



รายงานวิจัย

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทางสืบสาน รักษา ต่อยอด
(Wisdom King Farm)
สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

โดย

นางสาวลักษณนารา แยม่วง
เจ้าหน้าที่พัฒนากิจการ สำนักพัฒนากิจการ

สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน)
ปีงบประมาณ 2566



รายงานวิจัย

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด
(Wisdom King Farm)
สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

โดย

นางสาวลักษณนารา แยม่วง
เจ้าหน้าที่พัฒนากิจการ สำนักพัฒนากิจการ

สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน)
ปีงบประมาณ 2566

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด
(Wisdom King Farm)

สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต รวมทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินนโยบาย แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ของสำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่เหมาะสมต่อไป

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.86 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.43 มีสถานภาพโสด จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.86 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.71 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.71 ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่า เคยเดินทางมามากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.29 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวชม เพื่อซื้อสินค้าและบริการ (เช่น กาแฟ เครื่องดื่ม สินค้า) คิดเป็นร้อยละ 25.51 ทราบข้อมูลจากช่องทาง สื่อโซเชียล เช่น Facebook , Instagram , Tik Tok , Line จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.48 ช่วงโอกาสในการมาเที่ยวชมส่วนใหญ่มาในช่วงวันหยุด จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.17 อาศัยอยู่จังหวัดปทุมธานี มากที่สุด จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.86 และผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการมาเที่ยวชม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.21) พิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เที่ยวชมมีความพึงพอใจในด้านร้านกาแฟและเครื่องดื่ม มากที่สุด (\bar{x} = 4.35) และเมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า ผู้เที่ยวชมมีความพึงพอใจกาแฟและเครื่องดื่มได้คุณภาพมาตรฐาน สะอาดปลอดภัย มากที่สุด (\bar{x} = 4.43) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมที่ไม่แตกต่างกัน และผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชมที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรม ความพึงพอใจ เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm)

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		ก
สารบัญ		ข
สารบัญตาราง		ง
บทที่ 1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญ	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	ขอบเขตการวิจัย	3
	สมมติฐานการวิจัย	3
	คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	5
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	6
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	12
	วิธีการวิจัย	12
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
	การวิเคราะห์ข้อมูล	14
บทที่ 4	ผลการวิจัย	15
	ผลการวิจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวชม	15
	ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชม	20
	ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชม	23
	ผลการทดสอบสมมติฐาน	27
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	30
	สรุปผลการวิจัย	31
	ข้อเสนอแนะ	32

บรรณานุกรม	
บรรณานุกรมภาษาไทย	33
ภาคผนวก	35

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม เพศ	15
1.2	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม อายุ	16
1.3	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	17
1.4	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม สถานภาพ	17
1.5	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม อาชีพ	18
1.6	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ย	19
1.7	แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชม ด้านความถี่ในการมาเที่ยวชม	20
1.8	แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชม ด้านวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม	21
1.9	แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชม ด้านช่องทางในการรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	21
1.10	แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชม ด้านช่วงโอกาสในการมาเที่ยวชม	22
1.11	แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชม ด้านจังหวัดที่พักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน	22
1.12	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ ผู้มาเที่ยวชมด้านแหล่งท่องเที่ยว	23
1.13	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ ผู้มาเที่ยวชม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	24
1.14	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ ผู้มาเที่ยวชม ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม	25
1.15	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ ผู้มาเที่ยวชม ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่	26
1.16	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ในการเที่ยวชมโดยภาพรวม	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
1.17	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	27
1.18	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมที่แตกต่างกัน	28
1.19	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชมที่แตกต่างกัน	29

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก และมีการเติบโตขึ้นอย่างเนื่องและรวดเร็วเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน ได้กลายเป็นแนวคิดที่สำคัญแนวคิดหนึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องด้วยแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศล้วนมีศักยภาพที่จะสามารถดึงดูดความสนใจ และชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมเยือน จากสถิติของกรมการท่องเที่ยว ปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 30.27 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 13.29 โดยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นจำนวนเงิน 1.344 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 15.1 มีผู้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นจำนวน 133.89 ล้านคน/ครั้ง และสร้างรายได้จำนวน 0.669 ล้านล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีความสวยงามติดระดับโลก มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมจะพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอีกจำนวนมาก หากได้รับการพัฒนาจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทยและต่างชาติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามแล้ว วิถีชีวิตเกษตรกรรมความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย วัฒนธรรมที่หลากหลาย ชื่อเสียงที่โดดเด่นด้านการผลิตสินค้าเกษตรและจำหน่ายไปทั่วโลก ซึ่งเป็นสิ่งที่ประเทศไทยสามารถนำศักยภาพที่โดดเด่นเหล่านี้มาเป็นจุดนำเสนอสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจของเกษตรกร และมีอยู่จำนวนมากในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ และส่งเสริมให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น Marks, Polucha, Jaszczak และ Marks (2009) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถก้าวเข้ามาเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและกระตุ้นการพัฒนาพื้นที่ชนบทได้

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จัดตั้งพิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร เนื่องในมหามงคลสมัยที่ทรงครองสิริราชสมบัติครบรอบ 50 ปี ในปีพุทธศักราช 2539 โดยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์การก่อสร้างอาคารพิพิธภัณฑ์ เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2539 และพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร เสด็จพระราชดำเนินเป็นองค์ประธานในพิธีเปิดเมื่อวันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2545 ต่อมากระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดำเนินการจัดตั้งสำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) เพื่อดำเนินการบริหารงานตามพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งสำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) พ.ศ.2552 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 23 มิถุนายน 2552

(<https://www.wisdomking.or.th/th>)

สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) มีภารกิจหลักในการเผยแพร่พระเกียรติคุณและพระอัจฉริยภาพของพระมหากษัตริย์ไทยด้านเกษตร รวมถึงการขับเคลื่อนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นหลักคิดและการน้อมนำไปปฏิบัติสู่สังคมในทุกมิติ เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรม สืบสาน รักษา ต่อยอด ด้านเกษตรเศรษฐกิจพอเพียงสู่สาธารณชนในวงกว้างมากขึ้น ผนวกกับในปีพุทธศักราช 2562 รัฐบาลได้ให้ทุกภาคส่วนจัดทำโครงการและกิจกรรม เพื่อร่วมเฉลิมพระเกียรติในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก (<https://www.wisdomking.or.th/th>)

สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงได้มีการจัดทำโครงการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สืบสาน รักษา ต่อยอด ในชื่อ Wisdom King Farm เพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พร้อมส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านวิถีเกษตร พร้อมกระตุ้นการเข้าชม ศึกษาเรียนรู้ เกษตรเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมคุณภาพชีวิต พัฒนาสังคมและจิตใจในการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่จัดแสดงเพื่อการเรียนรู้เกษตรในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ การเรียนรู้กลางแจ้งสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สืบสาน รักษา ต่อยอด เพื่อสอดรับสังคมการเรียนรู้ และกระตุ้นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ที่หลากหลายและยั่งยืน พร้อมส่งเสริมและจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ ด้านเกษตรสู่การพัฒนาขยายผลและนำมาซึ่งการสร้างรายได้ แก่ภาคเกษตรและเครือข่ายตลอดจนการใช้ประโยชน์พื้นที่ สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อการเรียนรู้และทำกิจกรรมตามลำดับ (เอกสารจัดทำโครงการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สืบสาน รักษา ต่อยอด สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2562)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ที่เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อให้ทราบและได้มาซึ่งข้อมูลสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง/ประชากร : ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2566

2. พื้นที่ศึกษา : แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน) หมู่ 13 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี

3. ระยะเวลาการศึกษา : ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2566 ถึง กันยายน 2566 เป็นการศึกษา งานวิจัยในปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 - กันยายน 2566)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อความถี่ในการมาเที่ยวชม ที่แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. “เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสสมหมายมงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พร้อมส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านวิถีเกษตร พร้อมกระตุ้นการเข้าชม ศึกษาเรียนรู้เกษตรเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมคุณภาพชีวิต พัฒนาสังคมและจิตใจในการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่จัดแสดงเพื่อการเรียนรู้เกษตรในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ เพื่อสอดรับสังคมการเรียนรู้ และกระตุ้นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ที่หลากหลายและยั่งยืน

2. “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีการวางแผนไวล่วงหน้า การรู้จักสถานที่ท่องเที่ยววัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว ช่วงวันในการท่องเที่ยว การเดินทางในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

3. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว” หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากการได้รับการตอบสนองด้านจิตใจและร่างกาย ซึ่งมีทั้งในแง่บวกและแง่ลบต่อสถานที่ท่องเที่ยวทั้งในด้านสินค้าและบริการ ดานราคา ดานสถานที่ และด้านกิจกรรมที่ให้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต
2. เป็นแนวทางในการดำเนินนโยบาย แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ของสำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่เหมาะสมต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล โดยมีแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นฤมล สมิตินันทน์ (2527) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมในแต่ละคน ซึ่งจะมีการแสดงออกในเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตนเพื่อให้สังคมยอมรับ และยกย่อง สำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวันที่น่าเบื่อ นอกจากนี้ก็มี การเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ

ชวัลนุช อุทยาน (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำที่ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะรู้ว่าตนกำลังกระทำอะไรอยู่หรือไม่ก็ตาม เป็นสิ่งที่มุ่งตอบสนองความต้องการ โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้โดยตรง ส่วนพฤติกรรมภายในเป็นการแสดงออกทางความรู้สึกนึกคิด

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การประพาสของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นปฏิกริยา สีหน้า ท่าทาง คำพูด หรือการกระทำที่แสดงออกมาในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อบ่งบอกถึงอารมณ์และความรู้สึกของตน

เลิศพร ภาระสกุล (2560) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นกระบวนการการตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลรวมทั้งการหาข้อมูล การวิเคราะห์และประเมินข้อมูลในการตัดสินใจซื้อจากการรับรู้ข้อมูล จากนั้นจะเริ่มพิจารณาความชอบหรือไม่ชอบโดยใช้ความรู้สึก ทศนคติและประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เคยได้รับเป็นตัวกลั่นกรอง นอกจากนี้ยังมีการแสดงความคิดเห็นเป็นผลลัพธ์ภายหลังการซื้อ ซึ่งจะมีผลต่อการซื้อใหม่ในอนาคต

สุธิดา เผือกบำรุง และคณะ (2564) พฤติกรรม คือ การกระทำของบุคคลที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าในลักษณะที่เป็นธรรมชาติ ทางสรีระ เช่น วาจาและการกระทำ ที่ตั้งใจทำให้บุคคลอื่นเห็น ซึ่งผู้กระทำอาจจะทำออกมาโดยรู้ตนเอง หรือไม่รู้ตนเองก็ได้และแสดงออกมาซึ่งจะเป็นการกระทำที่สังเกตได้ด้วยตาเปล่า

จากความหมายและคำอธิบายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวข้างต้นอาจกล่าวสรุปได้ว่า พฤติกรรม นักท่องเที่ยวคือการกระทำทุกอย่างที่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีทั้งพฤติกรรมภายใน เช่น เจตคติ ความคิด ความรู้สึกต่อสถานที่ท่องเที่ยว การบริการ หรือแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะไม่แสดงออกมาให้เห็นได้ชัดมากนักแต่เป็นสิ่งที่บุคคลนั้นรู้อยู่ในตัวเองอยู่แล้ว และพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกมาให้บุคคลอื่น เห็น ระหว่างการใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยการกระทำดังกล่าวสามารถแสดงออกได้ ทั้งที่นักท่องเที่ยวรู้ตัวและไม่รู้ตัว

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมิต สัจฉกร (2542) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับ กับสิ่งที่คาดหวังระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ซึ่งหากพิจารณาถึงความพึงพอใจของการบริการว่าจะเกิดความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดพบว่า ถ้าได้รับการบริการต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่ถากระดับของการบริการสูงกว่าความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ได้รับจากบริการสูงกว่าความคาดหวังผู้ใช้บริการก็จะเกิดความประทับใจและส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับไปใช้บริการซ้ำอีก

คอตเลอร์ (Kotler, 2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้และเกิดการเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการ กับความคาดหวังของตน โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้จะทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดเป็นความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้นสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ และจะฝังลึกอยู่ในใจของผู้ที่ได้รับ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์การบอกต่อสินค้าและบริการของเราให้ผู้อื่นรับรู้

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นไปตามความคาดหวังของบุคคล โดยเป็นผลจากการแสดงออกทางความรู้สึก ทัศนคติของบุคคล ซึ่งเป็นความรู้สึกที่มีต่อประสบการณ์หรือสิ่งที่ได้รับต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ โดยจะเกิดความพอใจก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้หรือทำให้บรรลุ จุดมุ่งหมายได้จึงจะเกิดความรู้สึกบวก แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจ

โสพิณ บัณญาจันโต (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกดีที่ผู้รับบริการ แสดงออกถึงความพอใจในทิศทางที่เป็นบวก เมื่อได้รับผลประโยชน์ในด้านจิตใจและวัตถุ และจะแสดงออกในทิศทางลบเมื่อเกิดความไม่พอใจ ซึ่งเกิดจากสิ่งเร้าที่เป็นตัวกระตุ้นภายใน ความพึงพอใจในด้านบริการ คือ ความรู้สึกของอารมณ์ที่เป็นสุขซึ่งได้รับการบริการทั้งด้านการจัดการที่ดีความสะอาด การบริการ ที่เสมอภาค ถูกต้อง รวดเร็ว

ปาริชาติ สังข์ขาว (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกต่อสิ่งที่ได้รับในทางบวก เป็นความชอบ ความสบายใจ ความสุขต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุต่อความต้องการ

จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่เป็นการยอมรับความรู้สึกที่ยินดี ความรู้สึกชอบในการได้รับบริการหรือได้รับการตอบสนองตามความต้องการที่บุคคลนั้นได้ตั้งไว้

เลิศพร ภาระสกุล (2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือการบริการ กับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน และนำมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้จะก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกบรรลุในความตั้งใจที่ได้คาดหวังไว้ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลออกมาไม่เป็นไปตามสิ่งที่คาดหวัง ไม่เกิดความเพลิดเพลิน และรู้สึกไม่ดีในการท่องเที่ยว แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคาดหวังทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งมักเกิดจากการที่บุคคลได้รับการตอบสนองอย่างตรงตามความต้องการ จึงจะเกิดเป็นความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับ ทำให้เกิดเป็นความรู้สึกด้านบวก แต่ถ้าหากความต้องการของบุคคลนั้นไม่ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ทำให้เกิดความรู้สึกด้านลบ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทิตา เพชรภรณ์ (2558) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จำแนกตามพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักเกาะเกร็ดจากวารสารการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีการดำเนินชีวิต เป็นสถานที่ที่ต้องการเข้ามาเที่ยวมากที่สุด โดยเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติๆ และมีการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 1,001-1,500 บาท ใช้จ่ายเป็นค่าของฝาก/ของที่ระลึก และรับทราบข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว ผ่านทางอินเทอร์เน็ต 2) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ รายได้ และ สถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านสถานที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านการบริการและ ความปลอดภัย และด้านอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรม พบว่า การจัดสรรค่าใช้จ่ายและลักษณะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจ ในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านสถานที่และด้านการบริการและความปลอดภัย

แตกต่างกัน สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว การจัดสรรค่าใช้จ่าย และลักษณะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

วรลักษณ์ บริบูรณ์ยั่งยืน (2559) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ทัศนศึกษาตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม จำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมเพื่อสานสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 เดินทางมาที่ครอบครัว/ญาติ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ช่วงเดินทางมาวันอาทิตย์ จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.8 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว นาน ๆ ครั้ง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 นักท่องเที่ยวเดินทางเลือกซื้ออาหารและขนม จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 501-1,000 บาท จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว คือ ราคาอาหารแพง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 และผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านอาหาร และเครื่องดื่มที่หลากหลายมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91

สุรียา แสงพงศ์ (2560) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว รวมถึงเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว วิธีการในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ด้วยวิธีการทำแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรีครั้งนี้ มีปัจจัยองค์ประกอบ จำนวน 7 ด้านประกอบด้วย ด้านที่ 1 ด้านกระบวนการบริการ ด้านที่ 2 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านที่ 3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 4 ด้านการมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ด้านที่ 5 ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 6 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่ 7 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากนักท่องเที่ยวที่มารับบริการในสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสวนสัตว์เปิดเขาเขียวของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียวส่วนใหญ่ มากับครอบครัว มากกว่า 1 ครั้ง โดยที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวส่วนใหญ่ มาเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ แบบไปกลับในวันเดียว โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือ เพื่อพักผ่อน หย่อนใจ รับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าชมกิจกรรมของจุดแสดงช้างและประทับใจการแสดงป้อนอาหารสัตว์ สำหรับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมทั้งหมดและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้าน ก็พบว่า อันดับ 1 คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รองลงอันดับ 2 คือด้านแหล่งท่องเที่ยว อันดับ 3 คือด้านการเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยว อันดับ 4 คือด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อันดับ 5 คือด้านกระบวนการบริการ อันดับ 6 คือด้านการมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และอันดับ 7 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

Supattra Huabcharoen (2560) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาหรือมาเป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือซื้อปิ้ง/ซื้อของ สมาชิกที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน ใช้รถส่วนตัวเป็น ยานพาหนะเดินทาง วันที่เดินทางมาท่องเที่ยวคือวันหยุดสุดสัปดาห์ ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คือ ตนเอง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวคือ 1 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 500-1,000 บาท แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาเที่ยวคือ สื่อโทรทัศน์ โดยมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางจำนวน 2 คน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด (4P) อยู่ในระดับมากใน ด้านผลิตภัณฑ์คือ มีสินค้ามีความหลากหลาย เช่น มีสินค้า OTOP ของที่ระลึก ผักและผลไม้ประจำฤดูกาล และมีสินค้าอาหารเครื่องดื่มปลอดสารพิษ เช่น ผักและผลไม้อร์แกนิก สบู่สมุนไพร เป็นต้น ส่วนด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง อาทิเช่น ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับตัวสินค้า มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางในราคาปลีก/ส่ง เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายต่อ มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ของรัฐบาลสื่อวิทยุและโทรทัศน์รวมทั้งการจัดแถลงข่าวเปิดงานและป้ายโฆษณา

อิสริยาภรณ์ สะอาดเอี่ยม (2561) พฤติกรรมและการรับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 1 ครั้ง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นเพื่อถ่ายรูปตามสื่อรีวิว จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 โดยมีวิธีการเดินทางโดย รถส่วนตัว จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 มี สมาชิกที่ร่วมเดินทาง จำนวน 2-3 คน เป็นจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 มีสมาชิกที่ร่วม เดินทางท่องเที่ยวคือ เพื่อน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 2,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 และผลการศึกษเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 และผลการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แก่ การรับรู้จากสื่อบุคคล การรับรู้จากสื่อมวลชน การรับรู้จากสื่ออินเทอร์เน็ต การรับรู้จากสื่อเฉพาะกิจ และ การรับรู้ข่าวสารที่เพียงพอ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สุธิดา เผือกบำรุง และคณะ (2564) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักเชิงนิเวศ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยใช้บริการที่พักเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 385 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการที่พักเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจำนวนครั้งที่เคย

เข้าใช้ บริการที่พักเชิงนิเวศในระยะเวลา 7 ปี ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เข้าพักเป็นครั้งแรก โดยมีระยะเวลาในการเข้าพัก 2 คืน ช่วงเวลาในการเดินทางเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เข้าพักร่วมกันกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือ เพื่อพักผ่อน หย่อนใจ และมีความสนใจในกิจกรรมในที่พักเชิงนิเวศ คือ กิจกรรมที่ศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติมีค่าใช้จ่าย ในการเข้าพักส่วนใหญ่อยู่ที่ 1,001 - 2,000 บาท มีการวางแผนในการจองที่พัก โดยจองผ่านแอปพลิเคชัน และช่องทางที่ได้รับข้อมูลที่พักเชิงนิเวศ คือ ค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง มากที่สุด

Matura Suansri (2564) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี วัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา วิธีการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจและทำแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งเป็นเพศชาย 200 คน เพศหญิง 200 คน รวม 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยประกอบด้วย ด้านองค์ความรู้ ด้านการจัดการและดำเนินงาน ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีเพศ ต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่าง

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย และวิรสรา วงษเตมีย์ (2565) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกลานสาง จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกลานสาง จังหวัดตาก เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 384 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท นักท่องเที่ยวเคยมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกลานสาง จังหวัดตาก เคยมาแล้ว 2 ครั้ง เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รวมเดินทางกับเพื่อนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่เกิน 1,000 บาท มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อผ่อนคลายจากวิถีชีวิตประจำวันจากที่เป้นอยู่ โดยการใช้จ่ายกิจกรรมและธรรมชาติเป็นจุดผ่อนคลายกับเพื่อน และครอบครัว

อภิขญา พาสังข์ และวีระ วีระโสภณ (2566) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย และบ้านไทยรีสอร์ท จากการตอบแบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ของผู้ใช้บริการรีสอร์ทจำนวน 200 คน ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้ เพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรู้จักสถานที่แห่งนี้ผ่านช่องทางสื่อเฟสบุ๊ค โดยมาใช้

บริการรีสอร์ทแห่งนี้ปีละครั้ง และมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวมากที่สุด เหตุผลหลักที่มาใช้บริการคือมาเพื่อการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมไทย ส่วนกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดคือพิธีการทำขวัญข้าว ส่วนความคุ้มค่าที่สุดที่รับจากการมาท่องเที่ยวที่รีสอร์ท คือมีความสุขกับการได้มาท่องเที่ยวที่นี่ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีข้อเสนอแนะว่า ต้องการให้ทางรีสอร์ท เพิ่มกิจกรรมที่หลากหลายกว่านี้ เช่น การละเล่น และจะกลับมาเที่ยวที่รีสอร์ท หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยและบ้านไทยรีสอร์ทอีกแน่นอน

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบสำรวจ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการมาเที่ยวชม เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบสำรวจ (Checklist)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในการมาเที่ยวชม เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบประเมินค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ เป็นลักษณะแบบสอบถามปลายเปิด (Open ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

โดยลักษณะของคำถามจะใช้ประเภทมาตรวัดลิเคิร์ตสเกล (Likert's scale) ที่กำหนดให้มี 5 ระดับ คือ

- 5 มีผลต่อระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 มีผลต่อระดับความพึงพอใจมาก
- 3 มีผลต่อระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 2 มีผลต่อระดับความพึงพอใจน้อย
- 1 มีผลต่อระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ
- 4.21 - 5.00 มีผลต่อระดับความพึงพอใจมากที่สุด
 - 3.41 - 4.20 มีผลต่อระดับความพึงพอใจมาก
 - 2.61 - 3.40 มีผลต่อระดับความพึงพอใจปานกลาง
 - 1.81 - 2.60 มีผลต่อระดับความพึงพอใจน้อย
 - 1.00 - 1.80 มีผลต่อระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้การเก็บข้อมูลมาจาก 2 แหล่งคือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรง โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 140 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างผู้มาเที่ยวชม เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีการจัดเก็บไว้แล้ว จากสำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รวมทั้งการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (website) เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชม เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ประชากร/และกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มาเที่ยวชม เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเดือน มิถุนายน - สิงหาคม 2566

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณโดยใช้สูตรคอเครน W.G Cochran, 1977 (อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) โดยที่ระดับความเชื่อมั่น 90 % ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ $\pm 10\%$ ได้จำนวนตัวอย่าง 68 คน โดยเลือกวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งมีสูตร ดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

z = ระดับความเชื่อมั่น กำหนดที่ 90% (1.645)

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 10%

$$n = (1.645)^2$$

$$4 * (0.01)^2$$

$$N = 68 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เท่ากับ 68 คน

อย่างไรก็ตามเมื่อเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ถึง 140 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้ามาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจง ความถี่ (Frequency) การหาร้อยละ (Percentage)

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้ามาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential Statistic Analysis)

2.1 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (One Way ANOVA) โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่าง

2.2 ใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบผลการวิเคราะห์ ทำให้ทราบค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่ม แตกต่างกันหรือไม่

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การสุ่มตัวอย่างและเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 140 ราย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และนำเสนอเป็นตอนๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิจัยลักษณะส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 ผลการวิจัยพฤติกรรมการมาเที่ยวชม
- ตอนที่ 3 ผลการวิจัยความพึงพอใจในการมาเที่ยวชม
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

ตอนที่ 1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ผู้มาเที่ยวชม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ซึ่งผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม เพศ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	39	27.86
หญิง	100	71.43
เพศอื่นๆ	1	0.71
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวชมที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 140 ราย

เพศ พบว่า ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นเพศหญิง จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา เป็นเพศชาย จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.86 และเพศอื่นๆ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม อายุ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	4	2.86
21-30 ปี	33	23.57
31-40 ปี	46	32.86
41-50 ปี	36	25.71
51-60 ปี	14	10.00
61 ปีขึ้นไป	7	5.00
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวชม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 140 ราย

อายุ พบว่า ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.86 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.71 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.57 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86

ตารางที่ 1.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	3	2.14
ประถมศึกษา	2	1.43
มัธยมศึกษา	39	27.86
อนุปริญญา	31	22.14
ปริญญาตรี	58	41.43
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	7	5.00
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวชม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 140 ราย

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.43 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.86 ระดับอนุปริญญา จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.17 ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 ไม่ได้เรียน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.14 และระดับประถมศึกษา จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม สถานภาพ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	81	57.86
มีคู่/แต่งงาน	49	35.00
หม้าย/อยู่ร้าง/แยกกันอยู่	7	5.00
อื่นๆ.....	2	1.43
ไม่ระบุ	1	0.71
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยี่ยมชม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 140 ราย

สถานภาพ พบว่า ผู้มาเยี่ยมชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.86 มีคู่/แต่งงาน จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 อื่นๆ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43 และไม่ระบุ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.71

ตารางที่ 1.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเยี่ยมชม จำแนกตาม อาชีพ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4	2.86
รับจ้างทั่วไป	20	14.29
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	25	17.86
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	6.43
พนักงานบริษัทเอกชน	78	55.71
อื่นๆ	4	2.86
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเยี่ยมชม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 140 ราย

อาชีพ พบว่า ผู้มาเยี่ยมชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.71 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.86 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.29 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.43 อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86

ตารางที่ 1.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ย

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายได้		
น้อยกว่า 15,000 บาท	34	24.29
15,001 – 25,000 บาท	57	40.71
25,001 – 35,000 บาท	24	17.14
35,001 - 45,000 บาท	12	8.57
45,001 – 55,000 บาท	2	1.43
55,001 บาทขึ้นไป	11	7.86
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวชม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 140 ราย

รายได้เฉลี่ย พบว่า ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.71 รายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.29 รายได้เฉลี่ย 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.14 รายได้เฉลี่ย 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.57 รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.86 และรายได้เฉลี่ย 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวชม วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม ช่องทางในการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ช่วงโอกาสในการมาเที่ยวชม จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 1.7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม ด้านความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm)

ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวชมเส้นทาง		
สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) มาแล้วกี่ครั้ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ครั้งแรก	25	17.86
1 – 2 ครั้ง	27	19.29
3 – 5 ครั้ง	19	13.57
5 ครั้งขึ้นไป	69	49.29
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.7 พบว่า ผู้มาเที่ยวชมส่วนใหญ่ เคยเดินทางมา 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.29 รองลงมาคือ เคยเดินทางมา 1 - 2 ครั้ง จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.27 เคยเดินทางมาครั้งแรก จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.86 และเคยเดินทางมา 3 - 5 ครั้ง จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.57

ตารางที่ 1.8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม ด้านวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) (เลือกได้หลายคำตอบ)

วัตถุประสงค์ที่ท่านมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ซื้อสินค้าและบริการ (เช่น กาแฟ เครื่องดื่ม สินค้า)	112	25.51
มาท่องเที่ยวพักผ่อน	100	22.78
มาถ่ายรูป ชมบรรยากาศ	96	21.87
มาเที่ยวงานตลาดนัดเกษตรเศรษฐกิจพอเพียง/ตลาดสบายๆ	79	18.00
มาเข้าชมนิทรรศการพิพิธภัณฑ์เกษตรฯ	50	11.39
อื่นๆ.....	2	0.46

จากตารางที่ 1.8 พบว่า ผู้มาเที่ยวชมส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าและบริการ (เช่น กาแฟ เครื่องดื่ม สินค้า) คิดเป็นร้อยละ 25.51 รองลงมาคือ เพื่อมาท่องเที่ยวพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 22.78 เพื่อมาถ่ายรูป ชมบรรยากาศ คิดเป็นร้อยละ 21.87 เพื่อมาเที่ยวงานตลาดนัดเกษตรเศรษฐกิจพอเพียง/ตลาดสบายๆ คิดเป็นร้อยละ 18.00 เพื่อมาเข้าชมนิทรรศการพิพิธภัณฑ์เกษตรฯ คิดเป็นร้อยละ 11.39 และวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.46

ตารางที่ 1.9 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม ด้านช่องทางในการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) (เลือกได้หลายคำตอบ)

ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) จากช่องทางใดบ้าง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เกษตรฯ	47	21.27
สื่อโซเชียล เช่น Facebook , Instagram , Tik Tok , Line	74	33.48
สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว	15	6.79
การบอกต่อจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก	73	33.03
ช่องทางอื่นๆ.....	12	5.43

จากตารางที่ 1.9 พบว่า ผู้มาเที่ยวชมส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลจากช่องทาง สื่อโซเชียล เช่น Facebook , Instagram , Tik Tok , Line คิดเป็นร้อยละ 33.48 รองลงมาคือ ทราบข้อมูลจากการบอกต่อจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 33.03 ทราบข้อมูลจากเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เกษตร

คิดเป็นร้อยละ 21.27 ทราบข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 6.79 และทราบข้อมูลจากช่องทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.43

ตารางที่ 1.10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม ด้านช่วงโอกาสในการมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) (เลือกได้หลายคำตอบ)

ท่านมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ในช่วงโอกาสใดบ้าง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ช่วงวันหยุด	125	47.17
ช่วงเทศกาลพิเศษ	39	14.72
ช่วงมีงานตลาดนัดเกษตรกรเศรษฐกิจพอเพียง/ตลาดสบายๆ	64	24.15
เมื่อมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ	33	12.45
อื่นๆ.....	4	1.51

จากตารางที่ 1.10 พบว่า ผู้มาเที่ยวชมส่วนใหญ่ มาเที่ยวชมในช่วงวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 47.17 รองลงมาคือ ช่วงมีงานตลาดนัดเกษตรกรเศรษฐกิจพอเพียง/ตลาดสบายๆ คิดเป็นร้อยละ 24.15 ช่วงเทศกาลพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 14.72 เมื่อมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 12.45 และช่วงโอกาสอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.51

ตารางที่ 1.11 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้มาเที่ยวชม ด้านจังหวัดที่พักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

จังหวัดที่พักอาศัยอยู่ปัจจุบัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	16	11.43
ปทุมธานี	88	62.86
นนทบุรี	1	0.71
อยุธยา	24	17.14
นครปฐม	1	0.71
สมุทรปราการ	2	1.43
ชลบุรี	1	0.71
จังหวัดอื่นๆ	7	5.00
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 1.11 พบว่า ผู้มาเที่ยวชมส่วนใหญ่ มีที่พักอาศัยอยู่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.86 รองลงมาคือ จังหวัดอยุธยา จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.14 จังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 จังหวัดอื่นๆ เช่น กาญจนบุรี ชัยนาท ระยอง นครพนม หนองคาย เชียงราย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43 จังหวัดนนทบุรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.71 จังหวัดนครปฐม จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.71 และจังหวัดชลบุรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.71

ตอนที่ 3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

การการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านร้านค้าและเครื่องดื่ม และด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ ซึ่งผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 1.12 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	42 (30)	78 (55.71)	19 (13.57)	0 (0)	1 (0.71)	4.14	0.70	มาก
2. ความหลากหลายของกิจกรรม	31 (22.14)	79 (56.63)	30 (21.41)	0 (0)	0 (0)	4.01	0.66	มาก
3. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	51 (36.43)	68 (48.57)	20 (14.29)	0 (0)	1 (0.71)	4.20	0.73	มาก
4. ความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ	54 (38.57)	69 (49.29)	16 (11.43)	1 (0.71)	0 (0)	4.26	0.68	มากที่สุด
รวม						4.15	0.69	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงคาร์้อยละ

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 1.12 พบว่า ความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรก คือ ความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.26$) รองลงมาคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.20$) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.14$) ความหลากหลายของกิจกรรม ($\bar{x} = 4.01$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.13 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ป้ายบอกทาง/ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน	43 (30.71)	68 (48.57)	24 (17.14)	5 (3.57)	0 (0)	4.06	0.79	มาก
2. จุดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว	33 (23.57)	66 (47.14)	36 (25.71)	5 (3.57)	0 (0)	3.91	0.79	มาก
3. ความสะอาดของห้องน้ำ/มีบริการที่พอเพียง	38 (27.14)	71 (50.71)	28 (20.00)	3 (2.14)	0 (0)	4.03	0.75	มาก
4. ความสะดวกในด้านที่จอดรถ	58 (41.43)	70 (50.00)	11 (7.86)	0 (0)	1 (0.71)	4.31	0.68	มากที่สุด
รวม						4.08	0.75	มาก

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 1.13 พบว่า ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรก คือ ความสะดวกในด้านที่จอดรถ ($\bar{x} = 4.31$) รองลงมาคือ ป้ายบอกทาง/ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน ($\bar{x} = 4.06$) ความสะอาดของห้องน้ำ/มีบริการที่พอเพียง ($\bar{x} = 4.03$) จุดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.14 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ด้านร้านกาแฟและเครื่องดื่ม

ด้านร้านกาแฟและเครื่องดื่ม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. กาแฟและเครื่องดื่มได้คุณภาพมาตรฐานสะอาดปลอดภัย	69 (49.29)	62 (44.29)	9 (6.43)	0 (0)	0 (0)	4.43	0.61	มากที่สุด
2. ความหลากหลายของกาแฟและเครื่องดื่ม	54 (38.57)	72 (51.43)	14 (10.00)	0 (0)	0 (0)	4.29	0.64	มากที่สุด
3. รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม	61 (43.57)	65 (46.43)	13 (9.29)	1 (0.71)	0 (0)	4.33	0.67	มากที่สุด
4. ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพเครื่องดื่มที่ได้รับ	64 (45.71)	63 (45.00)	12 (8.57)	0 (0)	1 (0.71)	4.35	0.70	มากที่สุด
รวม						4.35	0.66	มากที่สุด

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงคาร์้อยละ

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 1.14 พบว่า ความพึงพอใจในด้านร้านกาแฟและเครื่องดื่ม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.35$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรก คือ กาแฟและเครื่องดื่มได้คุณภาพมาตรฐาน สะอาดปลอดภัย ($\bar{x} = 4.43$) รองลงมา คือ ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพเครื่องดื่มที่ได้รับ ($\bar{x} = 4.35$) รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม ($\bar{x} = 4.33$) ความหลากหลายของกาแฟและเครื่องดื่ม ($\bar{x} = 4.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.15 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่

ด้านบุคลากร/ เจ้าหน้าที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เจ้าหน้าที่ที่มีอัธยาศัยดี เต็มใจให้บริการ	61 (43.57)	72 (51.43)	7 (5.00)	0 (0)	0 (0)	4.39	0.58	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ที่มีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	59 (42.14)	67 (47.86)	14 (10.00)	0 (0)	0 (0)	4.32	0.65	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ตอบข้อซักถามได้อย่าง ถูกต้องชัดเจน	49 (35.00)	73 (52.14)	17 (12.14)	1 (0.71)	0 (0)	4.21	0.68	มากที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวน เพียงพอต่อการ ให้บริการ	42 (30.00)	72 (51.43)	20 (14.29)	6 (4.29)	0 (0)	4.07	0.78	มาก
รวม						4.25	0.67	มากที่สุด

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงคาร์้อยละ

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 1.15 พบว่า ความพึงพอใจในด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายตามลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่ที่มีอัธยาศัยดีเต็มใจให้บริการ ($\bar{x} = 4.39$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.32$) เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้องชัดเจน ($\bar{x} = 4.21$) เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 4.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.16 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับของความพึงพอใจในการมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) โดยภาพรวม

ความพึงพอใจในการมาเที่ยวชม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.15	0.69	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.08	0.75	มาก
ด้านร้านค้าแพและเครื่องดื่ม	4.35	0.66	มากที่สุด
ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่	4.25	0.67	มากที่สุด
รวม	4.21	0.69	มากที่สุด

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 1.16 พบว่า ผู้เที่ยวชมมีความพึงพอใจในการมาเที่ยวชมโดยภาพรวม ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรก คือ ด้านร้านค้าแพและเครื่องดื่ม ($\bar{x} = 4.35$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ ($\bar{x} = 4.25$) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.15$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 4.08$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1.17 ทดสอบสมมติฐานของผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
ต่ำกว่า 20 ปี	4	17.5	4.38	0.35
21-30 ปี	33	140.5	4.26	0.40
31-40 ปี	46	192	4.17	0.27
41-50 ปี	36	146.75	4.08	0.24
51-60 ปี	14	56.5	4.04	0.40
61 ปีขึ้นไป	7	28	4	0.44

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	1.15	5	0.23	0.73	0.61	2.28
Within Groups	42.32	134	0.32			
Total	43.46	139				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1.17 ผลจากการทดสอบ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 ค่า P-value เท่ากับ 0.61 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐาน คือ ผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1.18 ทดสอบสมมติฐานของผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐาน H_0 : สถานภาพที่ต่างกันของผู้มาเที่ยวชม มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน H_1 : สถานภาพที่ต่างกันของผู้มาเที่ยวชม มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมแตกต่างกัน

สถานภาพ	วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม						
	ซื้อสินค้าและบริการ (เช่น กาแฟ เครื่องดื่ม สินค้า)	มาท่องเที่ยวพักผ่อน	มาถ่ายรูปชมบรรยากาศ	มาเที่ยวงานตลาดนัด เกษตร เศรษฐกิจพอเพียง	มาเข้าชม นิทรรศการ พิพิธภัณฑ์ เกษตรฯ	อื่นๆ	รวม
มีคู่/แต่งงาน	41.08	36.67	35.21	28.97	18.34	0.73	161
ไม่ระบุ	0.26	0.23	0.22	0.18	0.11	0.00	1
โสด	63.78	56.95	54.67	44.99	28.47	1.14	250
หม้าย/อย่าร้าง/ แยกกันอยู่	5.87	5.24	5.03	4.14	2.62	0.10	23
อื่นๆ	1.02	0.91	0.87	0.72	0.46	0.02	4
รวม	112	100	96	79	50	2	439
Chi-square = 9.04 , P-value = 0.98 , α = 0.05							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1.18 ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 ค่า P-value เท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือจึงไม่ยอมรับสมมติฐาน H_1 คือผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1.19 ทดสอบสมมติฐานของผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐาน H_0 : ผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกันส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน H_1 : ผู้เที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชม แตกต่างกัน

จังหวัด	ความถี่ในการมาเที่ยวชม				
	ครั้งแรก	1 - 2 ครั้ง	3 - 5 ครั้ง	5 ครั้งขึ้นไป	รวม
ปทุมธานี	15.71	16.97	11.94	43.37	88
จังหวัดอื่นๆ	9.29	10.03	7.06	25.63	12
รวม	25	27	19	69	140
Chi-square = 9.23 , P-value = 0.03 , α = 0.05					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1.19 ผลจากการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 ค่า P-value เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน H_1 คือผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชม แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต รวมทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินนโยบาย แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ของสำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่เหมาะสมต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จำนวน 140 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.86 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.43 ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.86 ด้านอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.71 ด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.71

2. สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการมาเที่ยวชม พบว่า ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวชม (นับรวมครั้งนี้) คือ เคยเดินทางมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.29 มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าและบริการ (เช่น กาแฟ เครื่องดื่ม สินค้า) คิดเป็นร้อยละ 25.51 ช่องทางในการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทราบข้อมูลจาก สื่อโซเชียล เช่น Facebook , Instagram , Tik Tok , Line คิดเป็นร้อยละ 33.48 ช่วงโอกาสในการมาเที่ยวชม คือ

มาเที่ยวชมในช่วงวันหยุด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.17 จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อาศัยอยู่จังหวัดปทุมธานี มากที่สุด 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.86

3. สรุปผลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการมาเที่ยวชม พบว่า ผู้มาเที่ยวชมมีความความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรก คือ ด้านร้านค้าและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ โดยเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

3.1) ความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ของสถานที่ให้บริการ

3.2) ความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือความสะดวกในด้านที่จอดรถ

3.3) ความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ในด้านร้านค้าและเครื่องดื่ม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือกาแฟและเครื่องดื่มได้คุณภาพ สะอาด ปลอดภัย

3.4) ความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) ในด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี เต็มใจให้บริการ

4. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้มาเที่ยวชมที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน ต่อวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่าผู้มาเที่ยวชมที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวชมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชมที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้มาเที่ยวชมที่พักอาศัยอยู่จังหวัดที่ต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการมาเที่ยวชมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มพื้นที่ให้สวยงามและแปลกใหม่อยู่เสมอ เพิ่มมุมถ่ายรูป เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมได้อยู่ตลอด โซน Mini Zoo ควรมีการปล่อยสัตว์เลี้ยง เพื่อเพิ่มความสนใจ ตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยว
2. แนะนำให้ปลูกต้นไม้ใหญ่ยืนต้นเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ร่มเงาของธรรมชาติและเพื่อเพิ่มความสวยงามให้แหล่งท่องเที่ยว
3. ควรเพิ่มเติมแถบสีเส้นจราจรให้คมชัดอยู่เสมอ และวันปกติควรมีรถรางรับ-ส่ง เข้ามาภายในสถานที่ท่องเที่ยว
4. ควรมีจุดประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน และมีป้ายเป็นรูปภาพเพื่อบอกสถานที่เที่ยวชมแต่ละโซน
5. อยากให้มีการขยายเวลาการเปิดให้บริการให้นานมากขึ้น เนื่องจากช่วงเย็นอากาศดี ร่มรื่น เหมาะแก่การมาพักผ่อนและเที่ยวชม
6. เจ้าหน้าที่ร้านกาแฟไม่เพียงพอต่อการให้บริการ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดวันเสาร์-อาทิตย์ ที่มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก รวมทั้งเมนูเครื่องดื่มและขนมควรมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น
7. ในด้านบริการห้องน้ำควรจัดให้มีจำนวนที่พอเพียง สะอาด ปลอดภัย และอยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยว
8. ควรมีบริการฟรีไวไฟภายในร้านกาแฟ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. วริศรา วงษเตมีย. (2565). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกลานสาง จังหวัดตาก. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(1).
- จิรวุฒิ หลอมประโคน และคณะ. (2562). ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำทุ่งบัวแดง จังหวัดนครปฐม. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 13(2).
- เดือนเพ็ญ คำพวง และคณะ. (2559). กระบวนการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 12(1).
- นันทิตา เพชรภรณ์. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วารสารปัญญาภิวัฒน์, ปีที่ 7 ฉบับพิเศษ.
- ประวัติการจัดตั้งสำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (องค์การมหาชน), 2566. สืบค้นจาก <https://www.wisdomking.or.th/th>
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดฉัตรศิลาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. Veridian E-Journal, SU 6(1).
- วรลักษณ์ บริบูรณ์ยั่งยืน. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองลัดมะยม. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุกษม นววงศ์. (2560). การศึกษาความพึงพอใจของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมโครงการ เดอะ สเตชั่น สาทร-บางรัก. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุธิดา เผือกบำรุง และคณะ. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักเชิงนิเวศ ในจังหวัดเชียงใหม่. คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรียา แสงพงศ์. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 6(2).
- อรทัย มูลคำ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(1).
- อภิขญา พาสังข์ และวีระ วีระโสภณ. (2566). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย และบ้านไทยรีสอร์ท. วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- สำนักงานพิพิธภัณฑ์การเกษตรฯ. (2562). เอกสารจัดทำโครงการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
สืบสาน รักษา ต่อยอด. สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2562.
- อิสริยาภรณ์ สะอาดเอี่ยม. (2561). พฤติกรรมและการรับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอ
พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Matura Suansri. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้ใน
จังหวัดปทุมธานี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 11(1).
- Supattra Huabcharoen. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ทัศนศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. วารสารการ
บริการและการท่องเที่ยวไทย, 12(2).

ภาพผนวก

5. อาชีพของท่าน

- 1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา 2) รับจ้างทั่วไป
 3) ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ 4) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 5) พนักงานบริษัทเอกชน 6) อื่นๆ ระบุ.....

6. ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 15,000 บาท 2) 15,000 – 25,000 บาท
 3) 25,001 – 35,000 บาท 4) 35,001 – 45,000 บาท
 5) 45,001 – 55,000 บาท 6) 55,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm)
 สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว**

1. ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) มาแล้วกี่ครั้ง
 1) ครั้งแรก 2) 1 – 2 ครั้ง 3) 3 - 5 ครั้ง 4) มากกว่า 5 ครั้ง
2. วัตถุประสงค์ที่ท่านมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1) ซื้อสินค้าและบริการ (เช่น กาแฟ เครื่องดื่ม สินค้า)
 2) มาท่องเที่ยว พักผ่อน
 3) มาถ่ายรูป ชมบรรยากาศ
 4) มาเที่ยวงานตลาดนัดเกษตรเศรษฐกิจพอเพียง/ตลาดสบายๆ
 5) มาเข้าชมนิทรรศการพิพิธภัณฑ์เกษตรฯ
 6) อื่นๆ (โปรดระบุ)
3. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) จากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1) เว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เกษตรฯ
 2) สื่อโซเชียล เช่น Facebook , Instagram , Tik Tok , Line
 3) สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว
 4) การบอกต่อจากเพื่อนญาติคนรู้จัก
 5) ช่องทางอื่นๆ (โปรดระบุ)

4. ท่านมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด(Wisdom King Farm) ในช่วงโอกาสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ช่วงวันหยุด
 2) ช่วงเทศกาลพิเศษ
 3) ช่วงมีงานตลาดนัดเกษตรเศรษฐกิจพอเพียง/ตลาดสบายๆ
 4) เมื่อมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่จังหวัดใด

- 1) กรุงเทพฯ 2) ปทุมธานี 3) นนทบุรี 4) ออยุธยา 5) นครปฐม
 6) สมุทรปราการ 7) ชลบุรี 8) จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 ด้านความพึงพอใจในการมาเที่ยวชมเส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm)

สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

คำชี้แจง ให้ขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นท่านมากที่สุด

โดยที่ 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑ์เกษตรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ด้านแหล่งท่องเที่ยว					
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ของสถานที่ให้บริการ					
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
5. ป้ายบอกทาง/ป้ายประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจน					
6. จุดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว					
7. ความสะอาดของห้องน้ำ/มีบริการที่พอเพียง					
8. ความสะดวกในด้านที่จอดรถ					
3.ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม					
9. กาแฟและเครื่องดื่มได้คุณภาพมาตรฐาน สะอาดปลอดภัย					
10. ความหลากหลายของกาแฟและเครื่องดื่ม					
11. รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่ม					
12. ราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพเครื่องดื่มที่ได้รับ					

เส้นทาง สืบสาน รักษา ต่อยอด (Wisdom King Farm) สำนักงานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่					
13. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี เต็มใจให้บริการ					
14. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
15. เจ้าหน้าที่มีความรู้ตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน					
16. เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จบแบบสอบถาม
กราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง