

อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา  
ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก

ธนิยา เสรีกุล

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

THE INFLUENCE ON TOURISTS' SATISFACTION OF QUALITY  
MANAGEMENT IN AGRICULTURAL TOURISM:  
A CASE STUDY OF FARM CHOKCHAI  
AND THAI-DANISH DAIRY FARM

TANIYA SEREEKUL

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY  
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
(GENERAL MANAGEMENT)

2016

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์      อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา  
ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก  
ชื่อผู้เขียน      นางสาวธนิยา เสรีกุล  
สาขาวิชา      การจัดการทั่วไป  
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์ มีใจดี      ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์สุภาพร จีมาอุตมากร

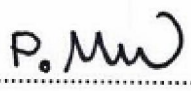
---

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปัญญา ศิริโรจน์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร. สุภาพร เพ่งพิศ)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์ มีใจดี)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สุภาพร จีมาอุตมากร)

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์

อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา

ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก

ชื่อผู้เขียน

นางสาวธนินยา เสรีกุล

สาขาวิชา

## การจัดการทั่วไป

## คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์ มีใจดี ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์สุภาพร ภิมาอุตมากร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย ความคุ้มค่าของเงินต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การดำเนินการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท้องเกี่ยวฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้โดยการวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า (1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ ด้านความ-  
น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ และด้านความคุ้มค่าของเงิน มีอิทธิทางบวก  
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสะดวกสบาย  
มีอิทธิพลทางลบ ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ (2) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ  
ที่ได้รับประสบการณ์ที่ดีและได้เรียนรู้สัมผัสกับธรรมชาติ ต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว  
เชิงเกษตร

## ABSTRACT

Thesis Title                    The Influence on Tourists' Satisfaction of Quality  
Management in Agricultural Tourism: A Case Study  
of Farm Chokchai and Thai-Danish Dairy Farm

Student's Name                      Miss Taniya Sereekul

Degree Sought                      Master of Business Administration

|                |                    |
|----------------|--------------------|
| Field of Study | General Management |
|----------------|--------------------|

Academic Year 2016

## Advisory Committee

1. Asst. Prof. Dr. Prayong Meechaisue Chairperson

2. Assoc. Prof. Chadaporn Teekauttamakorn

In this thesis, the researcher examines (1) the influence of quality management of agricultural tourism on the satisfaction of tourists by means of carrying out a case study of Farm Chokchai and Thai-Danish Dairy Farm.

This influence is studied by reference to the aspects of tangibles, reliability, responsiveness, empathy, convenience, and value for money. It is thus in this light that the researcher determines (2) whether the tourists in question were satisfied with the quality of agricultural tourism.

Using a quantitative research methodology, the researcher selected a sample population consisting of 400 tourists at Farm Chokchai and Thai-Danish Dairy Farm.

A questionnaire was used to collect germane data.

Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in terms of frequency, percentage, mean, and standard deviation. Using a computer software program, the researcher also employed multiple regression analysis (MRA) in the course of data analysis.

Findings are as follows:

(1) Agricultural tourism in the aspects of tangibles, reliability, responsiveness, and value for money positively influenced the satisfaction of the tourists. However, agricultural tourism in the aspects of empathy and convenience negatively influenced the satisfaction of the tourists.

(2) In view of having had a good experience and being able to learn about nature through this instance of agricultural tourism, the tourists evinced satisfaction with the quality of agricultural tourism at the two farms.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา ความเอาใจใส่ ของคณะกรรมการ-  
ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เริ่มจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์  
มีใจเชื้อ รองศาสตราจารย์ชฎาพร ฑิตมาอุดมกร และอาจารย์ ดร. สุภาพร เพ่งพิศ ที่ทุ่มเท  
แรงกาย แรงใจ อบรม สั่งสอน และให้คำแนะนำ ตลอดจนการปรับปรุงให้ได้รับความรู้  
ที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง  
ไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน เริ่มจาก รองศาสตราจารย์ ดร. แก้วตา  
ผู้พัฒนาพงศ์ รองศาสตราจารย์ชนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส รองศาสตราจารย์จิพร ศรีทอง  
รองศาสตราจารย์สุจิตต์ ฒ นคร และผู้ช่วยศาสตราจารย์มนตรี จังชนสมบัติ ที่กรุณา  
ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขอบคือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย  
และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน รวมทั้งพี่ ๆ น้อง ๆ เพื่อน ๆ ทุกคน  
ที่ไม่ได้กล่าวนามถึง ที่คอยให้กำลังใจ มีแรงผลักดันในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบคุณพระคุณ บิดา มารดา สมาชิกในครอบครัว “เสรีกุล” ที่คอย  
สนับสนุน ห่วงใย และให้กำลังใจ ตั้งแต่เริ่มศึกษาจนกระทั่งทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วง  
ไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่เป็นแหล่งความรู้ จึงทำให้  
การศึกษาสำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

ธนิยา เสรีกุล

## สารบัญ

|                                                 | หน้า |
|-------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                            | (4)  |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                         | (5)  |
| กิตติกรรมประกาศ .....                           | (7)  |
| สารบัญตาราง .....                               | (11) |
| สารบัญภาพประกอบ .....                           | (12) |
| <b>บทที่</b>                                    |      |
| 1 บทนำ .....                                    | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....             | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                    | 2    |
| คำถามในการวิจัย .....                           | 3    |
| สมมติฐานของการวิจัย.....                        | 3    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                          | 4    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ .....                           | 5    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                  | 6    |
| 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....    | 7    |
| การท่องเที่ยวเชิงเกษตร .....                    | 7    |
| แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการ..... | 10   |
| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว .....               | 24   |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย .....                      | 30   |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....                       | 31   |
| ประเภทงานวิจัย .....                            | 31   |
| แหล่งที่มาของข้อมูล .....                       | 32   |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                          | 32   |

| บทที่                                                       | หน้า |
|-------------------------------------------------------------|------|
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....                               | 32   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....                 | 33   |
| วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                | 35   |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....                       | 36   |
| นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ และการวัดค่าตัวแปร.....            | 38   |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                | 47   |
| สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....        | 47   |
| ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์             |      |
| ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....                                     | 48   |
| ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพ        |      |
| ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของ               |      |
| นักท่องเที่ยว.....                                          | 50   |
| ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพ  |      |
| ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของ                |      |
| นักท่องเที่ยว.....                                          | 59   |
| 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....           | 67   |
| สรุปผลการวิจัย.....                                         | 67   |
| การอภิปรายผล.....                                           | 68   |
| ข้อเสนอแนะ.....                                             | 69   |
| ภาคผนวก                                                     |      |
| ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ .....            | 70   |
| ข ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่น |      |
| แบบสอบถาม.....                                              | 76   |
| ค หนังสือขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม.....                  | 81   |
| ง แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....                            | 84   |

| บทที่                 | หน้า |
|-----------------------|------|
| บรรณานุกรม.....       | 92   |
| ประวัติผู้เขียน ..... | 100  |

## สารบัญตาราง

| ตาราง                                                                                                             | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 จำนวนร้อยละของแบบสอบถาม .....                                                                                   | 33   |
| 2 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม .....                                                                                 | 39   |
| 3 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านสภาพทางกายภาพ .....                                                                         | 40   |
| 4 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความน่าเชื่อถือ .....                                                                       | 41   |
| 5 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านการตอบสนองความพึงพอใจ .....                                                                 | 42   |
| 6 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า .....                                                                 | 43   |
| 7 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความสะอาดสบาย .....                                                                         | 44   |
| 8 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความคุ้มค่าของเงิน .....                                                                    | 45   |
| 9 มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว .....                                                           | 46   |
| 10 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ..                                                     | 48   |
| 11 ผลรวมค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิพจน์ผลการจัดการคุณภาพของ<br>แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร .....              | 51   |
| 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านสภาพทางกายภาพ .....                                                         | 52   |
| 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความน่าเชื่อถือ .....                                                       | 53   |
| 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ .....                                                 | 54   |
| 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า .....                                                 | 55   |
| 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความสะอาดสบาย .....                                                         | 56   |
| 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคุ้มค่าของเงิน .....                                                    | 57   |
| 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความพึงพอใจ .....                                                           | 59   |
| 19 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของอิทธิพล<br>ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ..... | 59   |
| 20 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร .....                                                                   | 61   |
| 21 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-6 .....                                                                                | 64   |

## สารบัญภาพประกอบ

| ภาพ                                                                                                              | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 กรอบแนวคิดตัวแบบจำลองอิทธิพลการจัดการคุณภาพของ<br>แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว..... | 30   |
| 2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตร .....                              | 63   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุด และมีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้น เพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่สร้างรายได้ให้กับประเทศต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก จึงส่งผลให้รัฐบาลของแต่ละประเทศให้ความสำคัญและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับคุณภาพในการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและประทับใจแหล่งท่องเที่ยว (Boit, 2013, p. 120)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกต้องการเดินทางมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม รวมทั้งวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว โดยพัฒนาการตลาดและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกและค่านิยมความเป็นไทย และพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และได้มาตรฐานระดับสากล (วิษณุ อรรถวานิช, 2557; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

จากการสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐบาล ทำให้ภาคเอกชนมีการแข่งขันและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพื่อให้มีศักยภาพและคุณภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เริ่มมีชื่อเสียง และนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ภาคเอกชนจึงมีการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างรวดเร็ว โดยมีการปรับปรุงสถานที่ สิ่งปลูกสร้าง เพื่อให้ดึงดูดใจ มีการสาธิตการผลิต มีผลิตภัณฑ์

ทางการเกษตรที่ปลอดภัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและมีชื่อเสียงของ ประเทศไทย ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งนี้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว หลากหลาย มีการแสดง การให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์โคนม รวมทั้งความรู้ด้านการเกษตร จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก เกิดการพัฒนาคุณภาพและปรับปรุงขีดความสามารถในการให้บริการ ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากคำถามของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่อง อิทธิพล การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ได้แก่ สภาพทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยว ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะอาดสบาย และความคุ้มค่าของเงิน ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะอาดสบาย และความคุ้มค่าของเงิน ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## คำถามในการวิจัย

จากการนำเสนอข้างต้น สามารถกำหนดเป็นคำถามในการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ได้ดังนี้

1. การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของเงิน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือไม่
2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ได้แก่ ได้แก่ ความสนุกสนาน การเรียนรู้และสัมผัสกับธรรมชาติ ประสบการณ์ชีวิตที่ดี และความประทับใจหรือไม่

## สมมติฐานของการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานของการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ (tangibles) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการตอบสนองความพึงพอใจ (responsiveness) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (empathy) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบาย (convenience) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 6 การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงิน (value for- money) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### **ขอบเขตของการวิจัย**

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

#### **ขอบเขตด้านสถานที่**

สถานที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะใช้ทำการสำรวจ ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก

#### **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของเงิน ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

#### **ขอบเขตด้านประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก

### **ขอบเขตด้านเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม**

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัย ดำเนินการระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

### **นิยามศัพท์เฉพาะ**

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มฟาร์มโคนม ของฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมด้านโคนม และให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม สาธิตการผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
2. นักท่องเที่ยว (tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาพักผ่อน หรือเพื่อทำกิจกรรมตามสถานที่ท่องเที่ยว
3. การจัดการ (management) หมายถึง การทำงานหรือทำกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กรร่วมกันทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนด
4. คุณภาพ (quality) หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และมีการดำเนินงานที่เหมาะสม
5. ความพึงพอใจ (satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ
6. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (tangibles) การตกแต่งสถานที่และบริเวณที่ให้บริการนักท่องเที่ยว การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติการบริการ และหลักฐานในการให้บริการ
7. ความน่าเชื่อถือ (reliability) หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่มีความถูกต้อง เหมาะสม และสม่ำเสมอ จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้รับบริการที่น่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

8. การตอบสนองความพึงพอใจ (responsiveness) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวนั้นพร้อมที่จะให้บริการและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว

9. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ด้วยความสุภาพอ่อนน้อม และให้ความช่วยเหลือท่านเมื่อเกิดปัญหา

10. ความสะดวกสบาย (convenience) หมายถึง การคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยการให้บริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

11. ความคุ้มค่าของเงิน (value for money) หมายถึง การได้มาเที่ยวได้รับความประทับใจ มีประโยชน์ และไม่เสียเวลา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค มีขอบเขตของการวิจัยที่มีประโยชน์ทั้งทางวิชาการและทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ประโยชน์ทางด้านวิชาการ เป็นการเพิ่มองค์ความรู้ของอิทธิพลที่มีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ได้ทราบถึงอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของเงิน ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

1.2 ได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. ประโยชน์ในทางปฏิบัติ เพื่อการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค ได้แก่

2.1 เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งที่เข้าถึงธรรมชาติ ในชนบทของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติเกษตร

2.2 เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎี และรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตามที่จะสรุปในกรอบแนวความคิด ท้ายบท ผู้วิจัยจะนำเสนอให้ในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการ
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
4. กรอบความคิดในการทำวิจัย

### การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

#### ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) หมายถึง การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชมความงาม ความสำเร็จ ในการดำเนินงานและการจัดสถานที่ ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและได้รับความรู้ในเรื่อง เกษตรกรรมของแหล่งเกษตรกรรมนั้น ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึก ต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่เกษตรกรรม แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นควรมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนจำกัด ต่อวัน มีวิทยากรหรือมัคคุเทศก์นำเยี่ยมชม สิ่งที่สำคัญ คือ ผู้จัดนำเที่ยวและนักท่องเที่ยว ควรมีความรู้ว่าสิ่งใดควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติระหว่างการท่องเที่ยว จึงเป็นการ-ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้ความรู้เห็นความสวยงาม มีความประทับใจและปลอดภัย และเกิดจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น (ชนกฤต สังข์เลย, 2550, หน้า 49; สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล, 2558)

### **ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

Sznajder, Przezborska, and Scrimgeour (2009) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่ามีการใช้คำนี้ในงานวิชาการเมื่อประมาณ 35 ปีที่ผ่านมา หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ที่ใหตัวเองได้สัมผัสกับกิจกรรมหรือนันทนาการในสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร หรือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ปกติแล้วจะใช้เวลาในฟาร์ม เช่นเดียวกับ Gabor (2002) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวชนบทที่เกี่ยวข้องกับฟาร์ม เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้เกษตรกรมีการเพิ่มกิจกรรมทางการเกษตรเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายในงานวิจัยของ สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล (2558) ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งที่เข้าถึงธรรมชาติในชนบทของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติทางด้านเกษตร รวมถึงการใช้กิจกรรมทางธรรมชาติที่มีอยู่ภายในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และยังสร้างรายได้ให้ครอบครัว ชุมชน และท้องถิ่น นำมาซึ่งการพัฒนาสาธาณูปโภคที่สำคัญในชุมชน

### **องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ ฉะนั้น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญมี 6 ด้าน ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557, หน้า 5)

1. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทางการเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ
2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีกระบวนการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร
3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการบริการอย่างมีคุณภาพ (service quality-based tourism) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่คำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ (marketing quality-based tourism) โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวคุณภาพได้เรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation-based tourism) โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกษตรกรรมมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่คำนึงถึงการปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่ผู้เกี่ยวข้อง (consciousness-based tourism) โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางเกษตรและสิ่งแวดล้อม

### **ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมส่งเสริมการเกษตร (2545) ได้ทำการจัดการประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการดำเนินการร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรในหมู่บ้าน มีทั้งที่พักค้างคืนในหมู่บ้าน และประเภทระยะสั้นไม่เกิน 1 วันในแต่ละจุด และจะมีจุดเด่นโดยเฉพาะ ทำไร่ ทำสวน ปลูกผัก ทอผ้า เลี้ยงผึ้ง เลี้ยงโคนม ฯลฯ ประเภทที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทรายกิจกรรมหรือรายบุคคล ซึ่งเป็นพื้นที่การเกษตรของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่จะเป็นสวนเกษตรที่ประสบความสำเร็จในการเพาะปลูก หรือเลี้ยงสัตว์ และประเภทที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเทศกาลหรือปรากฏการณ์ เป็นลักษณะของจุดท่องเที่ยวเกษตรที่มีการจัดงานเทศกาลหรืองานมหกรรมทางการเกษตรที่น่าสนใจ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย และมีนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโชคชัย เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มปศุสัตว์ ภายใต้ชื่อ Farm Chokchai Agro-Knowledge Tourism ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สนุกสนานเพลิดเพลินบนพื้นฐานของการเรียนรู้ ผ่านประสบการณ์ที่สัมผัสได้จริงจากวิถีชีวิตของเกษตรกรฟาร์มโคนม ด้วยหวังว่าบรรยากาศของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่งดงาม เมื่อผนวกเข้ากับกิจกรรมที่สร้างสรรค์ และความตั้งใจของคนเกษตร จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยกล่อมเกลาคิดใจของผู้คนให้อ่อนโยนลง ช่วยเสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดีให้เกิดขึ้นภายในครอบครัว และที่สำคัญจะช่วยกระตุ้นเตือนจิตสำนึกให้ผู้คนไม่หลงลืมในวิชาชีพ ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นอาชีพพื้นฐานของคนไทย นั่นก็คือ อาชีพเกษตรกร (ฟาร์มโชคชัยคอตคอม, ม.ป.ป.)

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก มีองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ทำหน้าที่ในการผลักดันให้ฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์กเป็นฟาร์มตัวอย่าง และศูนย์กลางการแปรรูปผลิตภัณฑ์นมในประเทศ ปัจจุบัน อ.ส.ค. ยังเปิดให้ฟาร์มแห่งนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสและชื่นชมความงามของธรรมชาติ พร้อมเรียนรู้กิจการโคนมแบบครบวงจร ตั้งแต่การทดลองรีดนมโค การป้อนนมลูกโค และการทำปุ๋ยอินทรีย์จากนม และยังได้สัมผัสบรรยากาศคาวบอยที่มีฝูงวัวใหญ่ที่สุดอีกแห่งหนึ่งของประเทศ มีกิจกรรมสำหรับผู้รักการผจญภัย เช่น การขับรถเอทีวี จักรยานเสือภูเขา หลากกิจกรรมเหล่านี้ทำให้ที่นี่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย ในอัตราค่าบริการที่ถูกและคุ้มค่า (องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

## แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการ

### ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพของการให้บริการเป็นสิ่งที่วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่า สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (delivering service quality) จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ (Lewis & Bloom,

1983, pp. 2059-2063) คุณภาพของการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพ ภายหลังจากที่นักทอ่งเทียวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น (Wisher & Corney, 2001)

คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริง ลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากการบริการนั้น หากการรับรู้ในการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ในทางตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการที่ได้อรับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่นักทอ่งเทียวคาดหวัง คุณภาพการให้บริการก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง (Schmenner, 1995) และยังมีอีกประเด็นที่ Lovelock (1996) มองว่าคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนเขาจะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ ส่วน Zineldin (1996) มองว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพ ภายหลังจากที่นักทอ่งเทียวได้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ

แนวคิดและคำอธิบายเรื่องคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจเห็นจะได้แก่ มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในสาขาความคาดหวังของลูกค้า (expert in the field of customer expectation) คือ Ziethaml, Parasuraman, and Berry (1990, p. 19) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ นับได้ว่า Ziethaml et al. (1990) เป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการ และการจัดการคุณภาพในการให้บริการขององค์กรอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 สิ่งที่ทำให้ความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้นเป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย (1) คุณภาพในการให้บริการคืออะไร (what is service quality?) (2) อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการ (what causes service quality problems?) และ (3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร (what can organizations do to solve these problems?)

คุณภาพ คือ ความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ดังที่แนวคิดของ Crosby (1982, p. 15) ที่ให้ความหมายอย่างกระชับไว้ว่า เป็นการตอบสนองต่อความต้องการ (conformance to requirement) ในขณะที่ Zeithaml et al. (1990) เสนอว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพ ก็คือ ผลิตภัณฑ์บริการที่ดีที่สุด โดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ หากผู้รับบริการได้รับการบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง จึงกล่าวได้ว่า การบริการมีคุณภาพ

คุณภาพการให้บริการจากทัศนะของ Ross, Goetsch, and Davis (1997, pp. 11-13) ก็จัดว่าเป็นกรอบการมองเรื่องคุณภาพกรอบหนึ่ง พร้อมอธิบายว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือการบริหารจัดการน้อยมาก แต่ในขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมากกับในทางหนึ่ง ระดับของคุณภาพที่ได้จากการบริการมักไม่สามารถทำการทำนายได้ เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ พฤติกรรมของผู้ให้บริการ (behavior of the delivery person) ภาพพจน์ และชื่อเสียงขององค์กร (image of the organization) โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบตั้งแต่กระบวนการเริ่มให้บริการจนถึงการสิ้นสุดในการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดียิ่งขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการในขณะนั้น

ดังนั้น คุณภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในผลิตภัณฑ์หรือบริการ กับการรับรู้ที่แท้จริงที่มี โดยหากลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในและตรงตามที่คาดหวัง ก็ถือได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพนั่นเอง (Hutchins, 1985, p. 165; Juran & Gryna, 1998; Zeithaml et al., 1990, p. 16)

จากที่ได้กล่าวถึงทัศนะของนักวิชาการดังกล่าว การศึกษาคุณภาพการให้บริการ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง และเป็นมุมมองในเชิงคุณภาพที่สำคัญที่พึงได้รับความสนใจ ทั้งนี้ ในแนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (basic concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ (1) แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) (2) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และ (3) คุณค่าของลูกค้า (customer value) (Cronin & Taylor, 1992; Oliver, 1993; Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการเป็น พฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993) ส่วนแนวคิด พื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอโดย Cronin and Taylor (1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการ นั้นมีในช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคูณภาพ การให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าวได้ในสองนัยยะ กล่าวคือ (1) คุณภาพการให้ บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้ง 3 องค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และ (2) คุณภาพการให้บริการพิจารณาได้จากตัวชี้วัด ซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่ง เป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (service quality) ซึ่งจากการ- ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 2 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของ ลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความ- พึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดย Zeithaml et al. (1990) คำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมา ก็คือ จะใช้การวัดความ- พึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ หรือจะวัดจากคุณภาพการให้- บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้น คำตอบ ก็คือ จะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญ คือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะในประเด็น ความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั่นเอง เพียงแต่แนวคิด ทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ ควรรองรับและยอมรับวิธีการวัด

คุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการ มากกว่ากรอบการมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ

Cordupleski, Rust, and Zahorik (1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่ง คือ Bitner (1992) อธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

กล่าวสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

### **ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ**

การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ การวัดคุณภาพการให้บริการ เครื่องมือศึกษาคุณภาพการให้บริการ แบบจำลองช่องว่างการรับรู้คุณภาพในการให้บริการ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ การพัฒนาต่อยอดเครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการจาก SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมนำมาประยุกต์ใช้เป็นอย่างดี (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 12)

### **องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ**

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551, หน้า 18-19) ได้แบ่งองค์ประกอบของการบริการไว้ดังนี้ (1) ผู้รับบริการหรือลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป้าหมายหลักของการบริการ คือ ความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ (2) หน่วยบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่าง ๆ

เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้ และเป็นได้ทั้งหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชน (3) ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ เป็นผู้ที่ดำเนินการบริการหรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการโดยตรง (4) ผลผลิตขั้นบริการ เป็นกระบวนการหรือวิธีการนำเสนออัตราประโยชน์หรือคุณค่าต่าง ๆ และ (5) ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การได้สัมผัสรสชาติ และการได้สัมผัส องค์ประกอบทางกายภาพ จึงครอบคลุมถึงสิ่งต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคาร ลานจอดรถ การตกแต่ง อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ บรรยากาศ และแม้กระทั่งเครื่องแบบของพนักงาน

### **ประเภทของคุณภาพการให้บริการ**

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551, หน้า 19) ได้จำแนกประเภทของการบริการเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ประการที่ 1 จำแนกตามความสำคัญของการบริการ ในฐานะที่เป็นผลผลิตขั้นของหน่วยงาน โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) การบริการที่เป็นผลผลิตขั้นหลักของหน่วยงาน เช่น โรงแรมมีการบริการห้องพักเป็นผลผลิตขั้นหลัก ธุรกิจการบิน มีการบริการขนส่งทางอากาศเป็นผลผลิตขั้นหลัก และธุรกิจนำเที่ยวมีการบริการนำเที่ยวเป็นผลผลิตขั้นหลัก เป็นต้น (2) การบริการที่เป็นผลผลิตขั้นเสริมที่ผนวกมากับการขายสินค้าหลักอื่น ๆ การบริการประเภทนี้จัดขึ้นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้น หรือจำนวนมากขึ้น โดยหน่วยงานอาจไม่คิดราคาค่าบริการหรือคิดเพียงบางส่วน

ประการที่ 2 จำแนกตามระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยแบ่งการบริการออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) การบริการหลัก (core service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบตรงหน่วยงาน เช่น ธุรกิจโรงแรม การบริการหลัก คือ การให้บริการห้องพัก ซึ่งหมายถึง การจัดห้องพักที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อน สำหรับในธุรกิจการบินนั้น การบริการหลัก คือ การให้บริการขนส่งทางอากาศ หมายถึง การนำผู้โดยสารเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยจัดที่นั่งบนเครื่องบินให้ เป็นต้น (2) การบริการที่คาดหวัง (expected service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ตลอดจน

สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับนอกเหนือจากการบริการหลัก (3) การบริการพิเศษเพิ่มเติม (exceeded service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ผู้รับบริการไม่ได้คาดหวังมาก่อนว่าจะได้รับ และเมื่อได้รับแล้วก็ทำให้เกิดความประทับใจ

ประการที่ 3 จำแนกตาม World Trade Organization (อ้างถึงใน นิตสุวรรณ ถีลาธรรมิ, ม.ป.ป.) โดยจำแนกประเภทของการบริการไว้จำนวน 12 สาขา ดังต่อไปนี้ (1) การบริการด้านธุรกิจอาชีพ (professional business services) ซึ่งครอบคลุมการบริการด้านวิชาชีพ ด้านคอมพิวเตอร์ การโฆษณา การค้นคว้าวิจัยและการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า โดยไม่รวมการดำเนินงาน และการบริการด้านธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (2) การบริการสื่อสารคมนาคม (communication services) ครอบคลุมถึงการบริการไปรษณีย์และพัสดุภัณฑ์ (3) การบริการด้านการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง (construction and related engineering service) ภายใต้อสาขานี้จะครอบคลุมถึงการบริการงานก่อสร้าง งานติดตั้ง และอื่น ๆ (4) การบริการด้านการจัดจำหน่าย (distribution service) ครอบคลุมถึงการบริการค้าปลีก ค้าส่ง การบริการในลักษณะตัวแทนจำหน่าย การบริการธุรกิจแฟรนไชส์ และอื่น ๆ (5) การบริการด้าน การศึกษา (education services) ครอบคลุมตั้งแต่การศึกษาระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ตลอดจนหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่ และบริการด้านการศึกษาอื่น ๆ (6) การบริการด้านสิ่งแวดล้อม (environment services) ครอบคลุมถึงการบริการกำจัดมลภาวะต่าง ๆ รวมทั้งการบริการด้านสุขาภิบาล และอื่น ๆ (7) การบริการด้านการเงิน (financial services) ครอบคลุมถึงการบริการด้านการประกันภัย การธนาคาร ธุรกิจหลักทรัพย์ และการบริการด้านการเงินอื่น ๆ (8) การบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการบริการทางสังคม (health related and social services) ครอบคลุมถึงการบริการรักษาพยาบาล การบริการด้านสุขภาพ และการบริการด้านสังคมอื่น ๆ (9) การบริการด้านการท่องเที่ยวและการบริการด้านการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (tourism and travel related service) ภายใต้อสาขานี้จะครอบคลุมถึงการบริการของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ โรงแรม ภัตตาคาร และอื่น ๆ (10) การบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา (recreational, cultural, and sporting service) ครอบคลุมถึงการบริการของธุรกิจบันเทิง ซึ่งรวมถึงโรง

ละคร ดนตรี ละครสัตว์ การบริการข่าวสาร ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ การบริการด้านวัฒนธรรม  
อื่น ๆ การบริการด้านการกีฬา และการนันทนาการอื่น ๆ (11) การบริการด้านการขนส่ง  
(transportation services) ครอบคลุมการบริการด้านการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ  
ทางอวกาศ และทางท่อ และการขนส่งอื่น ๆ (12) การบริการด้านอื่น ๆ (other services  
not included elsewhere) ตัวอย่างเช่น การบริการเสริมสวย เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการที่ต้องอาศัยองค์ประกอบ  
ต่าง ๆ โดยหน่วยงานที่ให้บริการจะต้องให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับองค์ประกอบของ  
การบริการทุกองค์ประกอบ เพื่อให้การบริการมีคุณภาพมากที่สุด หากองค์ประกอบใด  
องค์ประกอบหนึ่งบกพร่อง จะส่งผลกระทบให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร  
หรืออาจล้มเหลวได้

### **การจัดการคุณภาพการให้บริการ**

เนื่องจากคุณภาพเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน และมีองค์ประกอบหรือปัจจัยหลายอย่าง  
ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง อันส่งผลให้การมองคุณภาพจำเป็นต้องทำการมองจากหลายด้าน ดังที่  
สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, หน้า 50) อธิบายให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการโดยพื้นฐาน  
แล้วนับเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของงานบริการที่จับต้องไม่ได้  
และคาดหมายลำบาก จึงได้มีความพยายามจากนักวิชาการมาโดยต่อเนื่องในการพยายาม  
ค้นหาแนวทางการประเมิน หรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึง  
มิติของการปฏิบัติและสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเด่นชัดที่สุด  
สอดคล้องกับแนวคิดของ Gronroos (1984, p. 37) ที่ได้เสนอไว้ว่า คุณภาพเชิงเทคนิค  
(technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพ  
ที่ส่งผลกระทบไปถึง ทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งคุณภาพ  
การให้บริการจะมีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับของคุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพ  
เชิงหน้าที่นั่นเอง

คำอธิบายและผลงานของการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของ Gronroos  
(1982; 1983; 1984) ตามที่ได้กล่าวนั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาคุณภาพ  
ที่เน้นหนักในเชิงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง ผลงานที่สำคัญอันเป็นแนวคิดของ

Gronroos คือ ข้อเสนอในเชิงแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่เรียกว่า “คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality--PSQ)” และ “คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality--TPQ)” ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ ที่มีต่อการประเมินคุณภาพของบริการ ภายหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547, หน้า 182)

ส่วนนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้ให้ความสนใจศึกษาเครื่องมือเพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการ และได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ก็คือ Parasuraman et al. ในผลงานการวิจัยเชิงสำรวจและบทความตีพิมพ์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ผลงานเมื่อปี ค.ศ. 1985, 1988 และ 1990 ซึ่งได้ต่อยอดจากผลงานความคิดของ Gronroos (1982; 1984) และได้รับการพัฒนามาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานเรื่องการศึกษาคุณภาพการให้บริการ และนักวิชาการที่ได้กล่าวถึงหลักการพิจารณาคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ Krutz and Clow (1998, p. 89) ซึ่งได้เสนอหลักพิจารณา 3 ประการ ประกอบด้วย ประการที่ 1 คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าประเมินได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้า ประการที่ 2 คุณภาพการให้บริการนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการให้บริการ และจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น และประการที่ 3 คุณภาพการให้บริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการนั้นเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย ในแง่มุมของการพิจารณา แต่กระนั้นเป็นที่ประจักษ์ชัดว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งผู้บริหารขององค์กรพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์กรที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน จึงต้องให้ความสนใจต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการ ที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้อย่างเด่นชัด

**ด้านสภาพทางกายภาพ** นักวิชาการที่มีชื่อเสียงด้านการบริหารงานคุณภาพได้ให้ความหมายของคุณภาพที่ได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลาย คือ Juran and Gryna (1998) ได้เสนอไว้ว่า คุณภาพ ก็คือ ความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์

และเป้าหมายของการใช้งาน ตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Crosby (1982) ที่ให้ความหมายอย่างกระชับไว้ว่า เป็นการตอบสนองต่อความต้องการ ในขณะที่ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) เสนอว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น ส่วน Oyewole (2013, p. 202) ได้กล่าวถึงคุณภาพในการให้บริการ คือ จำนวนและทิศทางของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและระดับของประสิทธิภาพที่ได้รับกลับมา และ Namin (2017, p. 70) ได้กล่าวถึงคุณภาพในการให้บริการว่า เป็นการวัดช่องว่างระหว่างสิ่งที่รับรู้กับสิ่งที่คาดหวัง ซึ่งการวิจัยนี้ยังได้ยืนยันว่า ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถเพิ่มขึ้นได้ผ่านทางคุณภาพในการให้บริการ คุณภาพของอาหาร และอัตราส่วนของความคุ้มค่าของราคา

Lovelock (1996, pp. 464-466) และ Zeithaml et al. (1990, p. 28) ได้สร้างเครื่องมือแบบประเมินคุณภาพการบริการ ที่เรียกว่า “SERVQUAL” (service quality) มีการวิเคราะห์ค่าทางสถิติ จนสามารถสรุปรวมมิติสำคัญที่บ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 มิติหลัก คือ มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) และมิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)

Barbera, Goodman, and Goh (2011, p. 329) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพว่าเป็นส่วนที่สำคัญของประสบการณ์ในการใช้บริการ ซึ่งมีการริเริ่มมาตั้งแต่ ค.ศ. 1970 และมีการแนะนำว่าเป็นส่วนสำคัญสำหรับประสบการณ์ในการใช้บริการมากกว่าสินค้าบริการ บรรยากาศของเมือง หรือสภาพอากาศโดยรอบในการตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Ryua and Han (2011, p. 599) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพว่าเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจของการบริโภคในทางจิตวิทยาและพฤติกรรม เมื่อการบริการถูกใช้เป็นส่วนหลักสำหรับวัตถุประสงค์ด้านความสะดวกสบาย และเมื่อลูกค้าได้มีการใช้จ่ายปานกลางจนถึงระยะเวลานานในบรรยากาศแบบเฉพาะเจาะจง ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรพันธุ์ ประสิทธิ์รัตน์ (2533) ที่กล่าวสรุปไว้ว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (tangibles) หมายถึง สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ตัวกำหนดทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่

(1) โอกาสและสภาพแวดล้อมกายภาพที่มีต่อความสัมพันธ์ โอกาสเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเข้มแข็งขึ้น สิ่งเร้าบางอย่างอาจเป็นอุปสรรคขัดขวางการเกิดพฤติกรรมนั้น ๆ

(2) คุณสมบัติต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ คุณสมบัติของกายภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ความซับซ้อน ความง่าย ลักษณะกำหนด เหล่านี้จะมีผลกระทบต่อ การรับรู้ การรู้สึก การเรียนรู้ การจำ การคิด ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขึ้นได้ และ (3) ตำแหน่งของสภาพแวดล้อม ตำแหน่งของสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ สกุดนารี กาแก้ว (2546) ที่ได้สรุปไว้ว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) หมายถึง อุณหภูมิพื้นที่ ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ เป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญในแง่ของการเป็น รูปแบบความสัมพันธ์กับมนุษย์ในตอนแรก ๆ

จากการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพจึงมีความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสภาพที่ปรากฏให้เห็นและสามารถจับต้องได้ในการให้บริการ ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีความสวยงามตามธรรมชาติ สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และอาคารสถานที่ควรได้รับการจัดสรรให้สอดคล้องกับบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างที่ต้องการ เนื่องจากสภาพแวดล้อมยังเป็นที่ประทับใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว และให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

**ความน่าเชื่อถือ (reliability)** นักวิชาการที่ได้ศึกษาในเรื่องความน่าเชื่อถือ คือ Sztompka (1999) ให้คำจำกัดความว่า ความเชื่อถือไว้วางใจ คือ การพนันหรือการคาดเดา ต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้อื่นในอนาคต และความเชื่อถือไว้วางใจ ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความสม่ำเสมอ (regularity) (2) ประสิทธิภาพ (efficiency) (3) ความน่าเชื่อถือ (reliability) (4) การเป็นตัวแทน (representativeness) (5) ความยุติธรรม (fairness) (6) ความพร้อมรับผิดชอบ (accountability) และ (7) ความเมตตากรุณา (benevolence)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภัทร จอมแก้ว (2558) ที่กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในบุคคล หรือสิ่งหนึ่งว่าจะสามารถเป็นที่พึ่งพิงแก่เราในเรื่องหนึ่ง ๆ ได้ หรือความเชื่อบุคคลนั้น จะไม่ทำให้เราผิดหวัง

จากการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงต้องมีข้อมูลการเรียนรู้ที่เป็นจริง มีแหล่งที่มาที่ชัดเจน เชื่อถือได้ ในการให้ความรู้ต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว มีรายละเอียดในการเข้าชม มีตารางที่ชัดเจนที่นักท่องเที่ยวสามารถทราบล่วงหน้า จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ควรให้ความสำคัญด้านนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถทราบข้อมูลที่เป็นจริงและชัดเจน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อถือไว้วางใจ หมายถึง การเต็มใจยินยอมหรือเชื่อมั่นของผู้ที่ไว้วางใจต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ที่จะดำเนินต่อไป ในการที่จะให้ผู้ได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ กระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์และไม่เอารัดเอาเปรียบผู้ที่ไว้วางใจ ซึ่งไม่สามารถทำเองได้

**การตอบสนองความพึงพอใจ (responsiveness)** ในทัศนคติของ Zeithaml et al. (1990) ได้ให้ความหมายคำว่า การตอบสนองความพึงพอใจ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล คงนิม (2554) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความยินดีให้บริการเสมอ มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ ส่วนงานวิจัยของ สุชาฐานิ พงษ์กร (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตอบสนอง (responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที ดังงานวิจัยของ นัทฐกมล หาญพาณิชย์ (2558) ให้ความหมายไว้ว่า การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (responsiveness) ผู้ให้บริการมีความเต็มใจหรือความพร้อมที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับบริการได้ทันท่วงที และงานวิจัยของ ภัวดี วรรณพิน (2554) ให้ความหมายไว้ว่า การตอบสนอง หมายถึง ความตั้งใจที่แสดงถึงความพร้อม ยินดีให้บริการเสมอ

และรวดเร็วเมื่อผู้รับบริการเข้ามาติดต่อ มีเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย (1) มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว (2) ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการ (3) ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่ และ (4) ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีที่ต้องการ

จากการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีพนักงานที่มีความพร้อม และเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกประทับใจที่พนักงานสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้

**การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (empathy)** ความเห็นอกเห็นใจหรือการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นการให้ความเอาใจใส่และดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล เป็นการดูแลเอาใจใส่อย่างตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นราย ลูกค้าแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความเฉพาะของตนเองแต่ละบุคคล ต้องการเอาใจใส่ให้การดูแลและให้บริการเฉพาะที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งเป็นวิธีที่ธุรกิจสามารถใช้ในการแข่งขันได้ โดยเฉพาะธุรกิจรายเล็ก ๆ ที่ไม่สามารถใช้กลยุทธ์ด้านต้นทุนในการแข่งขัน การมุ่งเน้นที่การบริการแบบเฉพาะเจาะจงแก่ลูกค้าแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า สำหรับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานธุรกิจที่ต้องการใช้บริการจากธุรกิจบริการ ต้องการให้ธุรกิจผู้ให้บริการในการตอบสนองด้วยเช่นกัน (Parasuraman, 1985, p. 50) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาฐิติ พยุภร (2554) ที่สรุปว่า การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การเข้าใจและช่วยเหลือลูกค้า โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก และมีความเป็นกันเอง คำนึงงานวิจัยของ พรพิมล คงนิม (2554) สรุปว่า การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย ได้แก่ การให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว การให้บริการอย่างเอาใจใส่ การถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และงานวิจัยของ เอกวิทย์ สุวรรณวงศ์ (2555) ได้สรุปว่า ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูล การติดต่อขอใช้บริการหากการติดต่อไม่สะดวก ธุรกิจต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยลักษณะรูปแบบ การให้บริการถึงที่บ้านหรือสำนักงานของลูกค้า การติดต่อสอบถาม

การติดตามผลบริการหลังการขายที่มีระยะที่แน่นอน ดำเนินการได้ด้วยความชำนาญ และรวดเร็ว การนัดหมายนับเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญผ่านทางพนักงานไปสู่ยังลูกค้า

จากการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว พนักงานต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุภาพ ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา การดูแลเอาใจใส่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ประทับใจในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และนำมาซึ่งการท่องเที่ยวซ้ำ

**ความสะดวกสบาย (convenience)** ผู้บริโภคเลือกที่จะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายเป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมากกว่าที่จะคำนึงถึงปัจจัยอื่น เช่น คุณค่าหรือประโยชน์ (Dunn, Mohr, Wilson, & Wittert, 2011, pp. 349-350) ดังที่ Chang and Polonsky (2012, pp. 107-118) ได้อธิบายความสำคัญว่า ความสะดวกสบาย คือ ระยะเวลาและความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีหรือเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือการบริการ สอดคล้องกับงานของ เอกวิทย์ สุวรรณวงศ์ (2555) ที่กล่าวว่า ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูล การติดต่อขอใช้บริการหากการติดต่อไม่สะดวก ธุรกิจต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยลักษณะรูปแบบการให้บริการถึงที่บ้าน หรือสำนักงานของลูกค้า การติดต่อสอบถาม การติดตามผลบริการหลังการขายที่มีระยะที่แน่นอนดำเนินการได้ด้วยความชำนาญ และรวดเร็ว การนัดหมายนับเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญผ่านทางพนักงานไปสู่ยังลูกค้า

จากการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย และมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันยังประสบปัญหาด้านความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการปรับปรุงสถานที่เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว

**ความคุ้มค่าของเงิน (value for-money)** สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2553) ให้คำจำกัดความของความคุ้มค่าของเงินไว้ว่า หมายถึง การประเมินการดำเนินการ

ของภาครัฐเพื่อให้ได้ผลผลิต ผลลัพธ์ ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลประโยชน์ที่สมดุลกับทรัพยากรที่ใช้ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอาจเป็นได้ทั้งผลสำเร็จที่พึงประสงค์และผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นแก่ประชาชนและสังคม ทั้งที่สามารถคำนวณเป็นตัวเงินได้และไม่สามารถคำนวณเป็นเงินได้

การบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม โดยให้มือจักรหรือประชาชนมีความประหยัดใช้ของอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และรักษาพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน (สุกัญญา บรรณเกตุ, 2555, หน้า 2)

จากการศึกษาข้างต้นสามารถนำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ ความคุ้มค่า สมราคา คือ หัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะต้องสร้างความประทับใจ และรู้สึกว่าคุณค่ากับเงินที่จ่ายไปในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะรู้สึกว่าการที่ได้มาท่องเที่ยวที่แห่งนี้คุ้มค่ากับการเสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

## ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### ความหมายของความพึงพอใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้ ความพึงพอใจ คือ ความรัก ความชอบใจ และพึงใจ ความพอใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542, หน้า 775) ส่วน ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ ทักษะคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ส่งผลต่อถึงความก้าวหน้า และความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย และ กิตติมา ปรีดีลภ (2529, หน้า 321-322) ยังได้ให้

ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ เมื่อได้รับการตอบสนอง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ที่ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความ-  
คาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบ-  
สนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก ในทางตรงกันข้าม อาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็น  
อย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมี  
มากหรือน้อย ส่วนงานวิจัยของ ฉัตรชัย คงสุข (2535) สรุปไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง  
ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึก  
พอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมาย  
ในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมาย  
ไม่ได้รับการตอบสนอง

ส่วนทัศนคติของ เทพพนม เมืองแมน และสวีน สุวรรณ (2540, หน้า 98) กล่าวว่า  
ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจาก  
การประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาเคยไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่  
ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา  
อรุณสอนศรี (2546) ที่สรุปว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรม  
ที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความ-  
พึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และจะต้อง  
มีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น  
สิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น ส่วนงานวิจัยของ  
นภารัตน์ เสือทอง (2544) สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ  
และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึก  
ทางบวกมากกว่าทางลบ และงานวิจัยของ สง่า ภูธรรงค์ (2540) สรุปว่า ความพึงพอใจ  
หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึก  
ขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Morse (1958, p. 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Kotler (2003, p. 36) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับความสุขหรือความผิดหวัง ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวังในผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการพอดีกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจ

Shelly (1975, pp. 252-268) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก สองคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ที่กล่าวว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ทั้งนี้ แนวคิดความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน ส่วนการศึกษาของ พัทธกษ ทรุชทิม (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่า เป็นไปในลักษณะทิศทางบวก หรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้น และจากการศึกษาของ สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541) สรุปว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ มีด้วยกัน 4 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ ประการที่ 2 สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ

สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย ประการที่ 3 ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล ประการสุดท้าย ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี 3 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล (personal factors) หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น ประการที่ 2 ปัจจัยด้านงาน (factor in the Job) ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้าน และที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น ประการสุดท้าย ปัจจัยด้านการจัดการ (factors controllable by management) ได้แก่ ความมั่นคงในงานรายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน เป็นต้น (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2535)

### **ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ**

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำ

ในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอ  
จนเกิดความตึงเครียด

ทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดมี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของมาสโลว์ และทฤษฎี  
ของซิกมันด์ฟรอยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation) Maslow (1968)  
ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง  
ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง  
แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของ  
Maslow คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึง  
น้อยที่สุด ทฤษฎีของ Maslow ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญไว้ ดังนี้

(1) ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก  
อากาศ ยารักษาโรค (2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการ  
ที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจาก  
อันตราย (3) ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน  
(4) ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว  
ความนับถือ และสถานะทางสังคม และ (5) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self  
actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่ง  
ทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็น  
อันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลง  
และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญ  
ที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่างเช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต้องงาน  
ศิลปะชั้นต่ำสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการ  
แม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจ  
แล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Psychoanalytic Theory) ได้ตั้งสมมติฐาน  
ไว้ว่า บุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่า พลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม

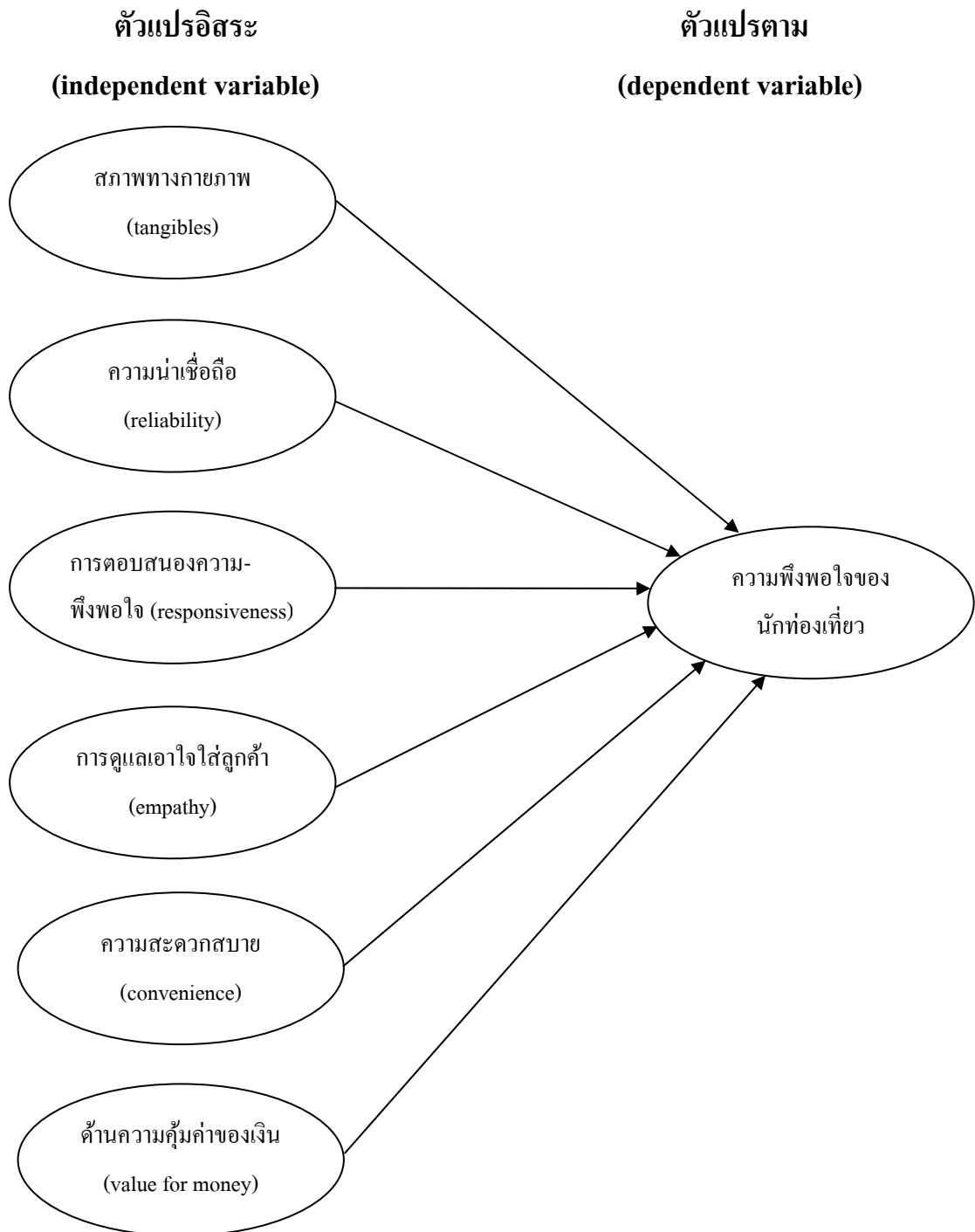
Freud (อ้างถึงใน Kotler & Armstrong, 2002, p. 175) พบว่า บุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝันพูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผล และมีพฤติกรรมหลอกหลอน หรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

จากผลการวิจัยของ ชาริณี เดชจินดา (2535) ที่ได้ศึกษาทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจ พบว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุข และจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์ หรือความยากลำบาก โดยแบ่งประเภทความพอใจออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นธรรมชาติของความพึงพอใจว่า มนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ ประเภทที่ 2 ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นธรรมชาติของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่า การแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป และประเภทที่ 3 ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ธรรมชาตินี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้าม หากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังแสดงในภาพ 1

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



**ภาพ 1** กรอบแนวคิดตัวแบบจำลองอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว  
เชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาเดียว (cross-sectional design) และใช้ข้อมูลตัวอย่างของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. ประเภทงานวิจัย
2. แหล่งที่มาของข้อมูล
3. ขอบเขตของการวิจัย
4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
8. นิยามเชิงปฏิบัติการ และการวัดค่าตัวแปร

### ประเภทงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

## แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยเครื่องมือการสำรวจ คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความพึงพอใจ ตำรา เอกสาร และบทความทางวิชาการ ตลอดจนศึกษาจากนิยาม แนวคิด และทฤษฎี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐาน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำการสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก จำนวน 400 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร (population)** ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีเปิดตาราง Yamane (1973, p. 886) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$$\text{สูตร } n = \frac{Z^2 \times (0.5)^2}{E^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95% = 1.96

$E$  = ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งในที่นี้กำหนดไว้เท่ากับ 5%

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5)^2}{0.05^2}$$

$$= 384$$

เพื่อผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เคนมาร์ค

**กลุ่มตัวอย่าง** การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) เนื่องจากผู้วิจัยทราบขอบเขตและจำนวนของประชากรที่แน่นอน และคุณลักษณะของประชากรในการให้ข้อมูลไม่แตกต่างกัน ดังนั้น การเลือกตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้การเลือกตัวอย่างเป็นตัวอย่างแบบเจาะจง (ดูตาราง 1)

**ตาราง 1**

**จำนวนร้อยละของแบบสอบถาม**

| แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร | จำนวนนักท่องเที่ยว | ร้อยละของแบบสอบถาม |
|--------------------------|--------------------|--------------------|
| ฟาร์มโคนม                | 400                | 100                |
| รวม                      | 400                | 100                |

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) แบบปลายปิด (close-end question) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้

สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็นดังนี้

1. การศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. การนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยปรับปรุงจากแบบสอบถามของวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว โดยลักษณะของการตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) ให้เลือกตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Likert scale) เป็นมาตรวัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน มีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 22 ข้อ ได้แก่ (1) สภาพทางกายภาพ จำนวน 3 ข้อ (2) ความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 ข้อ (3) การตอบสนองความพึงพอใจ จำนวน 4 ข้อ (4) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 4 ข้อ (5) ความสะดวกสบาย จำนวน 4 ข้อ และ (6) ความคุ้มค่าของเงิน จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Likert scale) เป็นมาตรวัด มีจำนวนข้อคำถาม 4 ข้อ

ทั้งนี้ แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert แปลผลระดับความคิดเห็น ดังนี้ (Best & Kahn, 1993, pp. 181-183)

| ระดับความคิดเห็น | การแปลผล           |
|------------------|--------------------|
| 5                | เห็นด้วยมากที่สุด  |
| 4                | เห็นด้วยมาก        |
| 3                | เห็นด้วยปานกลาง    |
| 2                | เห็นด้วยน้อย       |
| 1                | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

3. การนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Index of Item-Object Congruence Index--IOC) พร้อมทั้งเสนอแนะปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ถ้าได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 แสดงว่า ความสอดคล้องข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและใช้ได้ จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พบว่า ค่า IOC สูงสุดเท่ากับ 1 และ ค่า IOC ต่ำสุด เท่ากับ 0.6 ซึ่งค่า IOC ของข้อคำถามทุกข้อ มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด และสามารถนำไปทดลองใช้ (try-out) กับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เข้ามาท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก
4. การนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (try-out) ตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อนำมาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของ Cronbach ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้น้อยกว่า หรือเท่ากับ 0.96 (ดูภาคผนวก ค)
5. เมื่อดำเนินการแก้ไขส่วนที่บกพร่องของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับประชากรกลุ่มเป้าหมาย

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยตรวจสอบแบบสอบถามและ ให้คะแนน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำข้อมูล มาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ (percentage) จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับ- การศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตร ซึ่งคำถามนี้แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านสภาพทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความสะอาดสบาย และด้านความคุ้มค่าของเงิน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean-- $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--SD) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับใหม่ ดังนี้ (Best & Kahn, 1993, pp. 246-247)

คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ โดยเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | แปลความหมาย    |
|-------------|----------------|
| 4.21-5.00   | พอใจมากที่สุด  |
| 3.41-4.20   | พอใจมาก        |
| 2.61-3.40   | พอใจปานกลาง    |
| 1.81-2.60   | พอใจน้อย       |
| 1.00-1.80   | พอใจน้อยที่สุด |

จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน สามารถอธิบายได้ ดังนี้

#### สถิติพรรณนา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้านอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

เชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean--  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--SD)

### สถิติอ้างอิง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ถ้าหากพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะนำไปหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามอีกครั้งว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางใด และมีความสัมพันธ์กันมากน้อยแค่ไหน โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's product moment correlation coefficient)

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 \leq r \leq 1$  ดังนี้

ค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีค่าความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ค่า  $r$  เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีค่าความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า X และ Y มีค่าความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า X และ Y มีค่าความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า  $r$  มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) | ความหมาย                 |
|-----------------------------------|--------------------------|
| 0.81-1.00                         | มีค่าความสัมพันธ์สูงมาก  |
| 0.61-0.80                         | มีค่าความสัมพันธ์สูง     |
| 0.41-0.60                         | มีค่าความสัมพันธ์ปานกลาง |
| 0.21-0.40                         | มีค่าความสัมพันธ์ต่ำ     |

|           |                         |
|-----------|-------------------------|
| 0.01-0.20 | มีค่าความสัมพันธ์ต่ำมาก |
| 0.00      | ไม่มีค่าความสัมพันธ์เลย |

### นิยามเชิงปฏิบัติการ และการวัดค่าตัวแปร

การวิจัยนี้ คาดว่าตัวแปรอิสระที่จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีจำนวน 7 ตัวแปร จึงได้สร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ

1. สภาพทางกายภาพ
2. ความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองความพึงพอใจ
4. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า
5. ความสะดวกสบาย
6. ความคุ้มค่าของเงิน
7. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เกษตร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Cronbach (1970, p. 161) ผลปรากฏว่า แบบสอบถามฉบับนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับ อยู่ระหว่าง .712 - .920 และเมื่อแยกเป็นรายด้าน ได้ค่าความเชื่อมั่นดังตารางที่จะนำเสนอต่อไปนี้

## ตาราง 2

ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

( $n = 40$ )

| ค่าความเชื่อมั่นแยกเป็นรายด้าน | ค่าความเชื่อมั่น ( $\alpha$ ) |
|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. สภาพทางกายภาพ               | 0.742                         |
| 2. ความน่าเชื่อถือ             | 0.850                         |
| 3. การตอบสนองความพึงพอใจ       | 0.878                         |
| 4. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า       | 0.920                         |
| 5. ความสะดวกสบาย               | 0.741                         |
| 6. ความคุ้มค่าของเงิน          | 0.896                         |
| 7. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว | 0.712                         |

ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .712 - .920

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 6 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร

### ตัวแปรอิสระการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

**ด้านสภาพทางกายภาพ** หมายถึง ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีความสวยงามทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าประทับใจธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย และอาคารสถานที่ที่ได้รับการจัดสรรให้สอดคล้องกับบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## ตาราง 3

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านสภาพทางกายภาพ

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                                                                                            | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>Correlation | ค่า IOC |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>มีความสวยงามทางธรรมชาติ<br>แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าประทับใจ | 4.30 | .822 | .734                                   | 1.0     |
| 2. ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย<br>เมื่อได้มาสัมผัส            | 4.20 | .563 | .554                                   | 1.0     |
| 3. อาคารสถานที่ได้รับการจัดสรร<br>ให้สอดคล้องกับบรรยากาศของ<br>แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร                   | 4.25 | .630 | .484                                   | 0.8     |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าสภาพทางกายภาพ Cronbach's Alpha = .742

**ด้านความน่าเชื่อถือ** หมายถึง ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจน สถานที่ท่องเที่ยวมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ

## ตาราง 4

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความน่าเชื่อถือ

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                                                     | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>Correlation | ค่า IOC |
|--------------------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก<br>สบายในการเดินทางท่องเที่ยว | 3.97 | .733 | .536                                   | 0.8     |
| 2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจน                              | 4.10 | .871 | .796                                   | 0.8     |
| 3. สถานที่ท่องเที่ยวมีเส้นทางคมนาคม<br>ที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย    | 4.22 | .891 | .746                                   | 0.8     |
| 4. สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอ<br>ต่อความต้องการ            | 4.17 | .675 | .713                                   | 0.8     |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าความน่าเชื่อถือ Cronbach's Alpha = .850

**ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ** การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีพนักงานที่มีความพร้อม และเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกประทับใจที่พนักงานสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้

## ตาราง 5

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านการตอบสนองความพึงพอใจ

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                       | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>Correlation | ค่า IOC |
|--------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. การให้บริการในแต่ละขั้นตอน        |      |      |                                        |         |
| ของแหล่งท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว      | 4.15 | .622 | .506                                   | 0.8     |
| 2. เมื่อเกิดความล่าช้าในการให้บริการ |      |      |                                        |         |
| พนักงานชี้แจงข้อมูลกับท่านทันที      | 4.30 | .563 | .374                                   | 0.8     |
| 3. มีศูนย์บริการที่พร้อมให้ข้อมูล    |      |      |                                        |         |
| รายละเอียดแก่นักท่องเที่ยว           | 4.35 | .533 | .514                                   | 0.6     |
| 4. พนักงานมีความพร้อม และความเต็มใจ  |      |      |                                        |         |
| ที่จะให้บริการทุกเรื่องแก่ลูกค้าของ  |      |      |                                        |         |
| กิจการ                               | 4.55 | .503 | .507                                   | 0.8     |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าการตอบสนองความพึงพอใจ Cronbach's Alpha = .712

**ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า** แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว พนักงานต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุภาพ ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหา การดูแลเอาใจใส่จะทำให้แก่นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และนำมาซึ่งการท่องเที่ยวซ้ำ

## ตาราง 6

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                                                  | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>Correlation | ค่า IOC |
|-----------------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. พนักงานมีความยินดีที่จะแก้ไขปัญหา<br>ตามคำร้องเรียนของลูกค้า | 4.50 | .554 | .538                                   | 0.6     |
| 2. พนักงานให้ความดูแลเอาใจใส่ท่าน<br>เป็นอย่างดี                | 4.52 | .505 | .723                                   | 1.0     |
| 3. พนักงานปฏิบัติต่อท่านด้วยความสุภาพ<br>อ่อนน้อม               | 4.52 | .505 | .610                                   | 0.6     |
| 4. พนักงานให้ความช่วยเหลือท่าน<br>เป็นอย่างดีเมื่อเกิดปัญหา     | 4.20 | .516 | .734                                   | 0.8     |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า Cronbach's Alpha = 8.74

**ด้านความสะดวกสบาย** ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย และมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันยังประสบปัญหาด้านความสะดวกสบาย ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการปรับปรุงสถานที่เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว

## ตาราง 7

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความสะดวกสบาย

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                                                      | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>Correlation | ค่า IOC |
|---------------------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความ-<br>สะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว | 4.25 | .493 | .473                                   | 0.8     |
| 2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจน                               | 4.45 | .503 | .620                                   | 0.6     |
| 3. สถานที่ท่องเที่ยวมีเส้นทางคมนาคม<br>ที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย     | 4.45 | .552 | .472                                   | 0.8     |
| 4. สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอ<br>ต่อความต้องการ             | 4.25 | .543 | .371                                   | 0.8     |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าความสะดวกสบาย Cronbach's Alpha = .719

**ด้านความคุ้มค่าของเงิน** ซึ่งหมายถึง ความคุ้มค่า สมราคา คือ หัวใจสำคัญในการ-  
ดำเนินธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะต้องสร้างความประทับใจ และรู้สึกว่าคุณค่า  
กับเงินที่จ่ายไปในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะรู้สึกว่าการที่ได้มา  
ท่องเที่ยวที่แห่งนี้คุ้มค่ากับการเสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

## ตาราง 8

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความคุ้มค่าของเงิน

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                                                                                | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>Correlation | ค่า IOC |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. การได้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตร ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับ<br>จำนวนเงินที่จ่ายไป | 4.30 | .516 | .425                                   | 0.6     |
| 2. การได้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตร ไม่ทำให้ท่านเสียเวลา<br>โดยเปล่าประโยชน์        | 4.25 | .588 | .502                                   | 0.6     |
| 3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>สร้างความประทับใจให้แก่ท่าน                                  | 4.30 | .516 | .425                                   | 0.6     |

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีค่าความน่าเชื่อถือ Cronbach's Alpha = .714

## ตัวแปรตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้าม อาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย (วิรุฬ พรรณเทวี, 2542) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง (ฉัตรชัย คงสุข, 2535) ความพึงพอใจ หมายถึง

ความรู้สึกรับชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งชูงใจในด้านต่าง ๆ เมื่อได้รับการ-  
ตอบสนอง (กิตติมา ปรีดีลล, 2529)

## ตาราง 9

มาตรวัดเกี่ยวกับด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

(n = 40)

| รายการข้อคำถาม                                                         | M    | SD   | Corrected<br>Item-total<br>correlation | ค่า IOC |
|------------------------------------------------------------------------|------|------|----------------------------------------|---------|
| 1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่าน<br>ได้รับความสนุกสนานและเพลิดเพลิน  | 4.10 | .441 | .360                                   | 0.8     |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่าน<br>ได้เรียนรู้ และสัมผัสกับธรรมชาติ | 4.35 | .583 | .408                                   | 0.6     |
| 3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่าน<br>ได้รับประสบการณ์ชีวิตที่ดี       | 4.32 | .525 | .607                                   | 0.8     |
| 4. การท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านประทับใจ<br>สมกับคำพูดของผู้แนะนำ       | 4.25 | .438 | .664                                   | 1.0     |

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีค่าความน่าเชื่อถือ Cronbach's Alpha = 7.62

โดยสรุป กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรตาม ซึ่งเป็น  
เป้าหมาย คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรอิสระ (ซึ่งคาดว่าความสัมพันธ์  
รวมของตัวแปรจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามในทิศทางบวกหรือ  
ทางลบ) มีจำนวน 6 ตัว คือ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความ-  
พึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของเงิน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ และนำมาสรุปผลการศึกษาระบบตารางประกอบการบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

|                |                                                      |
|----------------|------------------------------------------------------|
| M              | แทน ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม (Mean)               |
| SD             | แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)     |
| N              | แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม                             |
| R              | แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ                  |
| $R^2$          | แทน ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ                            |
| Adjusted $R^2$ | แทน ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณที่มีการปรับแก้ไขให้เหมาะสม |

|      |     |                                                                        |
|------|-----|------------------------------------------------------------------------|
| SEE  | แทน | ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานพยากรณ์                                       |
| $F$  | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบ $F$ distribution                          |
| Sig. | แทน | ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ                              |
| B    | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปแบบคะแนนดิบ                     |
| Beta | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน                 |
| $t$  | แทน | ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ $t$ distribution                   |
| $r$  | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's correlation coefficient) |
| a    | แทน | ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ                                |

## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติขั้นพื้นฐาน หาค่าร้อยละ (percentage) ดังนี้

### ตาราง 10

จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

( $n = 400$  คน)

| ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------|-------|--------|
| 1. เพศ                                    |       |        |
| ชาย                                       | 177   | 44.2   |
| หญิง                                      | 223   | 55.8   |

ตาราง 10 (ต่อ)

| ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------|-------|--------|
| 2. อายุ                                   |       |        |
| ต่ำกว่า 20 ปี                             | 55    | 13.7   |
| 20-30 ปี                                  | 90    | 22.5   |
| 31-40 ปี                                  | 146   | 36.5   |
| 41-50 ปี                                  | 78    | 19.5   |
| มากกว่า 50 ปี                             | 31    | 7.8    |
| 3. สถานภาพ                                |       |        |
| โสด                                       | 189   | 47.2   |
| สมรส                                      | 206   | 51.5   |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่                       | 5     | 1.3    |
| 4. ระดับการศึกษา                          |       |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                          | 113   | 28.3   |
| ปริญญาตรี                                 | 206   | 51.5   |
| ปริญญาโท                                  | 71    | 17.8   |
| ปริญญาเอก                                 | 5     | 1.2    |
| อื่น ๆ (โปรดระบุ)                         | 5     | 1.2    |
| 5. อาชีพ                                  |       |        |
| นักเรียน/นักศึกษา                         | 63    | 15.8   |
| รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ              | 94    | 23.5   |
| พนักงานเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว                | 189   | 47.3   |
| อื่น ๆ (โปรดระบุ)                         | 54    | 13.5   |
| 6. รายได้                                 |       |        |
| น้อยกว่า 10,000 บาท                       | 73    | 18.3   |
| 10,001-20,000 บาท                         | 89    | 22.3   |

ตาราง 10 (ต่อ)

| ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------------|-------|--------|
| 20,001-30,000 บาท                         | 125   | 31.2   |
| มากกว่า 30,000 บาท                        | 113   | 28.2   |
| 7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว              |       |        |
| ครั้งแรก                                  | 260   | 65     |
| ครั้งที่ 2 หรือมากกว่า                    | 140   | 35     |

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท/เดือน และเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก แสดงว่า ผลการวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ส่วนใหญ่ได้มาจากความคิดเห็นของผู้หญิงที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท/เดือน และเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านสภาพทางกายภาพ (tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ (responsiveness) ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (empathy) ด้านความสะดวกสบาย (convenience) ด้านความคุ้มค่าของเงิน (value for money) และด้านความพึงพอใจ (satisfaction) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ

ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean--  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--SD) ดังนี้

#### ตาราง 11

ผลรวมค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

(n = 400 คน)

| การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร | M    | SD    | อันดับ |
|--------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. ด้านสภาพทางกายภาพ                       | 4.05 | 0.640 | 4      |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือ                     | 3.96 | 0.674 | 7      |
| 3. ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ               | 4.01 | 0.646 | 6      |
| 4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า               | 4.15 | 0.639 | 3      |
| 5. ด้านความสะอาดสบาย                       | 4.01 | 0.650 | 5      |
| 6. ด้านความคุ้มค่าของเงิน                  | 4.16 | 0.730 | 2      |
| 7. ความพึงพอใจ                             | 4.23 | 0.677 | 1      |
| รวม                                        | 4.08 |       |        |

จากตาราง 11 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 7 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ 4.08 จากคะแนน 5 โดยด้านที่มีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านความพึงพอใจรองลงมา ได้แก่ ด้านความคุ้มค่าของเงิน ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านสภาพทางกายภาพ ด้านความสะอาดสบาย ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

## ตาราง 12

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านสภาพทางกายภาพ

(n = 400 คน)

| ด้านสภาพทางกายภาพ                                                                                             | M    | SD    | อันดับ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>มีความสวยงามทางธรรมชาติของ<br>แหล่งท่องเที่ยว มีความน่าประทับใจ | 4.06 | 0.719 | 2      |
| 2. ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำ<br>ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้มาสัมผัส                    | 4.15 | 0.702 | 1      |
| 3. อาคารสถานที่ที่ได้รับการจัดสรรให้สอดคล้อง<br>กับบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร                        | 3.93 | 0.815 | 3      |
| รวม                                                                                                           | 4.04 |       |        |

จากตาราง 12 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่ง-  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพทางกายภาพ โดยภาพรวม  
อยู่ในระดับ 4.04 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ธรรมชาติของ  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้มาสัมผัส รองลงมา  
ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสวยงามทางธรรมชาติของแหล่ง-  
ท่องเที่ยวมีความน่าประทับใจ และอาคารสถานที่ที่ได้รับการจัดสรรให้สอดคล้องกับ  
บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตามลำดับ

## ตาราง 13

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความน่าเชื่อถือ

(n = 400 คน)

| ด้านความน่าเชื่อถือ                                                                                    | M    | SD    | อันดับ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. ข้อมูลการเรียนรู้ต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยว<br>เป็นข้อมูลจริง อ้างอิงแหล่งที่มาชัดเจน<br>เชื่อถือได้ | 4.15 | 0.702 | 1      |
| 2. สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีคนพูดถึง และต้องการ<br>มาท่องเที่ยวซ้ำอีก                                 | 3.89 | 0.908 | 4      |
| 3. ในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว มีตารางเข้าชม<br>ในช่วงวันธรรมดาและวันหยุดบอไว้ชัดเจน                    | 3.91 | 0.898 | 2      |
| 4. มีรายละเอียดในการเข้าชมแต่ละรอบการแสดง<br>ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร                             | 3.90 | 0.870 | 3      |
| รวม                                                                                                    | 3.96 |       |        |

จากตาราง 13 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่ง-  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวม  
อยู่ในระดับ 3.96 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อมูลการเรียนรู้  
ต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวเป็นข้อมูลจริง อ้างอิงแหล่งที่มาชัดเจน เชื่อถือได้ รองลงมา  
ได้แก่ ในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว มีตารางเข้าชมในช่วงวันธรรมดาและวันหยุดบอไว้  
ชัดเจน มีรายละเอียดในการเข้าชมแต่ละรอบการแสดง ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
และสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีคนพูดถึง และต้องการมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ตามลำดับ

ตาราง 14

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ

(n = 400 คน)

| ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ                                                       | M    | SD    | อันดับ |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. การให้บริการในแต่ละขั้นตอนของแหล่ง-<br>ท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว               | 3.94 | 0.745 | 3      |
| 2. เมื่อเกิดความล่าช้าในการให้บริการ พนักงาน<br>ชี้แจงข้อมูลกับท่านทันที        | 3.92 | 0.869 | 4      |
| 3. มีศูนย์บริการที่พร้อมให้ข้อมูลรายละเอียด<br>แก่นักท่องเที่ยว                 | 3.97 | 0.766 | 2      |
| 4. พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจ<br>ที่จะให้บริการทุกเรื่องแก่ลูกค้าของกิจการ | 4.20 | 0.760 | 1      |
| รวม                                                                             | 4.00 |       |        |

จากตาราง 14 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่ง-  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ  
โดยภาพรวมอยู่ในระดับ 4.00 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ  
พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการทุกเรื่องแก่ลูกค้าของกิจการ  
รองลงมา ได้แก่ มีศูนย์บริการที่พร้อมให้ข้อมูลรายละเอียดแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการ  
ในแต่ละขั้นตอนของแหล่งท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว และเมื่อเกิดความล่าช้าในการ-  
ให้บริการ พนักงานชี้แจงข้อมูลกับท่านทันที ตามลำดับ

## ตาราง 15

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

(n = 400 คน)

| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า                                   | M    | SD    | อันดับ |
|-------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. พนักงานมีความยินดีที่จะแก้ไขปัญหาตามคำร้องเรียนของลูกค้า | 4.10 | 0.815 | 4      |
| 2. พนักงานให้ความดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี                | 4.19 | 0.715 | 2      |
| 3. พนักงานปฏิบัติต่อท่านด้วยความสุภาพอ่อนน้อม               | 4.20 | 0.760 | 1      |
| 4. พนักงานให้ความช่วยเหลือท่านเป็นอย่างดีเมื่อเกิดปัญหา     | 4.13 | 0.806 | 3      |
| รวม                                                         | 4.15 |       |        |

จากตาราง 15 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับ 4.15 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานปฏิบัติต่อท่านด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา ได้แก่ พนักงานให้ความดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี พนักงานให้ความช่วยเหลือท่านเป็นอย่างดี เมื่อเกิดปัญหา และพนักงานมีความยินดีที่จะแก้ไขปัญหาตามคำร้องเรียนของลูกค้า ตามลำดับ

## ตาราง 16

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความสะดวกสบาย

(n = 400 คน)

| ด้านความสะดวกสบาย                                                | M    | SD    | อันดับ |
|------------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย                         |      |       |        |
| ในการเดินทางท่องเที่ยว                                           | 4.05 | 0.786 | 3      |
| 2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจน                            | 3.80 | 0.916 | 4      |
| 3. สถานที่ท่องเที่ยวมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก-<br>สบาย เข้าถึงง่าย | 4.07 | 0.814 | 2      |
| 4. สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอต่อความ-<br>ต้องการ         | 4.15 | 0.786 | 1      |
| รวม                                                              | 4.02 |       |        |

จากตาราง 16 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่ง-  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความสะดวกสบาย  
โดยภาพรวมอยู่ในระดับ 4.02 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ  
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ รองลงมา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว  
มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย  
ในการเดินทางท่องเที่ยว และมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางที่ชัดเจน ตามลำดับ

## ตาราง 17

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคุ้มค่าของเงิน

(n = 400 คน)

| ด้านความคุ้มค่าของเงิน                                                                   | M    | SD    | อันดับ |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. การได้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป | 4.13 | 0.836 | 3      |
| 2. การได้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ไม่ทำให้ท่านเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์        | 4.18 | 0.727 | 2      |
| 3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างความ-<br>ประทับใจให้แก่ท่าน                            | 4.18 | 0.799 | 1      |
| รวม                                                                                      | 4.16 |       |        |

จากตาราง 17 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่ง-  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความคุ้มค่าของเงิน  
โดยภาพรวมอยู่ในระดับ 4.16 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ สถานที่  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างความประทับใจให้แก่ท่าน รองลงมา ได้แก่ การได้มาเที่ยว  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ทำให้ท่านเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ และการได้มาเที่ยว  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป ตามลำดับ

ตาราง 18

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความพึงพอใจ

(n = 400 คน)

| ด้านความพึงพอใจ                                                       | M    | SD    | อันดับ |
|-----------------------------------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านได้รับ<br>ความสนุกสนานและเพลิดเพลิน | 4.2  | 0.775 | 3      |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านได้เรียนรู้<br>และสัมผัสกับธรรมชาติ | 4.28 | 0.709 | 2      |
| 3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านได้รับ<br>ประสบการณ์ชีวิตที่ดี      | 4.32 | 0.711 | 1      |
| 4. การท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านประทับใจ<br>สมกับคำพูดของผู้แนะนำ      | 4.13 | 0.856 | 4      |
| รวม                                                                   | 4.20 |       |        |

จากตาราง 18 พบว่า ผลสรุปรวมข้อมูลอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ 4.20 จากคะแนน 5 โดยมีลำดับความพึงพอใจสูงสุด คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ชีวิตที่ดี รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านได้เรียนรู้และสัมผัสกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่านได้รับความสนุกสนานและเพลิดเพลิน และการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านประทับใจสมกับคำพูดของผู้แนะนำ ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ที่ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's correlation coefficient)

#### ตาราง 19

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

(n = 400 คน)

|                        |      | Correlations |       |       |       |       |       |   |
|------------------------|------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|---|
|                        |      | 1            | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7 |
| Pearson<br>Correlation | ZSAT | 1            |       |       |       |       |       |   |
|                        | ZTAN | 0.667        | 1     |       |       |       |       |   |
|                        | ZREL | 0.682        | 0.715 | 1     |       |       |       |   |
|                        | ZRES | 0.689        | 0.674 | 0.799 | 1     |       |       |   |
|                        | ZEMP | 0.635        | 0.688 | 0.661 | 0.796 | 1     |       |   |
|                        | ZCON | 0.648        | 0.572 | 0.709 | 0.771 | 0.674 | 1     |   |
|                        | ZVAL | 0.777        | 0.719 | 0.663 | 0.696 | 0.735 | 0.712 | 1 |

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากตาราง 19 พบว่า

อิทธิพลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.667 มีความสัมพันธ์ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.715 มีความสัมพันธ์ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.799 มีความสัมพันธ์ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.796 มีความสัมพันธ์ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านความสะอาดสบาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.674 มีความสัมพันธ์ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านความคุ้มค่าของเงิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ 0.712 มีความสัมพันธ์ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตาราง 20

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร

| อิทธิพลของตัวแปร               | B     | Std.  | Beta  | t     | Sig.   |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร      |       |       |       |       |        |
| ด้านสภาพทางกายภาพ (X1)         | 0.109 | 0.520 | 0.103 | 2.096 | 0.037  |
| 2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร      |       |       |       |       |        |
| ด้านความน่าเชื่อถือ (X2)       | 0.163 | 0.055 | 0.162 | 2.975 | 0.003* |
| 3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร      |       |       |       |       |        |
| ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ      |       |       |       |       |        |
| (X3)                           | 0.179 | 0.067 | 0.171 | 2.665 | 0.008* |
| 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร      |       |       |       |       |        |
| ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (X4) | 0.059 | 0.057 | 0.532 | 1.819 | 0.178  |
| 5. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร      |       |       |       |       |        |
| ด้านความสะดวกสบาย (X5)         | 0.030 | 0.053 | 0.029 | 0.566 | 0.572  |
| 6. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร      |       |       |       |       |        |
| ด้านความคุ้มค่าของเงิน (X6)    | 0.473 | 0.048 | 0.510 | 9.813 | 0.000* |

 $R = 0.941$ , Adjusted  $R^2 = 0.885$ , SEE = 0.25611,  $F = 510.896$ , Sig. = 0.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการตอบสนองความพึงพอใจ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบาย และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงิน ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ( $R$ ) มีค่าเท่ากับ 0.941 และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันของอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย

และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t \leq 1.96$ ) ได้ร้อยละ 88.5 ( $R^2 = 0.885$ ) โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\text{SAT} = a + (0.109) (X1) + 0.163(X2) + 0.179 (X3) + (0.059) (X4) + 0.030 (X5) + 0.473 (X6)$$

(2.096)      (2.975)      (2.665)      (1.819)      (0.566)      (9.813)

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$\text{SAT} = 0.103 (X1) + 0.162 (X2) + 0.171 (X3) + (0.532) (X4) + 0.029 (X5) + 0.510 (X6)$$

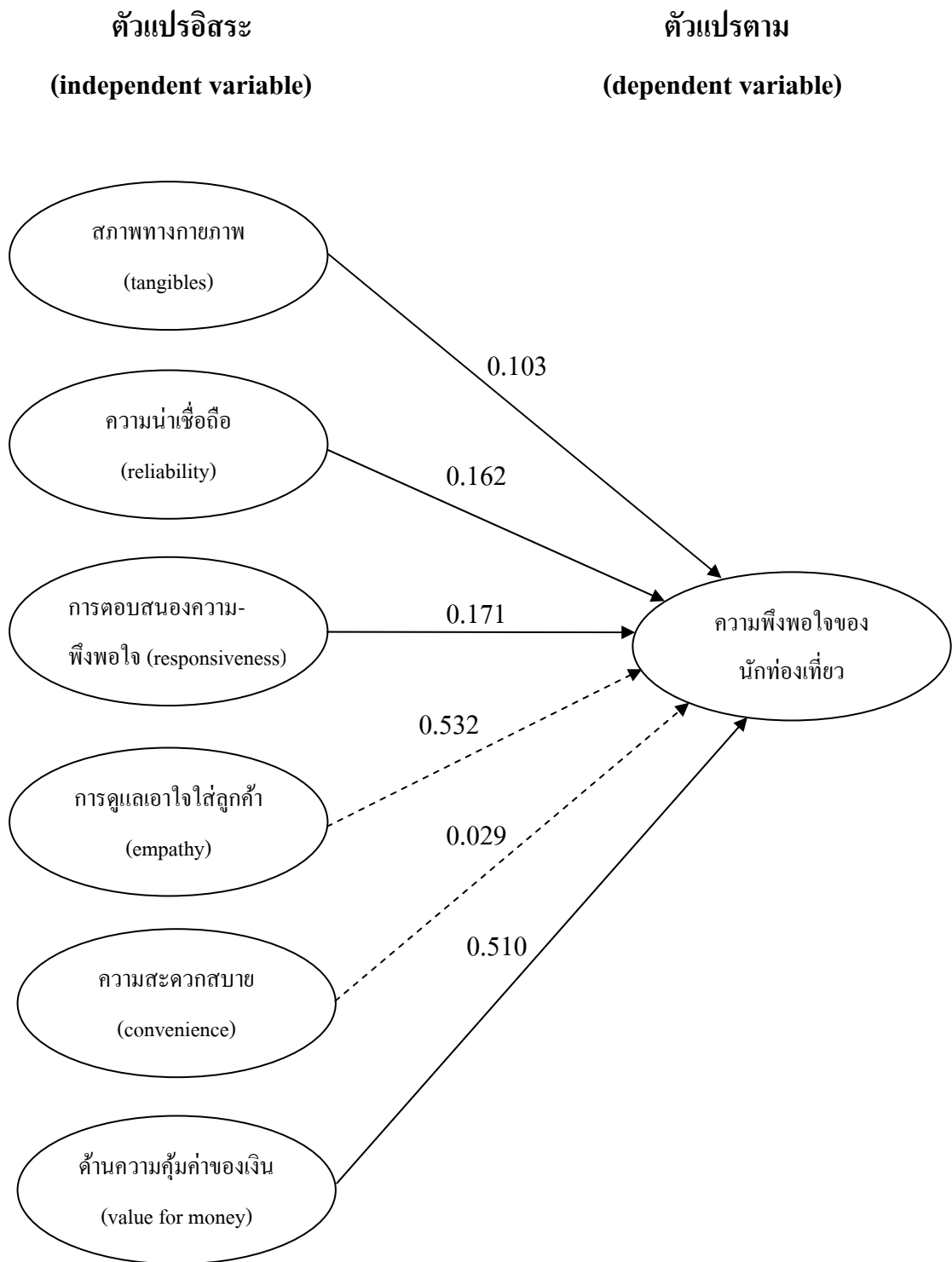
(2.096)      (2.975)      (2.665)      (1.819)      (0.566)      (9.813)

สมการพยากรณ์อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากสมการตัวแปรพยากรณ์อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงิน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการตอบสนองความพึงพอใจ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ ตามลำดับ

โดยแสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้ดังแสดงในภาพ 2



**ภาพ 2** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## ตาราง 21

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-6

(n = 400 คน)

| สมมติฐานการวิจัย                                                                                      | ค่าสัมประสิทธิ์<br>เส้นทาง | t      | สรุป        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------|-------------|
| $H_1$ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ด้านสภาพทางกายภาพ มีอิทธิพล<br>ทางบวกต่อความพึงพอใจ        | 0.103                      | 2.096* | สนับสนุน    |
| $H_2$ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพล<br>ทางบวกต่อความพึงพอใจ      | 0.162                      | 2.975* | สนับสนุน    |
| $H_3$ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ<br>มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ | 0.171                      | 2.665* | สนับสนุน    |
| $H_4$ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า<br>มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ | 0.532                      | 1.819  | ไม่สนับสนุน |
| $H_5$ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ด้านความสะดวกสบาย มีอิทธิพล<br>ทางบวกต่อความพึงพอใจ        | 0.029                      | 0.566  | ไม่สนับสนุน |
| $H_6$ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>ด้านความคุ้มค่าของเงิน มีอิทธิพล<br>ทางบวกต่อความพึงพอใจ   | 0.510                      | 9.813* | สนับสนุน    |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย จากตาราง 21 พบว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเป็นจริงตามสมมติฐาน คือ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงิน ส่วนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบาย ส่งผลทางลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และพบว่า ตัวชี้วัดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $t \leq 1.96$ ) แสดงว่า มีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน สามารถอ่านผลได้ ดังนี้

### **สมมติฐานที่ 1**

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.103 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### **สมมติฐานที่ 2**

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.162 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### **สมมติฐานที่ 3**

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการตอบสนองความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.171 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **สมมติฐานที่ 4**

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.532 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **สมมติฐานที่ 5**

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบาย มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.029 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **สมมติฐานที่ 6**

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงินมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.510 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของเงิน ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การวิจัยครั้งนี้ ได้สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ นำเสนอค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ มีข้อมูลสรุปและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

### สรุปผลการวิจัย

สำหรับอิทธิพลของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการตอบสนองความพึงพอใจ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความสะดวกสบาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความคุ้มค่าของเงิน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นไปตามทฤษฎีความต้องการของ Maslow (1968) และทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางของ Pearce (อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, 2555, หน้า 185-189) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความต้องการ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และวัฒนธรรมใหม่ ๆ การท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ และความต้องการ

การท่องเที่ยวมีการพัฒนาเป็นลำดับขั้น และความต้องการจะมีความลึกซึ้งและซับซ้อนมากขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจหลากหลายในการแสวงหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และการเดินทางไปสัมผัส นักท่องเที่ยวจะเลือกทำกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแรงจูงใจของตนเอง และเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง ก็ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ที่คนได้เดินทางไปสัมผัส สอดคล้องกับแนวคิดของ เลิศพร ภาระสกุล (2555, หน้า 481)

สิ่งที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนำไปสู่ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว ที่เดินทางไปสัมผัส หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความสวยงาม เหมาะสม และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน คำนึงถึงผลประโยชน์ของคนในท้องถิ่น รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

## การอภิปรายผล

### วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สภาพทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความพึงพอใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของเงิน ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านสภาพทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ ด้านความคุ้มค่าของเงิน มีอิทธิทางบวก ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสะดวกสบาย มีอิทธิพลทางลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับประสบการณ์ที่ดีและได้เรียนรู้สัมผัสกับธรรมชาติ ต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะด้านการไปประยุกต์ใช้ในภาคปฏิบัติ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก จากผลการวิจัย พบว่า ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรจัดให้มีอาคารสถานที่ให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์และตารางบอกเวลาที่ชัดเจน
3. ควรชี้แจงข้อมูลในการให้บริการอย่างทันที่
4. ควรมีป้ายและสัญลักษณ์บอกอย่างชัดเจน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไป สิ่งที่น่าจะศึกษาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

1. แนวทางในการพัฒนาผลผลิตทางการเกษตร
2. แนวทางการพัฒนาด้านประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว
3. การสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นแหล่งรวมความรู้ทางด้านการเกษตร

ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๐-๒๓๑๐-๘๒๒๓

ที่ ศธ. ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๐๒ /๒๕๕๙

วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วดา ผู้พัฒนาพงศ์

ด้วย นางสาวธनिया เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาฟาร์มโชคชัย และ ฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก” จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือและได้พิจารณา ว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

*(ลายเซ็น)*

(อาจารย์ ดร.นรพล จินันท์เดช)

รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา รักษาการแทน

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๐-๒๓๑๐-๘๒๒๓

ที่ ศธ. ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๐๒ /๒๕๕๙

วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุมัติเป็นผู้อยู่เกี่ยวข้องตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน รองศาสตราจารย์ชนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส

ด้วย นางสาวธนิยา เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาฟาร์มโชคชัย และ ฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก” จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือและได้พิจารณา ว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ จึงขออนุมัติจากท่านเป็นผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

*(ลายเซ็น)*

(อาจารย์ ดร.นรพล จินันท์เดช)

รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา รักษาการแทน

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๐-๒๓๑๐-๘๒๒๓

ที่ ศธ. ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๐๒ /๒๕๕๙

วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุมัติเป็นผู้อยู่ข่ายตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน รองศาสตราจารย์จรินทร์ ศรีทอง

ด้วย นางสาวธนิยา เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาฟาร์มโชคชัย และ ฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก” จำเป็นต้องมีผู้อยู่ข่ายในการตรวจสอบเครื่องมือและได้พิจารณา ว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ จึงขออนุมัติจากท่านเป็นผู้ที่อยู่ข่ายตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

*(ลายเซ็น)*

(อาจารย์ ดร.นรพล จินันท์เดช)

รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา รักษาราชการแทน

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ



ที่ ศธ ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๐๒/๒๕๕๙

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๗ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน รองศาสตราจารย์สุขจิตต์ ณ นคร

ด้วย นางสาวธนิยา เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาฟาร์มโชคชัย และ ฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก” จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือและได้พิจารณา ว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.นรพล จินันท์เดช)

รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา รักษาการแทน  
ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

โทร. ๐-๒๓๑๐-๘๒๒๓

โทรสาร ๐-๒๓๑๐-๘๒๒๓



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๐-๒๓๑๐-๘๒๒๓

ที่ ศธ. ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๐๒ /๒๕๕๙

วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุมัติเป็นผู้อยู่ตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนตรี จันทสมบัติ

ด้วย นางสาวธนิยา เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาฟาร์มโชคชัย และ ฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก” จำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือและได้พิจารณา ว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ จึงขออนุมัติจากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

*(ลายเซ็น)*

(อาจารย์ ดร.นรพล จินันท์เดช)

รองคณบดีฝ่ายคุณภาพการศึกษา รักษาการแทน

ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

**ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์**  
**(Internal Objective Congruency--IOC)**

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1

รองศาสตราจารย์ ดร. แก้วตา ผู้พัฒนาพงส์

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2

รองศาสตราจารย์ชนนพพันธุ์ เอี่ยมโอภาส

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3

รองศาสตราจารย์จิรพร ศรีทอง

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4

รองศาสตราจารย์สุขจิตต์ ณ นคร

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5

ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนตรี จังชนสมบัติ



### แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity)

เรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก

-----

#### วิธีการและขั้นตอนการประเมิน

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทำได้โดยการนำนิยามทฤษฎี นิยาม-  
เชิงปฏิบัติการ และข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง พิจารณาความ-  
สอดคล้อง และกรอกผลการพิจารณา ดัชนีที่แสดงค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม  
และวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index--IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญต้องประเมิน  
ด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

- ให้คะแนน +1 ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด
- ให้คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด
- ให้คะแนน -1 ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

การจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

| ข้อ<br>คำถาม                                      | คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |           |           |           |           | ผลรวม | ค่า<br>IOC |
|---------------------------------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|------------|
|                                                   | ท่านที่ 1                       | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | ท่านที่ 4 | ท่านที่ 5 |       |            |
| <b>ด้านสภาพทางกายภาพ (tangibles)</b>              |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 2                                                 | -1                              | 1         | 1         | 1         | 1         | 3     | 0.6        |
| 3                                                 | 1                               | 1         | 1         | 0         | 1         | 4     | 0.8        |
| <b>ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability)</b>          |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 2                                                 | 0                               | 1         | 1         | 1         | 0         | 3     | 0.6        |
| 3                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 4                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| <b>ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ (responsiveness)</b> |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 2                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 3                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 4                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| <b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (empathy)</b>        |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 0         | 4     | 0.8        |
| 2                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 3                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 4                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| <b>ด้านความสะดวกสบาย (convenience)</b>            |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 2                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 3                                                 | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |

| ข้อ<br>คำถาม                                    | คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |           |           |           |           | ผลรวม | ค่า<br>IOC |
|-------------------------------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|------------|
|                                                 | ท่านที่ 1                       | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | ท่านที่ 4 | ท่านที่ 5 |       |            |
| <b>ด้านความคุ้มค่าของเงิน (value for money)</b> |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                               | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 2                                               | -1                              | 1         | 1         | 1         | 1         | 3     | 0.6        |
| 3                                               | 1                               | 0         | 1         | 1         | 1         | 4     | 0.8        |
| 4                                               | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |

### ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ข้อ<br>คำถาม                          | คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |           |           |           |           | ผลรวม | ค่า<br>IOC |
|---------------------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|------------|
|                                       | ท่านที่ 1                       | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | ท่านที่ 4 | ท่านที่ 5 |       |            |
| <b>ด้านความพึงพอใจ (satisfaction)</b> |                                 |           |           |           |           |       |            |
| 1                                     | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |
| 2                                     | 1                               | -1        | 1         | 1         | 1         | 3     | 0.6        |
| 3                                     | 0                               | 0         | 1         | 1         | 1         | 3     | 0.6        |
| 4                                     | 1                               | 1         | 1         | 1         | 1         | 5     | 1          |

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม



ที่ ศธ ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๖๖ /๒๕๕๙

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑ ธันวาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุมัติเคราะห้ในการแจกแบบสอบถาม

เรียน ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กรฟาร์มโชคชัย

ด้วย นางสาวธนิยา เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัยและฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค” จึงจำเป็นต้องขออนุมัติเคราะห้แจกแบบสอบถามกับบุคลากรในหน่วยงานของท่าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห้ บัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์)  
ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ  
โทร. ๐๒-๓๑๐-๘๒๒๖-๗ กต ๖  
โทรสาร ๐๒-๓๑๐-๘๒๒๓



ที่ ศธ ๐๕๑๘.๐๓/บศ. ๕๖๕ /๒๕๕๙

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๑ ธันวาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถาม

เรียน หัวหน้าฝ่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค

ด้วย นางสาวธนิยา เสรีกุล รหัสประจำตัว ๕๔๑๒๑๐๐๙๙๒ ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัยและฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ค” จึงจำเป็นต้องขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามกับบุคลากรในหน่วยงานของท่าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ บัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดี และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรสานต์)  
ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ

โทร. ๐๒-๓๑๐-๘๒๒๖-๗ กต ๖

โทรสาร ๐๒-๓๑๐-๘๒๒๓

ภาคผนวก ง  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง อิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก

---

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ฟาร์มโชคชัย และฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด และครบทุกข้อ ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจากท่านทั้งหมดจะถือเป็นความลับ และจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออิทธิพลการจัดการ  
คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

นางสาวธนิยา เสรีกุล

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 20-30 ปี

☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี

☐ มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้

☐ น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน

☐ 10,001-20,000 บาท/เดือน

☐ 20,001-30,000 บาท/เดือน

☐ มากกว่า 30,000 บาท/เดือน

7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

☐ ครั้งแรก

☐ ครั้งที่ 2 หรือมากกว่า

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

**คำชี้แจง** โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องด้านขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

**ต่ออิทธิพลการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

| ข้อ | ข้อความ                                                                                          | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|     |                                                                                                  | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|     | <b>ด้านสภาพทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (tangibles)</b>                                           |                  |     |         |      |            |
| 1.  | ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสวยงามทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าประทับใจ |                  |     |         |      |            |
| 2.  | ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้มาสัมผัส              |                  |     |         |      |            |
| 3.  | อาคารสถานที่ที่ได้รับการจัดสรรให้สอดคล้องกับบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร                  |                  |     |         |      |            |
|     | <b>ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability)</b>                                                         |                  |     |         |      |            |
| 1.  | ข้อมูลการเรียนรู้ต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวเป็นข้อมูลจริง อ้างอิงแหล่งที่มาชัดเจน เชื่อถือได้     |                  |     |         |      |            |
| 2.  | สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีคนพูดถึงและต้องการมาท่องเที่ยวซ้ำอีก                                   |                  |     |         |      |            |

| ข้อ | ข้อความ                                                                         | ระดับความคิดเห็น |     |              |      |                 |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|--------------|------|-----------------|
|     |                                                                                 | มากที่สุด        | มาก | ปาน-<br>กลาง | น้อย | น้อย-<br>ที่สุด |
| 3.  | ในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว มีตารางเข้าชมในช่วงวันธรรมดา และวันหยุด บอกไว้ชัดเจน |                  |     |              |      |                 |
| 4.  | มีรายละเอียดในการเข้าชมแต่ละรอบ การแสดงภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร            |                  |     |              |      |                 |
|     | <b>ด้านการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า (responsiveness)</b>                      |                  |     |              |      |                 |
| 1.  | การให้บริการในแต่ละขั้นตอนของแหล่งท่องเที่ยว มีความรวดเร็ว                      |                  |     |              |      |                 |
| 2.  | เมื่อเกิดความล่าช้าในการให้บริการ พนักงานชี้แจงข้อมูลกับท่านทันที               |                  |     |              |      |                 |
| 3.  | มีศูนย์บริการที่พร้อมให้ข้อมูลรายละเอียดแก่นักท่องเที่ยว                        |                  |     |              |      |                 |
| 4.  | พนักงานมีความพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการทุกเรื่องแก่ลูกค้าของกิจการ       |                  |     |              |      |                 |
|     | <b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (empathy)</b>                                      |                  |     |              |      |                 |
| 1.  | พนักงานมีความยินดีที่จะแก้ไขปัญหาตามคำร้องเรียนของลูกค้า                        |                  |     |              |      |                 |
| 2.  | พนักงานให้ความดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี                                       |                  |     |              |      |                 |

| ข้อ | ข้อความ                                                                                   | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|     |                                                                                           | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3.  | พนักงานปฏิบัติต่อท่านด้วยความสุภาพ<br>อ่อนน้อม                                            |                  |     |         |      |            |
| 4.  | พนักงานให้ความช่วยเหลือท่าน<br>เป็นอย่างดี เมื่อเกิดปัญหา                                 |                  |     |         |      |            |
|     | <b>ด้านความสะดวกสบาย (convenience)</b>                                                    |                  |     |         |      |            |
| 1.  | ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความ-<br>สะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว                          |                  |     |         |      |            |
| 2.  | มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทาง<br>ที่ชัดเจน                                                    |                  |     |         |      |            |
| 3.  | สถานที่ท่องเที่ยวมีเส้นทางคมนาคม<br>ที่สะดวกสบาย เข้าถึงง่าย                              |                  |     |         |      |            |
| 4.  | สถานที่ท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอ<br>ต่อความต้องการ                                      |                  |     |         |      |            |
|     | <b>ด้านความคุ้มค่าของเงิน (value for money)</b>                                           |                  |     |         |      |            |
| 1.  | การได้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับ<br>จำนวนเงินที่จ่ายไป |                  |     |         |      |            |
| 2.  | การได้มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว<br>เชิงเกษตรไม่ทำให้ท่านเสียเวลา<br>โดยเปล่าประโยชน์        |                  |     |         |      |            |
| 3.  | สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้าง<br>ความประทับใจให้แก่ท่าน                                 |                  |     |         |      |            |

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องด้านขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ต่อการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

| ข้อ | ข้อความ                                                            | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|-----|--------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|     |                                                                    | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|     | <b>ความพึงพอใจ (satisfaction)</b>                                  |                  |     |         |      |            |
| 1.  | การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่าน<br>ได้รับความสนุกสนานและเพลิดเพลิน |                  |     |         |      |            |
| 2.  | การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่าน<br>ได้เรียนรู้และสัมผัสกับธรรมชาติ |                  |     |         |      |            |
| 3.  | การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทำให้ท่าน<br>ได้รับประสบการณ์ชีวิตที่ดี      |                  |     |         |      |            |
| 4.  | การท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านประทับใจ<br>สมกับคำพูดของผู้แนะนำ      |                  |     |         |      |            |

### คำถามปลายเปิด

สิ่งที่ทำให้ท่านประทับใจมากที่สุดในการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่

1. ....
2. ....
3. ....

สิ่งที่ทำให้ท่านไม่ประทับใจมากที่สุด ในการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่

1. ....
2. ....
3. ....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

## บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมส่งเสริมการเกษตร. (2545). *คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเกษตร*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กาญจนา อรุณสอนศรี. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิตติมา ปรีดีลภ. (2529). *ทฤษฎีการบริหารองค์การ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์-ชนการพิมพ์.
- นัทรชัย คงสุข. (2535). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายกักตักอาหารและโภชนาการภายในประเทศ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์-รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาริณี เฉจจินดา. (2535). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการข้าวสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: ศึกษากรณี การให้บริการข้าวสารการท่องเที่ยวสำนักงานใหญ่ (แม่น้ำศรี)*. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดิเรก ฤกษ์สำราญ. (2528). *แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่จำเป็นที่เพียงพอแก่การดำรงชีวิต*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.
- เทพพนม เมืองแมน และสวีน สุวรรณ. (2540). *พฤติกรรมองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ชนกฤต สังข์เนย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. นครปฐม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนภัทร จอมแก้ว. (2558). *อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูเกิล (Google) ในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภารัตน์ เลือจงพร. (2544). *ปัจจัยที่มีผลประสิทธิผลในการให้บริการของพนักงานประจำ สำนักงานบริการโทรศัพท์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นัทฐ์กมล หาญพาณิชย์. (2558). *ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมพาร์คอินน์ จังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- นิลสุวรรณ ลีลารัสมิ. (ม.ป.ป.). *การเปิดเสรีการค้าบริการ: จุดยืน และการเตรียมการของไทย*. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2559, จาก <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xtWjc1vb8doJ:cec.dip.go.th/Portals/การเปิดเสรีการค้าบริการจุดยืนและการเตรียมการของไทย>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2557). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). *จิตวิทยาการบริหารบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพมหานคร.
- พรพิมล คงนิม. (2554). *การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม. เอช. อี. ดีแมก (ที) จำกัด*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิทักษ์ ทรุษิม. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฟาร์มโชคชัยคอกคอม. (ม.ป.ป.). *ธุรกิจในกลุ่มบริษัท*. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2559, จาก [http://www.farmchokchai.com/th/index\\_content.php?content\\_id=48](http://www.farmchokchai.com/th/index_content.php?content_id=48)
- ภวัต วรรณพิน. (2554). *การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย*. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- รวิวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-  
โอเดียนสโตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพ-  
มหานคร: โรงพิมพ์ศิริวัฒนอินเตอร์พรีน.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). *ความพึงพอใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่  
ของประชากรในหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา (เขื่อนหาลาน) จังหวัด-  
สุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน  
กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร-  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชญ์ อรรถวานิช. (2557). *โครงการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถเพิ่มความสามารถ  
ในการทำกำไรของฟาร์มได้หรือไม่*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,  
สาขาสังคมและพฤติกรรมศาสตร์.
- สกุลนารี กาแก้ว. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในการ-  
ทำงานกับการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลตำรวจ*. วิทยานิพนธ์-  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สง่า ภู่อรงค์. (2540). *ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของศึกษาธิการ-  
อำเภอตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และความพึงพอใจของ  
ข้าราชการสำนักงานศึกษาธิการในเขตการศึกษา*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร-  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2553). *การจัดทำรายงานการประเมินความคุ้มค่าในการ-  
ปฏิบัติการกิจของรัฐ*. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2559, จาก [http://www.km.thaicyberu  
.go.th/linkfile/2553/titam/value.PDF](http://www.km.thaicyberu.go.th/linkfile/2553/titam/value.PDF)
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดไม่ลับการตลาดการบริการ*. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักพิมพ์ ยู. บี. ซี. แอล. บั๊คส์.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2559, จาก [http://www.nesdb.go.th/download/article/article\\_20160323112431.pdf](http://www.nesdb.go.th/download/article/article_20160323112431.pdf)
- สุกัญญา บรรณเกตุ. (2555). *ธรรมาภิบาลในการจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงงานอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดในอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นม*. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2559, จาก <http://www3.excise.go.th/ebook/dep3/pdf/KM55.pdf>
- สุชาจันธิ พงุภกร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ให้บริการถึงคุณภาพการให้บริการด้านศูนย์บริการตอบรับข้อมูลทางโทรศัพท์ (call center) ของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่*. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล. (2558). *ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการและการจัดการข้อร้องเรียนที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). *ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร จังหวัดอุบลราชธานี*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2559, จาก <http://www.dpo.go.th/ท่องเที่ยวเชิงเกษตร>
- อรพันธ์ ประสิทธิ์รัตน์. (2533). *การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการเรียนของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางเขน, คณะศึกษาศาสตร์, ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา.
- เอกวิทย์ สุวรรณวงศ์. (2555). *แนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหลังจากการเปิดใช้งานเทคโนโลยี 3G: กรณีศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- Barbera, N., Goodman, R. J., & Goh, B. K. (2011). Restaurant consumers repeat patronage: A service quality concern. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 329-336.
- Best, J., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education* (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Bitner, M. J. (1992). Services capes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(1), 57-71.
- Boit, J. C. (2013). *The role of destination attributes and visitor satisfaction on tourist repeat visit intentions to Lake Nakuru National Park, Kenya*. Unpublished master's thesis, Western Illinois University, IL.
- Chang, Y. W., & Polonsky, M. J. (2012). The influence of multiple types of service convenience on behavioral intentions: The mediating role of consumer satisfaction in a Taiwanese leisure setting. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 107-118.
- Cordupleski, A., Rust, A., & Zahorik, A. (1993). *Organization behavior*. New York: Times Mirror Higher Education Group.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper & Row.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(7), 55-68.
- Crosby, P. B. (1982). *Quality is free*. New York: McGraw-Hill.
- Dunn, K. I., Mohr, P., Wilson, C. J., & Wittert, G. A. (2011). Determinants of fast-food consumption: An application of the theory of planned behaviour. *Appetite*, 57(2), 349-357.

- Gabor, V. (2002, October 2-5). *Ecotourism Mountains and Protected Areas Partners in Prosperity*. Paper present at the conference summary of the WTO research programme on ecotourism generating markets: First national ecotourism forum and fair. Sofia, Bulgaria.
- Gronroos, C. (1982). *Service management and marketing*. Lexington, MA: Lexington.
- Gronroos, C. (1983). *Strategic management and marketing in the service sector*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Hutchins, D. (1985). *Achieve total quality*. New York: McGraw Hill.
- Juran, J. M., & Gryna, F. M. (1998). *Juran's quality control handbook* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kolter, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Principle of marketing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kurtz, D. L., & Clow, K. E. (1998). *Services marketing*. New York: John Wiley & Sons
- Lewis, R. C., & Bloom, B. H. (1983). The relations of organizational characteristics, customer-oriented behavior and service quality. *African Journal of Business Management*, 4(10), 2059-2074.
- Lovelock, C. H. (1996). *Service marketing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of being* (2nd ed.). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the white collar job*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Namin, A. (2017). Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34(1), 70-81.
- Oliver, P. E. (1993). Formal models of collective action. *Annual Review of Sociology*, 19(1), 271-300.
- Oyewole, P. (2013). The role of frequency of patronage and service quality of allyou-can-eat buffet restaurant: A perspective of socio-economic and demographic characteristics of African American consumers. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 202-213.
- Parasuraman, A. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hill.
- Parasuraman, A., Ziethaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Ziethaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering service quality*. New York: The Free Press.
- Ross, D, F., Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (1997). *Quality management: Introduction to total quality management for product, processing, and service* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Ryu, K., & Han, H. (2011). New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience? *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 599-611.
- Schmenner, R. W. (1995). *Service operations management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Stroudsburg, PA: Dowden Hutchison & Ross.
- Sznajder, M., Przezborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. Wallingford, OX: CABI.
- Sztompka, P. (1999). *Trust: A sociological theory*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Wisher, J. D., & Corney, W. J. (2001). Comparing practices of capturing bank customer feed back: Internet versus traditional banking. *Benchmarking: An International Journal*, 8(3), 240-250.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Ziethaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A mean-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(1), 2-22.
- Ziethaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions*. New York: The Free Press.
- Zineldin, M. (1996). Bank strategy portioning and some determinants of bank selection. *International Journal of Bank Marketing*, 14(6), 12-22.

ประวัติผู้เขียน

|                                  |                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ ชื่อสกุล                    | นางสาวธนิยา เสรีกุล                                                                                                                                                                                           |
| วัน เดือน ปีเกิด                 | 27 มกราคม 2525                                                                                                                                                                                                |
| สถานที่เกิด                      | จังหวัดเชียงราย                                                                                                                                                                                               |
| วุฒิการศึกษา                     | สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย<br>จากโรงเรียนเทิงวิทยาคม จังหวัดเชียงราย ปีการศึกษา 2543<br>สำเร็จปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาขาวิศวกรรมศาสตร์ทั่วไป)<br>จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีการศึกษา 2547 |
| ตำแหน่งหน้าที่<br>การงานปัจจุบัน | เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป<br>สำนักงานสาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติต่างประเทศ<br>มหาวิทยาลัยรามคำแหง                                                                                                          |