

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

นางสาวทัศตะวัน ค่วนตระกูลศิลป์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

THAI TOURIST'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARD
THE NATIONAL MUSEUMS IN BANGKOK METROPOLIS

Miss Tattawan Duantrakoonsil

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2011

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติใน

กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวทัศนตะวัน ค่วนตระกูลศิลป์

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย)

ทัศนะวัน ค่วนตระกูลศิลป์ : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร. (THAI TOURIST'S EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARD THE NATIONAL MUSEUMS IN BANGKOK METROPOLIS)

อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย, 184 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ในด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านความปลอดภัย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 จำนวน 400 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า “ที” (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA)และการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจำนวน 1-3 ครั้ง ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครในด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ มีเอกลักษณ์ในความเป็นไทย ด้านการคมนาคมขนส่ง คือ รวดเร็วและมีปริมาณเพียงพอต่อการเดินทาง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีบริเวณพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังในระดับมากในด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร พบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือราชพิธี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา..... ลายมือชื่อนิติศ.....
ปีการศึกษา 2554..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5278818639 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : EXPECTATION / SATISFACTION / NATIONAL MUSEUMS / THAI
TOURIST

TATTAWAN DUANTRAKOONSIL : THAI TOURIST'S EXPECTATION AND
SATISFACTION TOWARD THE NATIONAL MUSEUMS IN BANGKOK
METROPOLIS. ADVISOR : ASSOC.PROF. TEPPRASIT GULTHAWATVICHAI,
184 pp.

The purposes of this research were to study Thai tourist's expectation and satisfaction toward the national museums in Bangkok Metropolis and compare Thai tourist's expectation and satisfaction toward the national museums in Bangkok Metropolis about data of Thai tourists in the management, personnel, location and facilities, publication, recreation activities and security. A questionnaire was used as a tool to collect sampling of 400 Thai tourists during June to July 2011. Then, the data were the analyzed statistically using the frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test and one way analysis of variance by the Scheffe method.

The results indicated that the majority of the respondents, the subjects were major group female whose aged less than 20 years, education background bachelor's degree who were student and their incomes were less than or equal 10,000 baht. The respondents traveled only one to three times in past 1 year.

The majority of Thai tourists decided to travel because of the attraction which were Thai identity, the accessibility that was the sufficient of vehicle mode, the amenities that was the sufficiency space in the national museums for Thai tourists.

Thai tourists had the expectation in the high level with the personnel, recreation activities, security, management, publication and location and facilities in order and Thai tourists had also the satisfaction in the high level with personnel, management, recreation activities, security, publication and location and facilities in order. In comparison between Thai tourist's expectation and satisfaction toward the national museums in Bangkok Metropolis, there were significant differences between expectation and satisfaction of the Changton National Museum, National Museum of Royal Barges at the level of 0.05.

Comparison of Thai tourist's expectation and satisfaction during gender, age, education level, career and income. There were significant differences at 0.05 level.

Field of Study : Sports Science..... Student's Signature.....
Academic Year : 2011..... Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีต้องขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย เป็นอย่างสูงที่กรุณาใช้เวลาให้แนวคิดและคำแนะนำต่างๆ ตลอดจนตรวจสอบข้อบกพร่องในการทำวิจัย อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านคณะกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย ที่ให้ความอนุเคราะห์สละเวลามาเป็นคณะกรรมการในการสอบของผู้วิจัย อีกทั้งยังชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในแขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว ที่กรุณาดูแลและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ในสถาบันอันทรงเกียรติแห่งนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ บุคลากรทุกๆ ท่านของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ที่ให้ความช่วยเหลือและให้ความร่วมมือในการทำงานทุกด้านเป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโท แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำหรับแนวคิดและกำลังใจที่ดี และขอขอบคุณน้องสาวของผู้วิจัยที่คอยช่วยเหลืองานวิจัยและให้กำลังใจมาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ทุกท่าน

ท้ายสุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ซึ่งสนับสนุนในด้านการเงินและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา และกราบขอบพระคุณบูรพคณาจารย์ทุกท่านซึ่งเป็นผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชานับตั้งแต่ครั้งเยาว์วัยจนจบจนกระทั่งทุกวันนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการพิพิธภัณฑ์.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	37
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	61
3. วิธีดำเนินการวิจัย	62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	62
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
ขั้นตอนการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	65
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	66
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	134
สรุปผลการวิจัย.....	136
อภิปรายผลการวิจัย.....	150
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	159
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	160
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	160
รายการอ้างอิง.....	161
ภาคผนวก.....	167
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	168
ภาคผนวก ข จดหมายเรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	170
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	176
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	184

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ.....	69
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	69
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	70
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	71
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้.....	71
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติในการท่องเที่ยว	72
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสิ่งดึงดูดใจ.....	72
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการคมนาคมขนส่ง.....	73
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..	73
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยรวม.....	74
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านการจัดการ.....	75
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร.....	76
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก.....	77
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่.....	78

ตารางที่	หน้า
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้าน กิจกรรมนันทนาการ..... 79
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้าน ความปลอดภัย..... 80
18	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามพืชรักชณสถานแห่งชาติ..... 81
19	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติ พระนคร..... 82
20	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติ หอศิลป์..... 83
21	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติ ช้างต้น..... 84
22	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี..... 85
23	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร..... 86
24	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์..... 87
25	เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ..... 88
26	เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ..... 90
27	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอายุ เป็นราย คู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 91

ตารางที่	หน้า
28	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างอายุ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 92
29	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างอายุ เป็นราย คู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 92
30	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 93
31	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการ เผยแพร่ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 94
32	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง อายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 94
33	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 95
34	เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 96
35	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 97
36	เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ..... 98
37	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอาชีพ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 99

ตารางที่	หน้า
38	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างอาชีพ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 100
39	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างอาชีพ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 101
40	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง อาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 102
41	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 103
42	เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้..... 104
43	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างรายได้ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 105
44	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 106
45	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างรายได้ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 107
46	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 108
47	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการ เผยแพร่ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 109

ตารางที่	หน้า
48	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง รายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 110
49	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 111
50	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ..... 112
51	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอายุ เป็นราย คู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 113
52	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างอายุ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 114
53	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างอายุ เป็นราย คู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 114
54	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 115
55	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการ เผยแพร่ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 116
56	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง อายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 116
57	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 117

ตารางที่	หน้า
58	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 118
59	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 119
60	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 119
61	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 120
62	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการ เผยแพร่ ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 121
63	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง ระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 121
64	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 122
65	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ..... 123
66	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอาชีพ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 124
67	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้..... 125
68	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างรายได้ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 126

ตารางที่	หน้า
69	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างรายได้ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 127
70	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างรายได้ เป็น รายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 128
71	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการ เผยแพร่ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 129
72	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่าง รายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 130
73	ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe..... 131

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	12
2	ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	25

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการมาเป็นลำดับ มีจุดเริ่มต้นและพัฒนาการเป็นยุคสมัยต่างๆ โดยได้แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเกิดขึ้นบนพื้นฐานของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่หลากหลายในประวัติศาสตร์ ในขณะที่การผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เพิ่มมากขึ้นในสังคม ก็ส่งผลให้เกิดเงินตราและเวลาว่างเพื่อการพักผ่อนของผู้คนมากขึ้นด้วย ในขณะที่เดียวกันประชาชนที่ได้รับการศึกษาก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และการศึกษาของพวกเขา อีกทั้งการปรับปรุงการคมนาคมขนส่งช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวรวดเร็วขึ้นง่ายขึ้น ราคาถูกลงและความปลอดภัยมีมากขึ้นและพัฒนาการด้านเทคโนโลยีของระบบสื่อสารโดยผ่านระบบการพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ช่วยทำให้ระบบการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มจำนวนผู้เดินทางมากขึ้น (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) เพื่อความอยู่รอดทำให้มนุษย์เรารู้จักศึกษาหาความรู้ โดยเฉพาะจากสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบข้างอาจจะใช้วิธีการสังเกตหรือศึกษาโดยอาศัยประสบการณ์ซึ่งอาจจะยังไม่เป็นระบบนัก อาจจะถูกหรือผิด จนต่อมาเมื่อสังคมมีการพัฒนามากขึ้น การศึกษาหาความรู้ต่างๆ ค่อยๆ เป็นระบบมากขึ้น เช่น มีโรงเรียนเป็นแหล่งความรู้ด้านต่างๆ ทำให้มนุษย์มีการแสวงหาความรู้ที่มีระบบ (ชนิดา พลศรี, 2530) การท่องเที่ยวทัศนศึกษาเป็นกิจกรรมนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจ และนิยมเลือกในช่วงเวลาว่างหรือเวลาอิสระมากที่สุดประเภทหนึ่ง เพราะเป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตที่มีรูปแบบที่น่าสนใจหรือเรียกว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) พิพิธภัณฑ์จึงเป็นแหล่งนันทนาการเพื่อการเรียนรู้นอกระบบและคลังปัญญาของสังคม พิพิธภัณฑ์ไม่ใช่สถานที่ให้การศึกษาแบบเป็นทางการรูปแบบเดียวกับโรงเรียนหรือสถานศึกษา แต่เป็นการให้ความรู้ในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ที่ส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้แบบอิสระ (Free-choice Learning) จึงไม่อาจบังคับให้ผู้เข้าชมมาเพื่อการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ได้ ผู้ชมเป็นผู้เลือกและตัดสินใจในการเข้าชม (สิริพรรณ ธีรศรีโชค, 2548)

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในประเทศไทยมีประวัติและพัฒนาการมายาวนานนับพันปี ตั้งแต่สมัยกรีก โรมัน โดยเริ่มจากพิพิธภัณฑ์สถานในพระราชวังและส่วนบุคคล แล้วมีพัฒนาการ

ด้านความเจริญก้าวหน้าและแผ่ขยายไปในประเทศต่างๆ ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์ได้ทรงปฏิรูประบบงานพิพิธภัณฑ์สถานเป็นปฐม เมื่อเถลิงถวัลยราชสมบัติแล้ว ทรงจัดพิพิธภัณฑ์สถานส่วนพระองค์ขึ้นเป็นครั้งแรก ณ พระที่นั่งราชฤดี ดึกแบบฝรั่งที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นข้างพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยด้านตะวันออก จัดเป็นพิพิธภัณฑ์สถานส่วนพระองค์และโปรดเกล้าฯ ให้ราชอาณาจักรนคฤคหะทูลชาวต่างประเทศได้เข้าชม โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุในโอกาสสำคัญ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการเริ่มการจัดพิพิธภัณฑ์สถานขึ้นในราชอาณาจักรไทย ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 จากการที่พระองค์เสด็จประพาสประเทศต่าง ๆ ทรงนำแบบอย่างการจัดพิพิธภัณฑ์สถานมาจัดทำในประเทศไทยด้วยเช่นกัน อาทิ ทรงนำรูปแบบอาคารหอประชุมของทหารที่เมืองปัตตาเวียมาสร้าง “หอคลองคอคอดเคียว” สำหรับเป็นที่ประชุมทหารมหาดเล็กและมีพิธีเปิดหอนิวเซียมหรือพิพิธภัณฑ์สถานหอคลองคอคอดเคียว ในวันเสาร์ เดือนสิบ ขึ้นเก้าค่ำ ปีมจอ ฉกศก ซึ่งตรงกับวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2417 กรมศิลปากร จึงถือเอาวันที่ทรงประกอบพิธีเปิดหอนิวเซียมเป็นวันกำเนิดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งแรกของราชอาณาจักรไทย ซึ่งต่อมาก็คือพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร (พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ, 2553: ออนไลน์) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในประเทศไทย แต่แรกเริ่มนั้นก็เข้าไปในวงวนของการเก็บรวบรวมของทางด้านศิลปะและโบราณคดี ต่อมาจึงได้พัฒนาการ มีแนวโน้มที่พยายามเข้าหาสังคมมากขึ้น โดยเพิ่มเนื้อหาทางด้านชีวิต ความเป็นอยู่ ศิลปะพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ ดังจะเห็นได้จากพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่เกิดขึ้นใหม่ๆ (จารุณี อินเฒ่าฉาย, 2537)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์อยู่เพียง 200 แห่ง เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 39 แห่ง ซึ่งนับว่าน้อยมากหากเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่นับว่าเป็นโอกาสที่ดีที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติถึง 6 แห่งด้วยกัน คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจึงนับเป็นแหล่งเรียนรู้ทางเลือกที่ทุกคนสามารถเข้าไปศึกษาหาความรู้ได้โดยไม่จำกัดเพศ วัย การศึกษา (คณะกรรมการบริหารโครงการคลังปัญญาไทย, 2553: ออนไลน์)

จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ทั้ง 6 แห่ง กล่าวคือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ในปีงบประมาณ 2553 (ตั้งแต่เดือนตุลาคมพ.ศ. 2552- เดือนกันยายน พ.ศ.2553) มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น 199,882 คน (กลุ่มส่งเสริม

และพัฒนาพิพิธภัณฑ์, ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย, 17 พฤศจิกายน 2553) ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนตัวเลขที่น้อยมากหากเปรียบเทียบกับพิพิธภัณฑ์ของเอกชนแห่งอื่นๆ อาทิ เช่น พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน เพียงแห่งเดียว ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าชมโดยเฉลี่ยประมาณ 131,400 คน (ตั้งแต่เดือนตุลาคมพ.ศ.2552- เดือนกันยายน พ.ศ.2553) (ฝ่ายประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2553) จึงถือว่าเป็นวิกฤติที่นักท่องเที่ยวไทยไม่ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติวัดเบญจมบพิตรเป็นหนึ่งในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมเลือกเข้ามาท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นสถานที่ที่สำคัญทางศาสนา ด้วยปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเพราะพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเป็นแหล่งนันทนาการเพื่อการเรียนรู้ นอกระบบและคลังปัญญาของสังคม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไม่ใช่สถานที่ให้การศึกษาแบบเป็นทางการรูปแบบเดียวกับโรงเรียนหรือสถานศึกษา จึงไม่อาจบังคับให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ได้ นักท่องเที่ยวเป็นผู้เลือกและตัดสินใจในการเข้าชมและท่องเที่ยวเอง เหตุนี้จึงทำให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติยังคงต้องดำเนินการปรับปรุงการให้บริการเพื่อสร้างความเข้มแข็งและประคองให้ดำเนินอยู่ต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้การศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงถือเป็นสิ่งสำคัญซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ดำเนินการต่อไปได้ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจ ก็จะสามารถนำมาปรับปรุงพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ

ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 6 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับหลังจากท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หมายถึง สถานที่ที่รัฐมนตรีได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดให้เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ซึ่งอยู่ในความดูแลรับผิดชอบของกรมศิลปากร เป็นสถาบันที่ตั้งขึ้นเพื่อรวบรวม สงวนรักษาและจัดแสดงวัตถุอันมีความสำคัญทางวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและความเพลิดเพลิน ให้อารมณ์ทางศิลปะ อนุรักษ์สถานทางประวัติศาสตร์ สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่เลี้ยงสัตว์น้ำ และสถานที่อื่น ๆ ที่จัดแสดงสิ่งมีชีวิต

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร หมายถึง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุรักษ์

ด้านการจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงานที่ประกอบด้วยการวางแผน ควบคุมและดูแลทรัพยากรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านบุคลากร หมายถึง บุคคลหรือเจ้าหน้าที่ซึ่งทำงานในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยมีส่วนร่วมในการให้บริการข้อมูลและต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง บริเวณพื้นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและสรรพสิ่งทีรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบ ชักชวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าร่วมและท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ด้านกิจกรรมนันทนาการ หมายถึง กระบวนการที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครจัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้เข้ามามีส่วนร่วมและเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

ด้านความปลอดภัย หมายถึง สภาพการณ์ปราศจากภัย ไม่เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร” ประกอบด้วย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการพิพิธภัณฑ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยถือกำเนิดมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งพิพิธภัณฑ์สถานส่วนพระองค์ขึ้นในปี พ.ศ. 2417 และเปิดให้ประชาชนเข้าชมเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2417 (สุมาลี สังข์ศิริ, 2548)

พิพิธภัณฑ์ ตามที่สภากาชาดพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ หรือ ICOM (International Council of Museums) ได้ให้คำจำกัดความไว้แล้วว่า พิพิธภัณฑ์ คือ หน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการรวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัย สื่อสาร และจัดแสดงนิทรรศการ ให้บริการแก่สังคม เพื่อการพัฒนา โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้าการศึกษา และความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่างๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสภาพแวดล้อม สิ่งซึ่งสงวนรักษาและจัดแสดงนั้นไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุ แต่ได้รวมถึงสิ่งที่มีชีวิตด้วยโดยรวมไปถึง สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่ สงวนสัตว์น้ำ และสถานที่อันจัดเป็นเขตสงวนอื่นๆ รวมทั้งโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน ศูนย์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง (คณะกรรมการบริหาร โครงการคลังปัญญาไทย, 2553: ออนไลน์)

พิพิธภัณฑ์ หรือ พิพิธภัณฑ์สถาน เป็นองค์กรที่มีบทบาทหน้าที่ในการรวบรวมองค์ความรู้ในด้านต่างๆ มาเก็บและจัดแสดงอย่างเป็นระบบ ซึ่งแต่ละแห่งแต่ละที่ ต่างก็มีแนวทางของตนเองตามปัจจัยทางด้านวัตถุและบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน (ลักขมณั บัญเรื่อง, 2549 อ้างถึงใน พรพิมล ศรีธเรศ, 2551)

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทรงบัญญัติ คำว่า “พิพิธภัณฑ์” โดยคำว่าพิพิธภัณฑ์ แยกตามรูปคำและความหมายได้ดังนี้

“พิพิธ” เป็น ภาษาบาลีและสันสกฤต แปลว่าต่างๆ กัน

“ภัณฑ” แปลว่า สิ่งของเครื่องใช้

พิพิธภัณฑ์ จึงแปลความได้ว่าสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ นานา ที่เก็บรวบรวมไว้เพื่อการศึกษาชื่นชม และศึกษาหาความรู้ เช่น โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ เป็นต้น (อารีย์ อัสวานุภาพ, 2532)

พิพิธภัณฑ์ หมายถึง สถานที่เก็บรวบรวม จัดแสดงวัตถุหายากที่มีคุณค่า ควรแก่การอนุรักษ์ไว้เพื่อเป็นมรดกสืบทอดต่อไป โดยเป็นองค์กรที่ไม่แสวงกำไร (พรพิมล ศรีธเรศ, 2551)

สำหรับในประเทศไทย พิพิธภัณฑ์สถานมีอยู่เป็นจำนวนกว่า 200 แห่ง ทั้งในความดูแลของรัฐบาลและภาคเอกชน สถานที่ สถาบัน ที่จัดว่าเป็นพิพิธภัณฑ์สถาน “Museum” ตามคำจำกัดความของสภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์สถานในสังกัดของหน่วยงานอื่น และพิพิธภัณฑ์สถานเอกชนต่างๆ ศูนย์วัฒนธรรม หอศิลป์ ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ สวนอุทยานสวนพฤกษศาสตร์ ศูนย์เพาะพันธุ์พืชและสัตว์ โบราณสถานแหล่งอนุสรณ์สถาน สวนสัตว์ ฯลฯ ซึ่งเปิดสู่สาธารณชนเพื่อการศึกษา ค้นคว้า และเกิดความเพลิดเพลิน โดยมีหน้าที่และบทบาทต่อการอนุรักษ์และเผยแพร่เป็นสำคัญ (ศิริพร จุลภมร, 2537)

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หมายความว่า สถานที่ที่รัฐมนตรีได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดให้เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ซึ่งอยู่ในความดูแลรับผิดชอบของกรมศิลปากร เป็นสถาบันที่ตั้งขึ้นเพื่อรวบรวม สงวนรักษาและจัดแสดงวัตถุอันมีความสำคัญทางวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและความเพลิดเพลิน ให้รวมถึงหอศิลป์ อนุสรณ์สถานทางประวัติศาสตร์ สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ สวนอุทยาน สถานที่เลี้ยงสัตว์น้ำ และสถานที่อื่น ๆ ที่จัดแสดงสิ่งมีชีวิต ซึ่งแตกต่างจาก พิพิธภัณฑ์ของเอกชน หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดตั้งหรือดำเนินการโดยองค์กรนิติบุคคล ซึ่งพิพิธภัณฑ์เหล่านี้จะไม่มีคำว่า “แห่งชาติ” ต่อท้าย นอกจากนี้ยังมี พิพิธภัณฑ์ของวัด หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดตั้งหรือดำเนินการโดยวัดในพระพุทธศาสนา และไม่มีคำว่า “แห่งชาติ” ต่อท้าย (คณะกรรมการบริหารโครงการคลังปัญญาไทย, 2553: ออนไลน์)

ประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 39 แห่ง ซึ่งนับว่าน้อยมากหากเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่นับว่าเป็นโอกาสที่ดีที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศ

ไทยมีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติถึง 6 แห่งด้วยกัน คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ (คณะกรรมการบริหารโครงการคลังปัญญาไทย, 2553: ออนไลน์)

ประเภทของพิพิธภัณฑ

จะเห็นได้ว่า คำจำกัดความของพิพิธภัณฑนั้นกว้างมาก ครอบคลุมทั้งด้านวัฒนธรรมและวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และธรรมชาติ พิพิธภัณฑนั้นแบ่งได้หลายแบบและบางแห่งก็จัดได้หลายประเภท เช่น (คณะกรรมการบริหารโครงการคลังปัญญาไทย, 2553: ออนไลน์)

1. แบ่งตามการสะสมรวบรวมวัตถุ (Collection)
2. แบ่งตามต้นสังกัดหรือการบริหาร เช่น พิพิธภัณฑของรัฐ เอกชน มหาวิทยาลัย
3. แบ่งตามลักษณะของผู้เข้าชมหรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลทั่วไป
4. แบ่งตามการจัดแสดง เช่น พิพิธภัณฑกลางแจ้ง พิพิธภัณฑแหล่งโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ฯลฯ

แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะประเภทของพิพิธภัณฑที่แบ่งตามการจัดแสดง และวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการจัดแสดง ซึ่งเป็นที่นิยมกันทั่วไปในปัจจุบัน คือ

1. พิพิธภัณฑสถานประเภททั่วไป จะรวบรวมวัตถุทุกประเภท และทุกเรื่องเอาไว้ ถือเป็นพิพิธภัณฑแบบแรกก่อนที่จะมีการพัฒนาเป็นพิพิธภัณฑเฉพาะเรื่องในสมัยต่อมา
2. พิพิธภัณฑสถานศิลปะ จัดแสดงเกี่ยวกับศิลปวัตถุทุกประเภท โดยจะแยกย่อยออกเป็น พิพิธภัณฑสถานศิลปะประยุกต์ แสดงวัตถุที่เป็นงานฝีมือ เครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ หอศิลป์ แสดงงานศิลปะประเภทจิตรกรรม ประติมากรรม, พิพิธภัณฑสถานศิลปะสมัยใหม่จะคล้ายกับหอศิลป์ แต่จะเป็นศิลปะสมัยใหม่ของศิลปินร่วมสมัยในยุคหลัง, พิพิธภัณฑสถานศิลปะประเภทการ แสดง และพิพิธภัณฑสถานศิลปะแรกเริ่ม แสดงงานศิลปะดั้งเดิมของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์
3. พิพิธภัณฑสถานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เนื้อหาหลักคือแสดงวิวัฒนาการ ความก้าวหน้าของวัตถุที่มนุษย์คิดค้นประดิษฐ์ขึ้น
4. พิพิธภัณฑสถานธรรมชาติวิทยา จัดแสดงเรื่องราวของธรรมชาติเกี่ยวกับเรื่องของโลก ทรัพยากรทางธรรมชาติต่างๆ และยังรวมไปถึง สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน พิพิธภัณฑสัตว์น้ำ-สัตว์บกด้วย
5. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ แสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แยกย่อยได้เป็น พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ แสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับการเมือง ทหาร สังคม

และเศรษฐกิจ, บ้านประวัติศาสตร์ คือการนำเสนอสถานที่ซึ่งเคยเป็นที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีชื่อเสียงในอดีต, โบราณสถาน, อนุสาวรีย์ และสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมต่างๆ รวมถึงเมืองประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์สถานประวัติศาสตร์โบราณคดี

6. พิพิธภัณฑ์สถานชาติพันธุ์วิทยาและประเพณีพื้นเมือง แสดงชีวิตความเป็นอยู่ในทางวัฒนธรรมและสังคมของมนุษย์และชาติพันธุ์ต่างๆ แบ่งออกเป็น พิพิธภัณฑ์สถานพื้นบ้าน (พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น) โดยจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้พื้นบ้าน และพิพิธภัณฑ์สถานกลางแจ้ง เป็นการจำลองสภาพในอดีตด้วยการนำอาคารเก่า หรือจำลองสิ่งปลูกสร้างต่างๆ มาไว้ในบริเวณเดียวกัน โดยพยายามสร้างสภาพแวดล้อมรวมถึงบรรยากาศให้เหมือนเช่นในอดีต (คณะกรรมการบริหารโครงการคลังปัญญาไทย, 2553: ออนไลน์)

จิรา จงกล (2527) แบ่งรูปแบบของพิพิธภัณฑ์เป็น 2 ประเภท คือ

1. แบ่งตามลักษณะการบริหารหรือผู้ที่เป็นเจ้าของ ได้แก่
 - 1.1 พิพิธภัณฑ์ของหน่วยงานราชการ
 - 1.2 พิพิธภัณฑ์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.3 พิพิธภัณฑ์องค์การมหาชน
 - 1.4 พิพิธภัณฑ์มหาวิทยาลัย
 - 1.5 พิพิธภัณฑ์ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น
 - 1.6 พิพิธภัณฑ์เอกชน
 - 1.7 พิพิธภัณฑ์ของชุมชนหรือวัด
2. แบ่งตามลักษณะเรื่องราวหรือสิ่งที่จัดแสดง แบ่งเป็น 6 หมวดใหญ่ คือ
 - 2.1 พิพิธภัณฑ์ศิลปะ หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงศิลปะแขนงต่างๆ
 - 2.2 พิพิธภัณฑ์ศิลปะประยุกต์ หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงศิลปะประยุกต์แขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม รูปภาพ ภาพยนตร์ ฯลฯ
 - 2.3 พิพิธภัณฑ์มานุษยวิทยา หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของมนุษย์
 - 2.4 พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงหลักฐาน เรื่องราวหรือวัตถุทางโบราณคดีและประวัติความเป็นมาของมนุษย์ในอดีต
 - 2.5 พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงวิวัฒนาการความก้าวหน้าของเรื่องราวการคิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแขนงต่างๆ
 - 2.6 พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา หมายถึง พิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเรื่องราวทางธรรมชาติเกี่ยวกับ ดิน หิน แร่ สัตว์ มนุษย์ พืชและสิ่งมีชีวิต

หน้าที่และบทบาทของพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่เรียนรู้ระบบ การบริหารงานพิพิธภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญและจำเป็นจะต้องมีปัจจัยชี้วัดประสิทธิภาพของพิพิธภัณฑ์ ดังนี้ (อรมณส์ บัณฑิต สุขุมาลัย, 2545)

1. รูปแบบการจัดแสดง เป็นองค์ประกอบหลักของพิพิธภัณฑ์ทุกแห่ง รูปแบบการจัดแสดงเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพของพิพิธภัณฑ์ แม้ว่านิทรรศการที่จัดแสดงจะเป็นนิทรรศการประจำ ควรมีการปรับเปลี่ยนในระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่ายของผู้เข้าชม และมีการกลับมาชมอีกครั้ง

2. ความน่าสนใจของกิจกรรม การจัดกิจกรรมเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม และเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประชาชนและพิพิธภัณฑ์ และเป็นการกระตุ้นให้พิพิธภัณฑ์เกิดความเคลื่อนไหว กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ และได้รับความร่วมมือจากประชาชนเช่นเดียวกัน

3. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์จะต้องมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร และยังสามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้อีกด้วย

4. จำนวนผู้เข้าชม จำนวนผู้เข้าชมไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุดของพิพิธภัณฑ์ สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือพิพิธภัณฑ์นั้นจะต้องให้ความรู้และความเพลิดเพลินให้แก่ผู้เข้าชมได้มากที่สุด

คณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยสภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ ได้กล่าวถึงหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ดังนี้ (พรพิมล ศรีธเรศ, 2551)

1. เป็นสถาบัน ซึ่งอนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมทุกประการของชาติไว้ ไม่ให้เสื่อมสูญ และจัดแสดงให้ประชาชนได้ศึกษาหาความรู้

2. เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารได้ทุกสาขาของศิลปวิทยา เช่น โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ ชาติพันธุ์วิทยา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ เป็นต้น แหล่งข้อมูลข่าวสารเช่นนี้ สามารถบริการการศึกษาแก่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง

3. เป็นแหล่งของการศึกษานอกระบบสำหรับผู้ไม่มีโอกาสศึกษาในระบบโรงเรียน และเป็นแหล่งที่สามารถจัดสื่อการเรียนที่มีคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการของสถานศึกษาหรือนักเรียน นักศึกษา ได้เข้ามาใช้สื่อเหล่านั้นอย่างทัดเทียมกัน ทั้งยังสามารถจัดกิจกรรมพัฒนาเยาวชนในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรมวิทยาศาสตร์นอกระบบโรงเรียน กิจกรรมค่ายทางวิชาการ เพื่อฝึกฝนความมีวินัย ความสามัคคี ความรักสภาพธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรและการรักษาสิ่งแวดล้อมให้สมดุล เป็นต้น

4. สามารถจัดให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทุกเพศทุกวัยได้อย่างเหมาะสม โดยจัดสื่อการเรียนรู้น่าสนใจ และเกิดความเพลิดเพลินในการเรียนรู้ จัดสวนและสภาพ

สิ่งแวดล้อมให้สวยงามร่มรื่น และให้บริการเพื่อการพักผ่อนตามธรรมชาติเช่นเดียวกับสวนสาธารณะทั่วไป

5. สามารถจัดให้เป็นแหล่งส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างวัฒนธรรมให้เข้ามาชื่นชมกับมรดกวัฒนธรรมและทรัพยากรของประเทศไทยไม่น้อยไปกว่าสถานเริงรมย์อื่นๆ

การจัดการตรงกับ คำในภาษาอังกฤษว่า Management หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดในการบริหารได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) และวิธีการจัดการ (Management) หรือ 4M's ให้มีประสิทธิภาพและได้ผลผลิตสูงที่สุด (ลีลา สีนานุเคราะห์, 2530)

พรพิมล ศรีขเรศ (2551) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งการจัดการในสิ่งใดเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสิ่งใดที่ต้องปรับปรุง โดยจะต้องกำหนดขอบเขตการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑ์ ได้แก่

1. ด้านการจัดการ กล่าวคือจัดการในด้านทรัพยากร
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ
6. ด้านความปลอดภัย โดยมีวิธีการจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้

จากความหมายการจัดการพิพิธภัณฑ์ที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการพิพิธภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการที่ประกอบด้วยการวางแผน รวบรวม รักษา วัตถุที่มีคุณค่าหายาก ควบคุม การอนุรักษ์มาเก็บและจัดแสดงอย่างเป็นระบบ ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานนั้นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาหาความรู้และความเพลิดเพลินแก่ผู้เข้าชม

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

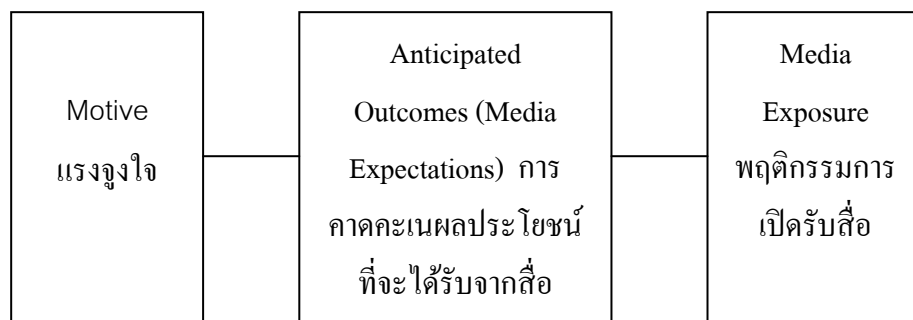
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้กลายเป็นเกณฑ์สำคัญเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ซึ่งความคาดหวัง ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Expectation”

ทฤษฎีความคาดหวัง เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีพฤติกรรม และแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) คือนั้นการใช้สิ่งนี้เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและ

เหตุผลตามหลักการที่ Alfred Schutz นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534 อ้างถึงใน นวพร ภักดีสงคราม, 2547) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่่านี่คือสิ่งที่ตนต้องการจะกระทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่มีอิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่นๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา
3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร



ภาพที่ 1 แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

ที่มา: ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร.

ชนิดา พลศรี (2530) กล่าวว่า แนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสารได้พัฒนาจากทฤษฎี Uses and Gratifications ที่เน้นในเรื่องของความต้องการ (Needs) ของผู้ใช้สื่อแต่เพียงอย่างเดียว ว่าเป็นตัวการอธิบายพฤติกรรมการใช้สื่อของมนุษย์ ไปสู่ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อทฤษฎีอื่นๆ ซึ่งรวมทั้งทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action motivation Perspective หรือ Expectancy Theory) ซึ่งอธิบายว่า การคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ (media expectations) เป็นปัจจัยชี้พฤติกรรมการใช้สื่อ (media

exposure) ของมนุษย์ได้ดีที่สุด โดยทฤษฎีนี้อธิบายว่ามนุษย์เป็นผู้มีสติปัญญาสามารถวางแผนการในการจัดการพฤติกรรมของตน พฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย (goal-oriented) พฤติกรรมการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน เมื่อมนุษย์คาดคะเนว่าจะได้รับอะไรบ้าง หรือสื่อจะสนองความพอใจอย่างไรบ้าง การใช้สื่อของมนุษย์ก็จะดำเนินไปตามการคาดหวังนั้นๆ นักวิชาการบางกลุ่มได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อโดยวัดการคาดหวัง (expectations หรือ gratification sought) และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (gratification obtained) โดยศึกษาความสัมพันธ์ของการคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ

จุฑาภา ตาดพริ้ง (2545) กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวังมีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ คือเน้นการศึกษาผู้รับสารและแรงจูงใจในการเลือกรับข่าวสาร ความคาดหวังในสื่อต่างๆ หรือการคาดคะเนผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อ เป็นตัวการอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสารนั้นคือ ผู้รับสารเป็นผู้มีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจ และสามารถกำหนดพฤติกรรมของตนเองที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ ขณะที่ Phillip V.Lewis ได้กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) มาจากพื้นฐานที่ว่าแรงจูงใจถูกกำหนดโดยความคาดหวังของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นส่วนประกอบให้บุคคลนั้นเลือกที่จะปฏิบัติเช่นใดในเวลานั้น ในการติดต่อสื่อสารนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างคาดหวังหรือคาดคะเนซึ่งกันและกัน อันเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมทางการสื่อสาร ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวหมายรวมถึงพฤติกรรมส่วนตัวการตอบสนองความรู้สึก ความเชื่อ และการศึกษาความหมายด้วย ทั้งนี้การคาดหวังหรือการคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสารจะช่วยให้เราเข้าใจคู่สื่อสารได้ดีขึ้น สามารถเตรียมการและปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับคู่สื่อสารได้ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้และมีประสิทธิผลมากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ความคาดหวังเป็นการตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีหน้าที่ หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อ นั้น ตลอดจนเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก (จุฑาภา ตาดพริ้ง, 2545)

ลักษณะความคาดหวังที่มีผลต่อการบริการหรือการท่องเที่ยว

พาราสุรามานและซีแซมล์ (Parasuraman and Zeithaml, 1990) ได้ศึกษาความคาดหวังต่อคุณภาพบริการพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังบริการมี 4 ปัจจัย คือ

1. ความคาดหวังที่เกิดจากคำบอกเล่าปากต่อปาก ข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับคุณภาพบริการจากเพื่อนหรือคนที่รู้จัก ซึ่งเคยได้ไปใช้บริการในสถานบริการแห่งนั้นมาแล้ว จะทำให้ผู้ฟังเกิดความคาดหวังว่าจะได้รับสิ่งดีๆ ที่ทราบตามมา
2. ความคาดหวังที่เกิดจากความต้องการส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับภูมิลำเนาหลังของบุคคลนั้น
3. ความคาดหวังที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต
4. ความคาดหวังที่เกิดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ

โดยอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง คือ การสรุปตัดสินใจภายใต้อิทธิพลทั่วไปของการโฆษณาคือราคา ปัจจัยนี้มีบทบาทในการก่อให้เกิดความคาดหวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของผู้ใช้บริการที่มีความคาดหวังในบริการอยู่แล้ว ในทั้ง 4 ประการนี้ จะเป็นตัวกำหนดคุณภาพที่ผู้ให้บริการคาดหวัง

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการตีความหรือแปลความผลของการสัมผัสของร่างกายกับสิ่งเร้าภายนอกรอบตัวบุคคล โดยอาศัยประสบการณ์เดิมและการเรียนรู้เป็นเครื่องช่วยแสดงออก เป็นความรู้สึกความเข้าใจเรื่องต่างๆ ตามความรู้สึกที่เกิดขึ้น ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการด้วยความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตามกลไกที่เกิดขึ้นดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น แต่เมื่อมาใช้บริการจริงบริการที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปได้ตามความคาดหวัง ต่ำกว่าหรือเกินกว่าความคาดหวังก็ได้ เหล่านี้เรียกว่าบริการที่รับรู้

การรับรู้คุณภาพบริการ เมื่อผู้ให้บริการมารับการบริการจะมีการประเมินคุณภาพของการบริการเนื่องจากผู้ให้บริการไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริการ จึงไม่รู้ว่าบริการที่ได้รับเป็นไปตามมาตรฐานเชิงกระบวนการและมาตรฐานเชิงผลลัพธ์ตามที่ผู้อยู่ในวิชาชีพกำหนดไว้หรือไม่ แม้ภายหลังรับบริการแล้วก็ยังไม่สามารถประเมินได้อยู่ แต่ผู้ให้บริการจะประเมินคุณภาพบริการว่าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ โดยการเปรียบเทียบบริการที่ตนคาดหวัง (Expected Service) กับบริการที่เกิดขึ้นจริงตามการรับรู้ (Perceived Service) ของตน ถ้าบริการที่ตนรับรู้ต่ำกว่าบริการที่ตนคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ถ้าบริการที่ตนรับรู้เท่ากับบริการที่ตนคาดหวังผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าบริการที่ตนรับรู้เกินกว่าบริการที่ตนคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะเกิดความประทับใจ โดยในกลุ่มผู้บริกรที่มีความพึงพอใจและประทับใจในบริการนี้จะกลายเป็นผู้บริกรประจำ ซึ่งในทางการตลาดเรียกว่าเป็นลูกค้าผู้ภักดี และลูกค้าเหล่านี้จะเป็นผู้บอกกล่าวแก่ผู้อื่นจากปากต่อปากต่อกันไป

พาราซุรามาน (Parasuraman, 1988) กล่าวว่า การแปรผลคุณภาพบริการตามการรับรู้ คำนวณโดยค่าเฉลี่ยของการรับรู้ที่ได้รับเป็นตัวตั้ง ลบด้วยค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง จะได้ผลต่าง เป็นคะแนนคุณภาพบริการ โดยแปลผลการรับรู้เป็น 3 ระดับ คือ

1. คะแนนความคาดหวังสูงกว่าคะแนนการรับรู้บริการ ผลต่างมีค่าเป็นลบแสดงว่าไม่พึงพอใจต่อคุณภาพบริการ
2. คะแนนความคาดหวังเท่ากับคะแนนการรับรู้บริการ ผลต่างมีค่าเป็นศูนย์แสดงว่าพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ
3. คะแนนความคาดหวังต่ำกว่าคะแนนการรับรู้บริการ ผลต่างมีค่าเป็นบวกแสดงว่าประทับใจต่อคุณภาพบริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 1994) กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้ามีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ และความรู้ที่สั่งสมมาแต่อดีตของแต่ละบุคคล อาจจะมาจากการซื้อในครั้งก่อน จากคำแนะนำของเพื่อน ข้อมูลทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้า ถ้านักการตลาดให้ความหวังแก่ลูกค้าไว้สูง โอกาสที่ลูกค้าจะผิดหวังเนื่องจากไม่เป็นไปตามที่เขาคาดหวังไว้จะสูงไปด้วย ขณะเดียวกันถ้านักการตลาด ตั้งความหวังให้แก่ลูกค้าไว้ต่ำเกินไปอาจจะไม่เพียงพอที่จะดึงดูดลูกค้าได้ ส่วนใหญ่นักการตลาด ในปัจจุบันจึงมักทำให้ลูกค้าตั้งความหวังในระดับที่พอดีกับคุณค่าของสินค้าเพื่อไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกผิดหวังและเกิดความไม่พอใจ

คุณภาพการบริการตามแนวความคิดทางการตลาดว่า ในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการ เรา ต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการมาจากประสบการณ์เดิม การพูดปากต่อปาก การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และจากการมารับบริการครั้งก่อน เมื่อผู้ใช้บริการมารับบริการก็จะเปรียบเทียบ บริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่คาดหวัง ถ้าผลพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้น มากกว่าบริการที่คาดหวังผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก เมื่อคุณภาพของบริการถูกประเมินโดยผู้รับบริการ ดังนั้นถ้าบริการหนึ่งๆ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ จึงกล่าวได้ว่าบริการนั้นมีคุณภาพ ซึ่งจะพอสรุปได้ว่าคุณภาพบริการ นั้นขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบของผู้รับบริการระหว่างบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้ากับบริการที่ได้รับ ในความคิดของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ดังนั้นความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงต้องสร้างคุณภาพ ตามมาตรฐานทั้งสองส่วนนี้ให้เกิดขึ้นพร้อมๆกัน คือ ความสอดคล้องกันระหว่างมาตรฐานเชิง เทคนิคและเชิงปฏิบัติสัมพันธ์ (Kotler, 1994)

สุจินต์ สุวินัยตระกูล (2537) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นผลจากการถกแถลงอย่างมี เหตุผลในแนวทางที่เป็นไปได้ ความคาดหวังนั้นอาจจะเป็นการคาดการณ์ในอนาคตทั้งทางที่ดีและไม่ดีก็ได้

สมพงษ์ เกษมสิน (2519) กล่าวว่า มนุษย์มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ตลอดเวลา ไม่มีที่สิ้นสุด และไม่เท่ากันในแต่ละบุคคล แต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง โดยเมื่อความคาดหวังในความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความคาดหวัง ความต้องการอื่นก็จะเข้ามาแทนที่เป็นวัฏจักรที่ต่อเนื่อง

วิชชุดา จิตอัคคะ (2551) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดเห็น หรือสิ่งที่คาดคิดไว้ว่าจะเกิดขึ้นซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คาดหวังออกมานั้นอาจเป็นบวกหรือเป็นลบก็ได้ หรืออีกความหมายหนึ่ง หมายถึง เป็นการคาดหมายว่าจะกระทำได้ และเป็นความต้องการที่จะดำเนินการไปให้ถึงเป้าหมาย

จากความหมายความคาดหวังที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์หรือคาดคะเนของแต่ละบุคคลว่าจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ซึ่งทั้งนี้ย่อมมีทั้งทางบวกและทางลบ โดยอาศัยพื้นฐานของบุคคลนั้นๆเป็นหลัก ดังนั้นความคาดหวังจึงเป็นการสรุปตัดสินใจภายใต้อิทธิพลต่างๆ ไปตามความรู้สึกนึกคิดอย่างมีเหตุผลของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” (จิตตินันท์ เศษะคุปต์, 2543) ความพึงพอใจเป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลใดมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตการณ์แสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

มาสโลว์ (Maslow, 1970) กล่าวเกี่ยวกับ ความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของมนุษย์จะเกิดขึ้นเมื่อ ความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง ซึ่งเริ่มพัฒนาจากความต้องการในระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ก่อน เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว มนุษย์ก็จะเกิดความต้องการในระดับที่สูงกว่าต่อไป โดยลำดับความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้นดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานและเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีพ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย ในชีวิต รวมถึงความก้าวหน้าและความอบอุ่นทางใจ
3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เป็นความต้องการให้สังคมยอมรับคนเข้าเป็นสมาชิก การได้รับความเป็นมิตรและจากคนรอบข้าง
4. ความต้องการทางด้านชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการให้สังคมหรือบุคคลอื่น ๆ ยกย่อง สรรเสริญ
5. ความต้องการได้รับความสำเร็จ (Self Actualization) เป็นความต้องการที่อยากแก่การ เสาะแสวงหา

วอลเลสตีเยน (Wallestien, 1971) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับ ผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-State in feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์

แมนเจลส์ดอร์ฟ (Mangeldroff, 1978) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการถือได้ว่าเป็น เกณฑ์อย่างหนึ่งสำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของ บุคคลหรือลูกค้าซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการให้บริการหรือ ประสิทธิภาพของสินค้า (Product's Received Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Person's Expectation) ความพึงพอใจของลูกค้าแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับความไม่พอใจ (Dissatisfaction)
2. ระดับความพอใจ (Satisfied)
3. ระดับความพอใจมาก (Highly Satisfied)

ซึ่งระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงไปซื้อสินค้ายี่ห้ออื่น (Brand Switching) การซื้อซ้ำ (Repeated purchase) และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Royalty) โดย ความพอใจในระดับสูง มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการซื้อซ้ำและการซื้อสัตย์ต่อตราสินค้าได้ มากกว่า ในขณะที่ลูกค้าที่ไม่พอใจหรือพอใจมีโอกาที่จะเปลี่ยนตราสินค้าได้มากกว่า

แคทซ์, แบมเลอร์ และกรูเลอวิช (Katz, J.G.Blumler, and M.Gurevitch, 1974) ได้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจมีแบบแผน ดังนี้

1. สภาพของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ
2. ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่
3. การคาดคะเนเกี่ยวกับ
4. สื่อและแหล่งที่มาของสาร

5. ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆของแต่ละบุคคล
6. ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ
7. ผลอื่นๆที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

แคทซ์ และคณะ (Katz et al., 1974) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐาน และได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังนั้น แคทซ์และคณะ จึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจ และสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบหลายๆ องค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง คือ

1. Mode เป็นลักษณะของความต้องการ เช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอกเพื่อ
 - 2.1 รับข่าวสารความรู้
 - 2.2 ความพอใจ, ประสบการณ์ทางอารมณ์
 - 2.3 ความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
 - 2.4 เชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ จึงให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของบุคคลที่สื่อต่างๆ สนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ แคทซ์และคณะ อธิบายว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันไปด้วย

วิชชุดา จิตอัคคะ (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นจากความรู้สึกภายหลังจากการเข้ามาใช้บริการเรียบร้อยแล้ว

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกประทับใจ หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับ และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ย่อมมีความแตกต่างกันไป

ทิพาพร โพธิ์ศรี (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกพอใจหรือมีทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วได้รับผลตอบสนองตามที่ต้องการจึงทำให้เกิดความพึงพอใจ

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2547) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อสินค้าหรือบริการของเราตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหมายของพวกเขาซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกสมหวังหรือเกินความคาดหวังที่เกิดขึ้นเมื่อพวกเขาได้รับการบริการ ลูกค้าที่รู้สึกพึงพอใจก็มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นหรือบ่อยครั้งขึ้นตลอดจนแนะนำสมาชิกในครอบครัวเพื่อนฝูงให้มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้วย อีกทั้งคุณภาพและบริการเป็นหนทางนำไปสู่การสร้างความรู้สึกพึงพอใจและการซื้อซ้ำ เป้าหมายโดยรวมของธุรกิจไม่ควรเป็นเพียงแค่การผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพหรือเพียงแค่การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีเท่านั้น แต่ควรต้องมีเป้าหมายหลักในการสร้างให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจและภักดีต่อสินค้าและอยู่กับเราตลอดไป

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่าหมายถึงอารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำจนในที่สุดเกิดความพอใจ ต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ได้เกิดขึ้น ความจงรักภักดีจึงเป็นผลสะท้อนถึงความพอใจอย่างที่สุดของลูกค้า ซึ่งมักเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับความพอใจอย่างต่อเนื่อง ความพอใจเพียงครั้งเดียวหรือสองครั้งอาจจะยังไม่ได้นำไปสู่ความจงรักภักดีได้ ซึ่งลูกค้าแต่ละคนย่อมมีความพอใจที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นกับความต้องการและประสบการณ์ในการใช้บริการ ดังนั้นการสร้างความพอใจให้เกิดเป็นประจำจะพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดี

วัฒนา เพชรวงษ์ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่

บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันได้ ขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

สมิต สัจฉกร (2543) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าหมายถึง ภาวะความรู้สึกต่อสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังตลอดจนอายุการใช้งานของสินค้าหรือตลอดเวลาที่ใช้บริการ ถ้าเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่า จะมีผลทำให้มีการซื้อสินค้าหรือใช้บริการอีกครั้งรวมทั้งมีการภักดีต่อตัวสินค้า

เมตตา เสวตเลข (2539) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ศุภนิษฐ์ โขครตันชัย (2536) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกรัก ชอบ และสุขใจ หรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งถ้าบุคคลมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดแล้วก็จะส่งผลทำให้ร่างกายแข็งแรงและสติปัญญาเพื่อจะมอบให้แก่สิ่งนั้นๆ

หลุย จำปาเทศ (2533) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ที่ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากคำพูด และการแสดงออก

สมยศ นาวิการ (2527) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น

วิมลสิทธิ หรยางกูร (2526) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ

ทฤษฎีความพึงพอใจ (Expectancy Disconfirmation)

สูง (Heung, 2000) เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกๆ ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจ โดยนักวิจัยทั้งสองพยายามเชื่อมโยงความพึงพอใจของลูกค้ากับการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการจริงกับความคาดหวัง ซึ่งหลักการนี้ถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของทฤษฎี Expectancy Disconfirmation หรือ Disconfirmation Model ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความสำคัญและใช้กันแพร่หลายที่สุดในการอธิบายหลักการของความพึงพอใจ แนวคิดของ Disconfirmation Model มีอยู่ว่า ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบกันระหว่าง ความคาดหวังของลูกค้าในสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงก่อนการซื้อกับความจริงที่ลูกค้าได้รับในช่วงหลังการซื้อ

ผู้บริโภคจะทำการประเมินเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับความรู้สึกที่ได้รับจริง และก่อให้เกิดสถานการณ์สามประการคือ

-Negatively disconfirmed ในกรณีที่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าต่ำกว่าความคาดหวัง ก็คือความไม่พอใจ

-Positively disconfirmed ในกรณีที่ลูกค้ารู้สึกว่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าสูงกว่าความคาดหวังซึ่งจะก่อให้เกิดความพอใจ

-Confirmed ในกรณีที่สิ่งที่ได้รับจริงมีค่าเท่ากับความคาดหวัง ในกรณีนี้ลูกค้าจะรู้สึกเฉยๆ อยู่ในสถานะกลาง

องค์ประกอบสำคัญของทฤษฎี Disconfirmation ก็คือ

-ความคาดหวัง

-การรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับ (สินค้าและบริการ)

-การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้

-การประเมินการเปรียบเทียบซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกระหว่างพอใจหรือไม่พอใจ

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการประเมินสินค้าและบริการโดยใช้ความคาดหวังเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ และการประเมินนี้เกิดขึ้นหลังการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ นอกเหนือจากทฤษฎี Disconfirmation แล้วยังมีทฤษฎีอื่นๆอีก 3 ทฤษฎี ที่ได้อธิบายถึงความพึงพอใจซึ่งประกอบด้วย Attributions, Equity และ Emotion

แอททริบิวชัน (Attributions)

ทฤษฎี Attributions กล่าวถึง การรับรู้สาเหตุของการเกิดมาซึ่งเหตุการณ์ต่างๆ นักวิชาการหลายท่านได้ใช้หลักการนี้อธิบายเชื่อมโยงไปยังความพึงพอใจของผู้บริโภคว่า ก่อนที่ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับนั้น ผู้บริโภคจะค้นหาเหตุผลหรือสาเหตุมาใช้ประกอบการพิจารณา ซึ่งสาเหตุแห่งการเกิดมาซึ่งเหตุการณ์จะมีผลต่อความพึงพอใจ ถ้าหากว่าผลของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับจริงแตกต่างจากความคาดหวังมากๆ ลูกค้าจะหาเหตุผลเพื่ออธิบายสาเหตุของความแตกต่าง ถ้าเหตุผลเพียงพอ (โดยเฉพาะในกรณีที่ผลจริงต่ำกว่าความคาดหวังมาก) ลูกค้าอาจยอมรับได้และไม่เกิดความไม่พอใจ (Heung, 2000)

อิควิตี (Equity)

ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความรู้สึกถึงความเท่าเทียมกันหรือความยุติธรรม Bowen ได้อธิบายหลักการของทฤษฎี Equity ว่า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบซึ่งกันและกันระหว่างอัตราส่วนของ Input และ Output ของตนเองและของลูกค้าคนอื่น นั่นก็

หมายถึงลูกค้าจะตั้งคำถามว่าสิ่งที่ตนได้รับในรูปแบบของสินค้าและบริการนั้นเท่าเทียมกับลูกค้าคนอื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือจ่ายเท่ากันกับเขาหรือไม่ หรือลูกค้าคนอื่นมีสิทธิพิเศษกว่าตนในรูปแบบที่ได้รับบริการที่ดีกว่าหรือสินค้าที่มีคุณภาพสูงกว่าหรือราคาที่ต่ำกว่าตน ความไม่เท่าเทียมกันนี้เองที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ (Bowen, 2001)

อิโมชัน (Emotion)

ทฤษฎี Emotion ก็เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่ใช้ในการอธิบายการเกิดของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของลูกค้า อารมณ์ของผู้บริโภคโดยปกติแล้วจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เสมอและอารมณ์นี้เองที่มีผลอย่างมากต่อระดับความพึงพอใจ ถ้าหากผู้บริโภคมีอารมณ์ที่ดีมากอยู่ก่อนแล้วก็จะมีความโน้มเอียงที่จะมีความพึงพอใจกับสินค้าหรือบริการแม้แต่ในเวลาที่ได้รับสินค้าหรือบริการในระดับที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ในทางกลับกันถ้าลูกค้าอารมณ์เสียอยู่ก่อนแล้วก็จะมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจกับประสบการณ์การใช้สินค้าหรือบริการถึงแม้ว่าสินค้าและบริการนั้นจะมีคุณภาพสูงเพียงใด จากทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าทฤษฎี Disconfirmation เป็นทฤษฎีที่อธิบายความพึงพอใจได้ดีที่สุด จัดได้ว่าเป็นทฤษฎีหลัก ส่วนอีก 3 ทฤษฎีนั้นเป็นทฤษฎีเสริมที่ช่วยอธิบายความถึงความพึงพอใจให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพราะทั้ง 3 ทฤษฎีนี้ยังคงอ้างถึงหลักการของ Disconfirmation ที่ว่าด้วยการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับความจริงที่ได้รับ โดยมีปัจจัย 3 ปัจจัย (ทฤษฎี) นี้เป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ (Heung, 2000)

ขอบเขตความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันในสองมิติ คือ ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติของความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งสามารถขยายความได้ดังนี้ (นันทพร คำรงพงษ์, 2541)

1. การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ซึ่งเป็นการประเมินค่าโดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆที่มาอิทธิพลทำให้ความพึงพอใจงานแตกต่างกันไป เช่น ลักษณะงานที่ทำ ความก้าวหน้า การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สวัสดิการและผลประโยชน์เกื้อกูล

2. ความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งเป็นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือชุดของบริการที่กำหนดขึ้นซึ่งเป้าหมายของการศึกษาทั้งสองมิตินี้เป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่เกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

ลักษณะความพึงพอใจ

ลักษณะความพึงพอใจมี 6 ประเภท ดังนี้ (Aday and Anderson, 1975)

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ ได้แก่ การใช้เวลาคอยในสถานบริการ การได้รับการดูแลเมื่อต้องการ ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการซึ่งแยกออกเป็น
 - 2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง เช่น ผู้มารับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการทุกประเภทตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้
 - 2.2 พนักงานให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้รับบริการ อันได้แก่ ด้านร่างกาย และจิตใจ แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา
3. ความพึงพอใจต่ออรรถาธิบาย ความสนใจของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงอรรถาธิบายท่าทางที่ดีเป็นกันเองและการแสดงความสนใจห่วงใยผู้ใช้บริการ
4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ แยกเป็น 2 ประเภทคือ
 - 4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ
 - 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้การศึกษาแก่ผู้ใช้บริการ เช่น การปฏิบัติตนของผู้ใช้บริการ การให้บริการ รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้วย
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ใช้บริการได้รับในทัศนระของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของหน่วยบริการนั้นๆ
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆที่ผู้ใช้บริการจ่ายไปกับการเข้ารับบริการต่างๆ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

บริการที่ดียอมทำให้ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวมีความสุขพึงพอใจดังที่ กำโชค เผือกสุวรรณ (2546) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการว่า เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการ และในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการสามารถวัดได้ 7 ด้าน คือ

1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ เป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่โอ้อ้อ พุดคุย ทำธุระอย่างอื่นที่ไม่ใช่การให้บริการลูกค้า นอกจากนี้จะทำงานอย่างรวดเร็วต้องมีความรอบคอบ สุขุม ระมัดระวัง ต้องรอบรู้งานที่ทำเป็นอย่างดี และต้องทำด้วยสมาธิ
2. การให้บริการอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสมและเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอกับผู้มาใช้บริการเพื่อมิให้เกิดการรอคอยในการให้บริการนานเกินไป

3. การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะ ยศศักดิ์ วิทยุติ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิวเอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง

4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการให้บริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัยทั้งทางด้านผลงานและการให้บริการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติ

5. การให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะ ถูกกาลเทศะ ไม่ใช้อารมณ์กับผู้มาใช้บริการ

6. การให้บริการอย่างต่อเนื่องเป็นการให้บริการที่มีรูปแบบการบริการครบทุกอย่างในจุดเดียว

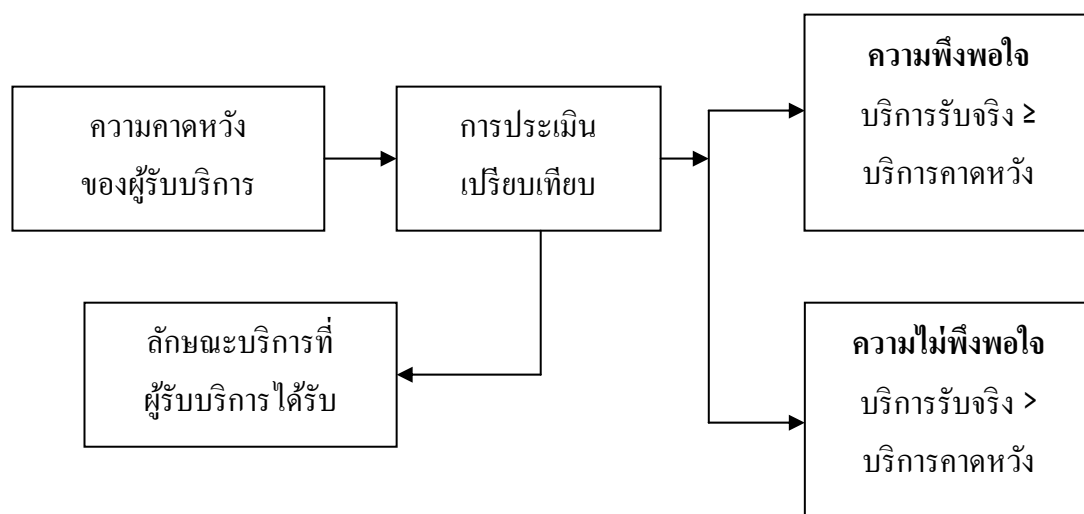
7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น สถานที่ตั้งที่มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีสถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543) ได้กล่าวถึง “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบนิยามแบ่งเป็น 2 นัย คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าความพึงพอใจ เป็นการประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงภาวะการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ

ที่มา: จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543) กล่าวว่า จากการศึกษาความหมาย ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1. ผลผลิตบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการบริหาร และผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ

ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดี มีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานบริการน้ำมันพร้อมกับได้รับการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับการบริการตรงกับความคาดหวังในการบริการนั้นๆ

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการเกิดขึ้นจากกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการ ในแต่ละสถานการณ์การบริการหนึ่งซึ่ง

ระดับของความพึงพอใจอาจไม่คงที่ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ โดยแบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการออกเป็น 2 ประการ ดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543)

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะเฉพาะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นอย่างน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักห้องที่จองไว้ ลูกค้ำที่เข้าไปในภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง ผู้โดยสารจะสามารถเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทางหนึ่ง หรือลูกค้ำธนาคารจะได้รับการช่วยเหลือด้านสินเชื่อ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำในสิ่งที่ลูกค้ำต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้่วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมอย่างน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับแขกด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง พนักงานธนาคารช่วยชี้แจงระเบียบข้อบังคับการยื่นขอสินเชื่อด้วยความเอาใจใส่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

การให้ความสำคัญกับลูกค้ำหรือผู้รับบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำเพื่อให้ลูกค้ำชอบใจและติดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อไป การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งในฐานะของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจมีผลต่อการจัดการธุรกิจหลายประการ (ฉัตรยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สนธิ, 2545) ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อพฤติกรรมซื้อ ความพึงพอใจของลูกค้ำเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจบริโภคของลูกค้ำและก่อให้เกิดการซื้อซ้ำที่ก่อให้เกิดยอดขายและการรักษาความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอจะมีผลต่อความสำเร็จของบริษัทเนื่องจากผลกระทบโดยตรงของความภักดีของลูกค้ำ และเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่ธุรกิจ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าช่วยให้องค์การมีองค์ประกอบของการแข่งขันทางธุรกิจที่เหนือกว่าเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอและไม่สามารถช่วยให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้แต่ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นอาวุธในการแข่งขันที่ดี เนื่องจากมีความพึงพอใจของลูกค้าสูงจะทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างต่อเนื่อง เพราะความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ

3. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลกำไรของธุรกิจ ไม่ใช่แค่เพียงการสร้างให้เกิดการซื้อซ้ำ (Repurchase) แต่โดยการใช้ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูงเป็นจุดแข่งขันเปรียบเทียบ (Benchmark) ถ้าธุรกิจสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้สูงกว่าหรืออย่างน้อยเท่ากับจุดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า จะเป็นการสร้างความภักดีของลูกค้า

4. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการเปรียบเทียบ (Benchmark) เพื่อเสริมธุรกิจและสวัสดิภาพทางสังคม ตัววัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเสมือนเบนช์มาร์กสำหรับเสริมธุรกิจของชาติซึ่งจะเป็นตัวชี้แนะว่าผลงานทางธุรกิจด้านสวัสดิการประชาชน นโยบายสาธารณะ และกลุ่มผู้บริหารโครงสร้างเป้าหมายของสวัสดิการของผู้บริโภคสำหรับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างไรบ้าง

ประโยชน์จากการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า

หลายธุรกิจอาจพบว่าการจัดการความพึงพอใจของลูกค้าจะนำมาซึ่งประโยชน์มากมายแก่ธุรกิจได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547)

1. สร้างผลประโยชน์ให้แก่ธุรกิจในการเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่ลูกค้า เนื่องจากทำให้เข้าถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจุบัน จากการหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและสิ่งที่เราส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงให้สามารถตอบสนองและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น อันจะนำไปสู่ความภักดีของลูกค้า

2. สร้างผลกำไรในระยะยาว ถ้าเราทำการรักษาลูกค้าที่ดีไว้ได้ในปริมาณที่มากจะยิ่งสร้างผลกำไรมากกว่าการพยายามดึงลูกค้าใหม่มาทดแทนลูกค้าเก่าที่จากไปอยู่ตลอดเวลา

3. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก ๆ จะช่วยในการกระจายข่าวปากต่อปากทำให้คนรู้จักมากขึ้นเหมือนการโฆษณาให้บริษัท โดยมีต้นทุนในการดึงลูกค้าใหม่ต่อหน่วยและมีประสิทธิภาพ เพราะมีชื่อเสียงและการบอกต่อเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับลูกค้าใหม่ที่ใช้ในการตัดสินใจ การบอกต่อแบบปากต่อปากด้วยความชื่นชมจะสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก

4. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจในระดับมาก เป็นการประกันความเสี่ยงจากการเกิดความผิดพลาดในการบริการ ลูกค้าระยะยาวมีแนวโน้มที่จะให้อภัยกับเหตุการณ์ที่เกิดความผิดพลาดได้มากกว่าเพราะสิ่งดีๆ ในอดีตจะเป็นสิ่งชดเชยให้ลูกค้ารู้สึกดีอยู่ และลูกค้าที่มีความพึงพอใจในบริการของเราแล้วจะมีความรู้สึกไวต่อข้อเสนอใหม่ของกลุ่มแข่งขันของเราน้อย

จากความหมายความพึงพอใจที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกพอใจ หรือมีทัศนคติทางบวกต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งความพึงพอใจถือว่าเป็นเกณฑ์สำคัญในการจัดการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านสัถยภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะและเกียรติคุณ

นิศา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการกินอาหาร

วินิจ วีรยางกูร (2533) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวางเพราะมิได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเยี่ยมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายได้ใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นด้วยกัน

วรรณ วลัยวณิช (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินร่วมกัน

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การ

เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่

พรพิมล ศรีธเรศ (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวจากถิ่นที่อยู่ปกติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ไม่ใช่การเดินทางเพื่อหารายได้หรือ ประกอบอาชีพ ซึ่งใช้ระยะเวลาสั้นที่สุด 24 ชั่วโมง

แมค อินโทช (Mc Intosh, 1986) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ ผลผลิตที่เกิดจากการนำ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นมารวมกันไปกับบริการที่ผู้เดินทางต้องการได้รับ เช่น ที่พัก อาหาร และความสะอาด เป็นต้น

ความหมายของนักท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ.2506 องค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization:WTO) ได้จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาและเสนอให้ประเทศสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึง นักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

นักท่องเที่ยว (Travelers) หมายถึง ผู้คนที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังต่างถิ่น ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยตามปกติ ด้วยเหตุผลที่ไม่ใช่การดำรงชีพในถิ่นที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนปลายทาง (destination) นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (immigrants) ผู้เร่ร่อน (nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (transit passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (border workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ เช่น กลุ่มคณะทูตของประเทศต่างๆ ผู้แทนกงสุล และผู้แทนทางการทหาร

ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) หมายถึง เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Local accommodation) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

-นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง เดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (หนึ่งคืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

-นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง อาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2. นักทัศนจาร (Excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม

ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ผู้ที่เดินทางมากับเรือสำราญ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวในทำนองเดียวกัน คือ

-นักทัศนอาชระหว่างประเทศ (International Excursionist)

-นักทัศนอาชภายในประเทศ (Domestic Excursionist)

นักท่องเที่ยวประเภท Tourists และ Excursionists เป็นกลุ่มนักเดินทาง (Travelers) ที่สามารถติดตามการเดินทางและจัดเก็บข้อมูลสถิติได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมาก ในการวิเคราะห์เพื่อทราบความต้องการ และพฤติกรรมการณ์บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของผู้มาเยือน มีดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

1. เพื่อวันหยุดสอติเคย์
2. เพื่อธุรกิจ
3. เพื่อสุขภาพ
4. เพื่อการศึกษา
5. เพื่อการประชุมสัมมนา
6. เพื่อความสัมพันธ์ครอบครัว
7. เพื่อการศาสนา
8. เพื่อการกีฬา
9. เพื่อกิจการอื่นๆ

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) กล่าวว่า จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆอย่างดังต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) กล่าวคือ

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นห้าประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other Attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้น ททท. โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่างๆ มักแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นสามประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ประเภทของการท่องเที่ยว

ชิดจันทร์ หังสุต (2532) ได้จัดประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมวิิวทิวทัศน์อันสวยงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อ

สนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและดีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมืองศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยว และอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุก

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะใช้วันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไรเพื่อ
ขจัดความเมื่อยล้าทั้งกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพละกำลัง
กลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาที่เกี่ยวกับ
วัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่
น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษา พิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษ
วิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์เพื่อติดตาม
ความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบันและงานฉลอง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬา
เอเชียนเกมส์

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาขังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้นๆ เช่น ในฤดูหนาวมี
หิมะตกมากก็ไปเล่นสกี ฝนฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ฤดูร้อนก็เป็นการปีนเขา และฤดูกาล
อื่นๆ ที่เหมาะสม

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีข้อเท็จจริงอยู่ว่า นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจมักจะได้จัดเวลาที่
ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจไว้สำหรับท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน
หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่อเมื่อสิ้นการปฏิบัติธุรกิจ

6. การท่องเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนา

ใน ค.ศ.1967 ตามสถิติขององค์การการท่องเที่ยวโลก ปรากฏว่ามีการประชุมประเภท
ต่างๆระดับโลกถึง 3,500 แห่ง ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามมีอยู่ประมาณแสนคน ในการจัดวาระการ
ประชุมทั้งหลายเหล่านี้ เกือบจะไม่มีการยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำ
ให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบเลขที่เดียว เมืองใดที่เป็นสถานที่
ท่องเที่ยวอยู่แล้ว เช่น พัทยา ก็มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุม

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำวิจัยในด้านสังคม
วิทยาและมานุษยวิทยา ที่พักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่
เดินทางไปสอนมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ได้สิทธิหยุดพัก หรือนักศึกษาของมหาวิทยาลัยไปเป็น
กลุ่มเพื่อเรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศ บุคคลเหล่านั้นนับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาล

องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) สรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 อย่างดังนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของ ทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของ ทรัพยากรท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และราคาเข้าชมก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม ทรัพยากรท่องเที่ยว

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางขนส่งเข้าถึง (Accessibility) ทรัพยากรท่องเที่ยว ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น และสามารถติดต่อ เชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน อีกทั้ง ต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟ หรือท่าเรือ ท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งนำนักท่องเที่ยวเข้าไป ปลายทางยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่ สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ยัง ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยาก จะ อยู่ท่องเที่ยววันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สรรพสิ่งที่รองรับ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

ในขณะที่นักวิชาการอีกหลายท่านที่กล่าวถึงองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยว และ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว อาทิ Dickman (1996) เสนอว่า สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยว (Tourist destination and tourism product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก หรือองค์ประกอบ 5A คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) สิ่ง อำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activities)

ดิคแมน (Dickman, 1996) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความ สำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่ง สามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่างๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นโด่งดังและโดยทั่วไปสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิ ภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยว หลากหลาย เช่น หาดทราย กิจกรรมทางน้ำ สถานบันเทิงต่างๆ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ส่วนประกอบอื่นๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน อาทิ การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการ เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) ถึงแม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ และสิ่ง

อำนวยความสะดวกในการเดินทาง อาจรวมถึงการออกวีซ่า หนังสือเดินทางและเอกสารเดินทางที่เกี่ยวข้อง ความสะดวกในการเดินทางเข้าออกประเทศและแหล่งท่องเที่ยว สภาพของถนนหนทาง ความสะดวกสบายและความสะอาดของสนามบิน จำนวนเที่ยวบิน เป็นต้น

นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenities) ซึ่งหมายถึงการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญเช่นกัน และในส่วนของที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก นอกเหนือจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น (Dickman, 1996)

นิสา ชัชกุล (2550) ได้แบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) จำแนกย่อยได้ 2 ประเภทคือ

1.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยา ทัศนียภาพ ได้แก่ ชายหาดโค้งเว้า ระดับความลาดชันของใต้ทะเลที่เหมาะสมกับการเล่น มีทะเลสาบ ภูเขา ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือชีวภูมิศาสตร์ (Bio-geographic Environment) เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ และพืชพันธุ์ธรรมชาติ เป็นต้น

2. ประเภทวัฒนธรรม (Cultural Environment) หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นแบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ

2.1 ประวัติศาสตร์โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นสิ่งก่อสร้างที่เกี่ยวข้องหรือเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์โบราณคดีและศาสนา เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในจังหวัดต่างๆ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

2.2 ศิลปวัฒนธรรมประเพณี เทคโนโลยี และกิจกรรมต่างๆ เช่น วิถีชีวิต งานประเพณี การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง สวนสนุก เทศกาลประเพณีของจังหวัดต่างๆ เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการการท่องเที่ยว

ยุพดี เสตพรธม (2539) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการการท่องเที่ยวไว้ว่า เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศสูงกว่าสินค้าส่งออกชนิดอื่นๆ ดังนั้นการจะให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน
2. การคมนาคม ทั้งจากต่างประเทศ และในประเทศจะต้องสะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว ทุกทาง มีความทันสมัย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีสายการบินมาลงหลายสาย
3. พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร จัดระเบียบวิธีการเข้าเมืองได้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น
4. ที่พัก โรงแรม มีที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล
5. ร้านอาหาร มีร้านอาหารให้เลือกหลายชนิด ทั้งที่เป็นอาหารสากล และอาหารในท้องถิ่นถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาอาหารไว้ให้แน่นอน
6. บริการนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความซาบซึ้งต่อความงามของธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรมของประเทศ มีอัธยาศัยไมตรี มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
7. สินค้าของที่ระลึก มีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดึงดูดใจ และมีความแข็งแรง
8. ความปลอดภัย ต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีตำรวจท่องเที่ยว การให้คงความปลอดภัยในการจราจร มีสายการบินที่มีประวัติอุบัติเหตุทางการบินน้อยที่สุดที่มาลง
9. ความสงบเรียบร้อยของประเทศ โดยไม่มีการสู้รบทางการเมือง การปราบปรามที่รุนแรงในการชุมนุมทางการเมือง จะทำให้นักท่องเที่ยวงดการเดินทางมาเยือน

10. ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของท้องถิ่น เช่น การอิมแพ้มแจ่มใส ทักทายด้วยอัธยาศัยไมตรี การแสดงความเอื้ออารีเล็กน้อยๆ เป็นต้น

11. การโฆษณาเผยแพร่ เพื่อสนองแหล่งท่องเที่ยวให้ชาวต่างประเทศได้รู้จักและอยากมาเที่ยวช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

จากความหมายของการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางชั่วคราวจากถิ่นที่อยู่ปกติ ไม่ใช่การเดินทางเพื่อหารายได้ หรือประกอบอาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และเดินทางด้วยความสมัครใจ ซึ่งสิ่งนี้ต้องไม่เป็นการพักอยู่ถาวร และใช้เวลาสั้นที่สุด 24 ชั่วโมง ซึ่งคำว่าท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างมาก ซึ่งมีได้หมายถึงเฉพาะการเดินทางเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษา เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวเช่นกัน

5. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาดนั้นมียุ่มาหลาย แต่ที่เป็นที่รู้จัก และเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P (Product Price Place Promotion) แม็คคาร์ที (McCarthy, 1981) ได้ศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ทางการตลาด (Marketing Strategy) และกล่าวถึงยุทธศาสตร์ทางการตลาดไว้ว่าเป็น “ภาพใหม่” ที่สะท้อนให้รู้ว่าบริษัทควรจะทำอะไรในการตลาด พร้อมกับได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่จำเป็นสำหรับการตลาดไว้สองประการ คือ (1) ตลาดเป้าหมาย (Market Target) คือกลุ่มผู้บริโภคที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน ที่บริษัทมีเป้าหมายจะทำการค้าด้วย (2) ส่วนผสมทางการตลาด (Market Mix) หมายถึงการดำเนินการของบริษัทในการผสมตัวแปรต่างๆ ที่สามารถควบคุมได้ไปสู่การตอบสนองความพอใจให้กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด

ในขณะที่ฮิวส์ (Hughes, 1978) นั้นมองยุทธศาสตร์ทางการตลาดในลักษณะผนวกความคิดของไลอันและแมคคาร์ธีรวมกัน โดยได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า การปฏิบัติแบบทหารยังคงมีความสำคัญในทุกวันนี้ ด้วยเหตุที่ยุทธศาสตร์ได้อธิบายเป็นแผนที่ยิ่งใหญ่ของการตลาด โดยมีส่วนผสมทางการตลาดหรือ 4 Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) เป็นยุทธวิธี

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวถึง ส่วนผสมทางการตลาด อันประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) ประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรมนามธรรม และบริการที่คาดว่าตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด
2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายตามมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนด
3. สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution Place) หมายถึง กลไก หรือกระบวนการ หรือช่องทาง หรือวิธี ที่จะทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้าย เปลี่ยนมือ เปลี่ยนความเป็นเจ้าของจากผู้ผลิต จากสถาบันการค้าส่ง และสถาบันการค้าปลีก หรือพ่อค้าคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัย ทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายทางการขายได้อย่างดี

การตัดสินใจในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายว่ามีผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่นๆ ของส่วนผสมทางการตลาด ดังนั้นธุรกิจจะต้องเลือกช่องทางที่เหมาะสม และสอดคล้องกับส่วนผสมทางการตลาดอื่นๆ ระบบการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว (Traveler) ที่เป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว (The Suppliers of Travel Services) ซึ่งถือว่าเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทสายการบิน โรงแรมและบริษัท บริการรถเช่า เป็นต้น และต้องอาศัยคนกลาง (Intermediaries) ในการแนะนำสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และข้อมูลต่างๆ ออกสู่ตลาดเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งคนกลางเหล่านั้น ได้แก่ บริษัทนำเที่ยวที่จัดบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Tour Packagers) ตัวแทนขายปลีกทางการท่องเที่ยว (Retail Travel Agents) และช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty Channels) เช่น บริษัทนำเที่ยวที่รับจัดนำเที่ยวให้พนักงานของหน่วยงานต่างๆ บริษัทผู้รับวางแผนจัดการประชุม สำนักงานประสานความร่วมมือด้านการเดินทาง สมาคมผู้บริหารธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เป็นตัวแทนของโรงแรมที่ประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Selling) และไม่ใช่บุคคล (Non-Personal Selling) เข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายไปยังผู้ให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ จุดมุ่งหมายของการส่งเสริมการตลาด คือ สร้างความต้องการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะกลายเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคตให้มาใช้บริการนำเที่ยวหรือมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ทำการส่งเสริมการตลาด ซึ่งใช้วิธีการโฆษณา (Advertising) การขายโดยพนักงาน

ขาย (Personal Selling) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การให้ข่าว (Publicity) และกิจกรรม การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion Activities) ซึ่งต้องเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ (Attract Attention) สร้างความสนใจ (Create Interest) สร้างความต้องการ (Create a desire) และต้องให้เกิด การกระทำการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Get Action) (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542)

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การตลาดเริ่มต้นที่การศึกษาความต้องการของลูกค้า แล้ว นำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยการใช้เครื่องมือทางการตลาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความ พึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า คุณค่าของสินค้าในรูปตัวเงินก็ คือ ราคาของสินค้า โดยผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะเกิดการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อ มีการยอมรับในสินค้านั้นผลิตภัณฑ์คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็น คุณสมบัติที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด ซึ่งสินค้า (Goods) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ แต่บริการ (Service) สัมผัส ไม่ได้ เกิดจากการใช้ความพยายามของมนุษย์ ส่วนความคิด (Idea) อาจจะเป็นปรัชญา บทเรียน แนวคิด และ ข้อเสนอแนะ

2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาต้นทุน (Cost) ที่ลูกค้าจ่ายไปในการได้รับผลิตภัณฑ์มา ต้นทุนอยู่ในรูปของตัวเงิน ซึ่งผู้บริโภคจะนำมาเปรียบเทียบกับระหว่างมูลค่า (Value) ของ ผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้ามูลค่าสูงกว่าต้นทุนก็ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3. สถานที่ (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันที่นำ ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด คือ สถาบันทางการตลาด อาจเป็นคนกลางต่างๆ ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการ กระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจจะใช้บุคคล หรือไม่ใช้ ก็ได้ โดยการติดต่อสื่อสารนั้น มีหลายประการที่เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดหรือ ส่วนประสมการติดต่อสื่อสาร (Promotion Mix or Communication Mix) ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ หรือผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องการจ่ายเงินให้กับผู้อุปถัมภ์รายการ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมแจ้งข่าวสารและจูง ใจที่บุคคล

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา สามารถกระตุ้นความสนใจการทดลองใช้หรือการซื้อ การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

4.3.3 การกระตุ้นพนักงาน เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงาน

4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามที่มีการวางแผนการโดยองค์การ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการสนองตอบโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองทันที ประกอบด้วยการขายทางโทรศัพท์ การขายตรงโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก และการขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์

สรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการติดต่อสื่อสาร หรือการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ต่างก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน ดังนั้นปัจจัยทั้ง 4 จะเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน โดยที่ส่วนผสมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดในการสร้างความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า เมื่อลักษณะโดยทั่วไปของสินค้าบริการแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าบริการ จึงต้องมีมากกว่าส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป (4Ps) ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าบริการประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรที่ให้บริการ (People) ขั้นตอนของการให้บริการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นทุนนิยมมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องพยายามผลิตบริการให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดท่องเที่ยวด้วยการใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวให้เกิด

ประโยชน์มากที่สุด ซึ่งองค์ประกอบ 4 อย่าง (Marketing Mix) หรือ 4Ps เท่ากันกับสินค้า และได้ขยายเป็น 7Ps เมื่อนำมาใช้กับงานบริการ

แม็คคาร์ที (McCarthy, 1981) กล่าวว่า ยุทธศาสตร์ส่วนผสมทางการตลาดเป็นกระบวนการหนึ่งในสองของยุทธศาสตร์ทางการตลาดซึ่งบริษัทนำมาประสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย แนวคิดนี้เกิดจากการที่เขาเห็นว่าวิธีที่จะเลือกกระทำได้หลายทาง ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น ผลิตภัณฑ์อาจทำได้หลายรูปแบบ หลายอย่าง หลายสี และอาจรวมถึงการบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ บรรจุภัณฑ์อาจทำได้หลายขนาด หลากหลายสีตลอดจนวัสดุของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวก็มีหลายชนิด การโฆษณาที่มีวิธีกระทำได้หลายอย่าง เช่น ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคา และวิธีการจัดจำหน่ายก็มีวิธีให้เลือกปฏิบัติได้หลายทางเช่นกัน จึงได้กำหนดแบ่งยุทธศาสตร์ส่วนผสมทางการตลาดออกเป็นสี่กระบวนการ หรือ 4P's ดังนี้ คือ

1. ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) คือ การพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์นี้ หมายถึง รูปแบบหรือรูปร่างผลิตภัณฑ์ และรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์ คือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. ยุทธศาสตร์ด้านสถานที่ (Place strategy) คือ การนำผลิตภัณฑ์ไปให้ถึงตลาดเป้าหมายเพราะผลิตภัณฑ์ที่ดีหากไม่สามารถไปถึงทันเวลาและสถานที่ซึ่งมีความต้องการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก็จะไม่มีความหมาย ดังนั้นในด้านของสถานที่จึงต้องมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการควรจะถูกนำไปเสนอขายสินค้าและบริการจะไปถึงลูกค้า โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายที่มีกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ มากมายเกี่ยวข้องอยู่ โดยมีคนกลาง (middlemen) หลายทอดด้วยกัน กว่าจะถึงมือผู้บริโภคที่นักการตลาดต้องเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion strategy) หมายถึง การแจ้งการบอกกล่าว และการขยายความคิด ความเข้าใจให้ลูกค้าได้รู้ การส่งเสริมการจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่างๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความได้ถึงตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่าได้มีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด การส่งเสริมการจำหน่ายประกอบด้วย (1) การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงแบบตัวต่อระหว่างผู้ขายและลูกค้า (2) การขายส่ง (Mass selling) เป็นการสื่อความคิดต่อกับลูกค้าจำนวนมากๆ พร้อมกันในเวลาเดียวกัน (3) การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) เป็นวิธีการที่ใช้เสริมหรือสนับสนุนการขายโดยพนักงานและการขายทั่วไป

4. ยุทธศาสตร์ด้านราคา (Price strategy) ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดและการส่งเสริมการจำหน่ายให้ถูกต้องเหมาะสมกับราคา (price) จะเป็นกลไกสำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานี้จะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาด ปฏิกริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้จัดการตลาดจะต้องทราบเกี่ยวกับการกำหนดส่วนเพิ่ม (markups) ส่วนลด (discounts) และเงื่อนไขการขาย (terms of sale) อื่นๆ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องระมัดระวังพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใดแผนงานต่างๆ ที่กำหนดไว้จะปฏิบัติไม่ได้ (McCarthy, 1981)

แม็คดาเนียล (McDaniel, 1979) เสนอว่า การดำเนินการตามแนวคิดมุ่งการตลาดได้มั่นคงเป็นสิ่งแรกที่สามารถพัฒนาองค์การทางการตลาดได้ และสิ่งที่จำเป็นต้องกำหนดขึ้น คือ ยุทธศาสตร์ส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ส่วนผสมด้านผลิตภัณฑ์ (2) ยุทธศาสตร์ส่วนผสมด้านราคา (3) ยุทธศาสตร์ส่วนผสมด้านการจัดจำหน่าย (4) ยุทธศาสตร์ส่วนผสมด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

จากความหมายของส่วนผสมทางการตลาดที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดก็คือ แผนงานที่องค์กรหรือบริษัทสร้างขึ้นมานำทรัพยากรที่มีอยู่ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ โดยมีวิธีการที่สำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจดำเนินการทางการตลาด กล่าวคือ ต้องมีการเลือกตลาดเป้าหมายและพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดอยู่เสมอ รวมทั้งต้องกำหนดนโยบายในการดำเนินงานที่ถูกต้องรัดกุม

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์ (2543) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวปฏิกริยาต่างๆ เหล่านั้น ซึ่งแบ่งออกเป็นสำคัญได้ 3 ส่วน คือ

1. ปฏิกริยาของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่างๆ
2. บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย
3. กระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อขาย การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่า จะตอบสนองความต้องการของเขาได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2535) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว และเป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว

มณฑาทาญจน์ วิจิตรสกลธ์ (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การซื้อ การใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน ในช่วงเวลาหนึ่งซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจและมีผลต่อการแสดงออก

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 2000) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่ว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

องค์ประกอบของพฤติกรรม

มณฑาทาญจน์ วิจิตรสกลธ์ (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์ มีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ

1. ความมุ่งหมาย (Goal) คือ ความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาอันจึงจะบรรลุลูกความต้องการได้
2. ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ (Situation) คือ เหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) คือ ก่อนที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อน แล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) คือ การกระทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) คือ เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลกระทบทำนองนั้น ผลที่ได้รับอาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) คือ ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์ และเลือกวิธีการใหม่

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? , What? , Why? , Who? , When? , Where? , และ How? เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objective, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้น

ภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

(1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

(2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

(3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลก แจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

(1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

(2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านระบบปรับอากาศหรือฟอกอากาศหรือฟอกอากาศสามารถกระตุ้นให้เกิดการใช้มากขึ้น

(3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าให้เทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อที่เสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอนคือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์แปรงสีฟัน มีทางเลือกคือ ผลิตภัณฑ์แปรงสีฟันที่สามารถทำความสะอาดฟันในช่องปากได้รอบถึง 360 องศา และมีที่ขัดลิ้น หรือ ผลิตภัณฑ์แปรงสีฟันที่สามารถทำความสะอาดฟันได้ในแบบเดิมๆ

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์แปรงสีฟันคอลเกต 360 องศา เป็นต้น

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase time)

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อหนึ่งหรือสองด้าม เป็นต้น

ดังนั้นสรุปลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นสิ่งที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย

1.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (nationality groups) เชื้อชาติต่างๆ ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

1.2.2 กลุ่มศาสนา (religious groups) กลุ่มศาสนาต่างๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกันจึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1.2.3 กลุ่มสีผิว (racial groups) กลุ่มสีผิวต่างๆ เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง แต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกัน

1.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (geographical areas) หรือท้องถิ่น (region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย

1.2.5 กลุ่มอาชีพ (occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพต่างๆ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ครู

1.2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุ (age) เช่น ทารก เด็กวัยรุ่น ผู้ใหญ่ วัยทำงาน และผู้สูงอายุ

1.2.7 กลุ่มย่อยด้านเพศ (sex) ได้แก่ เพศหญิงและชาย

1.3 ชั้นของสังคม (social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคม ออกเป็นระดับฐานะที่ต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นจะมีสถานะอย่างเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่ต่างกันจะมีลักษณะที่ต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยม และ พฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะเจาะจงต่างกันไป

2. ปัจจัยด้านสังคม (social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนรวมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

2.2 ครอบครัว (family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวนั้นๆ

2.3 บทบาทและสถานะ (roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

3.1 อายุ (age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่น ชอบลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรม การซื้อที่แตกต่างกัน วงจรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (economic circumstances) หรือ รายได้ (income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา (education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภค ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงในรูปของ (1) กิจกรรม (activities) (2) ความสนใจ (interests) (3) ความคิดเห็น (opinions) หรือ AIOs

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย 1. การจูงใจ 2. การรับรู้ 3. การเรียนรู้ 4. ความเชื่อถือและทัศนคติ 5. บุคลิกภาพ 6. แนวความคิดของตนเอง

4.1 การจูงใจ (motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่ใช้เป็นเครื่องมือการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่า การรับรู้เป็นการรับเป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น การได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก ขั้นตอนการรับรู้มี 4 ขั้นตอน คือ การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective exposure) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective attention) ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective comprehension) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective retention)

4.2.1 การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (selective exposure) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตัวเอง

4.2.2 การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (selective attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง

4.2.3 ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (selective comprehension) แม้ผู้บริโภคจะตั้งใจรับข่าวสารการตลาด แต่ไม่ได้หมายความว่าข่าวสารนั้นถูกตีความไปในทางที่ถูกต้อง ในขั้นนี้จึงเป็นการตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเข้ามาว่ามีความเข้าใจตามที่กำหนดไว้หรือไม่

4.2.4 การเก็บข้อมูลที่ได้เลือกสรร (selective retention) หมายถึงการที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่เขาได้เห็น ได้อ่าน ได้ยิน

4.3 การเรียนรู้ (learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (response) ซึ่งก็คือ ทฤษฎีส่สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) theory)

4.4 ความเชื่อถือ (belief) เป็นความคิดเห็นที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทักษคติ (attitude) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิด หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.6 บุคลิกภาพ (personality) และทฤษฎีฟรอยด์ (Freudian theory) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's theory of motivation) มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยาซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก ซึ่งเป็นส่วนกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ อันประกอบด้วย อิด อีโก้ ซูเปอร์อีโก้

4.7 แนวคิดของตนเอง (self concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนเอง บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ และรูปแบบที่สำคัญของสถานการณ์การซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (buying roles) เป็นบทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญแตกต่างกัน ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

1. ผู้ริเริ่ม (initiator) เป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (influencer) เป็นผู้ที่มามีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรซื้อหรือไม่ควรซื้อสินค้า
3. ผู้ตัดสินใจ (decider) เป็นผู้ที่ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า
4. ผู้ซื้อ (buyer) เป็นผู้ที่ไปซื้อสินค้า
5. ผู้ใช้ (user) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

รูปแบบที่สำคัญของสถานการณ์การซื้อ (type of buying behavior) การตัดสินใจการซื้อจะแตกต่างกันตามรูปแบบของการตัดสินใจในการซื้อ ซึ่งอาจแบ่งออกถึงพฤติกรรมซื้อตามความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อ และระดับความแตกต่างระหว่างตราสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

- 1.1 วัฒนธรรมพื้นฐานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคนส่วนมากในสังคมและเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐานโดยส่วนมากของบุคคลเป็นสิ่งที่ปลูกฝังโดยเริ่มจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม
 - 1.2 วัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมของบุคคลบางกลุ่มซึ่งเป็นที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกกลุ่มกลุ่มสำหรับสินค้าบางอย่างที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่มีวัฒนธรรมย่อยเป็นของกลุ่ม
 - 1.3 ระดับชั้นในสังคม เช่น การศึกษา ฐานะ รายได้ หรืออาชีพ มีความเป็นไปได้อย่างมากที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของคนในแต่ละกลุ่มเพื่อสร้างการยอมรับจากระดับชั้นในสังคมนั้นๆ
2. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย
 - 2.1 กลุ่มอ้างอิง ประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคลที่มีผลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยกลุ่มที่มีผลโดยตรงนั้นจะเรียกว่าสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งจะประกอบไปด้วย กลุ่มปฐมภูมิ เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมทาง ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ติดต่ออย่างใกล้ชิดและไม่เป็นทางการ และกลุ่มทุติยภูมิ เช่น ศาสนา อาชีพ หรือสหภาพต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการติดต่อกันอย่างเป็นทางการแต่ไม่ได้มีการติดต่อกันเป็นประจำ
 - 2.2 ครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค นักการตลาดจะต้องศึกษาถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว พฤติกรรมการบริโภคของบุคคลในครอบครัว
 - 2.3 บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม
 3. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย
 - 3.1 อายุ การที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ
 - 3.2 ขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน ในแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน เช่น เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่ม เป็นต้น

- 3.3 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จะต้องศึกษาว่ากลุ่มบุคคลในอาชีพใดให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์มากที่สุดเพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองตอบความต้องการให้เหมาะสม
 - 3.4 รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยการออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน
 - 3.5 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ
 - 3.6 รูปแบบการดำรงชีวิต โดยการแสดงออกในรูปของ AIOs คือ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบแผนการดำรงชีวิต
4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ซึ่งปัจจัยภายในนั้นประกอบด้วย
- 4.1 การจูงใจ เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น สิ่งกระตุ้น นักการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ
 - 4.2 การรับรู้ เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และจากปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้นการรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5
 - 4.3 การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา
 - 4.4 ความเชื่อถือ และทัศนคติ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งบางครั้งความเชื่อในด้านลบนักการตลาดต้องรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาดนั้น
 - 4.5 บุคลิกภาพ เป็นความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ นักการตลาดมีทางเลือก 2 ทาง คือ การสร้างทัศนคติของ

ผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ หรือการพิจารณาทัศนคติของผู้บริโภค แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค

4.6 แนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตน

ทิพาพร โพธิ์ศรี (2550) ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถขยายความได้ดังนี้

เพศ หมายถึง สภาพของบุคคลที่แบ่งออกเป็นชายหรือหญิง

อายุ หมายถึง อายุของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ

- น้อยกว่า 21 ปี
- 21-30 ปี
- 31-40 ปี
- 41-50 ปี
- 51 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาสูงสุดของผู้โดยสารรถไฟที่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรของทางราชการ กำหนดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
2. ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา หมายถึง ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่ยังไม่มีรายได้จากการทำงานเป็นอาชีพ และยังอยู่ระหว่างการศึกษานักเรียน นิสิต นักศึกษา

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ หมายถึง ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีอาชีพหลักเป็นพนักงานและลูกจ้างของหน่วยงานที่ภาครัฐให้การดูแล

อาชีพพนักงานบริษัท หมายถึง ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีอาชีพหลักเป็นพนักงานและลูกจ้างในบริษัทเอกชน

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย หมายถึง ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ดำเนินการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เป็นอาชีพหลัก เช่น พ่อค้า ผู้รับเหมาก่อสร้าง โรงสี เจ้าของธุรกิจเอกชน เป็นต้น

อาชีพอื่นๆ หมายถึง ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีอาชีพหลักนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว เช่น แม่บ้าน เกษตรกร ผู้ใช้แรงงาน ลูกจ้างชั่วคราว

รายได้ หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001-20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท
- มากกว่า 30,000 บาท

ทิพาพร โพธิ์ศรี (2550) จึงสรุปจากความหมายทางสถานภาพของนักท่องเที่ยว ที่กล่าวมาข้างต้นได้ว่า เพศ หมายถึง สถานภาพของบุคคลที่แบ่งออกเป็นชายหรือหญิง อายุ หมายถึง อายุของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็นช่วงปีที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวที่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรของทางราชการ อาชีพ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ดำเนินการประกอบธุรกิจหรือกิจการใดๆ เป็นอาชีพหลักทั้งที่มีรายได้หรือที่ไม่มีรายได้ก็ตาม รายได้ หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ลักษณะหรือการกระทำของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) ที่เกี่ยวข้องกับการเลือก ตัดสินใจซื้อ และใช้บริการสินค้านั้นๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ความจำเป็น ความต้องการของผู้บริโภค ได้อย่างเหมาะสมและกล่าวได้ว่าแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกจากนี้แล้วข้อมูลส่วนต่างๆ อันประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ก็มีความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ชนิดา พลศรี (2529) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ทางด้านความคาดหวังเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์นั้น เยาวชนส่วนมากคาดหวังที่จะได้รับตามลำดับความสำคัญคือ ต้องการมีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น ต้องการเข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนให้ดีขึ้น ต้องการเป็นคนรู้จักใช้

ความคิดอย่างมีเหตุผล ต้องการดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ และต้องการได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจจะนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้ ในด้านพฤติกรรมกรรมการชมนิทรรศการ ปรากฏว่าเยาวชนส่วนใหญ่ใช้เวลาชมนิทรรศการในแต่ละชั้นน้อย เลือกชมและตั้งใจชมเฉพาะเรื่องที่สนใจเท่านั้น เนื่องจากมีเวลาจำกัด ทางด้านความพึงพอใจที่ได้รับนั้น เยาวชนส่วนมากได้รับความพึงพอใจตามลำดับความสำคัญคือ มีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น ได้ดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ เข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนได้ดีขึ้น เป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล และได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ซึ่งอาจจะนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้ การทดสอบสมมติฐาน จากสมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของเยาวชนเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ปรากฏว่า สมมติฐานข้อนี้ได้รับการยืนยันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 แต่ความคาดหวังสามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการชมนิทรรศการได้เพียงประมาณร้อยละ 5.9 เท่านั้น สำหรับสมมติฐานที่ 2 ที่บอกว่า พฤติกรรมการชมนิทรรศการของเยาวชนในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ ปรากฏว่า สมมติฐานข้อนี้ได้รับการยืนยันเช่นเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 แต่พฤติกรรมกรรมการชมนิทรรศการสามารถอธิบายความพึงพอใจที่ได้รับได้เพียงประมาณร้อยละ 4.2 และสมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังของเยาวชนเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ โดยผ่านพฤติกรรมกรรมการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ปรากฏว่า สมมติฐานข้อนี้ไม่ได้รับการยืนยัน ความคาดหวังจะมีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับความพึงพอใจที่ได้รับโดยไม่ต้องผ่านพฤติกรรมกรรมการชมนิทรรศการ

วิชชุดา จิตอัคคะ (2551) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อรูปแบบกิจกรรมขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ โดยศึกษาข้อมูลของกลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่อรูปแบบกิจกรรมขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 15-20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ลักษณะการเข้ามาใช้บริการขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มากับครอบครัว/ส่วนตัว ส่วนด้านรูปแบบกิจกรรมที่เข้าร่วมคือ กิจกรรมการแสดงทางวิทยาศาสตร์ ผลการศึกษาระดับความคาดหวังทั้ง 3 ด้านสรุปได้ว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความคาดหวังต่อการใช้บริการในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความคาดหวังจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ และด้านรูปแบบกิจกรรม ตามลำดับ ในส่วนของระดับความพึงพอใจทั้ง 3 ด้านสรุปได้ว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่ ด้านรูปแบบกิจกรรม และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

จุฑาภา ตาดพริ้ง (2545) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย ประชากรที่ทำการศึกษาคือจะเป็นผู้โดยสารขาออกที่ใช้บริการ ณ อาคารผู้โดยสารขาออกนอกประเทศท่าอากาศยานกรุงเทพ โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 120 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบกิจกรรม สัมภาษณ์เล็กน้อย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามาประเทศไทยส่วนใหญ่รู้จักประเทศไทยจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน และครอบครัว รองลงมาคือคู่มือ หนังสือแนะนำเที่ยวและในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวจะติดตามข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ด้านแรงจูงใจสำคัญก่อนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ด้านวัฒนธรรม ประเพณีไทย ด้านอาหาร การจับจ่ายซื้อของ สำหรับในด้านวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากที่สุดต่อวิธีการปฏิบัติที่คนไทยมีต่อนักท่องเที่ยว ด้วยความมีอัธยาศัยไมตรี ผลจากการวิจัยได้ข้อเสนอแนะว่าการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยนอกจากสื่อมวลชนแล้ว นักท่องเที่ยวนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้นควรใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ให้มากขึ้น ประกอบกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและควรมีการตลาดแบบครบวงจรให้ได้ในกลุ่มประเทศที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งอยู่ ตลอดจนทั้งมีการวางแผนเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ ด้วย

พรพิมล ศรีชเรศ (2551) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ไม่เคยมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์มาก่อน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นคณะ/กลุ่ม ด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยวและได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย เมื่อเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ในประเทศไทย แตกต่างในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ในประเทศไทย แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้

ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ในประเทศไทย แตกต่างกันในด้านบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปราวดา พรหมเสน (2551) ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลางและมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความต้องการรวมในระดับมากในด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการบริการที่พัก ส่วนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวมีความต้องการรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจรวมในระดับมากในด้านสิ่งดึงดูดใจ และมีความพึงพอใจรวมในระดับปานกลางในด้านการบริการที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม และด้านการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่าง ความต้องการกับความพึงพอใจ พบว่าในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการที่พัก ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มณัญญา นวลศรี (2552) ศึกษาแนวทางในการจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันในการจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร โดยรวมนั้นพบว่า ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ ได้แก่ ขาดแคลนงบประมาณ กิจกรรมที่จัดไม่มีความหลากหลาย บุคลากรไม่มีความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ และมีผู้เข้าชมน้อย ส่วนแนวทางในการจัดการพิพิธภัณฑ์ในด้านจุดมุ่งหมายและนโยบายที่ได้รับฉันทามติมีจำนวน 6 ข้อคือ เพื่อให้เป็นแหล่งธำรงและสืบทอดคุณค่า เอกลักษณ์และมรดกของชาติ เพื่อเป็นแหล่งแสดงวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าวิจัยเฉพาะทาง เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน เพื่อส่งเสริมการศึกษานอกระบบโรงเรียนและการศึกษาตามอัธยาศัย และนโยบายควรเกิดจากความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ที่ได้รับฉันทามติ มีจำนวน 8 ข้อ คือ เพื่อมุ่งให้ประโยชน์ต่อชุมชน ควรมีแผนงานบริหารจัดการทั้งระยะสั้นและระยะยาว แผนงานระยะยาวควรเป็นแผนที่มีความพื้นฐานมาจากนโยบายของชาติ แผนงานระยะสั้นควรเป็นแผนประจำปีที่สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณควรมาจากการสนับสนุนของรัฐบาลเป็นหลัก ให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์และให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ควรวางแผนโครงการตามลำดับความสำคัญ ด้านบุคลากรที่ได้รับฉันทามติมีจำนวน 7 ข้อ คือ มีความรู้ตรงกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีใจรักด้านศิลปวัฒนธรรมของชาติ มี

ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศในระดับดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตใจพร้อมให้บริการ ควรเป็นนักสื่อสารและนักถ่ายทอดที่ดี ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษานอกระบบโรงเรียนและการศึกษาตามอัธยาศัยเป็นอย่างดี ควรจัดให้ไปศึกษาดูงานด้านพิพิธภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ด้านกิจกรรมที่ได้รับฉันทามติมีจำนวน 6 ข้อ คือ ควรมีการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ควรมีการจัดนิทรรศการทั้งถาวรและชั่วคราว ควรมีการจัดกิจกรรมภาคสนาม ควรมีการจัดกิจกรรมหลักที่เป็นจุดเด่นและควรจัดกิจกรรมเสริมเพิ่มเติม ควรจัดกิจกรรมตามความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ควรจัดทำสื่อประเภทต่างๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ ด้านการติดตามประเมินผลที่ได้รับฉันทามติ มีจำนวน 7 ข้อ คือ ควรมีการติดตามประเมินผลทุกกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ควรมีการนำผลการประเมินมาใช้ ควรตั้งคณะกรรมการติดตามประเมินผลประกอบด้วยบุคคลภายในและภายนอก ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ควรมีการเผยแพร่ผลการประเมิน ควรมีการวางมาตรฐานกำกับตรวจสอบเพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพ มีการติดตามประเมินผลด้วยวิธีการที่หลากหลาย ด้านความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาลที่ได้รับฉันทามติ มีจำนวน 5 ข้อ คือควรจัดให้เป็นวาระแห่งชาติ ควรรณรงค์สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ องค์กรท้องถิ่นควรมีบทบาทอย่างจริงจังในการดูแลพิพิธภัณฑ์ และควรจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะ

ทิพาพร โพธิ์ศรี (2550) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการยอมรับคุณภาพของการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชายและหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านช่วงอายุ อาชีพ และสถานภาพสมรส ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมของการให้บริการการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านบริการ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการให้บริการ การท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการยอมรับคุณภาพของการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการให้บริการการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัชรา ลากลือชัย (2546) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาแตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา มากกว่า และให้ความสำคัญกับสภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำท่าคามากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกคือระดับการศึกษา อาชีพ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การรับรู้ข่าวสาร บุคคลในครอบครัว เพื่อน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกับความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ อายุ การรับรู้ข่าวสาร เพื่อน และความคาดหวังโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความพึงพอใจ

งานวิจัยต่างประเทศ

อีไลน์ (Ealine, 1984) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อন্নันทนาการและสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยวจำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่า ประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอใจในระดับมากทั้งด้านสภาพพื้นที่และนันทนาการ รองลงมาคือ ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา สำหรับความคิดเห็นทั่วไปมีความเห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในด้าน ผู้ให้บริการ การรักษาความปลอดภัยและเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

เบเกอร์ และ ครอมตัน (Baker and Crompton, 2000) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวพบว่าการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ถ้ามีผลการปฏิบัติงานดี สินค้าและบริการมีคุณภาพ จะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวกสูง ทำให้รับรู้ได้ถึงผลของการเพิ่มความจงรักภักดีและการหวนกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต การสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่จดจำ เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากสินค้าหรือบริการมีราคาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มผลกำไรให้กับการท่องเที่ยว ช่วยให้สถานที่ที่มีชื่อเสียงมากขึ้น เพิ่มความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวใหม่และยังคงรักษานักท่องเที่ยวเก่าไว้ตลอดจนการบอกเล่าต่อๆ กันในสิ่งที่ดี รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่างๆ

ในการมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในนามของชุมชนจะได้รับการสนับสนุนขององค์กรต่างๆ มากขึ้น

ฟลูเกอร์และลินเซย์ (Fluker and Lindsay, 2000) ได้ศึกษาความต้องการของแรงจูงใจและความคาดหวังของการท่องเที่ยวล่องแก่งที่ Whitewater ของนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่นี้มาก่อน ซึ่งได้มีการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งก่อนและหลังการท่องเที่ยวโดยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์และไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวล่องแก่งมาก่อนซึ่งผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างของความต้องการและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์จะมีความต้องการในการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย อีกทั้งยังกล้าเสี่ยงด้วยความหวังให้ประสบความสำเร็จที่ตั้งเป้าไว้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์มาก่อนแล้ว ต้องการได้รับการพักผ่อนจากการท่องเที่ยวมากกว่า และคาดหวังในสิ่งที่เป็นจริง นอกจากนี้ยังนึกถึงประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เช่น การได้สัมผัสกับธรรมชาติ ได้พบเพื่อนใหม่ เป็นต้น ในขณะที่ไม่มีความแตกต่างในด้านความคาดหวังของการท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม

ชอยวู และ ชูว (Choi and Chu, 2001) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ชี้ให้เกิดความพึงพอใจนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักโรงแรมในฮ่องกง ได้ใช้องค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้เข้าพักในโรงแรมของฮ่องกงจัดแบ่งออกเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยรองที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าพัก และช่วยให้โรงแรมในฮ่องกงได้ทราบถึงจุดที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากและน้อย เพื่อให้โรงแรมสามารถทุ่มเทงบประมาณพัฒนาและสร้างความเป็นเลิศในปัจจัยเหล่านั้นได้ถูกต้องตามสัดส่วนของคามสำคัญ นักวิจัยทั้งคู่ได้ค้นพบว่า 5 ปัจจัยที่มีผลสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมคือ คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพของห้องพัก ความคุ้มค่าเงิน คุณภาพของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัย และสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพของห้องพัก ความคุ้มค่าเงิน เป็นสามปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ โดยความพึงพอใจระดับสูงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยทั้งสามนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีกับโรงแรม

รูทเวลล์ (Rothwell, 2004) ได้ทำการศึกษาเรื่องเส้นทางของกลุ่มชนหมู่เกาะเบอมูคะสู่การเป็นผู้ดูแลการท่องเที่ยว ในปฏิญญานิพนธ์นี้เป็นการพัฒนาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของกลุ่มชนเบอมูคะ เพื่อตอบสนองความต้องการของการท่องเที่ยว จึงพยายามที่จะปลูกเร้าให้กลุ่มชนเบอมูคะตื่นตัว และเห็นความสำคัญของธรรมชาติ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะแสดงให้เห็นถึงความงามในการเยี่ยมชม ซึ่งสามารถทำให้เป็นแบบอย่างได้ โดยผลการพัฒนาพบว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ดีเหมาะสม สอดคล้องกับโครงสร้างการท่องเที่ยวสมัยนิยม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติทั้ง 6 แห่งนี้ นับได้ว่าเป็นแหล่งนันทนาการการท่องเที่ยวที่มีองค์ความรู้ และเป็นแหล่งการเรียนรู้ทางเลือกซึ่งทุกคนสามารถเข้าไปศึกษาหาความรู้ได้โดยไม่จำกัด เพศ วัย การศึกษา ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตการศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย ซึ่งให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบัน สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552-เดือนกันยายน พ.ศ. 2553) จำนวน 199,882 คน (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาพิพิธภัณฑ์, ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย, 17 พฤศจิกายน 2553)

กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ จำนวน 199,882 คน โดยใช้เกณฑ์ของตารางสำเร็จรูปในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ต่อความผิดพลาดที่ไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อกำหนดให้	n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N แทน	ขนาดของประชากรทั้งหมด
	e แทน	ความคลาดเคลื่อนของประชากรที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

$$n = \frac{199,882}{1 + 199,882 (0.05)^2}$$

$$n = 399.2$$

ดังนั้นจึงต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน

จำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละแห่งที่ต้องการศึกษา ได้มาจากการคำนวณค่าร้อยละตามสัดส่วนประชากร ดังตารางต่อไปนี้

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติใน กรุงเทพมหานคร	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2553)	ค่าร้อยละ	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง
1. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร	125,776	62.93	252
2. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์	33,050	16.53	66
3. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น	16,433	8.22	33
4. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี	15,714	7.86	31
5. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร	5,475	2.74	11
6. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระ ศรี อนุสรณ์	3,434	1.72	7
รวมทั้งสิ้น	199,882	100	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ
ตอนที่ 1: เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ
ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประวัติในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2: เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวพืชรักชกสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านเส้นทางขนส่ง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตอนที่ 3: เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักชกสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด ซึ่งแบบสอบถามในตอนี่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบวัดประเมินค่า

1. ในการวัดความคาดหวัง โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าตามแบบ Semantic Differential (5-pointed, Likert type scales) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2530) แบ่งช่วงระดับเป็น 5 ช่วงและมีการกำหนดน้ำหนักของคะแนนดังนี้

หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความคาดหวังมากที่สุด	เทียบเท่ากับ 5 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความคาดหวังมาก	เทียบเท่ากับ 4 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความคาดหวังปานกลาง	เทียบเท่ากับ 3 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความคาดหวังน้อย	เทียบเท่ากับ 2 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความคาดหวังน้อยที่สุด	เทียบเท่ากับ 1 คะแนน

โดยนำคะแนนความคาดหวังมาหาค่าเฉลี่ย โดยผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ตามแนวทางของเบสท์ (Best, 1986) มีค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง	มีระดับความคาดหวังน้อยที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง	มีระดับความคาดหวังน้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง	มีระดับความคาดหวังปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง	มีระดับความคาดหวังมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง	มีระดับความคาดหวังมากที่สุด

2. ในการวัดความพึงพอใจ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าตามแบบ Semantic Differential (5-pointed, Likert type scales) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2530) แบ่งช่วงระดับเป็น 5 ช่วงและมีการกำหนดน้ำหนักของคะแนนดังนี้

หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด	เทียบเท่ากับ 5 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความพึงพอใจมาก	เทียบเท่ากับ 4 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความพึงพอใจปานกลาง	เทียบเท่ากับ 3 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความพึงพอใจน้อย	เทียบเท่ากับ 2 คะแนน
หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด	เทียบเท่ากับ 1 คะแนน

โดยนำคะแนนความพึงพอใจมาหาค่าเฉลี่ย โดยผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ตามแนวทางของเบสท์ (Best, 1986) มีค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

และข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open ended)

3. ขั้นตอนการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้ามาสร้างเป็นเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม
3. พบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแบบสอบถาม และหาคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ (IOC : Index of Objective Congruence) และทำการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งได้ค่าความตรงเท่ากับ 0.83 พิจารณาข้อเสนอแนะในบางประเด็น มาปรับปรุง และทำการตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม ส่วนวนภาษาที่ใช้ให้ชัดเจนเหมาะสม ให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out)

4. นำแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ได้ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์มิวเซียมสยามแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาใช้ในการศึกษาจริง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบว่าคำถามแต่ละข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจเจตนา และสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ จากนั้นนำค่าที่ได้ไปคำนวณหาความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ตามกระบวนการวิธีของครอนบาค (Cronbach) (สิทธิ์ ธีรธรรม, 2550) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล ได้ผลจากการคำนวณหาความเที่ยงที่ยอมรับได้ดังนี้

-ค่าความเที่ยงของประเด็นความคาดหวัง คือ 0.87

-ค่าความเที่ยงของประเด็นความพึงพอใจ คือ 0.95

5. นำผลที่ได้จากการทดลองใช้ ปรับปรุงและพัฒนาแล้วนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

6. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมารวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในพื้นที่ที่ทำการวิจัย โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร คือ

1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร ถนนหน้าพระธาตุ เขตพระนคร
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ ถนนเจ้าฟ้า แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร
3. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น บริเวณรัฐสภา ถนนอุทองใน เขตดุสิต
4. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี 80/12 ริมคลองบางกอกน้อย แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย
5. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร บริเวณวัดเบญจมบพิตร
6. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ในบริเวณกรมศิลปากร ถนนหน้าพระธาตุ เขตพระนคร จากพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติทั้ง 6 แห่งนี้ จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บข้อมูลในวันที่ 1 มิถุนายน- 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 โดยแบ่งเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหนึ่งแห่งต่อหนึ่งสัปดาห์ โดยทำการเก็บทุกวันจนกระทั่งครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละแห่ง ในระยะเวลาทั้งหมด 6 สัปดาห์ และกระจายแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา คือ 09.00-12.30 น. และ 12.31-16.00 น.

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง และทำการแปลงข้อมูลเข้ารหัส และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติอย่างเป็นขั้นตอน โดยแยกตามแต่ละพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประวัติในการท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านเส้นทางขนส่ง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย โดยแบ่งข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอนดังนี้

3.1: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

3.2: ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

4. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวและความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) และทดสอบค่า “ที” (t-test)

5. เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดย

5.1: สถานภาพด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที ชนิดตัวแปรกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test)

5.2: อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความมีนัยสำคัญ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) โดยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความสะดวกในการนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล และสื่อความหมายได้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และความหมายไว้ดังต่อไปนี้

\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
t	แทน	การแจกแจงแบบ t (t-distribution)
F	แทน	การแจกแจงแบบ F (F-distribution)
P-value	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประวัติในการท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 1-7

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร	252	62.93
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์	66	16.53
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น	33	8.22
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี	31	7.86
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร	11	2.74
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์	7	1.72
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร คิดเป็นร้อยละ 62.93

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	122	30.50
หญิง	278	69.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.50

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	160	40.00
20-30 ปี	130	32.50
31-40 ปี	43	10.75
41-50 ปี	47	11.75
51 ปีขึ้นไป	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	193	48.25
ปริญญาตรี	170	42.50
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 48.25

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	198	49.50
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	88	22.00
ธุรกิจส่วนตัว	37	9.25
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49.50

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	214	53.50
10,001 – 20,000 บาท	117	29.25
20,001 – 30,000 บาท	40	10.00
30,001 บาทขึ้นไป	29	7.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 53.50

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติในการท่องเที่ยว

ประวัติในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 -3 ครั้ง	306	76.50
4 -6 ครั้ง	56	14.00
7 ครั้งขึ้นไป	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประวัติในการท่องเที่ยว 1 -3 ครั้ง ในรอบ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.50

ตอนที่ 2 พฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านเส้นทางขนส่ง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 8-10

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสิ่งดึงดูดใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความสวยงามของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	88	18.33
ความมีชื่อเสียงของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	97	20.21
มีเอกลักษณ์ในความเป็นไทย	196	40.83
บรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี	99	20.63
รวม	480	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ มีเอกลักษณ์ในความเป็นไทย คิดเป็นร้อยละ 40.83

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการคมนาคมขนส่ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้านการคมนาคมขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ
เส้นทางการเดินทางที่สะดวก	168	35.00
รถสาธารณะมีปริมาณเพียงพอต่อการเดินทาง	172	35.84
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	88	18.33
มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน	52	10.83
รวม	480	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยว พืชภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านการคมนาคมขนส่ง คือ รถสาธารณะมีปริมาณเพียงพอต่อการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 35.84 รองลงมาคือ เส้นทางการเดินทางที่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก	จำนวน	ร้อยละ
พืชภัณฑสถานแห่งชาติมีบริเวณพื้นที่รองรับ		
นักท่องเที่ยวเพียงพอ	175	36.46
ความพร้อมของระบบเทคโนโลยี	44	9.17
การให้บริการที่ดีและเหมาะสม	173	36.04
มีการจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย	88	18.33
รวม	480	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยว พืชภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก คือ พืชภัณฑสถานแห่งชาติมีบริเวณพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 36.46

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย โดยแบ่งข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ออกเป็น 2 ด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 11-17

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ทุกด้าน

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
1. ด้านการจัดการ	3.73	0.84	มาก	3.80	0.73	มาก
2. ด้านบุคลากร	3.80	0.88	มาก	3.85	0.74	มาก
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.68	0.80	มาก	3.56	0.75	มาก
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	3.73	0.85	มาก	3.65	0.82	มาก
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	3.79	0.83	มาก	3.80	0.73	มาก
6. ด้านความปลอดภัย	3.78	0.83	มาก	3.80	0.77	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านบุคลากรอยู่ในระดับความคาดหวังมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.80$) และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับความคาดหวังมากเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{x} = 3.68$) ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านบุคลากรอยู่ในระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.85$) และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{x} = 3.56$)

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านการจัดการ

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
1. ด้านการจัดการ						
1.1 การปรับเปลี่ยนนิทรรศการมี						
กำหนดเวลาที่ชัดเจน	3.68	0.90	มาก	3.75	0.83	มาก
1.2 ค่าธรรมเนียมเข้าชมมีความ						
เหมาะสม	3.81	1.05	มาก	3.87	0.90	มาก
1.3 การจัดการในด้านการบริการของ						
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	3.74	0.94	มาก	3.88	0.83	มาก
1.4 สินค้าของที่ระลึกมีเอกลักษณ์						
เฉพาะและมีความสวยงาม	3.70	0.95	มาก	3.78	2.18	มาก
1.5 การจัดการดูแลยานพาหนะที่เข้า						
มายังพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	3.65	0.99	มาก	3.58	1.05	มาก
1.6 การจัดการเรื่องความสะดวก						
	3.77	1.04	มาก	3.92	0.79	มาก
1.7 เวลาในการเปิด-ปิด						
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	3.74	0.99	มาก	3.83	0.79	มาก
เฉลี่ยรวม	3.73	0.84	มาก	3.80	0.73	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าธรรมเนียมเข้าชมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.81$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดการเรื่องความสะดวก อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.92$)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
2. ด้านบุคลากร						
2.1 เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ						
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	3.84	1.03	มาก	3.85	0.89	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ						
นักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ด้วยกันเอง	3.82	1.02	มาก	3.95	0.85	มาก
2.3 เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในการ						
ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.77	0.99	มาก	3.86	0.92	มาก
2.4 เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นใน						
การปฏิบัติงาน	3.78	0.97	มาก	3.72	0.90	มาก
2.5 เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพและการ						
แต่งกายที่เหมาะสม	3.82	0.96	มาก	3.91	0.88	มาก
เฉลี่ยรวม	3.80	0.88	มาก	3.85	0.74	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านบุคลากร อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.84$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านบุคลากร อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ด้วยกันเอง อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.95$)

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก						
สะดวก						
3.1 สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตร						
เข้าชมมีความเหมาะสม	3.94	0.93	มาก	3.84	0.90	มาก
3.2 ความเพียงพอของร้านจำหน่าย						
ของที่ระลึก อาหาร/เครื่องดื่ม	3.61	0.97	มาก	3.42	0.97	กลาง
3.3 ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก						
สะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ตู้ ATM						ปาน
บริเวณจุดพักผ่อน เป็นต้น	3.51	0.94	มาก	3.40	0.95	กลาง
3.4 ป้ายบอกทางภายใน						
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความ						
ชัดเจนและเพียงพอ	3.68	0.97	มาก	3.62	0.98	มาก
3.5 ความเพียงพอของอุปกรณ์ต่างๆ						
สำหรับประชากรกลุ่มพิเศษ เช่น ผู้						
พิการ เป็นต้น	3.67	0.87	มาก	3.52	0.95	มาก
เฉลี่ยรวม	3.68	0.80	มาก	3.56	0.75	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.94$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.84$)

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร

การท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการ เผยแพร						
4.1 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ พืชรักษณสถานแห่งชาติมีความ ชัดเจน	3.82	0.93	มาก	3.77	0.90	มาก
4.2 การเผยแพรข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับพืชรักษณสถานแห่งชาติ ผ่านสื่อต่างๆ มีความหลากหลาย น่าสนใจ	3.74	0.94	มาก	3.78	0.86	มาก
4.3 ป้ายประชาสัมพันธ์ พืชรักษณสถานแห่งชาติระหว่าง เส้นทางมีความชัดเจน น่าสนใจ	3.61	1.01	มาก	3.55	1.03	มาก
4.4 ความสะดวกของช่องทางในการ เข้าถึงพืชรักษณสถานแห่งชาติ เช่น การหาข้อมูลทาง Internet เป็นต้น	3.73	0.94	มาก	3.62	0.99	มาก
4.5 การแนะนำข้อมูลข่าวสารเมื่อมี นิทรรศการที่สำคัญ	3.74	0.95	มาก	3.55	0.96	มาก
เฉลี่ยรวม	3.73	0.85	มาก	3.65	0.82	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการ
ท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร อยู่
ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ
พืชรักษณสถานแห่งชาติมีความชัดเจน อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.82$) และความพึง
พอใจหลังการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก
($\bar{x} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเผยแพรข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพืชรักษณสถาน
แห่งชาติ ผ่านสื่อต่างๆ มีความหลากหลาย น่าสนใจ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.78$)

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมนันทนาการ

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ						
5.1 การจัดกิจกรรมต่างๆ มีความ หลากหลาย น่าสนใจ	3.77	0.91	มาก	3.71	0.90	มาก
5.2 การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับ ความรู้	3.83	0.95	มาก	3.95	0.84	มาก
5.3 การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน	3.77	0.97	มาก	3.80	0.90	มาก
5.4 การจัดนิทรรศการก่อให้เกิดแรง บันดาลใจ	3.76	0.92	มาก	3.93	0.88	มาก
5.5 ในการนำเสนอเนื้อหาความรู้ผ่าน เทคโนโลยีมีความเหมาะสม	3.79	0.94	มาก	3.60	0.92	มาก
เฉลี่ยรวม	3.79	0.83	มาก	3.80	0.73	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการ
ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับความ
คาดหวังมาก ($\bar{x} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับความรู้ อยู่ใน
ระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.83$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมนันทนาการ
อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดนิทรรศการทำให้
ได้รับความรู้ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.95$)

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ระดับ	ความพึงพอใจ		ระดับ
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
6. ด้านความปลอดภัย						
6.1 บริเวณทางเดินมีความเรียบ						
สม่ำเสมอและมีความสะดวก	3.83	0.91	มาก	3.82	0.92	มาก
6.2 รูปแบบสิ่งก่อสร้างภายในอาคาร						
มีมาตรฐานและปลอดภัย	3.84	0.95	มาก	3.83	0.86	มาก
6.3 ถังดับเพลิงและกล่องวงจรปิดมี						
จำนวนเพียงพอและได้มาตรฐาน	3.69	0.92	มาก	3.74	0.90	มาก
6.4 ความสว่างภายใน						
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความ						
เหมาะสม	3.77	0.97	มาก	3.85	0.89	มาก
6.5 ป้ายบอกทางออกฉุกเฉินมีความ						
ชัดเจนและเหมาะสม	3.79	0.96	มาก	3.76	0.92	มาก
เฉลี่ยรวม	3.78	0.83	มาก	3.80	0.77	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบสิ่งก่อสร้างภายในอาคารมีมาตรฐานและปลอดภัย อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.84$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสว่างภายในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x} = 3.85$)

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โดยแบ่งข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ออกเป็น 2 ด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) และทดสอบค่า “ที” (t-test) ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 18-24

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยรวม จำแนกตามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร	3.74	0.75	3.76	0.63	-0.67	0.51
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์	3.95	0.53	3.95	0.50	0.06	0.95
3. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น	3.34	0.96	3.63	0.79	-3.53*	0.00*
4. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือราชพิธี	3.74	0.84	3.27	0.63	4.90*	0.00*
5. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร	3.37	0.55	3.21	0.30	1.39	0.20
6. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์	4.75	0.15	4.80	0.09	-1.01	0.35

* $P < 0.05$ ($t_{(400)} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือราชพิธี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	3.70	0.84	3.81	0.71	-2.65*	0.01
2. ด้านบุคลากร	3.79	0.89	3.86	0.71	-1.74	0.08
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.68	0.78	3.58	0.72	1.90	0.06
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	3.73	0.86	3.68	0.79	0.94	0.35
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	3.80	0.82	3.81	0.73	-0.37	0.71
6. ด้านความปลอดภัย	3.77	0.82	3.81	0.77	-1.00	0.32
เฉลี่ยรวม	3.74	0.75	3.76	0.63	-0.67	0.51

* $P < 0.05$ ($t_{(251)} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร ด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	3.94	0.60	4.02	0.53	-1.57	0.12
2. ด้านบุคลากร	4.03	0.57	4.06	0.64	-0.53	0.59
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.86	0.65	3.72	0.60	2.22*	0.03
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	3.91	0.67	3.87	0.66	0.46	0.64
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	3.97	0.66	4.00	0.60	-0.46	0.65
6. ด้านความปลอดภัย	4.00	0.60	3.97	0.63	0.45	0.65
เฉลี่ยรวม	3.95	0.53	3.95	0.50	0.06	0.95

* $P < 0.05$ ($t_{(65)} = \pm 2.00$)

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	3.29	1.07	3.54	0.85	-2.99*	0.01
2. ด้านบุคลากร	3.49	1.04	3.68	0.94	-1.76	0.09
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.25	0.95	3.70	0.79	-4.42*	0.00
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	3.39	0.89	3.75	0.77	-3.33*	0.00
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	3.32	1.00	3.50	0.80	-1.74	0.09
6. ด้านความปลอดภัย	3.32	1.03	3.66	0.86	-3.08*	0.00
เฉลี่ยรวม	3.34	0.96	3.63	0.79	-3.53*	0.00

* $P < 0.05$ ($t_{(32)} = \pm 2.04$)

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น โดยภาพรวม ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	3.79	0.93	3.46	0.95	1.96	0.06
2. ด้านบุคลากร	3.73	0.87	3.61	0.70	0.94	0.36
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.74	0.84	2.66	0.64	7.83*	0.00
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	3.62	0.93	2.83	0.78	5.70*	0.00
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	3.81	0.87	3.63	0.68	1.81	0.08
6. ด้านความปลอดภัย	3.73	0.91	3.37	0.80	3.05*	0.00
เฉลี่ยรวม	3.74	0.84	3.27	0.63	4.90*	0.00

* $P < 0.05$ ($t_{(30)} = \pm 2.04$)

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือราชพิธี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี โดยภาพรวมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	3.55	0.23	3.47	0.24	0.84	0.42
2. ด้านบุคลากร	3.25	1.10	3.18	0.49	0.28	0.78
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.20	0.62	3.25	0.20	-0.36	0.73
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	3.25	0.83	2.91	0.67	2.05	0.07
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	3.20	0.59	2.93	0.48	2.30*	0.04
6. ด้านความปลอดภัย	3.69	0.71	3.42	0.67	1.10	0.30
เฉลี่ยรวม	3.37	0.55	3.21	0.30	1.39	0.20

* $P < 0.05$ ($t_{(10)} = \pm 2.23$)

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	4.82	0.16	4.78	0.23	1.00	0.36
2. ด้านบุคลากร	4.86	0.22	4.83	0.21	0.24	0.82
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.77	0.18	4.89	0.16	-1.92	0.10
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	4.69	0.32	4.80	0.23	-0.79	0.46
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	4.69	0.38	4.83	0.24	-0.85	0.43
6. ด้านความปลอดภัย	4.69	0.16	4.69	0.25	0.00	1.00
เฉลี่ยรวม	4.75	0.15	4.80	0.09	-1.01	0.35

* $P < 0.05$ ($t_{(6)} = \pm 2.45$)

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวยุโรปมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.80$) และนักท่องเที่ยวยุโรปมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ทั้งโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยสถานภาพด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที ชนิดตัวแปรกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความมีนัยสำคัญ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe) โดยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติใน กรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง					P- value	ความพึงพอใจ					P- value
	ชาย		หญิง		t		ชาย		หญิง		t	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการจัดการ	3.62	0.86	3.77	0.84	-1.73	0.08	3.79	0.67	3.80	0.75	-0.13	0.90
2. ด้านบุคลากร	3.70	0.87	3.85	0.88	-1.58	0.11	3.76	0.75	3.90	0.73	-1.78	0.08
3. ด้านสถานที่และ สิ่งอำนวยความสะดวก												
สะดวก	3.52	0.88	3.75	0.75	-2.54*	0.01	3.54	0.72	3.57	0.77	-0.38	0.70
4. ด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อ												
การเผยแพร่	3.50	0.93	3.83	0.80	-3.42*	0.00	3.51	0.80	3.71	0.82	-2.29*	0.02
5. ด้านกิจกรรม												
นันทนาการ	3.61	0.88	3.86	0.79	-2.86*	0.00	3.61	0.75	3.88	0.72	-3.44*	0.00
6. ด้านความ ปลอดภัย												
ปลอดภัย	3.60	0.92	3.86	0.77	-2.75*	0.01	3.60	0.80	3.88	0.75	-3.40*	0.00
เฉลี่ยรวม	3.59	0.81	3.82	0.73	-2.77*	0.01	3.64	0.67	3.79	0.64	-2.11*	0.04

* $P < 0.05$ ($t_{(388)} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	27.80	4	6.95	10.71*	0.00
	ภายในกลุ่ม	256.40	395	0.65		
	รวม	284.19	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	25.04	4	6.26	8.75*	0.00
	ภายในกลุ่ม	282.59	395	0.72		
	รวม	307.63	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	22.81	4	5.70	9.79*	0.00
	ภายในกลุ่ม	230.03	395	0.58		
	รวม	252.84	399			
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม	17.09	4	4.27	6.22*	0.00
	ภายในกลุ่ม	271.34	395	0.69		
	รวม	288.44	399			
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	20.92	4	5.23	8.16*	0.00
	ภายในกลุ่ม	253.19	395	0.64		
	รวม	274.12	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	24.92	4	6.23	9.92*	0.00
	ภายในกลุ่ม	247.96	395	0.63		
	รวม	272.88	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	22.62	4	5.66	10.71*	0.00
	ภายในกลุ่ม	208.55	395	0.53		
	รวม	231.18	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(4, 395)} = 2.37$)

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 27-33

ตารางที่ 27 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.99	-	0.40*	0.69*	0.31	-0.02
20-30 ปี	3.59		-	0.29	-0.09	-0.42*
31-40 ปี	3.30			-	-0.38	-0.71*
41-50 ปี	3.68				-	-0.33
51 ปีขึ้นไป	4.01					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.98	-	0.44*	0.74*	0.31	-0.14
20-30 ปี	3.54		-	0.31	-0.12	-0.57*
31-40 ปี	3.24			-	-0.43	-0.88*
41-50 ปี	3.67				-	-0.45*
51 ปีขึ้นไป	4.11					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อ
การท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.07	-	0.47*	0.68*	0.33	0.01
20-30 ปี	3.60		-	0.21	-0.13	-0.46
31-40 ปี	3.39			-	-0.35	-0.67*
41-50 ปี	3.74				-	-0.32
51 ปีขึ้นไป	4.06					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.90	-	0.33*	0.74*	0.29	-0.08
20-30 ปี	3.57		-	0.40*	-0.05	-0.41*
31-40 ปี	3.16			-	-0.45*	-0.82*
41-50 ปี	3.61				-	-0.37*
51 ปีขึ้นไป	3.98					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธี
ของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.95	-	0.43*	0.51*	0.22	0.03
20-30 ปี	3.52		-	0.08	-0.20	-0.39
31-40 ปี	3.44			-	-0.28	-0.47*
41-50 ปี	3.72				-	-0.19
51 ปีขึ้นไป	3.91					-

* P < 0.05

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อ
การท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่
แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.03	-	0.40*	0.65*	0.36	0.06
20-30 ปี	3.63		-	0.26	-0.04	-0.34
31-40 ปี	3.38			-	-0.30	-0.59*
41-50 ปี	3.67				-	-0.30
51 ปีขึ้นไป	3.97					-

* P < 0.05

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 33 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.02	-	0.33*	0.81*	0.34*	0.04
20-30 ปี	3.69		-	0.48*	0.02	-0.29
31-40 ปี	3.21			-	-0.46*	-0.77*
41-50 ปี	3.67				-	-0.31
51 ปีขึ้นไป	3.98					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2.51	2	1.26	1.77	0.17
	ภายในกลุ่ม	281.68	397	0.71		
	รวม	284.19	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	7.79	2	3.89	5.16*	0.01
	ภายในกลุ่ม	299.84	397	0.76		
	รวม	307.63	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม				2.74	0.07
	ภายในกลุ่ม	3.45	2	1.72		
	รวม	249.39	397	0.63		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม				2.19	0.11
	ภายในกลุ่ม	3.15	2	1.57		
	รวม	285.29	397	0.72		
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2.32	2	1.16	1.69	0.19
	ภายในกลุ่ม	271.80	397	0.68		
	รวม	274.12	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.79	2	0.89	1.31	0.27
	ภายในกลุ่ม	271.09	397	0.68		
	รวม	272.88	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	2.93	2	1.46	2.55	0.08
	ภายในกลุ่ม	228.25	397	0.57		
	รวม	231.18	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(2, 397)} = 3.00$)

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Scheffe (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 34

ตารางที่ 35 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.94	-	0.24*	0.39*
ปริญญาตรี	3.70		-	0.14
สูงกว่าปริญญาตรี	3.56			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	11.08	4	2.77	4.01*	0.00
	ภายในกลุ่ม	273.11	395	0.69		
	รวม	284.19	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	13.79	4	3.45	4.64*	0.00
	ภายในกลุ่ม	293.84	395	0.74		
	รวม	307.63	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม				2.27	0.06
	ภายในกลุ่ม	5.37	4	1.34		
	รวม	233.99	395	0.59		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม				2.01	0.09
	ภายในกลุ่ม	5.32	4	1.33		
	รวม	261.47	395	0.66		
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	10.60	4	2.65	3.97*	0.00
	ภายในกลุ่ม	263.52	395	0.67		
	รวม	274.12	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	11.89	4	2.97	4.50*	0.00
	ภายในกลุ่ม	260.99	395	0.66		
	รวม	272.88	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	9.41	4	2.35	4.19*	0.00
	ภายในกลุ่ม	221.77	395	0.56		
	รวม	231.18	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(4, 395)} = 2.37$)

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 37-41

ตารางที่ 37 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน / นักศึกษา	3.90	-	0.35*	0.31*	0.27	0.11
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.55		-	-0.04	-0.08	-0.24
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.59			-	-0.04	-0.20
ธุรกิจส่วนตัว	3.63				-	-0.16
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.79					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน / นักศึกษา	3.89	-	0.27	0.39*	0.28	0.22
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.62		-	0.12	0.01	-0.06
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.50			-	-0.11	-0.18
ธุรกิจส่วนตัว	3.61				-	-0.07
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.67					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความ
คาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจาก
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน / นักศึกษา	3.98	-	0.33	0.41*	0.33	0.04
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.64		-	0.08	0.00	-0.30
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.57			-	-0.08	-0.38
ธุรกิจส่วนตัว	3.64				-	-0.30
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.94					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน / นักศึกษา	3.94	-	0.42*	0.28	0.25	0.16
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.52		-	-0.14	-0.17	-0.26
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.66			-	-0.03	-0.12
ธุรกิจส่วนตัว	3.69				-	-0.08
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.78					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความ
คาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ
แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน / นักศึกษา	3.95	-	0.44*	0.31	0.23	0.17
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.51		-	-0.12	-0.20	-0.27
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.63			-	-0.08	-0.14
ธุรกิจส่วนตัว	3.71				-	-0.06
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.78					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความ
คาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่าง
จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	17.95	3	5.98	8.90*	0.00
	ภายในกลุ่ม	266.24	396	0.67		
	รวม	284.19	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	26.85	3	8.95	12.62*	0.00
	ภายในกลุ่ม	280.79	396	0.71		
	รวม	307.63	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	20.43	3	6.81	11.60*	0.00
	ภายในกลุ่ม	232.41	396	0.59		
	รวม	252.84	399			
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม	20.43	3	6.81	10.06*	0.00
	ภายในกลุ่ม	268.01	396	0.68		
	รวม	288.44	399			
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	20.26	3	6.75	10.53*	0.00
	ภายในกลุ่ม	253.86	396	0.64		
	รวม	274.12	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	23.86	3	7.95	12.65*	0.00
	ภายในกลุ่ม	249.02	396	0.63		
	รวม	272.88	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	20.51	3	6.84	12.85*	0.00
	ภายในกลุ่ม	210.66	396	0.53		
	รวม	231.18	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(3, 396)} = 2.60$)

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 43-49

ตารางที่ 43 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.83	-	0.40*	-0.31	-0.10
10,001 – 20,000 บาท	3.43		-	-0.71*	-0.50*
20,001 – 30,000 บาท	4.14			-	0.21
30,001 บาทขึ้นไป	3.93				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือกับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 44 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.76	-	0.30*	-0.43*	-0.14
10,001 – 20,000 บาท	3.46		-	-0.73*	-0.44*
20,001 – 30,000 บาท	4.19			-	0.28
30,001 บาทขึ้นไป	3.90				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 45 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.93	-	0.48*	-0.33	0.22
10,001 – 20,000 บาท	3.45		-	-0.81*	-0.26
20,001 – 30,000 บาท	4.26			-	0.55*
30,001 บาทขึ้นไป	3.71				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 46 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.76	-	0.40*	-0.28	-0.19
10,001 – 20,000 บาท	3.36		-	-0.68*	-0.58*
20,001 – 30,000 บาท	4.04			-	0.09
30,001 บาทขึ้นไป	3.94				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 47 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธี
ของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.80	-	0.39*	-0.28	-0.22
10,001 – 20,000 บาท	3.41		-	-0.67*	-0.60*
20,001 – 30,000 บาท	4.08			-	0.06
30,001 บาทขึ้นไป	4.01				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 48 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ
Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.89	-	0.44*	-0.19	-0.11
10,001 – 20,000 บาท	3.45		-	-0.63*	-0.54*
20,001 – 30,000 บาท	4.08			-	0.09
30,001 บาทขึ้นไป	3.99				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 49 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.87	-	0.44*	-0.32	-0.15
10,001 – 20,000 บาท	3.43		-	-0.76*	-0.58*
20,001 – 30,000 บาท	4.19			-	0.18
30,001 บาทขึ้นไป	4.01				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักชณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 50 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	8.04	4	2.01	3.90*	0.00
	ภายในกลุ่ม	203.50	395	0.52		
	รวม	211.54	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	13.80	4	3.45	6.69*	0.00
	ภายในกลุ่ม	203.69	395	0.52		
	รวม	217.49	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม				3.58*	0.01
	ภายในกลุ่ม	7.96	4	1.99		
	รวม	219.27	395	0.56		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม				7.06*	0.00
	ภายในกลุ่ม	17.75	4	4.44		
	รวม	248.03	395	0.63		
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	265.78	399		8.74*	0.00
	ภายในกลุ่ม	17.50	4	4.37		
	รวม	197.66	395	0.50		
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	215.16	399		8.74*	0.00
	ภายในกลุ่ม	19.47	4	4.87		
	รวม	219.89	395	0.56		
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	239.36	399		7.30*	0.00
	ภายในกลุ่ม	11.65	4	2.91		
	รวม	157.53	395	0.40		

* $P < 0.05$ ($F_{(4, 395)} = 2.37$)

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 51-57

ตารางที่ 51 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.91	-	0.32*	0.42*	0.15	-0.07
20-30 ปี	3.59		-	0.10	-0.18	-0.39*
31-40 ปี	3.49			-	-0.28	-0.49*
41-50 ปี	3.76				-	-0.22
51 ปีขึ้นไป	3.98					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 52 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.92	-	0.19	0.37	0.21	-0.20
20-30 ปี	3.73		-	0.17	0.02	-0.40
31-40 ปี	3.55			-	-0.15	-0.57*
41-50 ปี	3.71				-	-0.42
51 ปีขึ้นไป	4.12					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อการ
ท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 53 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถาน
แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.99	-	0.26	0.46*	0.18	-0.33
20-30 ปี	3.74		-	0.21	-0.07	-0.58*
31-40 ปี	3.53			-	-0.28	-0.79*
41-50 ปี	3.81				-	-0.51*
51 ปีขึ้นไป	4.32					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 54 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.73	-	0.30*	0.32*	0.20	0.24
20-30 ปี	3.43		-	0.02	-0.10	-0.06
31-40 ปี	3.41			-	-0.11	-0.08
41-50 ปี	3.52				-	0.03
51 ปีขึ้นไป	3.49					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 55 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.84	-	0.44*	0.39	-0.04	0.17
20-30 ปี	3.40		-	-0.04	-0.48*	-0.27
31-40 ปี	3.45			-	-0.43	-0.22
41-50 ปี	3.88				-	0.21
51 ปีขึ้นไป	3.67					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 56 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.00	-	0.42*	0.47*	0.21	-0.10
20-30 ปี	3.58		-	0.05	-0.21	-0.52*
31-40 ปี	3.53			-	-0.26	-0.57*
41-50 ปี	3.80				-	-0.30
51 ปีขึ้นไป	4.10					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 57 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อายุ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.99	-	0.40*	0.54*	0.09	-0.14
20-30 ปี	3.59		-	0.14	-0.31	-0.54*
31-40 ปี	3.45			-	-0.45*	-0.68*
41-50 ปี	3.90				-	-0.23
51 ปีขึ้นไป	4.13					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 58 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	1.36	2	0.68	1.28	0.28
	ภายในกลุ่ม	210.18	397	0.53		
	รวม	211.54	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5.22	2	2.61	4.88*	0.01
	ภายในกลุ่ม	212.27	397	0.53		
	รวม	217.49	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม				4.49*	0.01
		5.02	2	2.51		
	ภายในกลุ่ม	222.20	397	0.56		
	รวม	227.22	399			
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม				5.75*	0.00
		7.48	2	3.74		
	ภายในกลุ่ม	258.30	397	0.65		
	รวม	265.78	399			
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	7.24	2	3.62	6.91*	0.00
	ภายในกลุ่ม	207.92	397	0.52		
	รวม	215.16	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.26	2	2.13	3.60*	0.03
	ภายในกลุ่ม	235.10	397	0.59		
	รวม	239.36	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3.84	2	1.92	4.61*	0.01
	ภายในกลุ่ม	165.34	397	0.42		
	รวม	169.17	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(2, 397)} = 3.00$)

จากตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 59-64

ตารางที่ 59 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.85	-	0.19*	0.21*
ปริญญาตรี	3.66		-	0.02
สูงกว่าปริญญาตรี	3.64			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 59 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 60 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.97	-	0.23*	0.19
ปริญญาตรี	3.74		-	-0.05
สูงกว่าปริญญาตรี	3.78			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 61 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.66	-	0.16	0.35*
ปริญญาตรี	3.50		-	0.19
สูงกว่าปริญญาตรี	3.31			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 61 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 62 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.78	-	0.21	0.43*
ปริญญาตรี	3.57		-	0.22
สูงกว่าปริญญาตรี	3.35			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 62 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 63 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.94	-	0.27*	0.29*
ปริญญาตรี	3.67		-	0.02
สูงกว่าปริญญาตรี	3.65			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 63 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 64 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.90	-	0.21*	0.19
ปริญญาตรี	3.69		-	-0.02
สูงกว่าปริญญาตรี	3.72			-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 64 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 65 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	3.96	4	0.99	1.88	0.11
	ภายในกลุ่ม	207.58	395	0.53		
	รวม	211.54	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.88	4	0.97	1.79	0.13
	ภายในกลุ่ม	213.61	395	0.54		
	รวม	217.49	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.52	4	1.38	2.21	0.06
	ภายในกลุ่ม	246.26	395	0.62		
	รวม	251.78	399			
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม	5.31	4	1.33	2.01	0.09
	ภายในกลุ่ม	260.47	395	0.66		
	รวม	265.78	399			
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	5.52	4	1.38	2.33	0.06
	ภายในกลุ่ม	233.05	395	0.59		
	รวม	238.57	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5.37	4	1.34	2.27	0.06
	ภายในกลุ่ม	233.99	395	0.59		
	รวม	239.36	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	4.54	4	1.13	2.72*	0.03
	ภายในกลุ่ม	164.63	395	0.42		
	รวม	169.17	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(4, 395)} = 2.37$)

จากตารางที่ 65 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 66

ตารางที่ 66 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของอาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน / นักศึกษา	3.83	-	0.13	0.26*	0.06	0.00
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.70		-	0.14	-0.06	-0.13
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.57			-	-0.20	-0.26*
ธุรกิจส่วนตัว	3.77				-	-0.06
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.83					-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 66 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา และพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 67 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	9.64	3	3.21	6.30*	0.00
	ภายในกลุ่ม	201.90	396	0.51		
	รวม	211.54	399			
2. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	11.25	3	3.75	7.20*	0.00
	ภายในกลุ่ม	206.24	396	0.52		
	รวม	217.49	399			
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม				2.21	0.06
	ภายในกลุ่ม	3.71	3	1.23		
	รวม	222.55	396	0.56		
4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม				6.00*	0.00
	ภายในกลุ่ม	11.56	3	3.85		
	รวม	254.22	396	0.64		
5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	15.51	3	5.17	10.26*	0.00
	ภายในกลุ่ม	199.64	396	0.50		
	รวม	215.16	399			
6. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	13.50	3	4.50	7.89*	0.00
	ภายในกลุ่ม	225.86	396	0.57		
	รวม	239.36	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	10.40	3	3.47	8.64*	0.00
	ภายในกลุ่ม	158.78	396	0.40		
	รวม	169.17	399			

* $P < 0.05$ ($F_{(3, 396)} = 2.60$)

จากตารางที่ 67 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) แสดงผลดังตารางที่ 68-73

ตารางที่ 68 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.80	-	0.28*	-0.16	-0.23
10,001 – 20,000 บาท	3.52		-	-0.44*	-0.50*
20,001 – 30,000 บาท	3.96			-	-0.07
30,001 บาทขึ้นไป	4.02				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 68 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 69 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.85	-	0.27*	-0.17	-0.21
10,001 – 20,000 บาท	3.58		-	-0.43*	-0.47*
20,001 – 30,000 บาท	4.01			-	-0.04
30,001 บาทขึ้นไป	4.05				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 69 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 70 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.90	-	0.28*	-0.18	-0.22
10,001 – 20,000 บาท	3.62		-	-0.47*	-0.50*
20,001 – 30,000 บาท	4.09			-	-0.04
30,001 บาทขึ้นไป	4.12				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 70 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 71 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.67	-	0.23	-0.21	-0.36
10,001 – 20,000 บาท	3.44		-	-0.45*	-0.59*
20,001 – 30,000 บาท	3.89			-	-0.14
30,001 บาทขึ้นไป	4.03				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 71 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 72 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.87	-	0.36*	-0.14	-0.25
10,001 – 20,000 บาท	3.51		-	-0.50*	-0.61*
20,001 – 30,000 บาท	4.01			-	-0.12
30,001 บาทขึ้นไป	4.12				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 72 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 73 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ระหว่างรายได้ เป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe

รายได้	\bar{x}	ผลต่างค่าเฉลี่ยของรายได้			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.83	-	0.28*	-0.26	-0.28*
10,001 – 20,000 บาท	3.55		-	-0.54*	-0.56*
20,001 – 30,000 บาท	4.09			-	-0.02
30,001 บาทขึ้นไป	4.11				-

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 73 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติใน กรุงเทพมหานคร (คำถามปลายเปิด)

สิ่งที่นักท่องเที่ยวเสนอแนะมีดังต่อไปนี้

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร

1. อยากให้จัดทำป้ายบอกถึงความเป็นมาของวัตถุโบราณแต่ละชิ้น ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ป้ายบอกทางและอุปกรณ์บางอย่างภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้มีการชำรุด ควรปรับปรุงและดำเนินการซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอ (จำนวน 4 คน)
2. ห้องนิทรรศการบางห้องค่อนข้างมืด ควรมีการดูแลให้มีความพร้อมอยู่เสมอ (จำนวน 1 คน)
3. อยากให้ดำเนินการปรับปรุงทาสีทั้งภายนอกและภายในอาคารพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้ ให้มีความสวยงาม (จำนวน 2 คน)
4. อยากให้มีการประชาสัมพันธ์และแนะนำข้อมูลข่าวสารในการมาท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้รู้จักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้มากขึ้น (จำนวน 2 คน)
5. อยากให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้มีช่วงระยะเวลาในการเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นานมากขึ้น (จำนวน 2 คน)

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์

1. อยากให้จัดทำป้ายบอกทางในการเดินชมภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้เพิ่มเติม (จำนวน 3 คน)
2. อยากให้มีร้านอาหารและร้านเครื่องดื่ม เปิดบริการ (จำนวน 3 คน)
3. อยากให้มีตู้ ATM เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกมากขึ้น (จำนวน 2 คน)
4. อยากให้มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการที่สำคัญ (จำนวน 2 คน)

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือราชพิธี

1. เส้นทางในการเดินทางไม่สะดวกเท่าที่ควร รถยนต์ไม่สามารถเดินทางเข้าถึง ซึ่งต้องเดินทางด้วยเท้าเข้าไป ควรจะมีการปรับปรุงในด้านนี้ (จำนวน 5 คน)

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร

1. อยากให้มีการดำเนินการเรื่องการเก็บค่าที่จอดรถ ให้มีความเป็นระเบียบและมีความถูกต้อง (จำนวน 4 คน)

ซึ่งกล่าวได้ว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร จัดทำป้ายบอกถึงความ เป็นมาของวัตถุโบราณแต่ละชิ้น ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ป้ายบอกทางและอุปกรณ์บางอย่าง ภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้มีการชำรุด ควรปรับปรุงและดำเนินการซ่อมบำรุงอย่าง สม่าเสมอ ห้องนิทรรศการบางห้องค่อนข้างมืด ควรมีการดูแลให้มีความพร้อมอยู่เสมอ รวมทั้ง ดำเนินการปรับปรุงทาสีทั้งภายนอกและภายในอาคารพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้ ให้มีความ สวยงาม ทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์และแนะนำข้อมูลข่าวสารในการมาท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้รู้จักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้มากขึ้น และควรเพิ่มระยะเวลา ในการเปิด-ปิด ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมานานมากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ จัดทำป้ายบอกทางในการ เดินชมภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติแห่งนี้เพิ่มเติม ควรมีร้านอาหารและร้านเครื่องดื่ม เปิด บริการ รวมทั้งมีตู้ ATM เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวสะดวกมากขึ้น และมีการประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการที่สำคัญ

นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือราชพิธี ดำเนินการในเรื่อง เส้นทางในการเดินทาง รอยนต์ไม่สามารถเดินทางเข้าถึง ซึ่งต้องเดินทางด้วยเท้าเข้าไป ซึ่งควรจะ มีการปรับปรุงในด้านนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร มีการดำเนินการ เรื่องการเก็บค่าที่จอดรถ ให้มีความเป็นระเบียบและมีความถูกต้อง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

โดยทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร 6 แห่ง คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ใน 6 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552-เดือนกันยายน พ.ศ. 2553) จำนวน 199,882 คน (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาพิพิธภัณฑ์, ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย, 17 พฤศจิกายน 2553) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ของตารางสำเร็จรูปในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ต่อความผิดพลาดที่ไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร จำนวน 252 คน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ จำนวน 66 คน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น จำนวน 33 คน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี จำนวน 31 คน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร จำนวน 11 คน และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ จำนวน 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎีแนวคิด หลักการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประวัติในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านเส้นทางขนส่ง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตอนที่ 3: ข้อมูลทางด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด และข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open ended)

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง และความตรงของเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามเท่ากับ 0.83 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อคำนวณหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามกระบวนการวิธีของครอนบาค (Cronbach) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความคาดหวังมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.87 และความพึงพอใจมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.95

ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร ถนนหน้าพระธาตุ เขตพระนคร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ ถนนเจ้าฟ้า แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น บริเวณรัฐสภา ถนนอุทองโน เขตดุสิต พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี ริมคลองบางกอกน้อย แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร บริเวณวัดเบญจมบพิตร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ในบริเวณกรมศิลปากร ถนนหน้าพระธาตุ เขตพระนคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง และทำการแปลงข้อมูลเข้ารหัส และประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติอย่างเป็นขั้นตอน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และหาร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที ชนิดตัวแปรกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความมีนัยสำคัญ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ้ (Scheffe) โดยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 62.93 เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 และประวัติในการท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร 1-3 ครั้ง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ มีเอกลักษณ์ในความเป็นไทย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83
2. ด้านการคมนาคมขนส่ง คือ รถสาธารณะมีปริมาณเพียงพอต่อการเดินทาง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีบริเวณพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 36.46

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครทุกด้านอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ด้านการจัดการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านการจัดการ อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x}=3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าธรรมเนียมเข้าชมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.81$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านการจัดการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดการเรื่องความสะดวก อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.92$)

2. ด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านบุคลากร อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.84$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านบุคลากร อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.95$)

3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x}=3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.94$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.84$) เช่นกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเพียงพอของร้านจำหน่ายของที่ระลึก อาหาร/เครื่องดื่ม ($\bar{x}=3.42$) และความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ตู้ ATM บริเวณจุดพักผ่อน เป็นต้น ($\bar{x}=3.40$) อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นสองลำดับท้ายสุดในความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่

นักท่องเที่ยวยาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x}=3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีความชัดเจน อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.82$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ผ่านสื่อต่างๆ มีความหลากหลาย น่าสนใจ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.78$)

5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ

นักท่องเที่ยวยาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x}=3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับความรู้ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.83$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับความรู้ อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.95$)

6. ด้านความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวยาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับความคาดหวังมาก ($\bar{x}=3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปแบบสิ่งก่อสร้างภายในอาคารมีมาตรฐานและปลอดภัย อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.84$) และความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสว่างภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.85$)

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่าคะแนนค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวไทย จำแนกตามพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

1. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร ด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.03$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.06$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.49$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.75$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น โดยภาพรวม ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือราชพิธี

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี โดยภาพรวม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านการจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.47$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.86$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจหลังการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.89$) เป็นอันดับแรก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ทั้งโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

จากผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า

1. ระหว่างเพศ

นักท่องเที่ยวยุโรปเพศชายและเพศหญิง มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวยุโรปเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ระหว่างอายุ

นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการจัดการ นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ

ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกิจกรรมนันทนาการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ระหว่างระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการและด้านความปลอดภัย

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกิจกรรมนันทนาการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ระหว่างอาชีพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

โดยภาพรวม แตกต่างจากข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการจัดการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกิจกรรมนันทนาการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ระหว่างรายได้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. **ด้านการจัดการ** จากผลการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.73$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมากเป็นลำดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมเข้าชมมีความเหมาะสม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีระบบการจัดการเรื่องค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม จึงทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเข้าชมได้ สอดคล้องกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) กล่าวว่า ราคาค่าบริการของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป และ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การตลาดเริ่มต้นที่การศึกษาความต้องการของลูกค้า แล้วนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยการใช้เครื่องมือทางการตลาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งราคาต้นทุน (Cost) ที่ลูกค้าจ่ายไปในการได้รับผลิตภัณฑ์มา ต้นทุนอยู่ในรูปของตัวเงิน ผู้บริโภคจะนำมาเปรียบเทียบกันระหว่างมูลค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้ามูลค่าสูงกว่าต้นทุนก็ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ด้านการจัดการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) เช่นกัน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก คือ การจัดการเรื่องความสะดวก อาจจะเป็นเพราะว่ามีบุคลากรทำความสะดวกทั้งภายในและภายนอกรอบๆ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ซึ่งการจัดการเรื่องความสะดวกนับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง สอดคล้องกับ มาสโลว์ (Maslow, 1970) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์จะเกิดขึ้นเมื่อ ความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง ซึ่งเริ่มพัฒนาจากความต้องการในระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ก่อน และพิพัฒนา ก้องกิจกุล (2547) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อสินค้าหรือบริการของเราตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหมายของพวกเขาซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกสมหวังหรือเกินความคาดหวังที่เกินขึ้นเมื่อพวกเขาได้รับการบริการ ลูกค้าที่รู้สึกพึงพอใจก็มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นหรือบ่อยครั้งขึ้นตลอดจนแนะนำสมาชิกในครอบครัว เพื่อนฝูงให้มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้วย

2. ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชรักษณสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมากเป็นลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพืชรักษณสถานแห่งชาติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ามีการคาดหวังว่าบุคลากรของพืชรักษณสถานแห่งชาติจะได้รับการอบรมหรือฝึกฝนในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพืชรักษณสถานแห่งชาติมาเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ กำโชค เผือกสุวรรณ (2546) กล่าวว่า การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการให้บริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัยทั้งทางด้านผลงานและการให้บริการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติ และคอตเลอร์ (Kotler, 1994) กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้ามีพื้นฐานมาจากประสบการณ์และความรู้ที่สั่งสมมาแต่อดีตของแต่ละบุคคล อาจจะมาจากการซื้อในครั้งก่อน จากคำแนะนำของเพื่อน ข้อมูลทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้า ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการมาจากประสบการณ์เดิม การพูดปากต่อปาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการมารับบริการครั้งก่อน เมื่อผู้บริโภคมารับบริการก็จะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่คาดหวัง ถ้าผลพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นมากกว่าบริการที่คาดหวังผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก เมื่อคุณภาพของบริการถูกประเมินโดยผู้รับบริการ ดังนั้นถ้าบริการหนึ่งๆ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ จึงกล่าวได้ว่าบริการนั้นมีคุณภาพ ซึ่งจะพอสรุปได้ว่าคุณภาพบริการนั้นขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบของผู้รับบริการระหว่างบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้ากับบริการที่ได้รับในความคิดของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ดังนั้นความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงต้องสร้างคุณภาพตามมาตรฐานทั้งสองส่วนนี้ให้เกิดขึ้นพร้อมๆกัน คือ ความสอดคล้องกันระหว่างมาตรฐานเชิงเทคนิคและเชิงปฏิบัติสัมพันธ์

ด้านบุคลากรพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ด้วยกันเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรของพืชรักษณสถานแห่งชาติมีความเต็มใจในการปฏิบัติงานบริการ สอดคล้องกับ อเด และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson, 1975) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่ออัยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงอัยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองและการแสดงความสนใจหวังใยผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ ซึ่งแยกเป็น 2 ประเภทคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับการให้การศึกษาแก่ผู้ใช้บริการ เช่น การปฏิบัติตนของผู้ใช้บริการ การให้บริการ รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้วย และกำโชค เผือกสุวรรณ (2546) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการว่า เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการ และในการ

วัดความพึงพอใจของการให้บริการ การให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะ ยศศักดิ์ วิทยุติ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิวเอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง และการให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะ ถูกกาลเทศะ ไม่ใช่อารมณ์กับผู้มาใช้บริการ

3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จากผลการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมากเป็นลำดับแรก คือ สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก คือ สถานที่ในการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม เช่นกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีการดำเนินการในการเตรียมการอย่างดี เหมาะสมและมีการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า สถานที่ (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด คือ สถาบันทางการตลาด อาจเป็นคนกลางต่างๆ ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ เป็นต้น และจิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543) ศึกษาความหมาย ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริการ กล่าวได้ว่าสถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวก เมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ สอดคล้องกับ แนวความคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะอยู่ท่องเที่ยววันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

4. ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ จากผลการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.73$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมาก คือ การให้ข้อมูลข่าวสาร

เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความชัดเจน อาจจะเป็นเพราะว่าข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารถึงนักท่องเที่ยวมีการกล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับการจัดแสดงของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอต่อผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า ผู้ซื้อจะเกิดการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมีการยอมรับในสินค้านั้นผลิตภัณฑ์คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็นคุณสมบัติที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด ซึ่งสินค้า (Goods) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ แต่บริการ (Service) สัมผัสไม่ได้ เกิดจากการใช้ความพยายามของมนุษย์ ส่วนความคิด (Idea) อาจจะเป็นปรัชญา บทเรียน แนวคิด และ ข้อเสนอแนะ และการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามที่มีการวางแผนการโดยองค์การ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ผ่านสื่อต่างๆ มีความหลากหลาย น่าสนใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารที่มีการแสดงผ่านสื่อต่างๆ มีความสำคัญในดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม สอดคล้องกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) กล่าวว่า การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้ และจุฑาทา ตาดพริ้ง (2545) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือ ตัวจักรที่ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

5. ด้านกิจกรรมนันทนาการ จากผลการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมาก คือ การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับความรู้

ด้านกิจกรรมนันทนาการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก คือ การจัดนิทรรศการทำให้ได้รับความรู้เช่นกัน อาจเป็นเพราะการจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมต่างๆ ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีการ

สอดคล้องกับ พรพิมล ศรีชเรศ (2551) กล่าวถึงหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติว่า การศึกษานอกระบบสำหรับผู้ไม่มีโอกาสศึกษาในระบบโรงเรียน และเป็นแหล่งที่สามารถจัดสื่อการเรียนที่มีคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการของสถานศึกษาหรือนักเรียน นักศึกษา ได้เข้ามาใช้สื่อเหล่านั้นอย่างทัดเทียมกัน ทั้งยังสามารถจัดกิจกรรมพัฒนาเยาวชนในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรมวิทยาศาสตร์นอกระบบโรงเรียน กิจกรรมค่ายทางวิชาการ เพื่อฝึกฝนความมีวินัย ความสามัคคี ความรักสภาพธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรและการรักษาสิ่งแวดล้อมให้สมดุล เป็นต้น

6. ด้านความปลอดภัย จากผลการวิจัยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมาก คือ รูปแบบสิ่งก่อสร้างภายในอาคารมีมาตรฐานและปลอดภัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์ประกอบภายในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่น่าสนใจ รวมทั้งมีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่าอีกสถานที่หนึ่ง สอดคล้องกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก คือ ความสว่างภายในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีความเหมาะสม แสดงว่า การจัดการด้านความปลอดภัยของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอยู่ในระดับดี ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในการมาท่องเที่ยวยังพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สอดคล้องกับ ยูพีดี เสตพรรณ (2539) กล่าวว่า ความปลอดภัย ต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีตำรวจท่องเที่ยว การให้คงความปลอดภัยในการจราจร มีสายการบินที่มีประวัติอุบัติเหตุทางการบินน้อยที่สุดที่มาลง และมาสโลว์ (Maslow, 1970) กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของมนุษย์จะเกิดขึ้นเมื่อ ความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง ซึ่งเริ่มพัฒนาจากความต้องการในระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ก่อน เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว มนุษย์ก็จะเกิดความต้องการในระดับที่สูงกว่าต่อไป โดยเป็นไปตามลำดับ คือ ความต้องการทางด้านกายภาพ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการทางด้านชื่อเสียง และความต้องการประสบความสำเร็จ

ซึ่งในประเด็นนี้อาจกล่าวได้ว่าความคาดหวังและความพึงพอใจที่เกิดขึ้นนั้นเกิดได้จากหลายประเด็นทั้งในประเด็น ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย ซึ่งหากจำแนกตามพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครแต่ละแห่ง กล่าวได้ว่า

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังด้านกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) และมีความพึงพอใจด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร ด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.03$) และมีความพึงพอใจด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x}=4.06$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.49$) และมีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.75$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น โดยภาพรวม ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังด้านกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$) และมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x}=3.63$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี โดยภาพรวม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$) และมีความพึงพอใจด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.47$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร ด้านกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.86$) และมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.89$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ ทั้งโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ในประเด็นของพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอีกส่วนสำคัญ สำหรับการศึกษาคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ความแตกต่างทางปัจจัยพื้นฐาน รวมถึงความแตกต่างทางด้านแนวคิดถือเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่สำคัญในการศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว เมื่อเราสามารถทำการดำเนินการได้ตรงกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยแล้วนั้น สิ่งตามมาก็คือจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้วยสาเหตุนี้จำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรม เพราะนั่นคือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยสามารถแยกเป็นปัจจัยย่อยจากการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

เพศ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังและความพึงพอใจมากกว่าเพศชายในทุกด้าน กล่าวคือ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ ด้านกิจกรรมนันทนาการ และด้านความปลอดภัย กล่าวได้ว่าเพศที่ต่างกันมีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่แตกต่างกันซึ่งแสดงให้เห็นว่า เพศที่ต่างกันมีแนวคิดหรือพฤติกรรมพื้นฐานทางจิตวิทยาที่ต่างกัน มีการรับรู้ เรียนรู้ และความเชื่อหรือทัศนคติในแต่ละส่วนแตกต่างกัน ส่งผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า อาจเนื่องมาจากเพศหญิงให้ความสำคัญ และเอาใจใส่เกี่ยวกับสุขภาพมากกว่าเพศชาย และอยู่ในวัยทำงาน โดยต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด และความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า จากภาระงาน และภาระครอบครัว และพรพิมล ศรีธเรศ (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑฯ ไคโนเสาร์ใน

ประเทศไทย กล่าวว่่านักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวหญิงมีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่เดิมในอดีตที่เพศหญิงจะต้องอยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน ความทัดเทียมระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีมากกว่าเดิม

อายุ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้าน หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมนันทนาการมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงการเรียนรู้ เพิ่มพูนประสบการณ์ใหม่ๆ การท่องเที่ยวทัศนศึกษาจึงถือเป็นกิจกรรมนันทนาการที่กลุ่มนี้ให้ความสนใจและนิยมเลือกท่องเที่ยวในช่วงเวลาว่างเพราะเป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่น ชอบลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น และคอตเลอร์ (Kotler, 2000) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคว่า การที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน มีการแบ่งผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ

ระดับการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรแตกต่างจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพืชรักชานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครแตกต่างจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่จำเป็นว่าผู้ที่มีการศึกษาค่าจะเลือกบริโภคของผู้ที่มีคุณภาพไม่ดีเสมอไป และสอดคล้องกับ คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ที่กล่าวว่า การศึกษาของผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาของผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่า

อาชีพ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครแตกต่างจาก ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยศึกษาหาความรู้ เรียนรู้ พร้อมที่จะค้นคว้าในสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นกลุ่มวัยทำงาน มาท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน คลายเครียดจากการทำงานมากกว่ามาเรียนรู้หรือหาประสบการณ์ใหม่ๆ สอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน และคอตเลอร์ (Kotler, 2000) กล่าวว่า ต้องศึกษาว่ากลุ่มบุคคลในอาชีพใดให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์มากที่สุดเพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองตอบความต้องการให้เหมาะสม

รายได้ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาความคาดหวังโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ความแตกต่างทางรายได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้มีรายได้สูงมักมีแนวโน้มในการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ และมีการตัดสินใจบริโภคสินค้าแต่ละประเภทได้ง่ายกว่า สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า โอกาสทางเศรษฐกิจ (economic circumstances) หรือ รายได้ (income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

การบริการที่ดีนั้นจำเป็นจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายๆ ด้าน และจะต้องคำนึงถึงส่วนสำคัญ ดังนั้นการศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงมีส่วนสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ด้านการจัดการ สิ่งที่ควรพัฒนาต่อไปในความคาดหวังและความพึงพอใจคือ

เรื่องการจัดการดูแลยานพาหนะที่เข้ามายังพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ควรทำก็คือ วางแผนดูแลยานพาหนะที่เข้า-ออก ให้เป็นระบบมากขึ้น มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละส่วนของตน

ด้านบุคลากร สิ่งที่ควรพัฒนาต่อไปในความคาดหวังและความพึงพอใจคือ

เรื่องเจ้าหน้าที่ ดังนั้นสิ่งควรทำคือ เพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอในการดำเนินงาน รวมทั้งฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถและเข้าใจในระบบงานก่อนมาปฏิบัติหน้าที่จริง ทั้งนี้เพื่อจะได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับการให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง อันจะเป็นการเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งที่ควรพัฒนาต่อไปในความคาดหวังและความพึงพอใจคือ

เรื่องความเพียงพอของร้านจำหน่ายของที่ระลึก อาหาร/เครื่องดื่ม ดังนั้นสิ่งที่จะควรทำคือควรเพิ่มสถานที่เหล่านี้และดำเนินงานให้เป็นระบบระเบียบสอดคล้องกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในแต่ละแห่ง ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ และทำให้นักท่องเที่ยวอยากอยู่ท่องเที่ยววนขึ้น

ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ สิ่งที่ควรพัฒนาต่อไปในความคาดหวังและความพึงพอใจคือ

เรื่องการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติให้มีความชัดเจน เพราะว่าข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารถึงนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนย่อมจะส่งผลที่ดีต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติโดยตรง อีกข้อก็คือ การแนะนำข้อมูลข่าวสารเมื่อมีนิทรรศการที่สำคัญ ดังนั้นจึงควรวางวิธีในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์นั้นๆ

ด้านกิจกรรมนันทนาการ สิ่งที่ควรพัฒนาต่อไปในความคาดหวังและความพึงพอใจคือ

เรื่องการจัดนิทรรศการก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและการนำเสนอเนื้อหาความรู้ผ่านเทคโนโลยีมีความเหมาะสม กล่าวคือควรปรับปรุงกลไกทางการสื่อสารให้มีคุณภาพ สอดแทรกเนื้อหาที่เหมาะสม อันจะเป็นการเพิ่มประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว

ด้านความปลอดภัย สิ่งที่ควรพัฒนาต่อไปในความคาดหวังและความพึงพอใจคือ

เรื่องถึงดับเพลิงและกล้องวงจรปิดให้มีจำนวนเพียงพอและได้มาตรฐาน จุดนี้เป็นเรื่องที่สำคัญมาก ดังนั้นสิ่งที่ควรจะทำคือ ควรเพิ่มอุปกรณ์เหล่านี้ให้มีจำนวนเพียงพอ ทั้งยังต้องดูแลให้เป็นระบบมาตรฐานที่มีความปลอดภัย เพราะสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี มีความปลอดภัยย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรประสานงานร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการส่งเสริมความรู้และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดการด้านบริการอย่างเป็นระบบ อันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
2. ควรมีนโยบายการทำงานอย่างเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน ทั้งนี้ควรมีการติดตามตรวจสอบและประเมินผลตามแผนงานที่ได้วางไว้
3. หน่วยงานที่ดูแลบุคลากรที่เข้ามาทำงานในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ควรมีการติดตามและประเมินผลการทำงานของบุคลากรอยู่เสมอเพื่อให้การปฏิบัติงานมีคุณภาพและมีความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจ ที่คาดว่าจะเป็นที่ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจเพื่อเป็นการศึกษาในโอกาสต่อไป ดังนี้

1. ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาผลกระทบจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาพิพิธภัณฑ์. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม.

ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย, 17 พฤศจิกายน 2553.

กำโชค เผือกสุวรรณ. การจัดการธุรกิจนันทนาการ. กรุงเทพมหานคร: เกษมศรีการพิมพ์, 2546.

คณะกรรมการบริหาร โครงการคลังปัญญาไทย. พิพิธภัณฑ์. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:

<http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php/พิพิธภัณฑ์> [2553, ตุลาคม 27]

จารุณี อินเฒ่าฉาย. บนเส้นทางพิพิธภัณฑ์. พิพิธภัณฑ์สาร 7 (กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2537): 36.

จิรา จงกล. นำชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร. กรุงเทพมหานคร: กรมศิลปากร, 2527.

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

จุฑาภา ดาดพริ้ง. การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอเมริกันและชาวยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

นัตราพร เสมอใจ. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547.

นัตราพร เสมอใจ และ มัทนียา สนธิ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2545.

ชิดจันทร์ หังสสุต. หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532.

ชนิดา พลศรี. ความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547.

ทิพาพร โพธิ์ศรี. การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการให้บริการการท่องเที่ยวแบบไป-เข้า-เย็นกลับ ของการรถไฟแห่งประเทศไทย. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญา

- มหบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2535.
- นิตา ชัชกุล. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- นันทพร ดำรงพงศ์. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชีย จำกัด(มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาลังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2541.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548.
- ปราชดา พรหมเสน. ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- ปรีชา แดงโรจน์. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: โฟว์ แอนด์ โฟว์พริ้นติ้ง, 2544.
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์. พิพิธภัณฑ์บ้านไทยจิม ทอมป์สัน. สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2553.
- พรพิมล ศรีธเรศ. การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ. ประวัติความเป็นมา&หน่วยงาน. [ออนไลน์].2553. แหล่งที่มา: <http://www.thailandmuseum.com> [2553, พฤศจิกายน 17]
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. คู่มือปฏิบัติวิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพมหานคร: เอ็กเปอร์เน็ท, 2547.
- พัชรา ลาภลือชัย. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีและตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- เพชรรัตน์ ภูพันธ์ุ. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

- มณฑกาณจน์ วิจิตรสกุลย์. ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
- มนัญญา นวลศรี. แนวทางในการจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน ภาควิชานโยบายการจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- เมตตา เสวตเลข. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534. อ้างถึงใน นวพร ภักดีสงคราม. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ยุพดี เสตพรรณ. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพมหานคร: พิเศษการพิมพ์, 2539.
- ลีลา สีนานุเคราะห์. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, 2530.
- ลักษณะ บุญเรือง, <http://www.sac.or.th>. [ออนไลน์]. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร. 2549, อ้างถึงใน พรพิมล ศรีธเรศ. การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- วรรณ วลัยวานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วิรัตน์ เอ็ดดูลักษณ์, 2546.
- วิษชุดา จิตอัคคะ. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อรูปแบบกิจกรรมขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2551.
- วิมลสิทธิ หรยางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

- วินิจ วีรยางกูร. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2533.
- วิเชียร เกตุสิงห์. หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2530.
- วัฒนา เพ็ชรวงษ์. พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.
- ศิริพร จุลอมร. 18 พฤษภาคม วันพิพิธภัณฑสถานสากล. พิพิธภัณฑสถาน 7 (เมษายน-พฤษภาคม 2537): 43-51.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา, 2539.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: วิสุทซ์วัฒนา, 2541.
- ศุภนิศัย ไชครัตนตรี. การบริหารการบริการ: พัฒนาคอนอย่างไรเพื่อให้บริการที่ดี. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาข้าราชการพลเรือน, 2536.
- สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2519.
- สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ท่ามาดี, 2544.
- สมยศ นาวิการ. การติดต่อสื่อสารขององค์กร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- สมิต สัมภูกร. การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2543.
- สิทธิ์ ชีรสรณ์. เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- สิริพรรณ ชิรศรี โชติ. การบริหารพิพิธภัณฑสถานเชิงธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม, 2548.
- สุจินต์ สุวินัยตระกูล. ความคิดเห็นในกิจกรรมการพยาบาลที่คาดหวังกับความเป็นจริงของมารดาหลังคลอด หอผู้ป่วยพิเศษ 6 โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่. เชียงใหม่: โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่, 2537.
- สุมาลี สังข์ศรี. รายงานการวิจัยการจัดการเรียนรู้ของแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต: พิพิธภัณฑสถาน. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2548.
- เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.
- หลุย จำปาเทศ. จิตวิทยาสัมพันธ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สามัคคีสาส์น, 2533.

- อรมนต์ บัณฑิตสุขุมาลัย. รูปแบบการบริหารพิพิธภัณฑสถานและประสิทธิผลในการดำเนินงาน ศึกษา
กรณี การบริหารแบบราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน มหาวิทยาลัย และเอกชน.
รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสน
ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อารีย์ อิศวนภาพ. การนำเสนอรูปแบบพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2532.

ภาษาอังกฤษ

- Aday, L.A and Anderson, R. Development of Indices of Access to Medical Care. Michigan: Ann
Arbor, 1975.
- Baker, D.A., and Crompton, J.L. Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of
Tourism Research, 2000.
- Best, John W. Research in Education. 5th ed. New Delhi: Prentice – Hall Inc., 1986.
- Bowen, D. Antecedents of customer satisfaction and dissatisfaction (CS/D) on long-haul inclusive
tours-a reality check on the theoretical considerations. Tourism Management, 2001.
- Choi, T.Y. and Chu, R. Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the
HongKong hotel industry. International Journal of Hospitality Management, 2001.
- Dickman, S. Tourism: An introductory text. 2nd ed. Australia: Hodder Education, 1996.
- Ealine, Ruth. Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York. Dissertation
Abstracts International, 1984.
- Fluker, M.R., and Lindsay W.T. Need, Motivation and Expectations of a Commercial Whitewater
Rafting Experiences. Journal of Travel Research 38 (May), 2000.
- Heung, V.C.S. Satisfaction levels of mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services.
International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2000.
- Hughes, David G. Marketing Management: A Planning Approach. Reading: Addison – Wesley,
1978.

- Katz, E., J.G.Blumler, and M.Gurevitch. Utilization of mass communication by the individual. Beverly Hills: Sage, 1974.
- Kotler, P. Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall International, Inc., 1994.
- Kotler, P. Marketing Management. 10th ed. New Jersey: Prentice Hall International, Inc., 2000.
- Mangeldroff, A.C. Patient Satisfaction Questionnaire in Medical Care Clinic. New Jersey: Prentice Hall, 1978.
- Maslow, A H. Motivation and personality. 2nd ed. New York: Harper and Row, 1970.
- McCarthy, Jerome E. Basic Marketing: A managerial Approach. 7th ed. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc., 1981.
- McDaniel Jr., Carl. Marketing An Integrated Approach. New York: Harper&Row Publisher, Inc., 1979.
- Mc Intosh. Tourism principle, practices philosophies. 5th ed. New York: John Wiles and Sons. Inc., 1986.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. Newyork: Free Press, 1990.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journey of Retailing* 64 (January 1988): 12-40.
- Rothwell, Geoffrey Scott. The Routes of Bermudian Society: The theming of Bermudian Society as a Tourist Destination. University of Maryland College, 2004.
- Schiffman, Leon G., and Kanuk, Leslie Lazar. Consumer Behavior. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice - Hall, 1994.
- Wallestein, H. A Dictionary of Psychology. Marryland: Penquin Book, 1971.
- Yamane, T. Statistic: An Introductory Analysis. Tokyo: Harper International Edition, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือในงานวิจัย

1. ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล
3. รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย
อาจารย์ประจำ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
4. คุณ กาญจนา โขษฐ์ยมพราย
หัวหน้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น
5. คุณ สมชาย ณ นครพนม
ภัณฑารักษ์เชี่ยวชาญ สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

ภาคผนวก ข

จดหมายเรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ ๑๘๖

วันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวทัศนตะวัน ต่วนตระกูลศิลป์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการ
นันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อ
วิทยานิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัช
วิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะกรรมการ
บริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา
เครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
จักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชุด คณิงสุขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/ ๒๕๖

วันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอรเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวทัศนตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณึงสุขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๕๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวทัศนตะวัน ต่วนตระกูลศิลป์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติใน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลชวีวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๐๕๕๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน หัวหน้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น (คุณกาญจนา โอษฐ์ยิ้มพราย)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวทัศนตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติใน กรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๔-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๔-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๕๕



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๒ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ภัณฑารักษ์เชี่ยวชาญ สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (คุณสมชาย ณ นครพนม)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวทัศนตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติใน กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิ่งสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ภาคผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามการวิจัยเรื่อง

“ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

2. ผู้ตอบแบบสอบถามนี้ คือ นักท่องเที่ยว

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน รวมทั้งหมด 5 หน้า ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจ
ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร และข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยว
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

3. ในการตอบแบบสอบถาม ให้ปฏิบัติดังนี้

ตอนที่ 1 โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่าง หน้าข้อความตาม
ความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 2 โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับพฤติกรรมที่
ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างตามระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร โดยใช้เกณฑ์
พิจารณาดังนี้

ความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด	เทียบเท่ากับ 5 คะแนน
ความคาดหวังและความพึงพอใจมาก	เทียบเท่ากับ 4 คะแนน
ความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง	เทียบเท่ากับ 3 คะแนน
ความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย	เทียบเท่ากับ 2 คะแนน
ความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด	เทียบเท่ากับ 1 คะแนน

โปรดเขียนข้อเสนอแนะของท่านที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติใน
กรุงเทพมหานคร

4. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ จะถูกเก็บเป็นความลับและมีการนำไปใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น

**แบบสอบถาม เรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบ
ของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและมีการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครที่ท่านท่องเที่ยว (เพียง 1 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร | <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอศิลป์ |
| <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น | <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี |
| <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร | <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ |

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่าง ตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

2. อายุ

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี | <input type="checkbox"/> 20-30 ปี |
| <input type="checkbox"/> 31-40 ปี | <input type="checkbox"/> 41-50 ปี |
| <input type="checkbox"/> 51 ปีขึ้นไป | |

3. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

4. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน / แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |

5. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 บาทขึ้นไป |

6. ประวัติในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ (ในรอบ 1 ปี)

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 -3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4 -6 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 7 ครั้งขึ้นไป | |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ

- 1. ความสวยงามของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- 2. ความมีชื่อเสียงของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- 3. มีเอกลักษณ์ในความเป็นไทย
- 4. บรรยากาศและสภาพภูมิทัศน์โดยรอบที่ดี
- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ด้านการคมนาคมขนส่ง

- 1. เส้นทางการเดินทางที่สะดวก
- 2. รถสาธารณะมีปริมาณเพียงพอต่อการเดินทาง
- 3. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ
- 4. มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน
- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- 1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีบริเวณพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ
- 2. ความพร้อมของระบบเทคโนโลยี
- 3. การให้บริการที่ดีและเหมาะสม
- 4. มีการจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย
- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่านเลือก

ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่คาดหวังก่อนการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจที่ได้รับหลังจากการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ช่องคะแนนหมายเลข 5 หมายถึง ท่านมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ช่องคะแนนหมายเลข 4 หมายถึง ท่านมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก

ช่องคะแนนหมายเลข 3 หมายถึง ท่านมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ช่องคะแนนหมายเลข 2 หมายถึง ท่านมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับน้อย

ช่องคะแนนหมายเลข 1 หมายถึง ท่านมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ด้านการจัดการ										
1. การปรับเปลี่ยนนิทรรศการมีกำหนดเวลาที่ชัดเจน										
2. ค่าธรรมเนียมเข้าชมมีความเหมาะสม										
3. การจัดการในด้านการบริการของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ										
4. สินค้าของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความสวยงาม										
5. การจัดการดูแลยานพาหนะที่เข้ามายังพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ										
6. การจัดการเรื่องความสะดวก										
7. เวลาในการเปิด-ปิด พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ										
ด้านบุคลากร										
1. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ										
2. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ด้วยกันเอง										
3. เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว										

.....
.....
.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวทัศตะวัน ค่วนตระกูลศิลป์ เกิดวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ.2527 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสตรีนนทบุรี และระดับปริญญาตรี สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ