรู้ การแต่งกายแบบย้อนยุคสมัยบางระจันทำให้เห็นถึงวัฒนธรรมการแต่งกายสมัยโบราณ ผู้ค้ามีการสื่อสารด้วยภาษาย้อนยุคในสมัยบางระจันและยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมในอดีต มีประวัติวีรชนบางระจัน

เพื่อการศึกษาเรียนรู้ ความมีชื่อเสียงด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนด้านอาหารแปรรูปทางการเกษตร **ด้านสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** คือ ผู้ค้าซึ่งเป็นชาวบ้านมีความเป็นมิตร และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว มีการรวมตัวกันเพื่อขายผลิตผลทางการเกษตรของชาวบางระจัน ที่มีความเข้มแข็ง มีการจัดโครงสร้างของชาวบางระจันซึ่งแสดงถึงความสำคัญตามภาระหน้าที่ของสมาชิก **ด้านการงานและธุรกิจ** คือ สามารถเป็นตัวอย่างในการแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจชุมชนให้แก่ชุมชนเกษตรอื่นๆ ได้ มีความเหมาะสมในการศึกษาดูงานเพื่อไปปรับใช้ในเชิงธุรกิจสำหรับชุมชนเกษตรอื่น รวมถึงสามารถเป็นที่ศึกษารูปแบบการค้าขายและการตลาดสำหรับชุมชนเกษตรอื่นเพื่อประกอบเป็นอาชีพ **ด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน** คือ สภาพตลาดโดยรอบมีความเหมาะสมส่งผลให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวรู้สึกเพลิดเพลินและมีความสุข มีการแสดงของชาวบ้านที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชาวบางระจันสมัยอยุธยา บริเวณโดยรอบตลาดมีการจัดตกแต่งสถานที่แบบโบราณอย่างสวยงามทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยกย่องให้เป็นหนึ่งในอันซีน ทัวร์ไทยแลนด์ ส่งผลให้เป็นที่น่าสนใจในการมาท่องเที่ยว และ **ด้านศาสนา** คือ การมีกิจกรรมที่แสดงถึงความเชื่อของชาวพุทธ ได้แก่ การทำบุญ สะเดาะเคราะห์ โดยมีวัดเป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวพุทธ เป็นวัดที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน จากกรมศิลปากร ทำให้เกิดความศรัทธาของชุมชนและนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และอาจจะเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อให้ได้

ผลงานวิจัยในเชิงลึก และได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุม และมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น รวมถึงควรมีการทำการศึกษากับกลุ่มของผู้ประกอบการ (ชาวบ้าน) ที่เป็นผู้นำขายสินค้าเกษตรสินค้าแปรรูป เพื่อศึกษาในแง่ของการบริหารจัดการ การบริการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตลาด

2. ควรศึกษาในประเด็นโครงสร้างการบริหารจัดการตลาดย้อนยุคบ้านระจัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- Chaimuang, R. (2010). *The Factors Affecting Decision to travel at Samchuk Market 100 Year Market, Suphanburi Province*. Special Problem, Faculty of Business Administration, Kasetsart University. Suphanburi.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, L.J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York: Harper.
- Donkwa, K. and Tikul, J. (2014). The Quality Development of Agro Tourism in Northeast Thailand. *Suranaree Journal Social Science*, 8(1), 55-71.
- Kanjanopas, S. (2014). *South Asian tourists' travel motivations and behaviors in visiting Thailand*. Master's Thesis, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University. Bangkok.
- Kawanobe, S. (2011). *The Motivations and Behaviors of Thai Tourists: A Case Study of Mueang District, Nan Province*. Independent Study. Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. Pathum Thani.
- Kullachai, P. and Kullachai, K. (2005). Relation of study factors to decision making in agro-tourism. *Proceedings of 43rd Kasetsart University Annual Conference*. Bangkok: 347-354.
- Manager Online. (2018). *Thai Retro Market Banrachan* (Online). Retrieve May 5, 2018, from <https://mgronline.com/travel/detail/9610000039745>
- Ministry of Tourism and Sports. (2015). *The National Tourism Development Plan 2017-2021* (Online). Retrieve December 28, 2017, from http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=312&filename=index
- Ngernthongdaeng, D. (2014). *Factor Affecting The Decision To Agro And Eco Tourism in Nakornnayok Province*. Master's Thesis, Faculty of Business Administration, Stamford International University. Petchaburi.
- Obromchob, M. (2008). *The Tourist's Motivation of Renu Nakhon, Nakhon Phanom province*. Special Problem, Faculty of Business Administration, Kasetsart University. Bangkok.

- Sangsee, N. and Parasakul, L. (2017). Motivations and Perceptions of Western Tourists Affecting Their Satisfaction of Visiting Temples in Bangkok: The case study of Wat Phra Si Rattana Satsadaram, Wat Phra Chettuphon Womon Mangkhalaram and Wat Arun Ratchawaram. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)*, 12 (2), 198-210.
- Setthawat, S. (2009). *Motivation factors to travel in Bangkok Metropolitan of foreign tourists*. Special Problem, Faculty of Business Administration, Kasetsart University. Bangkok.
- Sittirak, P. (2010). *Opinion of Tourist about Ko Kret Tourism Readiness, Nontaburi Province*. Master's Thesis, Faculty of Agriculture, Kasetsart University. Bangkok.
- Thai Post. (2018). *Department of Tourism... moving forward to awareness of public toilet users keep clean when using public toilets in tourist attractions* (Online). Retrieve August 30, 2018, from <https://www.ryt9.com/s/tpd/2785220>
- Wongatit, S. and Vannavanit, Y. (2016). Factors Affecting Thai Tourist' Decision Making in Nostalgia Tourism. *Dusit Thani College Journal*, 10 (1), 115-131.