

โครงการวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

Factors Influencing on Agricultural Tourism Satisfaction:
A Case Study of Tourists at Mahasawat Canal, Phutthamonthon,
Nakorn Pathom Province

โดย



T144832

รฟ.
๗๒๖๙๗
๒๕๕๘

นางสาววิญญา อูทาร์ไท

นายเจตธวัช

นางสาวณิชากร

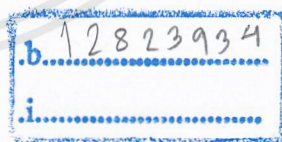
สุชสมานพาณิชย์

ไชยคำหาญ

เลขหมู่.....144832

เลขทะเบียน.....

วัน,เดือน,ปี..... ๗ 9 S.A. 2559



โครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจเกษตร

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองโครงการวิจัย

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

Factors Influencing on Agricultural Tourism Satisfaction:
A Case Study of Tourists at Mahasawat Canal, Phutthamonthon,
Nakorn Pathom Province

โดย

นางสาววิญญา	อุทาร์ ไทร	55100013
นายเจตธวัช	สุขสมานพาณิชย์	55100020
นางสาวณิชการ	ไชยคำหาญ	55100032

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการวิจัย หลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2559

ประธานกรรมการโครงการวิจัย 29 มีนาคม 2559
(อาจารย์ ดร.ธีรเวช ทิพย์สีแสง)

ประธานหลักสูตร 29 มีนาคม 2559
(รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ปีการศึกษา 2558

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล
จังหวัดนครปฐม

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) Factors Influencing on Agricultural Tourism Satisfaction:
A Case Study of Tourists at Mahasawat Canal, Phutthamonthon,
Nakorn Pathom Province

ชื่อ-สกุล นางสาววิญญา อุทาร์ไพโร
นายเจตธวัช สุขสมานพานิชย์
นางสาวณิชากร ไชยคำหาญ

หลักสูตร บริหารธุรกิจเกษตร สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการจัดการ
คณะ การบริหารและการจัดการ

ประธานกรรมการโครงการวิจัย อาจารย์ ดร.ธีรเวช ทิตย์สีแสง 29 มีนาคม 2559

บทคัดย่อ

การทำวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ Independent T-test, One-way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ทักษะด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Abstract

Academic Year 2015

Research Title : Factors Influencing on Agricultural Tourism Satisfaction:

A Case Study of Tourists at Mahasawat Canal, Phutthamonthon,
Nakorn Pathom Province

Author : Miss Khwannapa Authansai

Mr. Jedtawat Suksamarnpanit

Miss Nichakorn Chaikumharn

Faculty : Administration and Management

Major : Agricultural Business Administration

Research Project Advisor : Teerawet Titseesang

Abstract

The research aimed to study factors influencing on tourist's satisfaction on agricultural tourism at Mahasawat Canal, Phutthamonthon, Nakorn Pathom Province. Three factors; attitude on agricultural tourism and marketing mix were focused in the study. The data were taken from 400 rating questionnaires and then analyzed by using independent T-test, One-way ANOVA and Multiple Regression.

The study found that none of the demographic factors affected to tourist's satisfaction at significant level 0.05.

The study also revealed that the attitude on agricultural tourism influenced on tourist's satisfaction at significant level 0.05; meanwhile, the marketing mix factors did not.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

จากการศึกษาและเรียบเรียงโครงการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” สามารถสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และสมบูรณ์ไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.ธีรเวช ทิพย์สีแสง ประธานกรรมการโครงการวิจัย และอาจารย์ทัศนัย ปราณี กรรมการสอบโครงการวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบโครงการวิจัย รวมถึงคณะอาจารย์ทุกท่านในสาขาบริหารธุรกิจเกษตรและการจัดการที่วางรากฐาน ถ่ายทอดความรู้ และให้คำแนะนำในการศึกษาโครงการวิจัยฉบับนี้ ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณชาวชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่ให้การสนับสนุนในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ในการทำงานโครงการวิจัย ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและคำแนะนำที่ดี รวมทั้งให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีในการทำโครงการวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ขวัญภา อุทาร์ไพร

เจตรวีช สุขสมานพานิชย์

ณิชากร ไชยคำหาญ

มีนาคม 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	I
สารบัญตาราง.....	III
สารบัญภาพ.....	IV
สารบัญภาคผนวก.....	V
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
คำนิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	8
ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	8
แนวคิดทฤษฎีการวัดความพึงพอใจ.....	9
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
กรอบแนวความคิด.....	24
สมมติฐานของการศึกษา.....	25
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	36
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์.....	39
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์.....	40
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์.....	43
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	45
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	52
สรุป.....	52
ข้อเสนอแนะ.....	55
เอกสารอ้างอิง.....	56
ภาคผนวก.....	61
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	62
ภาคผนวก ข ตารางผลการวิเคราะห์.....	70
ภาคผนวก ค คลองมหาสวัสดิ์.....	73

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....2
2	สูตรการวิเคราะห์ โดยวิธี One – Way ANOVA.....33
3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....36
4	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของ นักท่องเที่ยว.....39
5	ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว.....40
6	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....43
7	ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ จำแนกตาม เพศ.....45
8	ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ จำแนกตาม อายุ.....46
9	ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....47
10	ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ จำแนกตาม อาชีพ.....48
11	ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....49
12	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความพึงพอใจ.....50

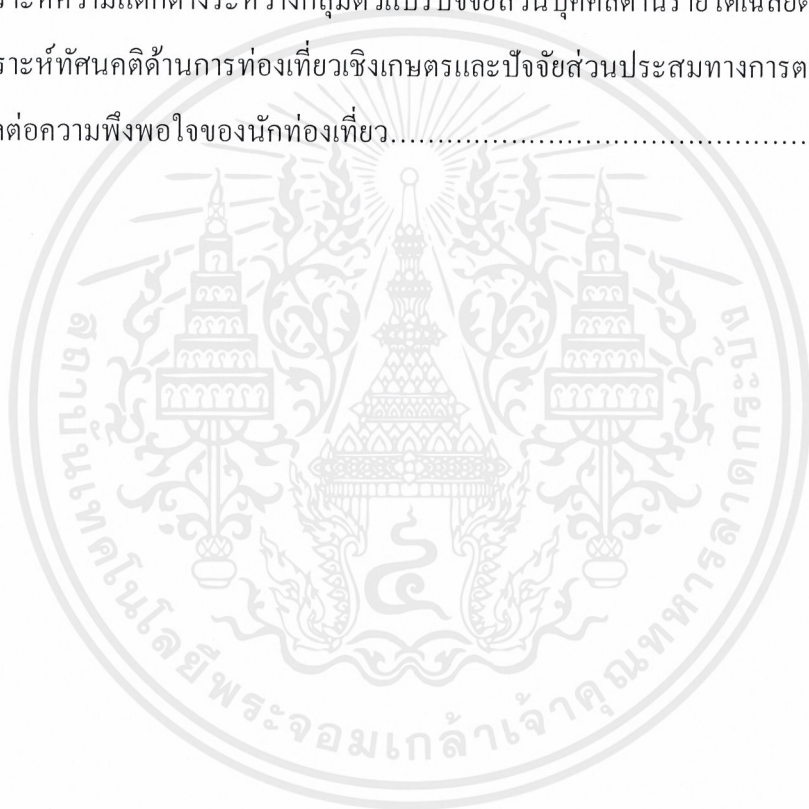
สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวความคิด.....	24
2 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	72



สารบัญภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ.....	70
2 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ.....	70
3 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา.....	70
4 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ.....	71
5 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
6 ผลวิเคราะห์ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	71



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต ซึ่งหลายๆประเทศให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตัวเองมากขึ้น ประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญและมีการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558 ถึง พ.ศ.2560 เพื่อกระตุ้นให้จังหวัดต่างๆ เกิดการตื่นตัวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: ออนไลน์) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยที่ช่วยในการขับเคลื่อนและกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ที่จะนำไปสู่การลงทุน การจ้างงาน การสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ อันนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่จะนำรายได้มาสู่ชุมชนหรือประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและประชาชนที่อยู่ใกล้เคียงยังสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อีกด้วย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวเกษตรกร โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ผลิตผลไปกับกิจกรรมทางเกษตรในลักษณะต่างๆ ได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกิจกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เริ่มสนใจมากขึ้น นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชุมชนและวัฒนธรรมของเกษตรในแต่ละท้องถิ่นด้วย ค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงเกินไปแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสและช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่นเพิ่มขึ้นด้วย

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าสนใจอยู่มากมายในทุกจังหวัดทั่วภูมิภาค มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2557 – 2553) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปี พ.ศ. 2552 – 2557

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
2552	799,133	50,567
2553	679,028	39,108
2554	663,100	24,054
2555	125,469	16,544
2556	160,473	15,765

ที่มา: สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร(2558)

จังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญ เป็นที่รู้จักกันดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้นิยมการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ ซึ่งหลายคนคงจะรู้จักกับเส้นทางท่องเที่ยวล่องเรือชมสวนคลองมหาสวัสดิ์ ที่สร้างความประทับใจให้ผู้เยี่ยมชมมากกว่าสิบปี

คลองมหาสวัสดิ์ หรือ คลองชัยพฤกษ์ เป็นคลองที่เริ่มต้นจากคลองลัดบางกรวยหรือคลองบางกอกน้อย ไกล้วัดชัยพฤกษ์มาลา ไหลผ่านเป็นเส้นแบ่งเขตระหว่างอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี กับเขตตลิ่งชันและเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผ่านอำเภอพุทธมณฑล ไปออกแม่น้ำท่าจีนที่ตำบลจี่วราย อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม รวมความยาว 28 กิโลเมตร (ปฐวี, 2556: ออนไลน์)

คลองมหาสวัสดิ์ หรือที่ชาวบ้านขนานนามกันว่า คลองขุด สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2402 โดยพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเพื่อใช้เป็นเส้นทางหลักในการเสด็จพระราชดำเนินไปพระปฐมเจดีย์ และเป็นคลองเปิดให้เป็นนาสำหรับแจกพระเจ้าลูกเธอ เมื่อการขุดคลองแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2403 พระองค์จึงได้พระราชทานนามให้คลองสายนี้ว่า "มหาสวัสดิ์" เชื่อกันว่าความสวัสดิ์อันเป็นที่มาของคลองแห่งนี้ น่าจะหมายถึงความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสยามประเทศในยุคนั้น รวมถึงความสุขสวัสดิอันเกิดจากการที่ประชาชนจะได้ใช้คลองแห่งนี้ เป็นเส้นทางลัดไปสู่การนมัสการพระปฐมเจดีย์ได้ราวปี พ.ศ. 2540 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ร่วมมือกับกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พัฒนาพื้นที่ริมคลองมหาสวัสดิ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวการเกษตร มีการให้ความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่ชาวบ้าน ต่อมาจึงมีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวล่องเรือชมสวนคลองมหาสวัสดิ์ กิจกรรมล่องเรือนี้ได้รับการตอบรับอย่างดี มีนักท่องเที่ยวให้การตอบรับอย่างล้นหลาม กระทั่งประสบภัยน้ำท่วมครั้งใหญ่ เมื่อปี พ.ศ. 2554 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นี้จึงซบเซาลงไปมาก แต่ก็ได้กลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งในเดือนธันวาคม 2554 ทุกอย่างเริ่มฟื้นตัวทีละเล็กทีละน้อย นักท่องเที่ยวเริ่มเพิ่มจำนวนมากขึ้นๆด้วยความร่วมมือของชุมชน (ปฐวี, 2556: ออนไลน์)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์นั้นมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่างๆมากมาย ดำเนินงานและบริหารของชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ เกิดจากการบริหารของศูนย์กลางชุมชน ซึ่งมาจากประชาชนในหมู่บ้าน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ กลุ่มผู้ที่มาศึกษาดูงาน นักเรียน และนักศึกษาซึ่งในกลุ่มผู้ที่มาศึกษาดูงาน นักเรียน และนักศึกษานั้นจะมาดูงานและท่องเที่ยวในช่วงๆหนึ่งเท่านั้น ทำให้บางเดือนนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์น้อย ทำให้รายได้ของชุมชนนั้นมีไม่สม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้นและเพิ่มจำนวนให้มากขึ้นกว่าเดิม อันจะนำมาซึ่งรายได้สู่ชุมชน และจากสถานการณ์แข่งขันทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ปัจจุบันนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากมายที่มีชื่อเสียง และแต่ละแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็มีจุดขายที่คล้ายๆกันคือ การขายผลผลิตทางการเกษตรหรือการเยี่ยมชมสวนและฟาร์มทางการเกษตร นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าการท่องเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์ จะทำอย่างไรจึงจะรักษานักท่องเที่ยวและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศมากมายที่มีชื่อเสียงและดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อเป็นข้อมูลที่จะเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ในการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม คาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์คือ ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการนำไปปรับ กลยุทธ์ ส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทัศนศึกษา ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม โดยมีขอบเขตเกี่ยวกับประชากร ระยะเวลา และตัวแปร ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ในปี พ.ศ. 2559 ทั้งนี้ไม่ทราบประชากรที่แน่นอนว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่าใด
2. พื้นที่และช่วงเวลาของการศึกษา การศึกษาครั้งนี้กำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2558 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ.2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขอบเขตของตัวแปรที่ศึกษา การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาไว้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (independent variable) ผู้ศึกษาได้สนใจปัจจัยด้านบุคคลซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทักษะคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม (dependent variable) คือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมเป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อนหรือเพื่อการใด ๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายรายได้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวเกษตรกร โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาทำให้เกิดการเรียนรู้เพื่อให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบต่อชุมชนและสภาพสิ่งแวดล้อม (ปฐวี, 2556: ออนไลน์)

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการของผลิตภัณฑ์ของกิจการ (ฉัฐพงษ์, 2552)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการศึกษาในหัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยทำการรวบรวมผลงานการศึกษา งานวิจัยและเอกสารอื่นๆ รวมถึงการตั้งสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีการวัดความพึงพอใจ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา
- 2.10 สมมติฐานของการศึกษา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่มีไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้าม อาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Wolman อ้างถึงใน ปณิสร และคณะ (2551) ได้อธิบาย ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายความต้องการหรือแรงจูงใจ

ชัยสมผล (2547) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (customer satisfaction) หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการ ในการใช้บริการซ้ำจนในที่สุดเกิดความติดใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือความจงรักภักดี (customer loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว

Naumann และ Giel อ้างถึงใน จุฑามาศ (2555) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจจะขึ้นกับประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต มีองค์ประกอบใหญ่ๆ 3 ส่วนได้แก่

1. คุณภาพของสินค้าและบริการ (quality product & service) ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า เมื่อลูกค้ารับรู้ว่าคุณภาพสินค้าหรือบริการที่ได้มามีคุณภาพดี ก็จะรู้สึกพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยทั่วไปลูกค้าจะดูคุณภาพจากรายละเอียด หรือตัวอย่างของสินค้าหรือบริการ

2. ราคา (price) เป็นส่วนประกอบที่ 2 ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าได้เปรียบเทียบความยุติธรรมของราคา ลักษณะของสินค้า และเห็นว่ามียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่เมื่อลูกค้ารู้สึกว่าสินค้านั้นไม่เหมาะสมกับราคาก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

3. ภาพลักษณ์ร่วม (corporate image) เป็นส่วนประกอบที่ 3 การมีภาพลักษณ์ร่วมกันควรเป็นที่รู้จักกันทั้งการดำเนินธุรกิจทั่วไป การมีคุณธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

อุทัยพรรณ (2545) ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประมาณค่าว่าเป็นไปทางบวกหรือทางลบ

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกดีใจยินดี ของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม และเป็นการแสดงทางพฤติกรรมของบุคคล

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

วารุณี และคณะ (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) อาจจะขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงกันข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ

จิตตินันท์ (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นภาวะการณแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับการบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึงภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

สรุปแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของผู้บริโภค (customer satisfaction) หมายถึง คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในคุณภาพของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าคุณภาพของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

ปานิสรา และคณะ (2551) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้บริโภคต่อการบริการ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อได้บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การบริการในการออกแบบผลิตภัณฑ์สนองตามความต้องการของลูกค้า วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ราคา ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ
3. สถานที่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
4. การส่งเสริม ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้จากการได้ยื่นข่าวสารข้อมูลหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก
5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความใส่ใจอย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ
6. สภาพแวดล้อม ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม การให้สีสัน ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน
7. กระบวนการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการนำระบบการทำงานที่มีคุณภาพและถูกต้อง ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.4 แนวคิดทฤษฎีการวัดความพึงพอใจ

โสภิน (2541) การวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นการวัดว่าผลผลิตรวมเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่เพียงใด ซึ่งถ้าต่ำกว่าความคาดหวังเท่ากับช่องว่างในการให้บริการ มีผลให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ โดยผลผลิตรวมนั้นเป็นการรวมทุกสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความคาดหวัง เช่น ตัวสินค้าหลัก ราคาภาพพจน์ บรรยากาศ เป็นต้น

Aton อ้างถึงใน โสภิน (2541) ความพึงพอใจสามารถวัดได้ แสดงผลได้มีทั้งวัดในเชิงคุณภาพและปริมาณ คือสามารถบอกค่าตัวเลขได้ แบ่งเป็นระดับความพึงพอใจได้ วิธีการวัดสามารถทำได้ 2 วิธี ได้แก่ มีการวางแผนล่วงหน้า หรือทำเมื่อมีเหตุการณ์บังคับให้ทำ วิธีการแรกในการวางแผนนั้นถือว่าเป็นส่วนของการดำเนินงานปกติของบริษัท ซึ่งต้องมีการรับฟังความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่ จากลูกค้าโดยตรงทั้งลูกค้าทั่ว ๆ ไปหรือเน้นเฉพาะกลุ่มส่วนวิธีที่สองคือทำเพราะมีเหตุการณ์บังคับเพราะทราบแล้วว่าลูกค้าไม่พอใจ อาจโดยการแจ้งของลูกค้าเอง

เมื่อได้ข้อสรุปปัญหาแล้วจัดการแก้ไขข้อบกพร่องทันที โดยทั่วไปควรทำโดยการวางแผน เพราะถือเป็นกระบวนการอันหนึ่งในการดำเนินงานของบริษัท

Zeithaml อ้างถึงใน ปลิศรา (2551) พบว่าในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จำเป็นต้องครอบคลุมเนื้อหาใน 5 เรื่องคือ

1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (tangible) หมายถึง เครื่องอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ชิ้นส่วน รวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
2. ความมีน้ำใจ (sympathy) หมายถึง ความเอาใจใส่ดูแลและเข้าใจปัญหาของลูกค้า
3. ความน่าเชื่อถือ (reliability) หมายถึง สามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาไว้
4. มีการตอบสนอง (responsive) หมายถึง ความสามารถที่จะช่วยเหลือลูกค้าทันทีที่ลูกค้าต้องการ เช่น ตอบคำถามลูกค้าให้ได้ เป็นต้น

5. การให้ความมั่นใจกับลูกค้า (assurance) พนักงานจะต้องมีความรู้ความเข้าใจที่จะช่วยให้ลูกค้ามั่นใจกับสินค้าและบริการของบริษัทคือ ถ้าพนักงานแนะนำอย่างไรแล้วลูกค้าคิดว่าพนักงานมีความรู้และประสบการณ์ ลูกค้าจะปฏิบัติตาม ถ้าไม่มีลักษณะข้างต้นลูกค้าจะไม่ปฏิบัติตาม

การวัดความพึงพอใจของลูกค้ามีวิธีการวัดอยู่หลายวิธี โดยวิธีที่นิยมจะเข้าใจกันง่ายก็คือ การวิเคราะห์ช่องว่าง (gap analysis) โดยอาศัยหลักที่ว่า ลูกค้าต้องการอะไรซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้า (customer expectation) ว่าจะคาดหวังอะไรบ้าง ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกำหนัดรู้หรือสัญชาตญาณ (perception – เป็นการรับรู้จากประสาทสัมผัสหรือจิต เป็นการรับรู้โดยตรงไม่มีการผ่านกระบวนการคิด) ถ้าการกำหนัดรู้น้อยกว่าความคาดหวังก็ถือว่าไม่พึงพอใจถ้าเท่ากันถือว่าพึงพอใจ ถ้าความคาดหวังน้อยกว่าถือว่าพึงพอใจมาก

การศึกษาและวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค

วีรพงษ์ (2554) ได้กล่าวว่า ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ การทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการทำงานรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้จะจัดเตรียมกล่องรับความคิดเห็นจากลูกค้า สามารถทำโดยการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เครื่องมือที่นิยมใช้มาก

คือ การวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า เทคนิคต่างๆที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

1. การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง
2. การถามว่าลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ อย่างไร
3. การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการและเสนอแนะประเด็นต่างๆที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)
4. เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์และบริการ เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Pro Performance Rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์
5. เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า (Repurchase Intention)
 - 5.1 การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท
 - 5.2 การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่เสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าคนที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เช่น IBM ได้ใช้กลยุทธ์นี้เพื่อทราบถึงสาเหตุต่างๆที่จะทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

กรองจิต (2554) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจถือว่าเป็นเรื่องที่ยากพอสมควร เพราะเป็นเรื่องของจิตใจซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล จึงเป็นสิ่งที่ยากที่จะวัดทัศนคติโดยตรง แต่เราสามารถวัดได้จากทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งวิธีวัดความพึงพอใจสามารถทำได้ 3 วิธีคือ

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่นิยมมากที่สุด โดยผู้สอบถามจะออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะที่กำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่างๆ เช่น การบริหาร และการควบคุมงาน และเงื่อนไขต่างๆ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีวัดความพึงพอใจทางตรงทางหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะให้ข้อมูลที่เป็นจริงได้

3. การสังเกต เป็นวิธีที่ไม่ค่อยนิยม โดยสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดกริยาท่าทาง วิธีนี้จะต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และการสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ยุบล (2542) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความ เป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bell-Rokeach อ้างถึงใน ยุบล (2542) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือบุคคลที่มี พฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะ เลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการ ตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้นำมา ประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อ ข่าวสารที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ และคณะ (2538) ได้กล่าวไว้ว่าการแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปร ด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและ สถิติที่วัดได้ของประชากร ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและ สังคม วัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากร จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวัง ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ ก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นและการลดลงของประชากร โครงสร้างอายุของประชากร การย้ายถิ่น รูปแบบของครอบครัว การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ และวัฒนธรรม

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่าน ให้ความหมายไว้ดังนี้

ออลพอร์ต อ้างถึงใน ชีรวุฒิ เอกะกุล (2542) ได้กล่าวว่่า ทัศนคติ หมายถึง สภาพความพร้อมของสมองและประสาท อันได้จากประสบการณ์และการตอบสนองทั้งทางตรงและโดยอทธิพลของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ และสถานการณ์ทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกัน

นิวคอมบ์ อ้างถึงใน ชีรวุฒิ เอกะกุล (2542) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่คนเราได้รับ อาจมากหรือน้อยก็ได้ ทัศนคติแสดงออกได้ทางพฤติกรรมซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ แสดงออกในลักษณะพึงพอใจ เห็นด้วยหรือชอบ ถ้าคนมีลักษณะต่อสิ่งเร่าอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ซักช้า อยากหนีให้ห่างจากสิ่งนั้น ลักษณะนี้เรียกว่า ทัศนคติเชิงนิเสธ หรือถ้าจะแบ่งให้ละเอียดก็น่าจะมีทัศนคติอีกแบบหนึ่ง คือรู้สึกเฉยๆไม่ถึงกับชอบหรือเกลียดชัง เรียกว่า ทัศนคติแบบกลาง

แมค โคนัลด์ อ้างถึงใน ชีรวุฒิ (2542) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าหมายถึงความโน้มเอียงหรือความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมในทางหนึ่งทางใด

ซาเวอร์ อ้างถึงใน ชีรวุฒิ (2542) ได้กล่าวว่่า ทัศนคติ หมายถึง สภาพความพร้อมของจิตใจและประสาท ซึ่งเกิดจากการได้รับประสบการณ์อันมีผลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลต่อสรรพสิ่ง และสถานการณ์ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

ดวงเดือน อ้างถึงใน ชีรวุฒิ (2542) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นความรู้สึกที่แสดงออกอย่างมั่นคงต่อบุคคล หรือสถานการณ์ใดๆ ที่อาจเป็นไปในทางที่ดี (Positive) ชัดแย้ง (Negative) หรือเป็นกลาง (Neutral) ก็ได้ ซึ่งเป็นผลของการรับรู้เกี่ยวกับลักษณะที่ดีหรือเลวของบุคคล หรือสถานการณ์นั้นๆ

ไพศาล อ่างถึงใน ชีรวุฒิ (2542) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นความรู้สึกภายในของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งอันเป็นผลจากประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นในทางใด ทางหนึ่ง อาจเป็นทางสนับสนุน หรือโต้แย้งคัดค้าน

โดยสรุป ทัศนคติ ในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ทำที่ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรองสถานการณ์ ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทัศนคติ มีผลให้มีการแสดง พฤติกรรม ออกมา จะเห็นได้ว่า ทัศนคติประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยทางพฤติกรรม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

องค์ประกอบของทัศนคติ

ธีระพร อ่างถึงใน แพรภัทร (2552) ได้ตรวจเอกสารเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ พบว่า มีผู้เสนอความคิดไว้ 3 แบบ คือ ทัศนคติแบบ 3 องค์ประกอบ ทัศนคติแบบ 2 องค์ประกอบ และ ทัศนคติแบบ 1 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ แนวคิดนี้จะระบุว่า ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ ได้แก่
 1. องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) ประกอบด้วย ความเชื่อ ความรู้ ความคิดและความคิดเห็น
 2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ - ไม่ชอบ หรือทำทางที่ดี - ไม่ดี
 3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติ

2. ทัศนคติมี 2 องค์ประกอบ แนวคิดนี้จะระบุว่า ทัศนคติมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่
 1. องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component)
 2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component)
3. ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว แนวคิดนี้จะระบุว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

Gibson อ่างถึงใน แพรภัทร (2552) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นส่วนที่ยึดติดแน่นกับบุคลิกภาพของบุคคลเรา ซึ่งบุคคลเราจะมีทัศนคติที่เป็นโครงสร้างอยู่แล้ว ทางด้านความรู้สึก ความเชื่ออันใดอันหนึ่งโดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลง

ในองค์ประกอบหนึ่ง ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่งซึ่งทัศนคติ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. ความรู้สึก (Affective) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของทัศนคติ คือ การได้รับการถ่ายทอด การเรียนรู้มาจากพ่อ แม่ ครู หรือกลุ่มของเพื่อนๆ

2. ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติจะประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคล ความคิดเห็น และความเชื่อของบุคคล หมายถึง กระบวนการคิด ซึ่งเน้นไปที่การใช้เหตุผลและตรรกะ องค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ความเข้าใจคือ ความเชื่อในการประเมินผลหรือความเชื่อที่ถูกประเมินผลไว้แล้วโดยตัวเองประเมิน ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะแสดงออกมาจากความประทับใจในการชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นรู้สึกต่อสิ่งของ หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

3. พฤติกรรม (Behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติจะหมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจ (intention) ของคนที่จะแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่จะกระทำ (ประพฤติ) บางสิ่งบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตรให้ความอบอุ่น ก้าวร้าว เป็นศัตรู เป็นต้น โดยที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัด หรือประเมินออกมาได้จากการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของทัศนคติ

ประเภทของทัศนคติ

คารณี อ้างถึงใน แพรภัทร (2552) กล่าวว่า การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือยอมรับ ความพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณเป็นการให้บุคคลได้มีอิสระทางความคิด

2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย เช่น นิดไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์ เพราะเห็นว่าทารุณสัตว์

3. การไม่แสดงออกทางทัศนคติ หรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative Attitude) คือ มีทัศนคติเป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือในเรื่องนั้นๆ เราไม่มีแนวโน้มทัศนคติอยู่เดิมหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน เช่น เรามีทัศนคติที่เป็นกลางต่อผู้ไม่โครเวฟ เพราะเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับโทษหรือคุณของผู้ไม่โครเวฟมาก่อน

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของทัศนคติที่สะสมไว้เป็นความคิดและความรู้สึก จนสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา ตามทัศนคติต่อสิ่งนั้น

การวัดทัศนคติ

ซูบิน (2550) กล่าวว่าในทางจิตวิทยา การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของคน เพราะการรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ว่าเป็นไปในทิศทางใด และมีความเข้มมากน้อยแค่ไหน ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถทำนายพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นของบุคคลนั้นได้ และสามารถวางแผนดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

ความคิดเกี่ยวกับการวัดทัศนคตินี้ เฮนเนอตัน, มอริริส และฟิทซ์กิบบอน Henerson, Morris and Fitz-Gibbon (1978) (อ้างถึงใน ซูบิน ยุระรัช, 2550) ได้กล่าวเอาไว้ว่า ทัศนคติไม่ได้เป็นสิ่งที่จะสามารถตรวจสอบหรือวัดได้เช่นเดียวกับการตรวจสอบเซลล์ผิวหนังของมนุษย์ หรือการวัดอัตราการเต้นของหัวใจ แต่ทัศนคติของบุคคลหนึ่งอาจแสดงออกมาได้ด้วยการใช้คำพูดหรือการกระทำ

ไอเซน(Ajzen, 1988) (อ้างถึงใน ซูบิน ยุระรัช, 2550) ได้กล่าวเอาไว้ว่า โดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติของทัศนคติเป็นสิ่งที่วัดได้ แม้ว่าทัศนคติจะเป็นเพียงภาวะของจิตใจ ไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรง แต่ทัศนคติก็อาจวัดได้โดยอาศัยจากผลของการตอบสนอง ซึ่งจะประเมินได้เป็นทางบวกหรือทางลบ และมีระดับความมากน้อย

ซูบิน (2550) การวัดทัศนคติอาจทำได้หลายวิธี ดังนี้

1.การสังเกต (Observation) เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ศึกษาทัศนคติโดยใช้ประสาทหูและตาเป็นสำคัญ การสังเกตเป็นวิธีการศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้วนำข้อมูลที่สังเกตนั้น ไปอนุมานว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นอย่างไร

2.การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาจะต้องออกไปสอบถามบุคคลนั้นๆ ด้วยตนเอง โดยอาศัยการพูดคุย ผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมวางแผนล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์ในเรื่องใด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3.แบบรายงานตนเอง (Self-Report) เป็นวิธีการศึกษาทัศนคติของบุคคล โดยให้บุคคลนั้นเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นออกมาว่า รู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ซึ่งผู้เล่าจะบรรยายความรู้สึกนึกคิดของตัวเองออกมาตามประสบการณ์และความสามารถที่มีอยู่ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล

วิธีการศึกษาทัศนคติโดยใช้แบบรายงานตัวเองนี้ มักจะถูกสร้างขึ้นในรูปแบบของเครื่องมือวัดที่เรียกว่า มาตรวัด(Scale) เช่น มาตรวัดทัศนคติของเทอร์สโตน (Thurstone) มาตรวัดทัศนคติของลิเคอร์ท (Likert) มาตรวัดทัศนคติของออสกู๊ด (Osgood) มาตรวัดความห่างทางสังคม

ของโบการ์ดัส (Bogardus) มาตรการวัดความคงที่ของทัศนคติตามวิธีของกัทท์แมน (Guttman) และ มาตรการยิ้มสำหรับเด็ก (The Smiling Faces Scales) เป็นต้น (อ้างถึงใน สุบิน บุระรัช, 2550)

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ธงชัย (2540) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

ศิริวรรณ และคณะ (2546) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

เสรี (2542) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร

จากความหมายข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ และคณะ (2546) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมี รรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเอง ราคา เป็น P ตัวที่สองที่เกิดถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับ ราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการ กระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อ ทรานส์แอคชันและบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และ พฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและ การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์กรอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบ ประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุ จุดมุ่งหมายร่วมกันได้

นอกจากนี้คู่มือ จาตุรงค์กุล (2543) ยังได้ให้ความหมายของส่วนประสมทาง การตลาดว่า หมายถึง ตัวกระตุ้น หรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโดย แบ่งออกได้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของ ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่อง เหล่านี้แล้วในฐานะนักการตลาดเราควรจะเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่าผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพื่อให้ ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา ส่วนในเรื่องของรูปร่าง ของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดวกอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อป้ายฉลาก

ที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

2. ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อหรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่น ๆ สำหรับการตัดสินใจอย่างกว้างขวางผู้บริโภคมักพิจารณาราคาละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่า ของผู้บริโภคซึ่งก็ติดตามด้วยการซื้อ

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place หรือ Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อก็จะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนออีกอาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้ามีชื่อเสียงมากกว่า นำไปไวบนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเรามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้มันสามารถส่งมอบให้ได้ มากกว่าสินค้าของคู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลังการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้องจากเครื่องมือทางการตลาดหรือส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาด 4 ประการที่เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า 4P's คือ Product, Price, Place, Promotion ในการสนองความพึงพอใจของบุคคล และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

จากส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจที่ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องกำหนดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม เพราะในปัจจุบันกระบวนการซื้อสำหรับผู้บริโภค ผู้ซื้อจะยึดหลักมูลค่าสูงสุด (Value maximization) ผู้ซื้อจะซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจที่เสนอคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าสูงสุด (Highest delivered value) มูลค่าดังกล่าวนี้คือความแตกต่างระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์ในสายตาของลูกค้า (Total customer value) และราคา (ต้นทุน) ของผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า นั่นเอง ธุรกิจจะต้องคาดคะเนมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้าและต้นทุนรวมของลูกค้า การส่งมอบมูลค่าผลิตภัณฑ์จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อธุรกิจได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยธุรกิจต้องเพิ่มมูลค่าด้านผลิตภัณฑ์ มูลค่าด้านบริการ บุคลากร และภาพลักษณ์ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และต้องพยายามลดราคาในรูปของตัวเงิน รวมทั้งต้องพยายามลดต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อื่นที่ไม่ปรากฏในรูปของตัวเงิน โดยลดต้นทุนด้านเวลาที่ลูกค้าต้องเสียไป ลดต้นทุนพลังงานที่ต้องใช้ไปกับผลิตภัณฑ์และลดต้นทุนที่เกิดจากความไม่สบายใจจากการใช้ผลิตภัณฑ์

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วลัญช์รัช (2557) ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยศึกษาจากผลวิเคราะห์ที่เป็นไปตามกรอบแนวคิดและระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งมุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวาจังหวัดสมุทรสงครามจากการสุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบ โฮมสเตย์ ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม คือ ตลาดน้ำอัมพวาจำนวน 200 ชุด อุทยานแห่งชาติ ร.2 จำนวน 100 ชุด และวัดอัมพวันเจติยาราม จำนวน 100 ชุด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกันในด้านรายได้ ในส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ภูมิฐานะ ระยะเวลาการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปีและพาหนะในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามและในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่าด้านสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการจัดรายการนำเที่ยวและด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

เขาวภา (2555) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 376 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวและสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วยเจ้าของตลาดหนองมน ผู้ประกอบการร้านค้า หัวหน้ากองวิชาการและแผนงานเทศบาล เจ้าหน้าที่ตำรวจและนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมี ความพึงพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในระดับมากในด้านความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากตลาดหนองมนมีสินค้าให้เลือกซื้อเลือกชมหลายชนิดและหลายร้านทำให้นักท่องเที่ยวได้เลือกได้เปรียบเทียบสินค้าและราคารวมถึงคุณภาพและปริมาณของสินค้านั้นๆ ปัจจัยด้านการเดินทาง ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางและพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีความสำคัญต่อการก่อให้เกิดความพึงพอใจ ถ้าผู้ร่วมเดินทางไปด้วยกันและมีจุดประสงค์ในการเดินทางเหมือนกัน ทำให้เดินทางท่องเที่ยวสนุกไม่เกิดความเบื่อหน่ายและเป็นกันเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางก็เช่นเดียวกันเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย

สุนิษา (2555) ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผู้วิจัยใช้รูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้สำหรับวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ความถี่ในการท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน

วิธาน (2555) ทำการศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีผลต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ด้านความเป็นธรรมชาติ ด้านการจัดการด้านบุคลากรและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน การวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

สุภาพ (2554) ศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเฉพาะ ประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีแบบวันเดียวกลับ โดยกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างไว้ที่ 400 คน และทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามบริเวณหน้าหาดบางแสนโดยตรง ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในทุกปัจจัยการตลาด 7 Ps โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ อายุ สถานภาพและอาชีพ มีทัศนคติในการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีแบบวันเดียวที่แตกต่างกันและมีระดับความพึงพอใจที่ต่างกันในลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านอายุ การศึกษา สถานภาพและรายได้

ปวีณา (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดจากการท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุดและได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด

สุทธิ (2548) ศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก และด้านการบริการ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยกเว้นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ส่วนการประชาสัมพันธ์ การให้บริการด้านที่พัก และการให้บริการทั่วไป มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้แนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง ข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กิ่งอำเภอเกาะช้างมีชื่อเสียง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย การเพิ่มถังขยะ ที่จอดรถสาธารณะ ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้น ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและข้อมูลทันสมัย ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว และไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรักษาความสะอาด ราคาห้องพัก เพิ่มการให้บริการด้านคมนาคม ความปลอดภัย และพัฒนาจุดชมวิวให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา

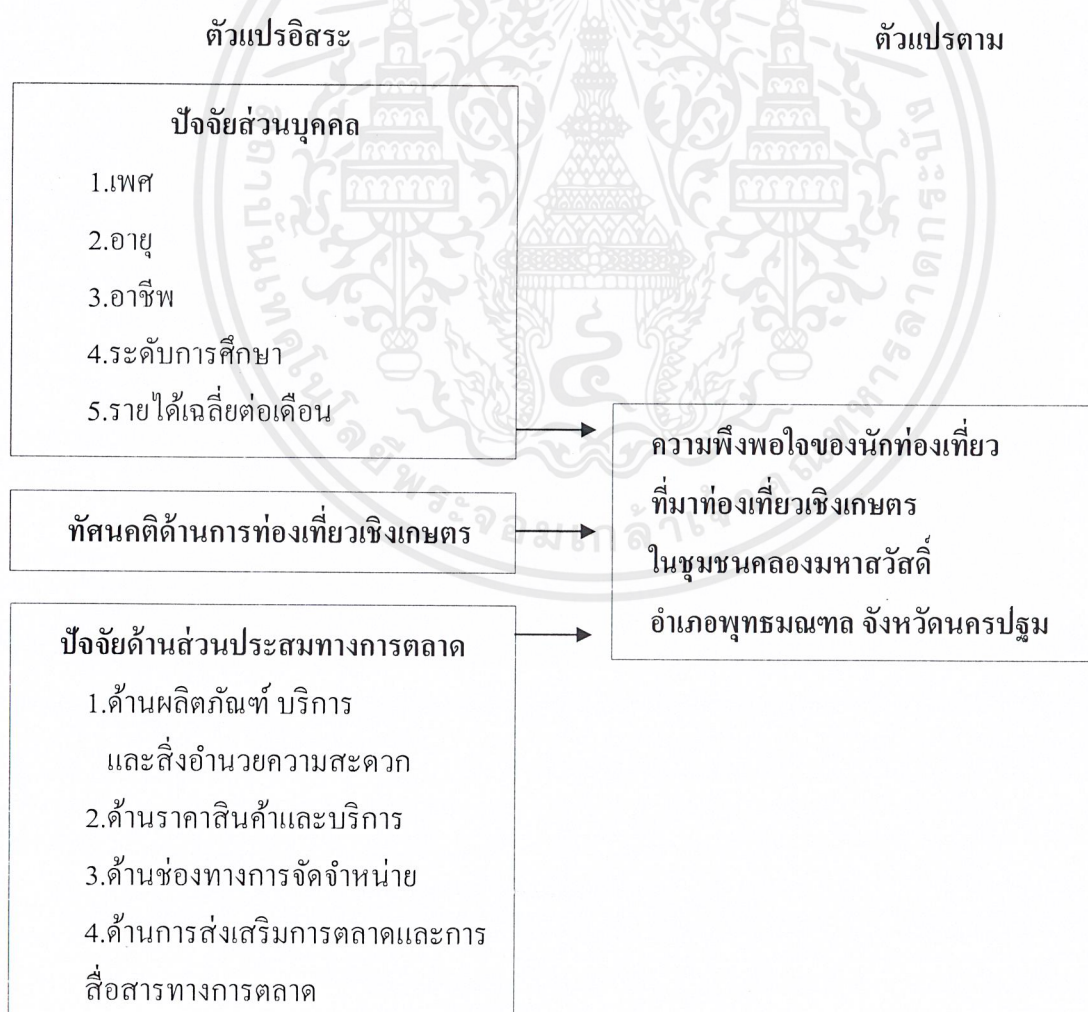
จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดได้ ดังภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ตัวแปรทางด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ตัวแปรทางด้านทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. ตัวแปรทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แลด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม คือ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10 สมมติฐานของการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ที่แตกต่างกัน

2. ทักษะคดีด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวงานวิจัยเชิงกรณีศึกษา ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ และการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ

1. ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (primary data) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวงานวิจัยเชิงกรณีศึกษา ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม (questionnaire) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2559 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2559

1.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง เนื่องจากผู้ศึกษาไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาท่องเที่ยว ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ดังนั้นการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาสามารถหาได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรการหาขนาดของแบบไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ (กัลยา, 2548) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สัดส่วน ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ $n =$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z =$ ระดับความเชื่อมั่น ในการศึกษารั้งนี้ ได้ตั้งระดับความเชื่อมั่น ไว้ระดับ ร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96

$E =$ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในการศึกษารั้งนี้ ได้กำหนดค่า ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5

$$\text{แทนค่าสูตร} \quad n = \frac{1.96^2}{4 \times 0.05^2}$$

จากการคำนวณแทนค่าในสูตร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และจะสำรองไว้ เพื่อความผิดพลาดอีกร้อยละ 4 จะได้เท่ากับ $(384.16 \times 4) / 100$ เท่ากับ 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกใช้ 400 ตัวอย่าง

1.3 การสุ่มตัวอย่างสัมภษณ จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (non-probability sampling) (ศิริวรรณ และคณะ, 2541) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะถูกเลือกจากประชากรทั้งหมด จึงไม่สามารถประมาณค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมาย (purposive sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ คือ จะทำการสุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

1.4 การสร้างแบบสอบถาม โดยขอบเขตของแบบสอบถามมีดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเป็นแบบปลายเปิด (openended question) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกความคิดเห็นลงไป

1.5 การตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามดังกล่าวมาทดสอบแล้ว ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha coefficient)

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีสูตรดังนี้ (กัลยา, 2546)

$$\text{Alpha} = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดยที่ Alpha = ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

s_i^2 = ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

s_t^2 = ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป (สุรพงษ์, 2555) ในการตรวจสอบ โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้นำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร (กรมวิชาการ, 2545)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์
R	แทน	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2. ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หนังสือพิมพ์ทางธุรกิจและข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา ใช้ประกอบการวิเคราะห์และสรุปผล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (editing) ความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสนี้ไว้ล่วงหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS (statistical package for the social sciences) เพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

สถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) ซึ่งการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามแบบสอบถาม โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่างง่าย แล้วเสนอในรูปแบบตารางและอธิบายประกอบ เพื่อเปรียบเทียบข้อมูล ทั้งในด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ข้อมูลทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว และข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency)

ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล

ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูลและใช้แปลความหมายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

$$P = \left(\frac{f}{n} \right) \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าสถิติร้อยละ
	f	แทน	ค่าความถี่ในการปรากฏของข้อมูล
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสถิติเชิงอนุมาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายทัศนคติการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการแปลความหมาย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูลและใช้แปลความหมายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{x}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$SD = \sqrt{\frac{\sum_{i=0}^N (X_i - \bar{X})^2}{N}}$$

เมื่อ	SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	แทน	ค่าของข้อมูลแต่ละตัวหรือจุดกึ่งกลางชั้นแต่ละตัว
	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายค่าเฉลี่ยใช้หลักเกณฑ์ในแต่ละช่วงคะแนน ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็น / ความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น / ความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น / ความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น / ความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น / ความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น / ความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติเชิงอนุมาน

1. การทดสอบโดยใช้ T-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกันซึ่งใช้ในการทดสอบตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ โดยใช้สถิติ Independent sample T-test ใช้สูตรดังนี้ (ชานินทร์, 2550)

กรณีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันหรือเท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution
	\bar{X}_1, \bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2
	S_p^2	แทน	ค่าความแปรปรวนรวม
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และ 2

2. การทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) สำหรับทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ที่เป็นอิสระต่อกัน และหากพบว่ามีความแตกต่างกันภายในกลุ่มจะทำการทดสอบว่าคู่ใดมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ด้วยวิธี Least Significant Different (LSD)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์โดยวิธี One – Way ANOVA ใช้สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent Samples) ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

- (1) เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
- (2) สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One – Way ANOVA คือ
 - H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน
 - H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองกลุ่มแตกต่างกัน
 หรือ $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$
 $H_1: \mu_i \neq \mu_j$, เมื่อ $i \neq j; j, j = 1, 2, \dots, k$
- (3) สมมติฐานที่ใช้ทดสอบ One – Way ANOVA

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

ตารางที่ 2 สูตรการวิเคราะห์ โดยวิธี One – Way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Group	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_v^2 - \frac{T^2}{n}$		

ที่มา: พวงรัตน์ (2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ	k	แทน	จำนวนกลุ่ม
	n	แทน	ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
	n_j	แทน	ขนาดตัวอย่างของกลุ่ม
	T_j	แทน	ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
	T	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	x_v	แทน	คะแนนแต่ละคน

(4) การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตาราง ที่ $df = (k - 1)$, $(n - k)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตาราง ที่ $df = (k - 1)$, $(n - k)$ หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One - Way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณ ดังนี้

(1) กำหนดระดับนัยสำคัญ α

(2) คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ คือ ค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$

n_i คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ i

(3) คำนวณค่า $|x_i - x_j|$ เมื่อ $i \neq j$; $i, j = 1, 2, \dots, k$

(4) การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|x_i - x_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|x_i - x_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หรือ ถ้าค่า p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

3. การทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณนั้นจะต้องหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นกับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จะต้องหาสมการถดถอยเพื่อใช้ในการพยากรณ์ของตัวแปรตาม (Y) และหาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่เป็นไปได้สูงสุดระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม

สมการถดถอยพหุคูณ

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ	Y'	แทน	ค่าของตัวแปรตาม
	a	แทน	ค่าคงที่ของสมการ
	$b_1, b_2 \dots b_k$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของ X_k
	$X_1, X_2 \dots X_k$	แทน	ค่าของตัวแปรอิสระ
	k	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ซึ่งได้จากการสำรวจตัวอย่างจำนวน 400 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	167	41.80
หญิง	233	58.30
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ		
15 - 24 ปี	296	74.00
25 - 34 ปี	35	8.80
35 - 44 ปี	27	6.80
45 - 54 ปี	24	6.00
55 ปีขึ้นไป	18	4.50
รวม	400	100
สถานภาพ		
โสด	345	86.30
สมรส	51	12.80
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	4	1.00
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	2.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	1.80
ปวส./อนุปริญญา	7	1.80
ปริญญาตรี	363	90.80
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.80
รวม	400	100
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	312	78.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง ภาครัฐ	27	6.80
พนักงานเอกชน	26	6.50
ธุรกิจส่วนตัว	32	8.00
รับจ้างทั่วไป	3	0.80
รวม	400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000	281	70.30
10,001-20,000	52	13.10
20,001-40,000	50	12.50
40,001-60,000	11	2.80
60,001-80,000	1	0.30
80,0001-100,000	3	0.80
สูงกว่า 100,000	2	0.50
รวม	400	100
เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่นี้		
เคย	384	96.00
ไม่เคย	16	4.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 มีอายุอยู่ในช่วง 15 ถึง 24 ปี จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 มีสถานภาพโสด จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.30 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.80 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.30 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวบริเวณชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

(n=400)

ทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับที่ระดับทัศนคติ
1.ท่านเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	4.07	.709	เห็นด้วยมาก	8
2.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	4.27	.748	เห็นด้วยมากที่สุด	5
3.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำให้ท่านทราบถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรมากยิ่งขึ้น	4.29	.751	เห็นด้วยมากที่สุด	2
4.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะสามารถเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของเกษตรกรของท่านได้มากขึ้น	4.23	.797	เห็นด้วยมากที่สุด	6
5.ท่านสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสภาพแวดล้อมของที่นี่ในขณะที่ท่องเที่ยว	4.21	.769	เห็นด้วยมากที่สุด	7
6.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนอีกรูปแบบหนึ่ง	4.28	.720	เห็นด้วยมากที่สุด	4
7.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่บุคคลสามารถมีส่วนร่วมได้ในกิจกรรม	4.29	.773	เห็นด้วยมากที่สุด	3
8.ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.30	.683	เห็นด้วยมากที่สุด	1
โดยรวม	4.24	.744	เห็นด้วยมากที่สุด	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ คือท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาได้แก่ ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำให้ท่านทราบถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรมากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และท่านเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ลำดับที่ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
1. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของคนในชุมชน	4.08	.936	เห็นด้วยมาก	1
2. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่หลากหลาย	4.03	.916	เห็นด้วยมาก	6
3. ท่านคิดว่าความหลากหลายของสินค้าและบริการเป็นสิ่งจำเป็น	4.03	1.017	เห็นด้วยมาก	8
4. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการรักษาความปลอดภัยขณะท่องเที่ยวเพียงพอ	3.99	1.001	เห็นด้วยมาก	13
5. ท่านคิดว่าผู้นำเที่ยวมีความรู้และความสามารถในการให้ความรู้และตอบปัญหาข้อสงสัยของนักท่องเที่ยว	4.06	1.007	เห็นด้วยมาก	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ลำดับที่ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
6. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.91	1.053	เห็นด้วยมาก	22
7. ท่านคิดว่าการแสดงราคาของสินค้าและของฝากที่ชัดเจนมีผลต่อความพึงพอใจในการเที่ยวสถานที่นี้ของท่าน	4.02	1.051	เห็นด้วยมาก	9
8. ท่านคิดว่าราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับกิจกรรมที่ได้รับ	3.99	1.005	เห็นด้วยมาก	14
9. ท่านคิดว่าราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับรายได้ของท่าน	3.94	1.021	เห็นด้วยมาก	20
10. ท่านคิดว่าราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.88	.998	เห็นด้วยมาก	23
11. ถ้าเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบเดียวกันกับที่อื่นในด้านราคา ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวที่นี่คุ้มค่ากว่า	3.91	1.015	เห็นด้วยมาก	21
12. ท่านคิดว่าราคาของสินค้าและของฝากที่กำหนดที่นี่มีราคาไม่แพง	3.94	.984	เห็นด้วยมาก	19
13. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวนี้มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม	4.06	1.000	เห็นด้วยมาก	2
14. ท่านคิดว่าสถานที่ตั้งของที่นี่มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.03	.988	เห็นด้วยมาก	7
15. การจัดแต่งภูมิทัศน์ของร้านค้าและสถานที่ที่เป็นอยู่ทำให้ท่านเกิดความเพลิดเพลินในการเยี่ยมชม	4.05	.972	เห็นด้วยมาก	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

(n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับปัจจัย ส่วนประสม ทางการตลาด	ลำดับที่ระดับ ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด
16. ท่านคิดว่าช่องทาง การติดต่อ ศูนย์บริการการท่องเที่ยวที่นี่มีความ สะดวกและหลากหลาย	4.00	1.005	เห็นด้วยมาก	11
17. การจัดวางแผนผังและเส้นทางการ เดินเที่ยวของที่นี่ทำให้ท่านเกิดความ เพลิดเพลินในการเยี่ยมชม	4.04	.997	เห็นด้วยมาก	5
18. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการ จัดเตรียมพื้นที่การให้บริการที่จอดรถมาก เพียงพอ	3.96	.980	เห็นด้วยมาก	17
19. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการ ประชาสัมพันธ์ดึงดูดให้ท่านมาท่องเที่ยว	4.00	.987	เห็นด้วยมาก	10
20. ท่านคิดว่าข้อมูลข่าวสาร ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนี้มี ความถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจ มาท่องเที่ยว	3.95	.986	เห็นด้วยมาก	18
21. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการ อธิบายกิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยว อย่างละเอียด ชัดเจน	3.98	1.039	เห็นด้วยมาก	16
22. การจัดแสดงหรือการมีกิจกรรมพิเศษ ในวันเทศกาลต่างๆ มีผลทำให้ท่านเลือก มาเที่ยวที่นี่	3.98	1.033	เห็นด้วยมาก	15
23. กิจกรรมพิเศษเพื่อ สังคมและ สิ่งแวดล้อมตามโอกาส มีผลให้ท่านเลือก มาเที่ยวที่นี่	4.00	1.045	เห็นด้วยมาก	12
โดยรวม	3.99	1.002	เห็นด้วยมาก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 5 พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของคนในชุมชนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวที่ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์มีความหลากหลายมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

(n=400)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ลำดับที่ระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยว
1.ท่านได้รับความรู้และประวัติเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนี้จากผู้นำเที่ยวและชุมชนรอบข้างเพิ่มมากขึ้น	4.09	0.725	พึงพอใจมาก	2
2.สถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี	4.04	0.789	พึงพอใจมาก	9
3.ท่านได้รับประสบการณ์ด้านการเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกรเพิ่มมากขึ้นจากการมาเที่ยวที่นี่	4.07	0.833	พึงพอใจมาก	4
4.ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่มี ใน สถานที่ นี้ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย	4.02	0.849	พึงพอใจมาก	11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

(n=400)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ลำดับที่ระดับความพึงพอใจนักท่องเที่ยว
5.ท่านได้รับการดูแลด้านความปลอดภัยและความเอาใจใส่จากผู้ให้บริการ ระหว่างทำกิจกรรมเป็นอย่างดี	4.06	1.261	พึงพอใจมาก	6
6.ท่านคิดว่าสถานที่นี้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	4.05	0.842	พึงพอใจมาก	8
7. ท่านคิดว่าสถานที่นี้เป็นตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดี	4.05	0.829	พึงพอใจมาก	7
8. สถานที่นี้เปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่ท่านสนใจได้อย่างเต็มที่	4.06	0.872	พึงพอใจมาก	5
9.หลังจากท่องเที่ยวที่นี่แล้ว ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการเกษตรมากยิ่งขึ้น	4.04	0.806	พึงพอใจมาก	10
10. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้	4.09	0.813	พึงพอใจมาก	3
11. ท่านคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสถานที่นี้อีกครั้ง เมื่อมีโอกาส	3.94	0.803	พึงพอใจมาก	12
12. ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสถานที่นี้	4.12	0.827	พึงพอใจมาก	1
โดยรวม	4.05	.854	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 6 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ คือท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสถานที่นี้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาได้แก่ ท่านได้รับความรู้และประวัติเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนี้จากผู้นำเที่ยวและชุมชนรอบข้างเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และท่านคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสถานที่นี้อีกครั้ง เมื่อมีโอกาส มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จำแนกตามเพศโดยวิธี Independent – Samples T Test

	เพศ	N	\bar{X}	t-test	p-value
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร	ชาย	167	4.08	0.873	0.470
	หญิง	233	4.03		

จากตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์จำแนกตามเพศ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.47 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับ H_0 หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์โดยรวมนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยมีค่า Independent – Samples T Test เท่ากับ 0.873 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร (2552) พบว่าเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งนี้อาจเพราะว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการพักผ่อนและการท่องเที่ยวพอกัน ดังนั้นจึงทำให้เพศไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง

ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-way ANOVA

	อายุ	N	\bar{X}	f-test	p-value
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร	15-24 ปี	296	4.05	0.862	0.487
	25-34 ปี	35	4.06		
	35-44 ปี	27	3.94		
	45-54 ปี	24	4.24		
	55-64 ปี	18	4.00		

จากตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์จำแนกตามอายุ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.487 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับ H_0 หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มีดังนี้ อายุ 15 - 24ปี เท่ากับ 4.05 อายุ 25 - 34ปี เท่ากับ 4.06 อายุ 35-44ปี เท่ากับ 3.94 อายุ 45-54 ปี เท่ากับ 4.24 และ อายุ 55-64 ปี เท่ากับ 4.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร (2552) พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในด้านๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งนี้อาจเพราะว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์สามารถมาได้สะดวก ปลอดภัยสำหรับทุกเพศทุกวัย ไม่ว่าจะอายุเท่าไรก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ดังนั้นจึงทำให้อายุ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จำแนกตามระดับการศึกษาโดยวิธี One-way ANOVA

	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	f-test	p-value
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร	ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	3.91	0.684	0.603
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	4.30		
	ปวส./อนุปริญญา	7	3.86		
	ปริญญาตรี	363	4.06		
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.99		

จากตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.603 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับ H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มีดังนี้ ต่ำกว่ามัธยมต้น เท่ากับ 3.91 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เท่ากับ 4.30 ปวส./อนุปริญญา เท่ากับ 3.86 ปริญญาตรี เท่ากับ 4.06 และ สูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ 3.99 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิชาน จินาภักดิ์ (2555) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรีที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเพราะไม่ว่านักท่องเที่ยวจะศึกษาอยู่ในระดับใด ก็ย่อมมีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจากเรื่องต่างๆในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงทำให้ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันจะความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จำแนกตามอาชีพโดยวิธี One-way ANOVA

	อาชีพ	N	\bar{X}	f-test	p-value
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร	นักเรียน/นักศึกษา	312	4.05	1.649	0.161
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/				
	ลูกจ้างภาครัฐ	27	3.85		
	พนักงานเอกชน	26	4.25		
	ธุรกิจส่วนตัว	32	4.10		
	รับจ้างทั่วไป	3	4.06		

จากตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.161 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับ H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มีดังนี้ นักเรียน/นักศึกษา เท่ากับ 4.05 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ เท่ากับ 3.85 พนักงานเอกชนเท่ากับ 4.25 ธุรกิจส่วนตัวเท่ากับ 4.10 และ รับจ้างทั่วไปเท่ากับ 4.06 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพ ภาสกรสวัสดิ์ (2554) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันนั้นมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวทาง บางแสนแบบวันเดียวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก เพราะนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงานหรือกำลังศึกษาอยู่ย่อมมีความเหนื่อยล้าจากการทำงานหรือ การเรียน และเมื่อถึงวันหยุดทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียด กิจกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกในการผ่อนคลายความเครียดที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกๆอาชีพ ดังนั้นจึงทำให้อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยวิธี One-way ANOVA

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	\bar{X}	f-test	p-value
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร	ต่ำกว่า 10,000	281	4.05	1.091	0.367
	10,001 – 20,000	52	4.10		
	20,001 – 40,000	50	4.11		
	40,001 – 60,000	11	4.00		
	60,001 – 80,000	1	4.08		
	80,001 – 100,000	3	3.42		
	มากกว่า 100,000	2	3.46		

จากตารางที่ 11 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.367 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับ H_0 หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มีดังนี้ ต่ำกว่า 10,000 เท่ากับ 4.05 10,001 – 20,000 เท่ากับ 4.10 20,001 – 40,000 เท่ากับ 4.11 40,001 – 60,000 เท่ากับ 4.00 60,001 – 80,000 เท่ากับ 4.08 80,001 – 100,000 เท่ากับ 3.42 และมากกว่า 100,000 เท่ากับ 3.46 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพ ประภาสวัสดิ์ (2554) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกันนั้นมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ หาดบางแสนแบบวันเดียวไม่แตกต่างกัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเพราะการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์มีค่าใช้จ่ายไม่มากนัก และนักท่องเที่ยวสามารถรู้ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายในการมาเที่ยวครั้งนี้ ดังนั้นจึงทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้

สมมติฐานที่ 2 ทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

H_0 : ทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

H_1 : ทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ค่าคงที่/ตัวแปร	b	SE _b	β	t-test	p-value
ค่าคงที่	2.301	0.244		9.411	0.000
ทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	0.338	0.060	0.294	5.635	0.000*
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	0.080	0.047	0.088	1.693	0.091

$R=0.342$; $R^2=0.117$; $F=26.207$

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 ผลการศึกษาการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ นั่นคือทศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ได้ค่า R Square เท่ากับ 0.117 หรือร้อยละ 11.7 หมายถึง ตัวแปรอิสระอธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 11.7 ส่วนอีกร้อยละ 88.3 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาพิจารณา และมี 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีค่า pre-value มีค่าเท่ากับ 0.000 และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.338 ซึ่งมีค่า เป็นบวก แสดงว่า ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ดังนั้นสมการถดถอยคือ

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

$$Y' = 2.301 + 0.338X_1$$

เมื่อ Y' = ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

a = ค่าคงที่ (Constant)

X_1 = ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กล่าวคือ ถ้า X_1 เป็นค่าทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยแล้ว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงเกษตร ณ ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์จะเปลี่ยนแปลงไป 0.338 ในทิศทางเดียวกัน

กล่าวคือ ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้อาจเพราะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นที่เน้นความเพลิดเพลินเป็นหลัก แต่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของเกษตรกร ดังนั้นนักท่องเที่ยวอาจจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ทั้งนี้อาจจะเพราะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ทำการท่องเที่ยวที่ไม่มุ่งเน้นรายได้มากนัก แต่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบศึกษาและเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของเกษตรกรในชุมชน ดังนั้นทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

คลองมหาสวัสดิ์นั้น เป็นคลองประวัติศาสตร์ที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) โปรดเกล้าฯ ให้ขุดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2403 และในปี พ.ศ. 2540 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พัฒนาพื้นที่ริมคลองมหาสวัสดิ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการให้ความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่ชาวบ้าน ต่อมาจึงมีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวล่องเรือชมสวนคลองมหาสวัสดิ์ กิจกรรมล่องเรือนี้ได้รับการตอบรับอย่างดี มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมาก แต่ในปี พ.ศ. 2554 ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ประสบภัยน้ำท่วมครั้งใหญ่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ลดลง ดังนั้นจะมีแนวทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้นได้อย่างไร

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีเชิงสำรวจ (Survey research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) แสดงผลในรูปค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

จากผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.80 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.30 มีระดับอายุ 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 74 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 86.30 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็น

ร้อยละ 90.80 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 78.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.30

ผลการศึกษาระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาพรวมของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับทัศนคติในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือระดับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำให้ทราบถึงวิถีชีวิตของเกษตรกรมากยิ่งขึ้น และระดับทัศนคติด้านความเข้าใจโดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 และระดับทัศนคติในด้านความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของคนในชุมชน โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านราคาสินค้าและบริการ พบว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับราคาของสินค้าและของฝากที่ชัดเจนมีผลต่อความพึงใจ โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเหมาะสม โดยให้ความสำคัญในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญในระดับมาก

สมมติฐานที่ 1 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มาเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ที่แตกต่างกันพบว่า

ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มาเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มาเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มาเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มาเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มาเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : ทักษะคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ พบว่า

ทักษะคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาถึงปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์นั้น ปัจจัยทางด้านราคาสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับทุกปัจจัย ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ ควรปรับปรุงและพัฒนาในด้านราคาสินค้าและบริการให้มีความคุ้มค่ามากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาด้านระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงเกษตรใน ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องต่างๆที่ยังมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ เช่น ปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความประทับใจมากยิ่งขึ้น ปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง และปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องความสะอาดบริเวณรอบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาดมากขึ้น เป็นต้น เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยตัวแปรอื่นเพิ่มเติม ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อความสมบูรณ์ของเรื่องที่ศึกษา
2. ควรมีการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ยังแหล่งท่องเที่ยว และให้ผู้เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป
3. เนื่องจากผู้ศึกษาได้ศึกษาในช่วงเวลา 15 มกราคม – 15 กุมภาพันธ์ ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาที่มึ่นักศึกษาจากสถาบันต่างๆมาศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงอาจส่งผลให้ข้อมูลที่ได้ในครั้งนี้ไม่ครอบคลุมหรือมีความหลากหลายของข้อมูลน้อยกว่าช่วงเวลาอื่น ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงเสนอแนะให้การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในช่วงเวลาอื่นๆ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. 2545. การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้น
พื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร. กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

กรองจิต ครองแก้ว. 2554. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อน้ำพุร้อนพระร่วง จังหวัดกำแพงเพชร.
ค้นคว้าแบบอิสระ, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่6.

กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และ
การบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

จุฑามาศ อ่วมประดิษฐ์. 2555. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณัฐนรี สมิตร. 2554. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์อำเภอป่าย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิพย์นารี แพทย์วงศ์. 2556. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการบริการ
ของอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ชนวิรัตน์ รัตนชัย. 2550. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ค้นคว้าแบบอิสระ, เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2542. เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการวัดเจตคติ(Measurement of Attitude). คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ปฐวี พรหมเสน. 2556. ล่องคลองมหาสวัสดิ์ สัมผัสวิถีชีวิตริมสายน้ำ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: www.travel.sanook.com/1192028 (วันที่สืบค้น 12 กันยายน 2558).

ปณิสรา อารีรอบ และคณะ. 2551. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ เกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปราวตา พรหมเสน. 2552. ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปวีณา ทวีวงศ์โอพาร. 2552. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ค้นคว้าแบบอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : เจริญพล.

แพรภัทร. 2552. ทักษะเจตคติหรือเจตคติ (Attitude). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/280647> (วันที่สืบค้น 24 พฤศจิกายน 2558).

ไพศาล หวังพานิช. 2531. วิธีการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: งานส่งเสริมวิจัยและตำรากองบริหาร การศึกษามหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2542. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เยาวภา จันทร์สอน. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัลลุทธิ์รัช วรวัลย์รัตน์. 2557. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.

วารุณี ดันติวังศ์วานิช และคณะ. 2546. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วิธาน จินากักดี. 2555. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. ค้นคว้าแบบอิสระ, วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิรุฬ พรรณเทวี. 2542. ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2538. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ศศิธร สามารณ. 2545. ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร. 2557. สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://agrotourism.doae.go.th/agro-stat.html> (วันที่สืบค้น 22 พฤศจิกายน 2558).

สุชาติ ชิดชอบ. 2548. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์. 2555. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง. ค้นคว้าแบบอิสระ, สาขาการจัดการธุรกิจที่พักรและโรงแรม สังกัดสำนักวิชาเขต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุบิน ยุระรัช. 2550. ทฤษฎีการวัดทัศนคติ (Theory of Attitude Measurement). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=inthedark&month=27-06-2007&group=2&gblog=27>. (วันที่สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2558).

สุรพงษ์ คงสัตย์. 2551. การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม(IOC). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?article_id=656&articlegroup_id=146. (วันที่สืบค้น 18 มีนาคม 2559).

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2533. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาพ ประภาสวัตดี. 2554. ทัศนคติและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเฉพาะประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีแบบวันเดย์ทริป. ค้นคว้าแบบอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และเท็กซ์ จำกัด.

โสภิน ทองปาน. 2541. การตลาดสินค้าประเภทอาหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาทิตย์ พีรัชะนันท์. 2546. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต. การค้นคว้าแบบ
อิสระ, เศรษฐศาสตร์บัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม โครงการปัญหาพิเศษ

เลขที่.....

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
สาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตร ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย \sqrt ลงใน () หน้าข้อที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้
ตรงกับความเป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด หรือเติมคำตอบลงในช่องว่างที่เว้นไว้

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ทักษะคตินักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวใน
ชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มา
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมต้น 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 3. ปวส./อนุปริญญา 4.ปริญญาตรี
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1.นักเรียน/นักศึกษา 2.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างภาครัฐ
 3. พนักงานเอกชน 4.ธุรกิจส่วนตัว
 5. รับจ้างทั่วไป 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน.....บาท

7. ที่อยู่ปัจจุบัน จังหวัด.....

8. ภูมิลำเนาเดิม จังหวัด.....

9. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบริเวณชุมชนคลองมหาสวัสดิ์หรือไม่

- ไม่เคย ครั้งนี้เป็นครั้งแรก
 เคยมา ครั้งนี้เป็นครั้งที่..... เหตุผลที่มาเยือนอีกครั้งเพราะ.....

ตอนที่ 2 ทักษะคตินักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในชุมชน
คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่วงคะแนน 1-5 ตามความสำคัญเกี่ยวกับทัศนคติของ
นักท่องเที่ยวที่ท่านคิดว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน
คลองมหาสวัสดิ์ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของ
ชาวเกษตรกร โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้
ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี
โดย

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีอิทธิพลต่อความ พึงพอใจในการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนช่วยในการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ					
3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะทำให้ท่านทราบถึง วิถีชีวิตของเกษตรกรมากยิ่งขึ้น					
4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะสามารถเพิ่มพูน ความรู้และประสบการณ์ด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของ เกษตรกรของท่านได้มากขึ้น					
5. ท่านสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสภาพแวดล้อม ของที่นี่ในขณะที่ท่องเที่ยว					
6. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการช่วยกระจาย รายได้สู่ชุมชนอีกรูปแบบหนึ่ง					
7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่บุคคลสามารถมีส่วนร่วมได้ใน กิจกรรม					
8. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวแบบ มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มา
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่วงคะแนน 1-5 ตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดที่ท่านคิดว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน
คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านมาก
ที่สุด โดย

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่นี่มีความ สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของ คนในชุมชน					
2. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่นี่มีกิจกรรมที่ หลากหลาย					
3. ท่านคิดว่าความหลากหลายของสินค้าและบริการ เป็นสิ่งจำเป็น					
4. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการรักษา ความปลอดภัยขณะท่องเที่ยวเพียงพอ					
5. ท่านคิดว่าผู้นำเที่ยวมีความรู้และความสามารถ ในการให้ความรู้และตอบปัญหาข้อสงสัย ของนักท่องเที่ยว					
6. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ					
ด้านราคาสินค้าและบริการ					
7. ท่านคิดว่าการแสดงราคาของสินค้าและของฝากที่ ชัดเจนมีผลต่อความพึงพอใจในการเที่ยวสถานที่นี้ของ ท่าน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
8. ท่านคิดว่าราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับกิจกรรมที่ได้รับ					
9. ท่านคิดว่าราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวความเหมาะสมกับรายได้ของท่าน					
10. ท่านคิดว่าราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวความหลากหลาย					
11. ถ้าเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบเดียวกันกับที่อื่นในด้านราคา ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวที่นี่คุ้มค่ากว่า					
12. ท่านคิดว่าราคาของสินค้าและของฝากที่จำหน่ายที่นี่มีราคาไม่แพง					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
13. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวนี้มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม					
14. ท่านคิดว่าสถานที่ตั้งของที่นี่มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
15. การจัดแต่งภูมิทัศน์ของร้านค้าและสถานที่ที่เป็นอยู่ทำให้ท่านเกิดความเพลิดเพลินในการเยี่ยมชม					
16. ท่านคิดว่าช่องทางการติดต่อศูนย์บริการการท่องเที่ยวที่นี่มีความสะดวกและหลากหลาย					
17. การจัดวางแผนผังและเส้นทางการเดินเที่ยวของที่นี่ทำให้ท่านเกิดความเพลิดเพลินในการเยี่ยมชม					
18. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการจัดเตรียมพื้นที่การให้บริการที่จอดรถมากเพียงพอ					
ด้านการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด					
19. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการประชาสัมพันธ์ดึงดูดให้ท่านมาท่องเที่ยว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
20. ท่านคิดว่าข้อมูลข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์ ของสถานที่ท่องเที่ยวนี้มีความถูกต้องและเพียงพอ ต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว					
21. ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการอธิบาย กิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างละเอียด ชัดเจน					
22. การจัดแสดงหรือการมีกิจกรรมพิเศษในวันเทศกาล ต่างๆ มีผลทำให้ท่านเลือกมาเที่ยวที่นี่					
23. กิจกรรมพิเศษเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตาม โอกาส มีผลให้ท่านเลือกมาเที่ยวที่นี่					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์

อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่วงคะแนน 1-5 ตามความสำคัญของความพึงพอใจที่ท่านได้รับในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดย

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด 4 หมายถึง พึงพอใจมาก 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง พึงพอใจน้อย 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ท่านได้รับความรู้และประวัติเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนี้จากผู้นำเที่ยวและชุมชนรอบข้างเพิ่มมากขึ้น					
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่นี่มีการรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี					
3. ท่านได้รับประสบการณ์ด้านการเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกรเพิ่มมากขึ้นจากการมาเที่ยวที่นี่					
4. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆที่มีในสถานที่นี้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย					
5. ท่านได้รับการดูแลด้านความปลอดภัยและความเอาใจใส่จากผู้ให้บริการ ระหว่างทำกิจกรรมเป็นอย่างดี					
6. ท่านคิดว่าสถานที่นี้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม					
7. ท่านคิดว่าสถานที่นี้เป็นตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดี					
8. สถานที่นี้เปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่ท่านสนใจได้อย่างเต็มที่					
9. หลังจากท่องเที่ยวที่นี่แล้ว ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการเกษตรมากยิ่งขึ้น					
10. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
11. ท่านคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในสถานที่นี้อีกครั้ง เมื่อมี โอกาส					
12. ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นมาท่องเที่ยว เชิงเกษตรในสถานที่นี้					

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ตารางผลการวิเคราะห์

ตารางผนวกที่ 1 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

โดยใช้วิธี Independent sample T-test

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ความพึงพอใจ	Equal variances assumed	.524	.470	.873	398	.383	.05144	.06889	-.06434	.16721
	Equal variances not assumed			.864	342.627	.388	.05144	.06956	-.06571	.16858

ตารางผนวกที่ 2 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

โดยใช้วิธี One – Way ANOVA

ANOVA

ความพึงพอใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.164	4	.291	.862	.487
Within Groups	133.364	395	.338		
Total	134.528	399			

ตารางผนวกที่ 3 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล

ด้านระดับการศึกษาโดยใช้วิธี One – Way ANOVA

ANOVA

ความพึงพอใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.926	4	.231	.684	.603
Within Groups	133.602	395	.338		
Total	134.528	399			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 4 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

โดยใช้วิธี One – Way ANOVA

ANOVA

ความพึงพอใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.210	4	.553	1.649	.161
Within Groups	132.318	395	.335		
Total	134.528	399			

ตารางผนวกที่ 5 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี One – Way ANOVA

ANOVA

ความพึงพอใจ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.205	6	.367	1.091	.367
Within Groups	132.323	393	.337		
Total	134.528	399			

ตารางผนวกที่ 6 ผลวิเคราะห์ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.332 ^a	.110	.108	.54840

a. Predictors: (Constant), ทัศนคติ

b. Dependent Variable: ความพึงพอใจ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.831	1	14.831	49.314	.000 ^b
	Residual	119.697	398	.301		
	Total	134.528	399			

a. Dependent Variable: ความพึงพอใจ

b. Predictors: (Constant), ทัศนคติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 (ต่อ)

Coefficients^a

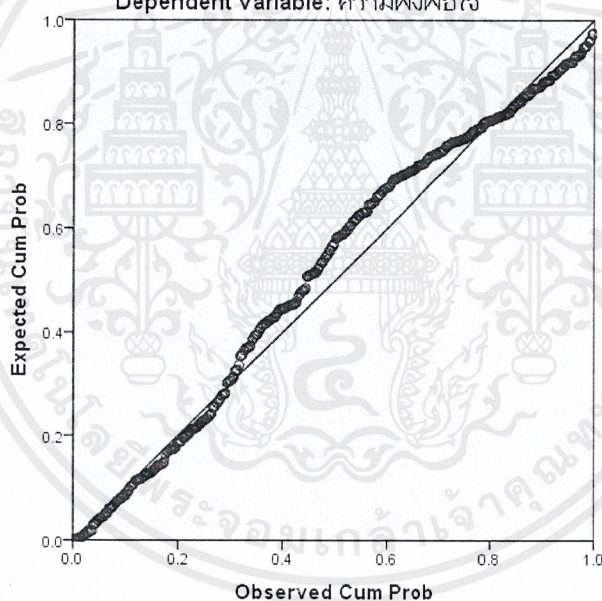
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.301	.244		9.411	.000
	ทัศนคติ	.338	.060	.294	5.635	.000
	ปัจจัยทางการตลาด	.080	.047	.088	1.693	.091

a. Dependent Variable: ความพึงพอใจ

ภาพที่ 2 กราฟแสดงผลการวิเคราะห์ห้ทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: ความพึงพอใจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ประวัติความเป็นมาคลองมหาสวัสดิ์

คลองมหาสวัสดิ์หรือมีอีกชื่อหนึ่งว่า คลองชัยพฤกษ์ เป็นคลองลัดบางกรวย - คลองบางกอกน้อย เป็นเส้นแบ่งเขตระหว่างเขตตลิ่งชันและเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร กับ อำเภอบางกรวย จังหวัดนครปฐม ไหลผ่านอำเภอกุสุมาลย์ คู่มแม่น้ำท่าจีนที่ตำบลจี่วราย อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม รวมระยะทางประมาณ 28 กิโลเมตร

คลองมหาสวัสดิ์ เริ่มขุดเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2402 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) เพื่อย่นระยะทางไปนมัสการพระปฐมเจดีย์ ทรงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี (ชำ นุนานาค) และพระภานุสมมติบริบูรณ์ เป็นแม่กองจ้างชาวจีนขุด แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2403 ใช้เงินทั้งสิ้น 1,101 ชั่ง 10 ตำลึง เมื่อขุดคลองมหาสวัสดิ์แล้วเสร็จ รัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ฯ จับจองที่ดินว่างเปล่าสองฝั่งคลอง ชุมชนแรกๆ และผู้ที่เข้ามาอาศัยอยู่ส่วนใหญ่ได้แก่ชาวบ้านจากริมแม่น้ำนครชัยศรี ดอนหวาย ดาวคะนอง และชาวจีนที่มาขุดคลอง นอกจากนี้ยังได้ให้สร้างศาลาริมคลองสำหรับผู้สัญจรไปมาเป็นระยะทุกๆ 100 เส้น หรือประมาณ 4 กิโลเมตร ได้สร้างศาลาและเขียนคำอารักขา โรคต่าง ๆ ติดไว้เป็นการกุศล ต่อมาเรียกกันว่า "ศาลายา" ส่วนศาลาที่ 7 เรียกกันว่า "ศาลาดิน" และศาลาที่ 5 สร้างในการกุศลปลงศพคนของเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ เรียกกันว่า "ศาลาทำศพ" ปัจจุบันกลายเป็น "ศาลาธรรมสพน์" และเป็นชื่อแขวงกับสถานีรถไฟในเขตทวีวัฒนาของกรุงเทพมหานคร

กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนคลองมหาสวัสดิ์มีทั้งหมด 4 กิจกรรม ได้แก่

1. การทำนาบัว (Lotus Farm) ที่นี้เป็นแปลงสาธิตและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล นาบัวแห่งนี้ถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้เกษตรกรอย่างมากมาย จะได้นั่งชมดอกบัวกับวิวสวยๆ และนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกิจกรรมพิเศษอย่างการพายเรือเก็บดอกบัว

2. ข้างตังวิสาหกิจชุมชน จุดสาธิตและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลในการแปรรูปผลผลิตเกษตร (Agricultural Processing Center) เป็นศูนย์เรียนรู้ชุมชน วิถีชาวบ้านสมัยก่อนจนถึงปัจจุบัน มีการทำปุ๋ยชีวภาพ การทำขนมข้าวตัง ไข่เค็มเสริมไอโอดีน เห็ดหอม เห็ดนางฟ้า และมีของฝากอีกมากมายที่เป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม

3. นากกล้วยไม้ มีพื้นที่กว่า 12 ไร่ เป็นสวนกล้วยไม้ที่ดูเหมือนจะธรรมดา แต่ที่จริงไม่ธรรมดา เพราะว่าได้มีการแต่งพันธุ์ใหม่ชื่อ "ทัศนีย์" ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย (เป็นกล้วยไม้ที่ผิวกลีบดอกคล้ายกำมะหยี่ยามสะท้อนแสงดูสวยงาม) นักท่องเที่ยวจะซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้กลับไปปลูกที่บ้านก็สามารถซื้อได้ที่สวนแห่งนี้ ของแท้ และราคาไม่แพง

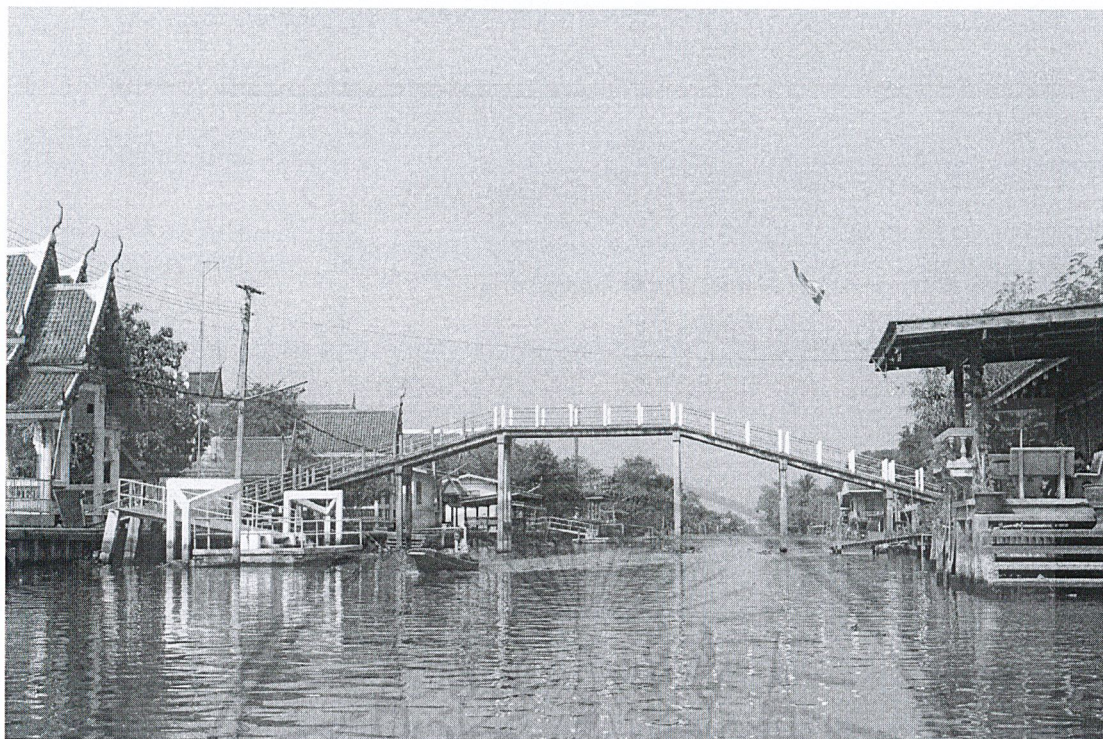
4. สวนผลไม้ลุ่มบุญเลิศ จะต้องนั่งรถอีแต่นเข้าไปเที่ยวชมทุ่งนา และสวนผลไม้ต่างๆ และมีผลไม้สดตามฤดูกาล รวมถึงผลไม้แปรรูปให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานและสามารถซื้อกลับไปเป็นของฝากได้อีกด้วย

ที่ตั้ง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

การเดินทาง จากกรุงเทพฯ ใช้ถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี จากนั้นเลี้ยวเข้าถนนพุทธมณฑลสาย 4 ไปทางมหาวิทยาลัยมหิดลศาลาฯ ขับตรงไปจากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าถนนธรรมสพน์ไปประมาณ 5 กิโลเมตร และเลี้ยวขวาเข้าซอยทรัพย์สมบูรณ์ ทางเข้าเดียวกับวัดสุวรรณาราม ภายในจะพบคลองมหาสวัสดิ์ และทำน้ำ

ฤดูท่องเที่ยว ตลอดปี

สิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณทำน้ำไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือร้านค้าร้านอาหารให้บริการมากนัก แต่นักท่องเที่ยวสามารถนำเครื่องดื่ม และขนมขบเคี้ยวมาด้วยตนเองได้ สำหรับค่าบริการนำเที่ยวชมคลอง 350 บาท/ลำ สามารถนั่งได้ 6-10 คน



บรรยากาศการล่องเรือชมวิถีชีวิตเกษตรกรรมชนคลองมหาสวัสดิ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



นาวบัว พืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้เกษตรกรชุมชนคลองมหาสวัสดิ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สานิตการทำข้างตั้ง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชมสวนกล้วยไม้ มีการแต่งพันธุ์ใหม่ชื่อ "ทัศนีย์" ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สวนผลไม้ลุ่มบุญเลิศ นั่งรถไถเดินเท้าชมทุ่งนา และสวนผลไม้ต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้