

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร :  
กรณีศึกษา ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

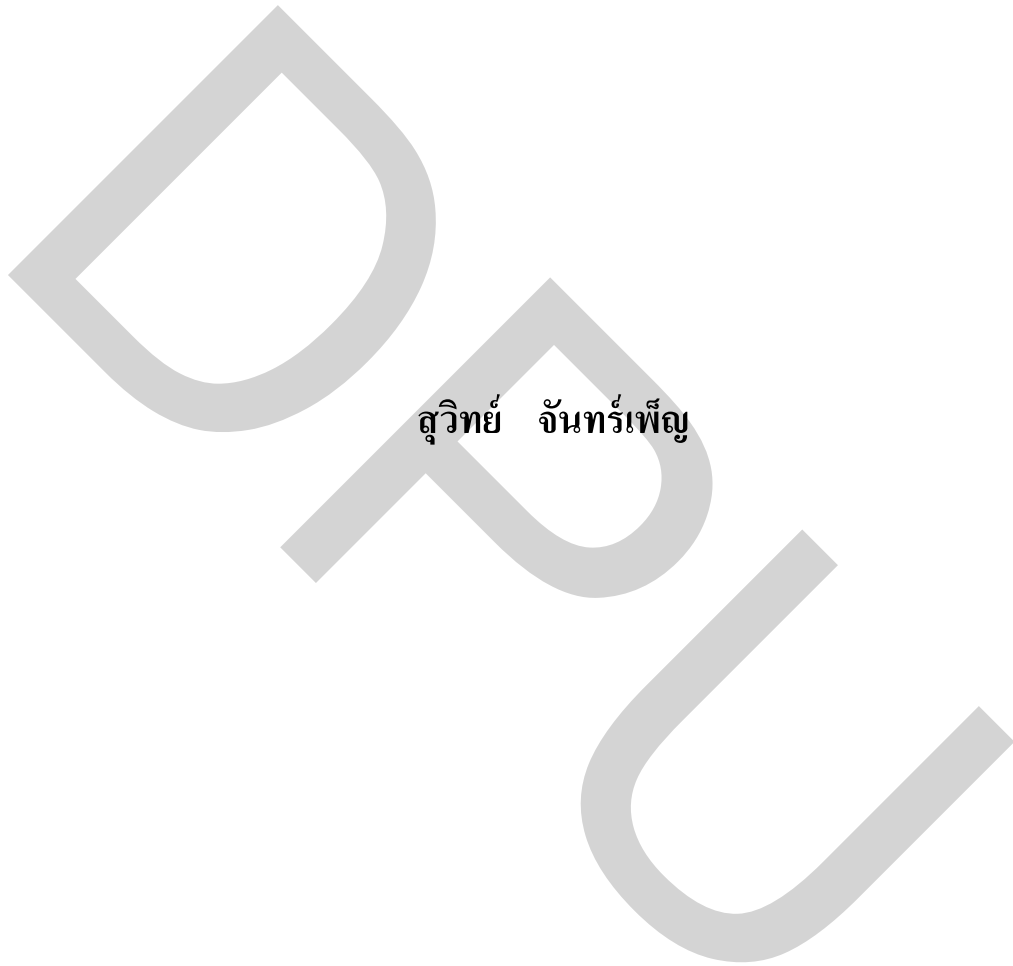
**Thai Tourists' Satisfaction towards the Agrotourism: A Case Study of Gran  
Monte Vineyard, Khao Yai, Nakhon Ratchasima, Province**

สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2558

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร:  
กรณีศึกษา ไร่รุ่งนภาน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2558

**Thai Tourists' Satisfaction towards the Agrotourism: A Case Study of Gran  
Monte Vineyard, KhaoYai, Nakhon Ratchasima, Province**



**Suvit Chanphen**

**A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Faculty of Tourism and Hospitality,  
Dhurakij Pundit University**

**2015**

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อผู้เขียน	ศุวิทย์ จันทร์เพ็ญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธัญรัช วิกิตภูมิประเทศ
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 381 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) t – test และ One – Way ANOVA

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่สวนเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาโดยรวมทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.14, S.D. = 0.25 ) จากการพิจารณารายด้านนักท่องเที่ยวนี้อาจมีระดับความพึงพอใจเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ด้านสถานที่สูงที่สุด (Mean = 4.52, S.D. = 0.30) รองลงมาคือด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน (Mean = 4.23, S.D. = 0.40) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Mean = 4.17, S.D. = 0.41) ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน (Mean = 4.15, S.D. = 0.56) ด้านความปลอดภัย (Mean = 4.00, S.D. = 0.32) ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก (Mean = 3.97, S.D. = 0.30) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Mean = 3.94, S.D. = 0.30)

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาในภาพรวมจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, นักท่องเที่ยวชาวไทย

Thematic Paper Title	Thai Tourist Satisfaction towards the Agrotourism: A Case Gran Monte Vineyard, Khaoyai, Nakhon Ratchasima, Province.
Author	Suvit Chanphen
Thematic Paper Advisor	Assistant Professor Dr. Thuntuch Viphatphumiprathes
Department	Tourism Management
Academic Year	2015

### ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the Thai tourist satisfaction towards the Agrotourism of Gran Monte Vineyard, Khaoyai, NakhonRatchasima Province, and 2) to compare levels of the Thai tourist satisfaction towards the agro – tourism of Gran Monte Vineyard, Khaoyai, NakhonRatchasima Province by classifying their personal factors.

The sample for this research was obtained by using the accidental sampling of 381 Thai tourists visited Gran Monte Vineyard, Khaoyai, NakhonRatchasima Province. The research instrument to collect the data was questionnaires. The statistical techniques used in data analysis were descriptive statistics, t – test and One – Way ANOVA.

The results found that their overall satisfaction levels towards the Agrotourism of Gran Monte Vineyard, Khaoyai, Nakhon Ratchasima, Province were at high (Mean = 4.14, S.D. = 0.25) when consideration each part of satisfaction it was found as Places very high (Mean = 4.52, S.D. = 0.30 ), Staffs (Mean = 4.23, S.D. = 0.40), Information (Mean = 4.17, S.D. = 0.41), Activities (Mean = 4.15, S.D. = 0.56), Securities (Mean = 4.00, S.D. = 0.32), Souvenirs (Mean = 3.97, S.D. = 0.30) and Facilities (Mean = 3.94, S.D. = 0.30).

Overall, no significant difference was found in Thai tourist satisfaction with different personal factors.

Key words : Satisfaction, Agrotourism, Thai touris.

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธัญรัช วิกิตภูมิประเทศอาจารย์ที่ปรึกษา  
สารนิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดเวลา  
ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอันประกอบไปด้วย  
รองศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน แสงพิกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เกาจิต ดร.ณัฐนุช วณิชย์กุล และ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรรณ ศิลปอาชา ที่ได้กรุณาแนะนำและให้คำแก้ไขข้อบกพร่องของ  
สารนิพนธ์และตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้สารนิพนธ์  
ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบคุณ คุณวิสุทธิ์ โสพะนาวิ เจ้าของไร่รุ่งนกราน มอนเต้ ที่ให้โอกาสและอนุญาต  
ในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ไร่กราน มอนเต้ และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาว  
ไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

เหนืออื่นใด ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดาของผู้วิจัย ที่ให้การสนับสนุนใน  
ทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา อีกทั้งยังขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและให้ความ  
ช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีประคุณทุกท่าน

สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.5 ขอบเขตของการศึกษา.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	20
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	33
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	38
2.5 ประวัติการเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย.....	44
2.6 ประวัติความเป็นมาของไร่องุ่นนกราน มอนเต้.....	47
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	55
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	57
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	58
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	62
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	64
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	71
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	124
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	135
5.2 อภิปรายผล.....	134
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	138
บรรณานุกรม.....	141
ภาคผนวก.....	147
ก. แบบสอบถาม.....	148
ประวัติผู้เขียน.....	151



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์.....	62
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจโดยรวม.....	64
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ .....	65
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน .....	65
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่.....	66
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก .....	67
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านความปลอดภัย.....	68
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น .....	69
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจ ด้านร้านขายของที่ระลึก .....	70
4.10 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์จำแนกตามเพศ.....	71
4.11 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานจำแนกตามเพศ.....	72
4.12 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ.....	73
4.13 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย จำแนกตามเพศ.....	75
4.15 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น จำแนกตามเพศ.....	75
4.16 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามเพศ.....	76
4.17 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ.....	77
4.18 ทดสอบเป็นรายคู่ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่่องุ่นจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ จำแนกตามอายุ.....	78
4.19 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่ จำแนกตามอายุ.....	79
4.20 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอธยาศัยที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามอายุ.....	80
4.21 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง จำแนกตามอายุ.....	81
4.22 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ.....	82
4.23 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม จำแนกตามอายุ.....	83
4.24 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ.....	84
4.25 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ.....	85
4.26 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น จำแนกตามอายุ.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามอายุ.....	87
4.28 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านมีการจัดการภายในร้านขายที่ระลึกอย่างเหมาะสม จำแนกตามอายุ.....	88
4.29 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	89
4.30 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	90
4.31 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน มีอธยาศัยที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	91
4.32 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	91
4.33 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอธยาศัยที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	93
4.34 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	93
4.35 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	94
4.36 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น จำแนกตามระดับการศึกษา.....	95
4.37 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	97
4.38 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ.....	98
4.39 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์มีความน่าสนใจทันสมัย จำแนกตามอาชีพ.....	99

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.40 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่ จำแนกตามอาชีพ.....	99
4.41 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดี และเหมาะสม จำแนกตามอาชีพ.....	101
4.42 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ.....	102
4.43 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสมจำแนกตามอาชีพ.....	103
4.44 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพ.....	104
4.45 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านภายในร้านมีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน จำแนกตามอาชีพ.....	105
4.46 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ.....	106
4.47 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในร้าน จำแนกตามอาชีพ.....	107
4.48 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ.....	108
4.49 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	109
4.50 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	110
4.51 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ เจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดี และเหมาะสม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	112
4.52 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	113

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.53 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	113
4.54 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านภายในร้านที่มีความสะอาดและคู่มือระเบียบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.	115
4.55 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	116
4.56 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	117
4.57 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในร้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	119
4.58 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจ ด้านประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในร้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..	121
4.59 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	122

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเองให้ความสนใจ เป็นอย่างยิ่งอีกทั้งยังเป็นรายได้หลักให้แก่ประเทศอีกทางหนึ่งด้วยซึ่งไม่ว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นจะไปในลักษณะใดและไปในที่แห่งไหนก็ย่อมสนับสนุนให้เกิดสินค้าบริการและการจัดการต่าง ๆ ตามมาเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกและเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในที่นั้น ๆ อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปัจจุบันนี้แม้จะได้รับผลกระทบมากมายจากทั้งภายในและภายนอกประเทศแต่ก็ยังสามารถทำเงินให้กับประเทศได้อย่างต่อเนื่องอีกทั้งยังมีนโยบายที่สำคัญของกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศในการเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งเพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวกสร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวรวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง (กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, 2552)

กรมส่งเสริมการเกษตรได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างต่อเนื่องตามนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวไทยได้เรียนรู้วิถีชีวิตด้านการเกษตรชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร โดยเน้นการมีส่วนร่วมได้ทั้งความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ กิจกรรมที่ให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิตวัฒนธรรมประเพณีรวมถึงได้เยี่ยมชมทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติของชุมชนต่าง ๆ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2558)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้บริการนักท่องเที่ยวทั้งในศูนย์ปฏิบัติการ ฯ ของกรมส่งเสริมการเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวเชิงการเกษตรของชุมชนเกษตรทั่วประเทศกว่า 700 แห่ง สำหรับช่วงเทศกาลปีใหม่ 2558 กรมส่งเสริมการเกษตรได้จัดกิจกรรมส่วนเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องความสุขให้กับคนไทยจากกิจกรรมส่งเสริมการเกษตรได้ดำเนินการจัดการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมกันทั่วประเทศ 4 แหล่งท่องเที่ยวหลักในวันที่ 8 มกราคม 2558 ประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อ.พุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านโคกเมือง อ. ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 3) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อ.เขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 4) แหล่งท่องเที่ยวการเกษตร อ. ขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2558)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นทางการจากความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับกรมส่งเสริมการเกษตรในปี พ.ศ. 2541 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชนบทจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่ยังไม่ได้มีรูปแบบการจัดการที่ชัดเจนในระยะแรกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการเสนอจังหวัดนำร่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นใน 4 จังหวัดคือสมุทรสาคร ชลบุรี เชียงใหม่ และขอนแก่น ต่อมากรมส่งเสริมการเกษตรและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดให้มีเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นมา 21 เส้นทางทั่วประเทศซึ่งได้แก่ 1) เส้นทางเชียงราย 2) เส้นทางเชียงใหม่ – ลำปาง 3) เส้นทางอุดรดิตถ์ – แพร่ – น่าน 4) เส้นทางพิษณุโลก 5) เส้นทางเพชรบูรณ์ – เลย 6) เส้นทางอุดรธานี-หนองคาย 7) เส้นทางขอนแก่น 8) เส้นทางสุรินทร์ 9) เส้นทางสระบุรี – นครราชสีมา 10) เส้นทางสุพรรณบุรี – พระนครศรีอยุธยา 11) เส้นทางกรุงเทพฯ – นครปฐม 12) เส้นทางกรุงเทพฯ – นนทบุรี 13) เส้นทางกาญจนบุรี 14) เส้นทางสมุทรสงคราม – ราชบุรี 15) เส้นทางเพชรบุรี 16) เส้นทางกรุงเทพฯ – นครนายก 17) เส้นทางจันทบุรี – ตราด 18) เส้นทางชุมพร – ระนอง 19) เส้นทางพังงา – กระบี่ – ภูเก็ต 20) เส้นทางสุราษฎร์ธานี – เกาะสมุย – เกาะพะงัน และ 21) เส้นทางนครศรีธรรมราช – พัทลุง เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับประสบการณ์อันล้ำค่าได้ทั่วประเทศโดยการเรียนรู้วิถีเกษตร สนับสนุนผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่นั้น ๆ และยังสามารถปลูกจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

จากเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมด 21 เส้นทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรมส่งเสริมการเกษตรนั้นยังไม่มีภาระบูรณาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นที่มีการเพาะปลูกองุ่นเพื่อนำมาผลิตไวน์เข้าไปด้วย จึงทำให้ไม่เป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายมากนักและจากในอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยมีการปลูกองุ่นเพื่อบริโภคแบบผลมาเป็นเวลานานแต่ยังไม่มีการปลูกองุ่น

เพื่อนำมาผลิตไวน์เนื่องจากการปลูกองุ่นเพื่อนำมาผลิตไวน์ตามปกติจะสามารถปลูกได้เฉพาะในพื้นที่เขตนาวซึ่งอยู่ขนานระหว่างละติจูดที่ 30 ถึง 50 องศาของซีกโลกเหนือและซีกโลกใต้เท่านั้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าพื้นที่เขตร้อนอย่างเช่นประเทศไทยจะสามารถปลูกองุ่นเพื่อนำมาผลิตไวน์ได้ และด้วยการศึกษาวิจัยโดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ทำให้สามารถพัฒนาสายพันธุ์และพัฒนาพื้นที่ให้สามารถปลูกองุ่นในพื้นที่เขตร้อนอย่างประเทศไทยได้ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2552)

สมาคมไทยไวน์ โดยจัดตั้งเป็นทางการปลายปี 2544 ซึ่งจากเดิมมีสมาชิก 9 ราย ปัจจุบันคงเหลือสมาชิก 6 รายได้แก่ 1) มอนซูนวัลเลย์ หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี 2) วิลเลจฟาร์ม วังเจียว จังหวัดนครราชสีมา 3) อัลซิดินี วังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 4) ซิลเวอร์เลค พัทยา จังหวัดชลบุรี 5) พีบีวัลเลย์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และ 6) กราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสมาคมนี้มีเป้าหมายสูงสุดในการสร้างความตระหนักและภาพลักษณ์ของไวน์ไทยและได้มีการตรวจเยี่ยมคุณภาพไร่องุ่นทุก ๆ ปี (สุภัทธา สุขชู และ สมเกียรติ บุญศิริ, 2553)

ในจำนวนไร่องุ่นที่ผลิตไวน์ในสมาคมไทยไวน์ทั้ง 6 แห่งได้มีการดำเนินในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นทั้ง 6 แห่งและนอกจากไร่องุ่นดังกล่าวที่อยู่ในสมาคมไทยไวน์ยังมีไร่องุ่นที่เปิดให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบเดียวกันและกำลังได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกหลายแห่งเช่น ไร่องุ่นพรหมชน ตำบลวังกระแจะ เทศบาลนครนครราชสีมา ไร่องุ่นแวงเคอร์เรย์ มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ไร่องุ่นปัทมา มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี สวนองุ่นภูมร มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เป็นต้น (สุภัทธา สุขชู และ สมเกียรติ บุญศิริ, 2553)

สำหรับการศึกษาค้นคว้าวิจัยมุ่งไปที่การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นโดยเลือกสถานที่ “ไร่องุ่นกราน มอนเต้” เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มาทำการวิจัย เพื่อเป็นกรณีศึกษา

ไร่องุ่นกรานมอนเต้เป็นหนึ่งในเดียวของไร่องุ่นที่ได้รับรางวัลผลงานอุตสาหกรรม Thailand Tourism awards – outstanding Performance 2008, 2010, 2012 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรางวัลดีเด่นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจที่จะนำมาเป็นแนวทางต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้แก่สถานที่อื่น ไร่องุ่นกรานมอนเต้มีจุดเด่นในด้านความงดงามของต้นองุ่นสีเขียวขจีและร่มรื่นองุ่นส่วนมากปลูกไว้เพื่อทำไวน์ส่วนด้านกิจกรรมเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และได้ฝึกงานทางด้านการเกษตร นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินไปกับการนั่งรถชมพื้นที่รอบ ๆ ไร่องุ่นมีการสาธิตการทำไวน์ปลูกต้นองุ่นชิมไวน์ที่ผลิตโดยทางไร่องุ่นเองมีเทศกาลเก็บองุ่นในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม นอกจากนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึกที่ผลิตจากองุ่นเช่นไวน์ แยม ไซเดอร์และเบเกอรี่



รวมทั้งร้านอาหารที่มีบริการพร้อมห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน ซึ่งทางไร่รุ่งนกรานมอนเต้ ได้เปิดทำการมาตั้งแต่ปี 2541 และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไร่รุ่งนกรานมอนเต้ครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่รุ่งนท้ทั้งนักท่องเที่ยวและเกษตรกรผู้ที่ดำเนินการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่รุ่งนในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกรานมอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกรานมอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกรานมอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

## 1.4 นิยามคำศัพท์

**การท่องเที่ยวเชิงเกษตร** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพรในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จของเกษตรกร และร่วมกิจกรรมทางการเกษตร เสริมสร้างความรู้ด้านการเกษตรควบคู่กับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเกษตร ได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ พร้อมด้วยการพักผ่อนรื่นรมย์ไปในสวนเกษตร ได้รับความพึงพอใจจากการบริการในด้านต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่พนักงานในสวน

เกษตร พร้อมทั้งการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อเป็นของที่ระลึกอีกด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้มุ่งไปที่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว** หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ทศนคติที่ดีที่เกิดจากความรู้สึก ความรู้สึกยอมรับความพอใจและประทับใจส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตอบสนองต่อการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุดในที่นี้หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านกิจกรรมในไร่อรุณ ด้านร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

**การประชาสัมพันธ์** หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร ในแหล่งท่องเที่ยวของไร่อรุณกราน มอนเต้ แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น มีข้อมูลเกี่ยวกับไร่อรุณจากเฟสบุ๊คและเว็บไซต์เป็นอย่างดี ข้อมูลจากเฟสบุ๊คและเว็บไซต์ของไร่อรุณมีความน่าสนใจ ทันสมัย การประชาสัมพันธ์เฟสบุ๊คและเว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่อรุณมีความชัดเจนเข้าใจง่าย

**ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน** หมายถึง เจ้าหน้าที่ บุคลากรที่ทางไร่อรุณกราน มอนเต้ ได้มีการอบรมให้มีความรู้ เพื่อเป็นการต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยดีและเหมาะสม เจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง เจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี เป็นต้น

**สถานที่** หมายถึง บริเวณภายในไร่อรุณ ที่มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ บริเวณภายในไร่อรุณมีความสะอาดและดูมีระเบียบ ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม สถานที่ภายในไร่อรุณมีบรรยากาศและความสวยงามที่เหมาะสม มีภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ

**สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ที่ทางไร่อรุณกรานมอนเต้ มีไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สัญญาณ โทรศัพท์ที่ชัดเจน มีห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอ มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวก มีร้านอาหารให้บริการ

**ความปลอดภัย** หมายถึง การจัดเตรียมความพร้อมของทางไร่อรุณอรุณกราน มอนเต้ ที่มีไว้เพื่อดูแลความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีเจ้าหน้าที่ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก มีป้ายบอกห้าม หรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดี มีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา

**กิจกรรมในไร่อรุณ** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางไร่อรุณจัดหาไว้ให้แก่ นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในไร่อรุณ เพื่อส่งเสริมประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

เกิดความรู้เกี่ยวกับการเกษตรในไร่ร่องนที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ให้มากที่สุด เช่น กิจกรรมการปลูกต้นไม้ กระบวนการใส่ปุ๋ยต้นไม้ การทำผลผลิตจากองุ่น พร้อมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจในกิจกรรมที่ไร่ร่องน

**ร้านขายของที่ระลึก** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผลผลิตในไร่ร่องน ที่ทางไร่ร่องนได้มีการจัดเตรียมไว้จำหน่ายเพื่อเป็นของฝาก ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่ร่องนที่โดดเด่น เช่น ไวน์องุ่น น้ำองุ่นสด แยมจากองุ่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม และราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลผลิตจากสวนเกษตรไร่ร่องนกราน มอนเต้

**นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกรานมอนเต้เขาใหญ่จังหวัดนครราชสีมา

## 1.5 ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่ร่องนที่เดินทางมาเที่ยวไร่ร่องนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

### 1.5.1 ด้านประชากร

1.5.1.1 ขอบเขตประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวไร่ร่องนไวน์กราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน ในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน ปี พ.ศ. 2558

### 1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.5.2.1 ตัวแปรอิสระประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.5.2.2 ตัวแปรตามด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านกิจกรรมในไร่ร่องน และด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่จะเป็นแนวทางในการไปพัฒนาให้เหมาะสมแก่พื้นที่ในแต่ละแห่งในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด เช่น

1. เจ้าของไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
2. หน่วยงานทางภาครัฐ ทั้งในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอื่น ๆ
3. เกษตรกรที่กำลังดำเนินการอยู่แล้วและที่กำลังมีแผนในการดำเนินการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่อรุณ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่นในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวความคิดและทฤษฎีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.5 ประวัติการเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย
- 2.6 ประวัติความเป็นมาของไร่่องุ่นกราน มอนเต้
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ได้มีผู้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism – IASET) (1994) (อ้างถึงใน Lickorish and Jenkins, 1997) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า คือการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน และจากการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations World Tourism Organization – UNWTO) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) การเดินทาง (Travel) ที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า โดยไม่ได้ถูกบังคับหรือถูกว่าจ้าง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้ 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) ที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวนั้นจะต้องเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอกับความ ต้องการและความพอใจให้กับผู้ที่มาเยือน และสุดท้ายจะต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม 3) จุดประสงค์ (Purpose) ในการเดินทางนั้น ต้องไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวตามองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึงมีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

วิมล จิโรจพันธ์และคณะ (2548) กล่าวว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมชมยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึง บุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทาง

วิชาการ การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยที่มาเหล่านี้สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบนอกจากนี้ยังมีผู้ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางไปสู่สถานที่ต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และอื่น ๆ และนักวิชาการให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) กล่าวว่า หากจะอธิบายคำว่า การท่องเที่ยวให้ครอบคลุมที่สุด ต้องพิจารณา 4 ประเด็นหลักต่อไปนี้ คือ

1. ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยกายและทางจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป

2. ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ภาครัฐบาลที่ดูแลนักท่องเที่ยว คือ องค์กรที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว โดยนอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังเป็นหน่วยงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อประชาชนเข้ามาทำงานเป็นพนักงานส่วนหนึ่งของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์ (2549) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การที่มนุษย์เดินทางออกจากที่พักไปยังสถานที่พักที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. เดินทางเพื่อไปประชุมสัมมนา

3. เส้นทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศาสนา การศึกษา เล่นกีฬา และรักษาสุขภาพ เป็นต้น

วรรณ วลัยวานิช (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ฉะนั้น การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ซึ่งสรุปได้ว่าความหมายของการท่องเที่ยว นั้นจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ก็ได้ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

#### 2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. นักท่องเที่ยว จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ปัจจัยหลักที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา ได้แก่

1.1 ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก ซึ่งแต่ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน

1.2 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

1.3 กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

1.4 ฤดูกาลท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเดือน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีมากน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยวและถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระยะเวลาวันหยุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยวด้วย

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ลักษณะทั่วไป คือ

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น



3. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น ประกอบไปด้วย 6 ธุรกิจหลัก คือ

3.1 ธุรกิจที่พักแรม

3.2 ธุรกิจนำเที่ยว

3.3 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

3.4 ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

3.5 ธุรกิจคมนาคมขนส่ง

3.6 ธุรกิจนันทนาการ

พิมพรรณ สุจารินพงศ์ (2549) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. นักท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 6 ประเภท

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักร

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้าอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้เป็นถิ่นที่อยู่ประจำ

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับตลาดท่องเที่ยวจะชักชวนจูงใจนักท่องเที่ยวมากแค่ไหน ซึ่งมีวิธีสำคัญ คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของตน

### 3. ทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก หาด เกาะ แก่ง ป่าไม้ เป็นต้น

3.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น การบริการด้านการขนส่ง บริการที่พัก แรมบริการร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการรถนำส่งสินค้าที่ระลึก รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ และให้ความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

5. การต้อนรับอย่างมีไมตรีจิต เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการและกลับบ้านแล้วสิ่งที่เขาจะรำลึกถึง คือ ความประทับใจของผู้ให้บริการ ดังนั้น ควรที่จะมีการคำนึงถึงแรงงานที่มีหน้าที่บริการนักท่องเที่ยว ให้มีลักษณะที่สุภาพอ่อนน้อม ซื่อสัตย์ บุคลิกที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีจิตใจที่พร้อมจะบริการผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ

#### 2.1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

วิมล จิโรจพันธ์และคณะ (2548) กล่าวว่า การจำแนกที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นประเภทของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreation Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขัน กีฬาเล่นกีฬา เช่นน้ำพุ น้ำแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจสถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tour) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน การนันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่า ๆ หรือ อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วัดต่าง ๆ ชมการแสดงแสง สี เสียง เหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหรือพบปะสนทนาหรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเรียงระบำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็น แสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นขายชาติพันธุ์ มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ รวมทั้งการถ่ายรูป ปีนเขา ล่องแก่ง และการตั้งแคมป์

วรรณ วลัยวานิช (2546) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมวิวทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน บางครั้งเป็นการไป เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสถานที่พักผ่อน การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยมฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและสุขภาพ เป็นการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อนร่างกายและสมองอาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะอาด สบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาค้นคว้าความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ หรือ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล หรือการเดินทางไปเพื่อยิงนก ตกปลา เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา การท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ

ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัย หรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวกรวดเร็ว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ดูงาน หรือ วิจัยหรือการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย

#### 2.1.4 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันสภาพการณ์ทั่วโลกกำลังประสบปัญหาทางด้านการผลิตและด้านการตลาด ในการส่งออกสินค้า ทั้งผลผลิตทางเกษตรกรรมและผลผลิตทางอุตสาหกรรม รวมถึงปัญหา ทางด้านการกีดกันทางการค้า แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับมีบทบาทสูงมากขึ้นในการสร้าง รายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มดุลการค้าและดุลการชำระเงินของประเทศ และยัง ช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคอีกทางหนึ่ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาถึง บทบาทความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศ ตามที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปไว้ดังนี้

##### 1. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

สามารถสรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ 6 ประการดังนี้

##### 1.1 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ

1.2 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่าง ประเทศ โดยรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยใน การสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน เมื่อนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางและซื้อสินค้ารวมถึงค่าบริการการ ท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้สามารถนำไปช่วยลดการขาดดุลการค้าและการ ขาดดุลการชำระเงินของประเทศให้น้อยลง หรือบางครั้งก็ทำให้เกิดการเกินดุลได้ ส่งผลให้เกิด ความมั่นคงทางเศรษฐกิจตามมาในที่สุด

1.3 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน กล่าวคือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ ในรูปแบบ ของการต้อนรับและให้บริการ จึงมีการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการจ้างงานทางตรง ได้แก่ อาชีพในธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ส่วนการจ้างงานทางอ้อม ได้แก่ อาชีพทางเกษตรกรรมซึ่งเป็นแหล่งผลิตอาหาร อาชีพ ทางด้านหัตถกรรมซึ่งผลิตสินค้าที่ระลึก อาชีพก่อสร้างหรือการบริการในสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน อื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศได้อีกทางหนึ่ง

1.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมีการซื้อสินค้าและบริการจากคนในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

1.5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยเริ่มจากระยะแรกที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น ประชากรท้องถิ่นนั้น ๆ อาจยังไม่สามารถผลิตบริการทางการท่องเที่ยวได้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าและบริการจากนอกชุมชนหรือจากต่างถิ่น และเมื่อการดำเนินกิจการบริการทางการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น ก็จะมีผลการลงทุนผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้เอง การสั่งซื้อจากนอกชุมชนก็จะน้อยลง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นขึ้นตามมาในที่สุด

1.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เนื่องจากเงินที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้จ่ายจะหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจของประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดผลประโยชน์มากยิ่งขึ้น

## 2. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อสังคมและการเมือง

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมุมมองทางสังคมและการเมืองสามารถสรุปออกเป็น 8 ประการ ดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้สูงขึ้น โดยมีผลมาจากการกระจายรายได้และการจ้างงานคนในท้องถิ่นอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพ มีรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น

2.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเจริญทางสังคมในท้องถิ่น กล่าวคือการเดินทางท่องเที่ยวจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่งของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในท้องถิ่น เช่น การปลูกสร้างที่พักแรมหรือโรงแรม ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปาและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ มีโอกาสได้รับความสะดวกสบายและบริการต่าง ๆ จากทั้งภาครัฐและจากการลงทุนของภาคเอกชนไปด้วย ทำให้พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่โดยรอบมีความเจริญมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ มีความเป็นอยู่ดีขึ้นตามไปด้วย

2.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม ช่วยรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และกระตุ้นความมีจิตสำนึกและความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมในตัวเจ้าของมรดกวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยว ให้เจ้าของ

มรดกศิลปวัฒนธรรมเกิดความภาคภูมิใจ และเกิดความหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติและ วัฒนธรรมของแหล่งที่อยู่

2.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาให้กับนักท่องเที่ยว ในการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์จากสิ่งที่ได้พบ เห็นมาด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตสังคมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการเดินทางเพื่อ เข้าร่วมสัมมนาวิชาการ ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ทำให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาหรือเหล่านักวิชาการ ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้

2.5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพของแรงงานเข้าสู่เมืองใหญ่ ในกรณีที่ท้องถิ่นกำเนิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความรักในถิ่นบ้านเกิดจึงทำให้ผู้คนในท้องถิ่นไม่ เดินทางไปหางานทำในเมือง

2.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นหานำทรัพยากรที่มีค่า รวมถึงทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการ เสริมรายได้ให้กับท้องถิ่น และยังเป็น การหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของการผลิตของที่ระลึก ให้ทันสมัยและคุณภาพดียิ่งขึ้น

2.7 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม เมื่อท้องถิ่นมีผู้คนเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่นมีอาชีพ ทำให้เกิดความเข้มแข็ง ในสังคม ส่งผลให้ผู้ก่อการร้ายหรือข้าศึกเข้าแทรกซึมบ่อนทำลายได้ยาก

2.8 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี เมื่อประชากร ในประเทศเดียวกันเดินทางไปท่องเที่ยวยังท้องถิ่นใดภายในประเทศ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่ง กันและกัน ไม่ว่าจะป็นระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือระหว่างคนในท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยว ล้วนก่อให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะด้วนกันทั้งสิ้น

#### 2.1.4 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ อ้างถึงใน (วาริชต์ มัชยมนุรุช, 2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ

1. รูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติทางทะเลและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo – Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอก หินย้อย เพื่อดูความงดงามของภูมิประเทศที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพื้น โลก

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro – Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological – Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้น เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวตามจักราศี ที่ปรากฏขึ้นบนท้องฟ้าในแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล เกิดเป็นความประทับใจ ความทรงจำและเพิ่มพูนประสบการณ์

2. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical – Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical – Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในท้องถิ่น ที่จัดโดยชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อการเรียนรู้และเข้าใจต่อสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะโดดเด่น รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อความเพลิดเพลินและความรู้ และได้เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ ให้ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีย์ภาพ รวมถึงความรู้ต่อการรักษาคุณค่า ซึ่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu – Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อศึกษาปรัชญาทางศาสนา สังคมแห่งชีวิต รวมถึงการฝึกทำสมาธิ ให้มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งเน้นเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและการเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านกระเหรี่ยงคอยาว หมู่บ้านไทยโซ่ง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด และความสนใจทางด้านกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น ผจญภัย ได้รับความทรงจำและประสบการณ์ชีวิตใหม่ ๆ

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay and Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้เคียงกับครอบครัวของชาวบ้านในท้องถิ่นที่มาเยือน เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายชีวิต หลังเกษียณอายุจากการทำงาน มาใช้ชีวิตในต่างแดน เพื่อเป็นการเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี ครั้งละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Income Travel) หมายถึง การจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้าตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง ส่วนใหญ่เป็นการจัดรายการพักร้อนตั้งแต่ 2 – 7 วัน

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE Tourism) หมายถึง การจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีการจ้ดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre Tour) และจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post Tour) เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือผู้ติดตาม อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักร้อน 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว



3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้จัดการท่องเที่ยว นำเอารูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น มาจัดเป็นรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเกษตร (Eco – Agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro – Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco – Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประวัติศาสตร์ (Geo – Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco – Adventure Travel) เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว คือการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) การเดินทาง (Travel) ที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าโดยไม่ได้ถูกบังคับหรือถูกว่าจ้าง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้ 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) ที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวนั้น จะต้องเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอกับความต้องการและความพอใจให้กับผู้ที่มาเยือน และสุดท้ายจะต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม 3) จุดประสงค์ (Purpose) ในการเดินทางนั้น ต้องไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และความสำคัญของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้แก่ภาคอุตสาหกรรม ทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่ผู้คนในแหล่งท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยว

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### 2.2.1 ความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในประเทศไทย ถือได้ว่าเริ่มมีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบและเป็นระบบมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และเพิ่มรูปแบบทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดปี และเพื่อเพิ่มการกระจายตัวไปทั่วภูมิภาค การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับการเข้าไปสัมผัสกับธรรมชาติ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีต่าง ๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์และตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดำรงอยู่ได้โดยไม่มีการทำลาย ดังนั้นทุกคนควรคำนึงถึงความสำคัญที่จะช่วยรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนไม่ให้เสื่อมโทรมเนื่องจากมีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศเกษตรกรรม พร้อมทั้งมีความหลากหลายในการประกอบอาชีพ

ทางการเกษตร มีภูมิปัญญาทางการเกษตร มีชื่อเสียงทางด้านไม้ผล ข้าว การประมง และกิจกรรมปศุสัตว์ที่ก้าวหน้ามาแต่โบราณ ความหลากหลายดังกล่าว จะเป็นสิ่งดึงดูดใจและนำความประทับใจมาสู่นักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมกับเกษตรกร สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ วิถีชีวิตการเกษตรที่ผสมผสานกิจกรรมทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ตลอดจนการศึกษา เรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านกระบวนการประกอบสัมมาชีพอย่างใกล้ชิด และยังเพิ่มการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ชัดเจนนั้น จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางดำเนินการกำหนดตัวชี้วัดและกำหนดระดับมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน รวมทั้งกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่ไปตามระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่กำหนดไว้ต่อไป (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

#### 2.2.2 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึง การกำหนด แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

1. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ปัจจัยหลักหรือปัจจัยรอง ตัวแปรหลักหรือตัวแปรรอง ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับนำไปใช้ในการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

#### 2.2.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการและการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป

3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยว ขนาดใหญ่ (51 ไร่ ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21 – 50 ไร่) และ ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 20 ไร่)

(สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

#### 2.2.4 กรอบแนวคิดและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การกำหนดกรอบแนวคิดและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พิจารณาจาก องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5 ปัจจัย ร่วมกับมุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน 5 ปัจจัย ดังนี้

1. องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
  1. ปัจจัยด้านความดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
  2. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
  3. ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
  4. ปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรม (Activities)
  5. ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation)
2. มุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
  1. ปัจจัยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Site Management)
  2. ปัจจัยด้านแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร (Knowledge Management)
  3. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participations)
  4. ปัจจัยด้านความมีไมตรีจิต (Hospitality)
  5. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)

ผลการพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 10 ปัจจัย สามารถกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ 4 องค์ประกอบ คือ

1. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงาน วางแผน ควบคุม ดูแลและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจาก การวางแผนบุคลากร งบประมาณ ผลผลิตทางการเกษตร แผนการตลาด เป็นต้น
2. การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น กำหนดเขต การใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการเกษตร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ ถนนและลานจอดรถ เป็นต้น
3. การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย
4. การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ขยะ สิ่งปฏิกูล น้ำเสีย และมลพิษ ในอากาศที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในวิสาหกิจ ชุมชนการรักษาวัฒนธรรม การจ้างงานและสร้างรายได้ในชุมชน
6. การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิต ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ การผลิตแบบปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัย
8. การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การรักษาความสะอาดห้องน้ำและที่พัก การดูแลรักษาระบบถนน ไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์การปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
9. การส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ การแปรรูปผลผลิตการเกษตรไปเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ การยกระดับมาตรฐานสินค้าไปสู่สากล เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสำหรับลูกค้า
10. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายโฆษณาการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความพร้อมในการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวกและปลอดภัย (ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถึงเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อปี)

2. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต

3. ความพร้อมด้านที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีหรือไม่มีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์ หรือแบบกางเต็นท์นอน

4. ความพร้อมด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น ไม่มีอาหารบริการ มีอาหารบริการ เฉพาะเมื่อสั่งจอล่วงหน้า และมีร้านอาหารบริการในแหล่งท่องเที่ยว

5. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว หรือไม่มีกระจาย หรือส่งนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นหรือไม่เมื่อมีนักท่องเที่ยวเกินกว่าจำนวนที่กำหนด

6. การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว มีบุคลากรพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลาหรือไม่ และมีเพียงพอหรือไม่ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

7. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว มีการกำหนดช่วงฤดูกาล หรือระยะเวลา เปิด-ปิด ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปีหรือไม่

องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 9 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว มีการบรรยาย แนะนำสถานที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยว แจ้งให้ทราบถึงกติกาและการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวขณะเยี่ยมชม หรือพักอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

2. มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออธิบายถ่ายทอดความรู้และข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน มัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้หรือไม่

3. ร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึก สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว จับจ่ายซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว หรือนำกลับบ้าน

4. ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้ การพักผ่อนและให้ความบันเทิงภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ประเภท

5. การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว เช่น เอกสารหรือ แผ่นพับ บอร์ดหรือป้ายแสดงข้อมูลหรือความรู้ด้านการเกษตร และการสาธิตวิธีปฏิบัติ

6. การให้บริการด้านยานพาหนะเยี่ยมชมสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริการรถพ่วงรถจักรยานหรือพาหนะต่าง ๆ สำหรับบริการนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ หรือส่วนบุคคล

7. การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการส่งจดหมาย โทรศัพท์ภายในและภายนอกประเทศ บริการอินเทอร์เน็ต

8. การให้บริการการฝึกอบรมและการถ่ายทอดองค์ความรู้ ได้แก่ การให้บริการอุปกรณ์ฝึกทักษะเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการให้บริการฝึกอบรมเป็นหมู่คณะ

9. การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับบริการผู้สูงอายุและคนพิการหรือไม่ ที่สำคัญ ได้แก่ ห้องน้ำ ทางลาดเอียง ทางสัญจร ลี้อเพื่อการเรียนรู้และฝึกอาชีพผู้สูงอายุและคนพิการ

องค์ประกอบที่ 4 ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความสามารถในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 8 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. ความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะ ที่เป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรม เช่น การผลิตพืชแบบไม่ใช้ดิน ฟาร์มโคนมสมัยใหม่ ที่มีคุณค่า ต่อการเรียนรู้ และมีการถ่ายทอดความรู้ให้นักท่องเที่ยว

2. ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเกษตร ทฤษฎีใหม่ การเกษตรกรรมแบบธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพเพื่อกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น

3. สภาพธรรมชาติและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว มีความสวยงามตามธรรมชาติ หรือได้รับการและตกแต่งภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติ

4. ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท ภายในระยะรัศมี 20 กิโลเมตรมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ หรือไม่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

5. การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ จากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น รางวัลกินรี รางวัลโลกสีเขียว ตราสัญลักษณ์ เป็นต้น

6. ความโดดเด่น และหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ไวน์ สบู่สมุนไพร ผลไม้แปรรูป สินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

7. ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การอบการนวดและประคบสมุนไพร การขี่ม้า การรีดนมวัว การเก็บผลไม้ การคราดหอย การตกปลา การนั่งช้าง เป็นต้น

8. การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร ได้แก่ การร่วมกิจกรรมและพักค้างคืนกับเกษตรกรในที่สูง การสัมผัสชีวิตของชาวนาไทยในภาคกลาง การร่วมกิจกรรมกับชาวประมงชายฝั่งทะเล การร่วมกันอยู่และทำกิจกรรมกับชาวสวนอัมพวา เป็นต้น (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

#### 2.2.5 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รวิไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้ระบุถึงความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เริ่มจากแนวความคิด หรือการคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศจัดกิจกรรมจัดรูปแบบทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ และอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยวและสร้างรายได้กระจายสู่ท้องถิ่นสู่ผู้ประกอบการนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แยกประเภททรัพยากรจัดกิจกรรม 7 กิจกรรม และได้นำเสนอเผยแพร่เป็น Amazing Thailand เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหนึ่งใน Amazing Thailand คือ “การเกษตรไทย” หรือ Amazing Agricultural Heritage ซึ่งแบ่งเป็นกิจกรรมย่อย ๆ ได้แก่ 1. การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑชาวนา ความรู้เรื่องข้าว สายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2. การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวน กุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชาติไม้กระถางทุกประเภท รวมถึงไร่ทานตะวัน

3. การทำสวนผลไม้ (Horticulture) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมถึงการทำวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำสวนยางพารา สวนไข่ สวนปาล์ม น้ำมัน

4. การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่ผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพดข้าวฟ่าง ไร่พริกไทย เป็นต้น

5. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่มน้ำ เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

6. การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา ทั้งปลาสวยงาม ปลาน้ำจืด ปลาน้ำกร่อย การทำฟาร์มมุก การเลี้ยง หอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะโกรม ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวางรวมถึงสวนงูของสภากาชาดไทย

7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกชุก อาทิ มะพร้าว ไม้ดอก ไม้ประดับ งานเทศกาลลีนี่ งานเทศกาลลำไย งานเทศกาลกินปลา เป็นต้น

การเที่ยวสวนเกษตรในเมืองไทยนั้นมีมานานแล้ว ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมของเพื่อนๆ ที่รู้จักมักคุ้น ไปดูความสำเร็จ ไปชื่นชมกับผลิตผลในไร่ ในสวน ในฟาร์ม เจ้าของกิจการ เจ้าของสวน ให้การต้อนรับผู้ไปเยี่ยมชม การนำชมกิจการ การอธิบายให้ทราบถึงปัญหา การแก้ไขปัญหา การถนอมเลี้ยงดูจนกระทั่งได้รับความสำเร็จ และส่งออกไปขาย ในทำนองเดียวกันเจ้าของสวน เจ้าของฟาร์มก็จะมีสภาพภูมิใจที่มีคนต่างถิ่นต่างอาชีพมาสนใจ เขาเหล่านั้นยินดีที่จะต้อนรับอย่างมีอัธยาศัยไมตรีใจดีและใจเย็นสวนเกษตร สวนผลไม้ นับเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เกษตรกรเป็นผู้สร้างขึ้น เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง “การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร สวนเกษตรสวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในการสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น”

ผลจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นับว่าเป็นการสร้างรายได้โดยตรงให้กับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ผลิต นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมแล้ว ยังได้ซื้อผลิตผลต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำในอาชีพปกติ เช่น

1. สามารถจำหน่ายต้นอ่อน และเมล็ดพันธุ์ เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไปทดลองปลูก หรือไม่บางคนอาจนำไปขยายอาชีพเสริมต่อ เป็นเกษตรกรใหม่เพิ่มขึ้น เป็นการสร้างงานสร้างอาชีพใหม่ได้

2. สามารถขายผลิตผลที่เก็บได้ส่งให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ช่วยขยายตลาดขายปลีก และขายส่งให้กับเกษตรกรได้

3. ผลิตผลบางชนิดที่จำหน่ายสดไม่ทันสามารถแปรรูปเป็นผลิตผลอีกรูปแบบหนึ่ง จัดทำเป็นของแห้ง เป็นการถนอมอาหารจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเป็นรายได้เพิ่มพูนจากเดิม

4. มีส่วนแนะนำสู่ทางธุรกิจการเกษตรเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวและเกษตรกรที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด สามารถช่วยขยายผลจากการทำการเกษตรต่อไปทางธุรกิจอื่น ๆ ได้อีก นับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพเพิ่มขึ้น อาทิการทำธุรกิจผลไม้สดกับเครื่องจักสาน เครื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

5. การจัดการท่องเที่ยวแวะพัก ชมสวนเกษตร ยังทำให้เพื่อนบ้านสามารถขายสินค้า ทั้งจากสวนเกษตร และสินค้าจำพวกอาหาร เครื่องดื่มได้เพิ่มขึ้นสวนเกษตรและสวนผลไม้ นับเป็น



สถานที่ที่มีความอ่อนไหว ปรึะบาง หากได้รับความกระทบกระเทือน หรือผลกระทบจากการขาดความระมัดระวังแล้ว ย่อมทำให้เกิดความเสียหาย ต้นไม้ตายจากการติดเชื้อ หรือสัตว์ตัวเล็ก ๆ อาจติดเชื้อเกิดโรคระบาดและตายลงได้เรื่องนี้มีโซ่กล่าวโยไม่มีเหตุผล ความเสียหายของสวนผลไม้ที่เกิดจากการรับบริการนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้วิธีการเที่ยวที่คั้นั้น ประการหนึ่ง คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่รู้วิธีการเที่ยวสวนที่ดี เข้าไป เค็ด หัก เอาผลไม้จากต้น ทำให้กิ่งก้านต้นไม้ฉีกเกิดรอยแผล อาจมีเชื้อราเข้าไปทำให้ลำต้น กิ่งเน่าตายได้ ประการที่สอง บางคนที่ไม่รู้เรื่อง ผลอ่อน ผลแก่ ไปหักเอามาแล้วทิ้ง ทำให้เจ้าของสวนขายไม้ได้เกิดความเสียหาย

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) จึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดี คือเจ้าของสวนผู้จัดนำเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยว บุคคลทั้ง 3 กลุ่มที่เกี่ยวข้องกันจะต้องรู้วิธีการจัดการอย่างมีระบบ การเริ่มต้นจากเจ้าของสวนหรือกลุ่มเกษตรกร ผู้ดำเนินการตัดสินใจว่าจะจัดส่วนหนึ่งของสวนเป็นสถานที่บริการท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละ 1 รถบัส 30-35 คน กำหนดเส้นทางเดินชมสวนแบบเป็นวงรอบหรือวงกลม เพื่อป้องกันนักท่องเที่ยวเดินซ้ำซ้ำทางเดิน มีจุดสาธิตการเก็บผลเพื่อให้ได้รู้ได้เห็นกับตา จนกระทั่งเก็บผลออกสู่ตลาดได้ มีจุดแบ่งผลไม้ให้ลองชิม และมุมจำหน่าย สวนบางแห่งมีแปลงสาธิตได้เพื่อรองรับบริการนำเที่ยวโดยเฉพาะกันไว้ต่างหากจากสวนผลไม้ที่เก็บออกสู่ตลาด บุคลากรกลุ่มที่สอง คือ เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมัคคุเทศก์นำชมจะต้องมีความรอบรู้ถึงการทำสวนผลไม้แต่ละชนิด ประคองผู้แทนของสวนเพื่อตอบข้อมูลนำชมสิ่งที่จะต้องรอบรู้มากกว่าเจ้าของสวน ทำหน้าที่เหมือนคนกลาง ที่รู้เขา รู้เรา และรู้ว่าสิ่งใดที่ควรปฏิบัติ สิ่งใดที่ไม่ควรปฏิบัติเมื่อไปเที่ยวสวน วิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องนั้น เมื่อมีนักท่องเที่ยวจะซื้อรายการนำเที่ยว ฝ่ายต้อนรับจะต้องอธิบายวิธีเตรียมตัวเที่ยวสวนให้นักท่องเที่ยวทราบด้วยทั้งข้อห้ามข้อควรปฏิบัติ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้เตรียมตัวเตรียมใจ นอกจากนั้นต้องเสนอข้อควรพิจารณาเพื่อเที่ยวสวนเสร็จแล้ว มีเอกสารแนะนำ เตรียมอุปกรณ์ของใช้เดินทาง

บุคลากรกลุ่มที่สาม คือ นักท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่มีการเตรียมตัวเดินทาง เตรียมอุปกรณ์ของใช้พร้อม มีความสนใจใฝ่รู้ มีความรอบรู้วิธีการปฏิบัติตัวเมื่อจะเที่ยวสวน สิ่งหนึ่งคือต้องไม่เบียดเบียนทั้งเจ้าของสวนและต้นไม้ เช่น เมื่อเห็นผลไม้ออกลูกสะพรั่งอยู่บนต้น ก็ควรจะห้ามมุดถ่ายรูปให้สวยงาม ไม่ควรใช้มือแคะ จับ เค็ด หาเป็นต้นที่เจ้าของสวนอนุญาตให้เก็บเอาได้ก็ควรใช้กรรไกรตัดออกมาตามที่เขาสาธิตให้ชม เพื่อไม่ให้กิ่งบอบช้ำ การถ่ายรูปควรระวังมิให้เหยียบหรือเบียดกิ่งจนต้องหักเสียหายได้การบริหารจัดการของเจ้าของสวน

1. จัดเตรียมสถานที่นำชม ควรเป็นเส้นทางวงรอบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นจริง
2. หากมีมุมสาธิตได้ ควรจัดเจ้าหน้าที่เตรียมสาธิตให้ชม
3. มีมัคคุเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับ หรือดีกว่าเจ้าของสวน

4. จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง พร้อมติดราคาให้ชัดเจน

5. จัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทันสมัย

6. มีการจัดห้องสุขาที่สะอาดแนวทางการเตรียมตัวไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้เสนอแนวทางการดำเนินงานการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมบริการวิธีการดำเนินงาน

1. เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ กอวางแผน โครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำการศึกษาและสำรวจว่ามีศักยภาพ 3 ระดับ คือ A = ระดับดีมาก B = ระดับดี C = ระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากความพร้อมของพื้นที่ และความพร้อมการบริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2. ส่งแบบสอบถามถึงแหล่งที่มีศักยภาพตามข้อ 1. เพื่อประเมินเบื้องต้นก่อนออกสำรวจ

3. ออกสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์ ถ่ายภาพ และทำแผนที่เดินทางในพื้นที่ที่มีการตอบรับ

4. จัดทำต้นฉบับภาษาไทย / อังกฤษ และดำเนินการจัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่หลักเกณฑ์การพิจารณาความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมบริการที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้มีหลักเกณฑ์การพิจารณาความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

1. พื้นที่ที่มีการจัดเส้นทางนำชมในพื้นที่ โดยจัดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแยกจากพื้นที่เกษตรจริง

2. มีพื้นที่ / โรงเรียนคัดแยกและบรรจุผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

3. มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด / แปรรูป พร้อมติดป้ายราคาชัดเจน

4. มีวิทยากรบรรยาย

5. มีป้ายสื่อความหมาย

6. มีเอกสารเผยแพร่

7. ยินดีรับบริการนักท่องเที่ยวเมื่อมีการแจ้งวัน / เวลาล่วงหน้า

8. กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ราคาเข้าชมสถานที่ และค่าบริการอื่น ๆ (มีใบเสร็จรับเงินหรือหลักฐานการรับเงินมอบให้)

9. เปิดบริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ

10. จัดอาหารพื้นบ้าน น้ำดื่ม เครื่องดื่มจำพวกพืชสมุนไพร / น้ำผลไม้ บริการ

11. มีบริเวณที่จอดรถ

12. มีห้องสุขาบริการ

### 2.2.6 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สำนักพัฒนาเกษตรกรรมส่งเสริมการเกษตร (2541) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัยฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้รับความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้เหนืออื่นใดคือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้เข้าใจภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรมรากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิดปรัชญา องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทยได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณีรูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามที่บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ได้รับความประทับใจที่เกิดจากการได้ชมชิมซื้อผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะและประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยวทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดกิจกรรม จัดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยวเพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

### 2.2.7 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้เหนืออื่นใดนี้คือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้ เข้าใจ ภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรสวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆสถานที่ราชการตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัยเพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้รับความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่ๆบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นการคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ จัดกิจกรรม จัดรูปแบบ

ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทาง การท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นผู้ประกอบการนั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการส่งเสริม การหารายได้เข้าประเทศมีการส่งเสริมโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมเอาการท่องเที่ยว (รายได้อันดับ1) และการเกษตร (รายได้อันดับ2) เข้าด้วยกัน ผลที่ได้คือนักท่องเที่ยวได้ทั้งเที่ยวและชม ผลผลิตทางเกษตรตลอดจนถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวบ้านในพื้นที่ (อติเทพ เลขยัน, 2552)

#### 2.2.8 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลาย กิจกรรมแล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ได้แก่

1) ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดย นักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะ สั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ขี่ควาย นั่งเกวียน และอื่น ๆ

2) ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับชีวิตของชาวชนบทเกษตร โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะอาด และสะอาด

3) ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านการทำ การเกษตรแผนใหม่เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาจมีการให้ ใบประกาศนียบัตรด้วย การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การศึกษาแมลงที่มีประโยชน์ พืชผัก พื้นเมืองที่กินได้ การทำน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด ฯ ล ฯ

4) ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อ ไปปลูก

5) ประเภทให้รู้ทางธุรกิจ ช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำให้ นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตรเพราะ เป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ เกษตรกรแล้วยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย (อติเทพ เลขยัน, 2552)

#### 2.2.9 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น

จากการแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ การท่องเที่ยวไร่่องุ่นก็ถือว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบการ ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ และได้มีการให้คำนิยามในลักษณะใกล้เคียงกันไม่ว่าจะเป็น Hall et

al., (2000) ที่ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวในไร่องุ่นว่าเป็นการเยี่ยมชม ไร่องุ่น โรงผลิตไวน์องุ่น เทศกาลไวน์ และการแสดงไวน์เพื่อชิมไวน์องุ่น หรือรับประสบการณ์จากแหล่งปลูกองุ่นทำไวน์ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นผู้มาเยือน รวมถึง Carlsen and Charters (2006) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นไว้ใกล้เคียงกันว่า เป็นการเยี่ยมชมไร่องุ่น โรงผลิตไวน์ เทศกาลไวน์ และการแสดงไวน์ โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อการสนทนาการ นอกจากนี้แล้ว นักรเลิม งามอาจรานศาล (วารสารการท่องเที่ยงแห่งประเทศไทย, 2551) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไร่องุ่นว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ในการชิม การบริโภค หรือซื้อไวน์ จากแหล่งผลิตโดยตรง หรือสถานที่ใกล้เคียง การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ส่วนมากคือการเยี่ยมชมโรงผลิตไวน์ ส่วนองุ่น ภัตตาคารที่เสิร์ฟไวน์ชนิดพิเศษ หรือการเยี่ยมชมเทศกาลไวน์ต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นเป็น อุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งมีการเติบโตค่อนข้างสูงในประเทศแถบยุโรป ก่อให้เกิดการเยี่ยมชมไร่องุ่นจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวตั้งแต่ในช่วงยุค Grand Tour และการเดินทางตามเส้นทางไวน์ก็ได้กลายมาเป็นการท่องเที่ยวตั้งแต่ช่วงยุคปี ค.ศ. 1920 ในประเทศเยอรมนี Hall et al (2000) ไร่องุ่นหลายแห่งมีการปรับปรุงพัฒนาสถานที่ปลูกองุ่นให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่า และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและเช่าพื้นที่ในการจัดจำหน่ายไวน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ชื่นชอบในการดื่มไวน์ ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตแห่งเกษตรกรรมได้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้นตัวอย่างที่เห็นได้เด่นชัด ได้แก่ นาปาวัลเลย์ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ในช่วงปี ค.ศ. 1831 เป็นเพียงที่ตั้งรกรากของชาวพื้นเมืองแต่ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุ และมีสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกองุ่น Robert Mondavi ได้พัฒนาจากแปลงองุ่นให้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นทัวร์โรงผลิตไวน์มีการให้ลองชิมไวน์โดยมีแรงบันดาลใจมาจากการพบเห็นการให้ชิมไวน์ควบคู่ไปกับอาคารรสเลิศในประเทศฝรั่งเศส ทำให้นาปาวัลเลย์ กลายเป็นที่ยอมรับของนักชิมไวน์โดยทั่วไปโดยมีเอกลักษณ์โดดเด่นในความเป็นเลิศของไวน์ อาหาร ศิลปะ และไลฟ์สไตล์ มีรีสอร์ตระดับ 5 ดาวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละปีได้จำนวนมาก (สุทธิศักดิ์ สุจริตานนท์, 2550)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวสวนเกษตรในเมืองไทยส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวเยี่ยมชมความงดงาม การพักผ่อนหย่อนใจ การหาประสบการณ์ ที่มีความหลากหลายของแต่ละแหล่งที่เจ้าของสวนเกษตรจัดเตรียมไว้ ชมและดูความสำเร็จ ชื่นชมกับผลผลิตในไร่ ในสวน ในฟาร์ม เจ้าของสวนให้การต้อนรับผู้ไปเยี่ยมชมเยือน นำชมกิจการ สร้างกิจกรรม สร้างแหล่งเรียนรู้ อธิบายให้ทราบถึงปัญหา การแก้ไขปัญหา การถนอมเลี้ยงดู จนกระทั่งได้รับความสำเร็จและส่งออกไปขาย ในทำนองเดียวกันเจ้าของสวน เจ้าของฟาร์ม ก็จะมีคุณภาพภูมิปัญญาที่มีคนต่างถิ่นต่างอาชีพมาสนใจเขาเหล่านั้นยินดีที่จะต้อนรับอย่างมีอัธยาศัยไมตรี สวนเกษตรสวนผลไม้ไม่นับเป็นทรัพยากรทางการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทหนึ่งที่ดีว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เกษตรกรเป็นผู้สร้างขึ้น เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

## 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 2.3.1 ความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายหลักของการตลาด Kotler and Armstrong (2004) ซึ่งให้เห็นว่าหัวใจหลักของการตลาดคือ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด ดังนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าจึงกลายเป็นหัวข้อ สำคัญที่นักการตลาดและนักวิชาการให้ความสนใจและได้ทำการวิจัยกันมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ระยะเวลาประมาณกว่า 20 ปีมาแล้ว ความพึงพอใจจัดได้ว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งในทฤษฎีของพฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้หลักการตลาดในภาพกว้างในส่วนของทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภคนี้ ความพึงพอใจมีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behaviour) โดยที่ Kotler and Armstrong (2004) ได้อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนั้นจะเริ่มตั้งแต่การที่ผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นและมีความต้องการก่อนที่จะเริ่มเสาะหาข้อมูลของแต่ละแนวทางในการตอบสนองต่อความต้องการนั้น หลังจากนั้นผู้บริโภคก็จะทำการประเมินแต่ละทางเลือกหรือแต่ละสินค้า และบริการแล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตนคิดว่าจะตอบสนองต่อความต้องการได้ดี และคุ้มค่าที่สุดหลังจากได้เลือกซื้อ และบริโภคแล้ว พฤติกรรมต่อมาของลูกค้าคือการเกิดของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือบริการที่ตนได้ เลือกซื้อ ซึ่งระดับของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอื่น ๆ ต่อไปอีก เช่น ซื้อซ้ำ ไม่ซื้ออีก บอกต่อไปยังผู้อื่น หรือร้องเรียนในกรณีที่มีระดับความไม่พอใจสูง

### 2.3.2 ความหมายของความพึงพอใจ

(Maslow 1970) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ที่พอใจหรือที่ประทับใจของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับ โดยสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ บุคคลทุกคนมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง และมีความต้องการหลายระดับ ซึ่งหากได้รับการตอบสนองก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ การจัดการเรียนรู้ใด ๆ ที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจ การเรียนรู้นั้นจะต้องสนองความต้องการของผู้เรียน ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ที่สำคัญสรุปได้ดังนี้ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ Maslow (Needs-Hierarchy Theory) เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนี้

## 1. ลักษณะความต้องการของมนุษย์ ได้แก่

1.1 ความต้องการของมนุษย์เป็นไปตามลำดับชั้นความสำคัญ โดยเริ่มระดับความต้องการขั้นสูงสุด

1.2 มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็มีความ

ต้องการสิ่งใหม่เข้ามาแทนที่

1.3 เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น แต่จะมีความต้องการอยู่ในระดับสูงเข้ามาแทน และเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมนั้น

1.4 ความต้องการที่เกิดขึ้น อาศัยซึ่งกันและกัน มีลักษณะควบคู่ คือ เมื่อความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่หมดสิ้นไป ก็จะมีความต้องการอีกอย่างหนึ่งเกิดขึ้นมา

## 2. ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ มี 5 ระดับ ได้แก่

2.1 ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการ อาหาร น้ำ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และความต้องการทางเพศ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทั้งหมดของคนยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2.2 ความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย (Security Needs) เป็นความรู้สึกที่ต้องการความมั่นคงปลอดภัย ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งรวมถึงความก้าวหน้าและความอบอุ่นใจ

2.3 ความต้องการทางสังคม (Social or Belonging Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตรและความรักจากเพื่อน

2.4 ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องหรือมีชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการระดับสูง ได้แก่ ความต้องการอยากเด่นในสังคม รวมถึงความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ ความเป็นอิสรภาพและเสรี และการเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั้งหลาย

2.5 ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงของมนุษย์ ส่วนมากจะเป็นการนึกอยากจะเป็น อยากจะได้ตามความคิดเห็นของตัวเอง แต่ไม่สามารถแสวงหาได้

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (อ้างถึงในสำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร, 2538) กล่าวว่าทัศนคติหรือความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น โดยที่บุคคลจะมีความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับการต้องการขั้นพื้นฐาน โดยมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ

### 2.3.2 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

ปราณี คุเจริญไพศาลและนงลักษณ์ วิรัชชัย (2545) กล่าวว่า ในธุรกิจบริการ ความพึงพอใจของลูกค้ามักจะได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานให้บริการและลูกค้า เช่น พนักงานสุภาพและให้เกียรติลูกค้า พนักงานแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่อบอุ่น พนักงานให้ความเป็นมิตร พนักงานให้ความเอาใจใส่และยอมให้เวลาเพื่อทำความรู้จักลูกค้าซึ่งหมายถึงท่าทางและท่าทีของพนักงานบริการที่แสดงต่อลูกค้าซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและพฤติกรรมการเป็นลูกค้าประจำ ดังนั้น ความพึงพอใจมีความสำคัญที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบเพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการและตอบสนองบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการหากกิจการ โดยนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการความคาดหวังของลูกค้าย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น

### 2.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

มีปัจจัยสำคัญ ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้า หรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญ ในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณา เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ



4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการ ได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มี อยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ / ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็น บุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานการบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของด้านการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบอาคารสถานที่ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่ เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการ ส่งผลให้การ ปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ (สาทิพย์ จินากักดี, 2550)

#### 2.3.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543) แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการออกเป็น 2 ประการดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควร จะเป็นอย่างน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปใน ภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง ผู้โดยสารจะสามารถเดินทางจาก ที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง หนึ่งหรือลูกค้าธนาคารจะได้รับการช่วยเหลือด้านสินเชื่อ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการ ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ ตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า ในสิ่ง ที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาท หน้าที่และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบ ต่องานการใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับ

แขกด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง พนักงานธนาคารช่วยชี้แจงระเบียบข้อบังคับการยื่นขอสินเชื่อด้วยความเอาใจใส่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง

### 2.3.5 การวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการเรียนรู้ ประกอบกับระดับความรู้สึกลูกของนักเรียน ดังนั้น ในการวัดความพึงพอใจในการเรียนรู้ กระทำได้หลายวิธี ต่อไปนี้ (สารโรจน์ ไสยสมบัติ, 2534)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง
2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการปฏิบัติกิจกรรม ขณะปฏิบัติกิจกรรม และหลังการปฏิบัติกิจกรรมจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจในการเรียนรู้สามารถที่จะวัดได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความ สะดวกความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ

ภณิกา ชัยปัญญา (2541) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

- 1) การใช้แบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
- 2) การสัมภาษณ์เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงได้ข้อมูลที่เป็นจริง
- 3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจากริยาท่าทางวิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกดีใจยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้เหมาะสมและเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้น เราสามารถวัดความพึงพอใจของบุคคลจากการวัดทัศนคติโดยอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน

นปภา พิธิฐุมกค, (2551) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้ทำงานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการบริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการที่จะทำให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญที่ฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้าคือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่จะทำให้เกิดความสุขถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังก็ทำให้เกิดความพึงพอใจดังนั้นความพึงพอใจจึงมีความสำคัญที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการทั้งของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานบริการ

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

### 2.4.1 ความหมายของการบริการ

Kotler and Armstrong (2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง ผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง ที่เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่เสนอขาย เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่ก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของต่อสิ่งใด และอาจหมายความถึง กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน และเกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของลูกค้าที่ Gronroos (1990, อ้างถึงใน นุชจรินทร์ เทียบเพ็ญ, 2550) ได้ให้นิยามไว้ นอกจากนี้แล้ว Lovelock and Wright (2003) ยังได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ ปฏิบัติการหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้ เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

### 2.4.2 ลักษณะของการบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549) ได้จำแนกความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการไว้ 5 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การรับรู้รสชาติ ความรู้สึก การได้ยิน และการได้กลิ่นในการประเมินผลงานบริการได้ แต่จะสามารถรับรู้ว่าการบริการนั้นดีหรือไม่ก็ต่อเมื่อได้รับบริการนั้น ๆ แล้ว ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็น จับต้อง หรือพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าได้ก่อนการซื้อ เนื่องจากสินค้าจะมีตัวตนและคุณสมบัติที่ชัดเจน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้ จึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น และง่ายกว่าการตัดสินใจซื้อบริการ

2) บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การบริการมีการผลิตและบริการในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม ดังนั้นจึงเป็นข้อจำกัดในด้านผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลและข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งทำให้สามารถให้บริการได้เพียงครั้งละ 1 ราย พนักงานผู้ให้บริการ 1 คน จึงไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าหลาย ๆ รายในเวลาเดียวกันได้ ในขณะที่สินค้าสามารถแยกกระบวนการผลิต การจัดทำหน่วย การซื้อ และการบริโภคออกจากกันได้อย่างชัดเจน สามารถผลิตได้ครั้งละจำนวนมาก และสามารถแบ่งแยกออกเป็นหน่วยย่อยและขายให้ผู้บริโภคได้พร้อมกันหลาย ๆ ราย

3) บริการมีความไม่แน่นอน (Variability) การผลิตสินค้าอาศัยปัจจัยสำคัญคือ วัตถุดิบ เครื่องจักร และกระบวนการผลิตที่สามารถเตรียมพร้อม ตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ง่ายกว่า แต่ปัจจัยสำคัญในการให้บริการไม่ได้มีเพียงวัตถุดิบ เครื่องจักร หรือกระบวนการบริการที่เหมือนกันเท่านั้น แต่อยู่ที่ส่วนบริการ และเกิดขึ้นเฉพาะสถานการณ์เดียวเท่านั้น คือ เมื่อให้และรับบริการในเวลาเดียวกัน ถึงแม้จะมีการวางแผนกระบวนการให้บริการไว้ล่วงหน้า แต่บริการส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบุคคล

4) บริการทามาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) การผลิตสินค้าสามารถจัดทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบ คุณภาพ และปริมาณ ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการผลิต ควบคุม และตรวจสอบได้ เนื่องจากสามารถกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตได้ชัดเจนมากกว่า ในขณะที่การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ ในการให้บริการเป็นส่วนช่วยให้กระบวนการบริการเกิดความสะดวกและคู่มือตัวตนเท่านั้น โดยปัจจัยหลักที่จะช่วยในการให้บริการคือ คน และคุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับทักษะ ความสามารถ และอรรถาศัยของผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการที่มีฝีมือ ประสบความสำเร็จได้เฉพาะบุคคลเท่านั้น ส่งผลให้การแข่งขันด้านการบริการทำได้ยากกว่า เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ รวมถึงการพยายามพัฒนาคุณภาพของบุคลากรให้เท่าเทียม และการขยายศักยภาพในการให้บริการ เนื่องจากการสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกันเป็นเรื่องยาก

5) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการสามารถผลิตได้เพียงครั้งละหนึ่งหน่วย และเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกิดการซื้อและบริการในขณะเดียวกัน แต่ความต้องการซื้อส่วนใหญ่จะไม่ตรงกันกับความต้องการขาย จึงทำให้เกิดการบริการที่ไม่พอเพียง เกิดการสูญเสียโอกาสกับลูกค้ารายอื่นๆ ที่ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ และเกิดความสูญเสียเปล่ากับพนักงานที่ต้องอยู่ว่าง ๆ ในขณะที่ลูกค้าน้อย ในขณะที่ธุรกิจผู้ผลิตสินค้าสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการไม่สามารถทำได้ นักการตลาดจะสามารถออกแบบโปรแกรมทางการตลาดให้สามารถรองรับกับลักษณะเฉพาะด้านของบริการได้ หากทราบถึงความแตกต่างระหว่างบริการและสินค้าดังกล่าว

#### 2.4.3 พื้นฐานสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, (2542) การจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการรับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ที่ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวัง เฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจมีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้ สิ่งที่ถูกคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของงานบริการ โดยมีรายละเอียดดังที่ Christopher Vandermerve and Lewis อ้างถึงใน อินทิรา จันทร์ฐ (2552) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

1. ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อสินค้าและบริการจะมีความแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการจะมีความแตกต่างกันในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

3. ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ซึ่งได้แก่การรับบริการจากผู้ให้บริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน สำหรับกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องกันมาก่อน ลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย เป็นต้น

4. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริหารหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

5. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่าง ๆ กันและมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ

6. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับ และทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน

7. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการแสดงถึงอหิชาสัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

8. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” หรือแผนในการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นามากำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน การตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

สุนันท์ บุญวโรดม (2543) สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการบริการหรือการให้บริการได้มีผู้ให้แนวคิดไว้ดังนี้ กล่าวว่า “การบริการ” หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ Gronroos (1990) ได้ขยายความว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้าหรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า Stanton (1981) ได้ขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในความหมายที่ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540) กล่าวว่า งานบริการคืองานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าการบริการคือกิจกรรมหรืองานที่ไม่มีตัวตนและสัมผัสไม่ได้แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือ การตัดสินใจซื้อบริการจะขึ้นอยู่กับความไว้วางใจของลูกค้าเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนเก็บรักษาสินค้าไว้ไม่ได้และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ

#### 2.4.4 แนวความคิดด้านคุณสมบัติของผู้ทำงานบริการ

สมิต สัจฉกร (2543) ได้กล่าวไว้ว่า คุณสมบัติ คือ ลักษณะประจำตัว ซึ่งบุคคลต้องมีก่อนที่จะได้มาซึ่งสิทธิหรือตำแหน่งการพิจารณาว่าผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใด หมายถึงจะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไรอาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น ลักษณะประจำตัวของผู้ที่จะทำงานบริการได้คืออาจพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1) คุณลักษณะ หมายถึง สิ่งที่ใช้ให้เห็นความดีอาจเป็นสิ่งซึ่งปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น ร่างกาย รูปร่าง เป็นต้น หรืออาจเป็นสิ่งซึ่งมีอยู่ภายใน เช่น จิตอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด คุณลักษณะที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดีซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วน

2) พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคลผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดีก็จะมีกระทำที่ดี พฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดีจึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติเช่นเดียวกับคุณลักษณะดังได้กล่าวมาแล้ว

#### 2.4.5 คุณสมบัติของผู้ที่จะทำการบริการที่ดี

สมิต สัจฉกร (2543) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานบริการไว้ดังนี้

1) มีจิตใจรักงานบริการ คนเราจะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยความสมัครใจทุ่มเทแรงกายแรงใจให้แก่สิ่งนั้น ย่อมเกิดจากความมีใจรักเป็นทุนเดิม ดังจะเห็นได้จากการที่เราให้เวลาให้ความเอาใจใส่สนใจกับงานอดิเรก ไม่ว่าจะเป็นงานเขียนหนังสือ งานปลูกต้นไม้ หรืองานเก็บสะสมสิ่งของหายาก จึงต้องใช้ความมุ่งมั่นมานะเพียรพยายามเป็นพิเศษมากกว่างานปกติในหน้าที่ประจำ ซึ่งเป็นงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำไม่ได้เกิดจากความสมัครใจ เว้นเสียแต่งานในหน้าที่เป็นงานที่เรารักเราชอบเราถนัดเราก็จะเกิดความสมัครใจทำ ซึ่งจะเป็นผลให้เราเอาใจใส่ต่องานนั้น งานบริการก็เช่นกันผู้ซึ่งจะทำได้ดีจะต้องมีใจรักและชอบงานบริการ

2) มีความรู้ในงานที่จะบริการงานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญดังนั้นผู้ซึ่งจะทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริงมิฉะนั้นจะก่อให้เกิดความผิดพลาดตกหล่นเสียหายแก่งานบริการนั้นๆ ได้ผู้ที่จะทำงานบริการในแต่ละงานจึงต้องขวนขวายหาความรู้ในงานเฉพาะนั้นให้รู้แจ้งรู้จริงอย่างถ่องแท้เพื่อให้มีคุณลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการในงานที่ตนรับผิดชอบ

3) มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ เหตุผลที่ว่าผู้ทำงานบริการจำเป็นต้องรู้ในตัวสินค้าหรือบริการที่ตนจะเป็นผู้ให้บริการเพราะการให้ความรู้และสารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการและเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องทำในแต่ละหน้าที่หาก



ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ในตัวสินค้าและบริการแล้วก็ไม่สามารถจะอธิบายหรือให้คำชี้แจงเป็นการช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้

กล่าวโดยสรุปการบริการคือกิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือผลประโยชน์ใดๆที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด โดยผู้ให้บริการมีคุณสมบัติ คือ ลักษณะประจำตัวมีจิตใจรักงานบริการมีความรู้ในงานที่จะบริการ มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ คุณลักษณะที่คิยอมนำมาซึ่งผลดีซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วนจึงทำให้เกิดการบริการที่ดี

## 2.5 ประวัติการเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย

### 2.5.1 การเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย

องุ่นเป็นไม้ผล ซึ่งแต่เดิมเชื่อกันว่าไม่สามารถปลูกได้ในประเทศไทย เพราะเป็นไม้เมืองหนาว มีปลูกกันบ้างไม่มากในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว จนกระทั่งประมาณปี พ.ศ. 2497 – 2498 ศาสตราจารย์ คุณหลวงสมานวนกิจ และ ดร. พิศ ปันยาลักษณ์ ได้เอานำพันธุ์กิ่งและลำต้นใหม่จากรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศอเมริกา เช่น พันธุ์ Christmas ผลสีแดง Golden Muscat มีผลสีเหลืองมาทดลอง แต่ปรากฏว่ารสชาติไม่ดีเปรี้ยว เมล็ดใหญ่ เปลือกเหนียวไม่เหมาะสมกับการรับประทาน ในปี พ.ศ. 2500 ซึ่งเป็นปีแรกที่ท่าน ศาสตราจารย์ปวิณ ปุณศรี เข้ารับราชการที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จึงได้รับมอบหมายจาก คุณหลวงสมานวนกิจ คณบดีคณะเกษตรในขณะนั้น ให้รับผิดชอบงานพัฒนาการปลูกองุ่นตั้งแต่นั้นมา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2500 – 2504 ศาสตราจารย์ปวิณ ปุณศรี ได้สั่งพันธุ์องุ่นจากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียและจากประเทศออสเตรเลีย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทใช้รับประทานที่ตลาดโลกยอมรับ โดยส่วนมากจะเป็นสายพันธุ์ยุโรปเข้ามาปลูกทดลอง เช่น พันธุ์ Beauty Seedless, Black Hamburg, Black Rose, Canner, Flame Tokay, Gold, Gros Colman, July Muscat, Kandahar, Ohanez, Perlette, Purple Cornichon, Queen, Red Malaga, Ribier, Royal Ascot, Thompson Seedless, White Malaga, Cardinal, เป็นต้น แล ในปี พ.ศ. 2502 – 2503 ชาวสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมได้ประสบปัญหาโรคาคอดดำและขาดทุน จึงเริ่มสนใจในการปลูกพืชใหม่ คือองุ่นจึงร่วมกันทดลองกับ ศาสตราจารย์ปวิณ ปุณศรี และเป็นการค้าได้เป็นแห่งแรกในประเทศไทย และเริ่มพัฒนาการขยายการปลูกองุ่นไปยังอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จังหวัดสมุทรสาคร และสมุทรสงคราม อันเป็นแหล่งผลิตองุ่นเป็นการค้าที่สำคัญของประเทศไทย และที่สำคัญที่สุดก็คือประเทศไทยเป็นแห่งเดียวในโลกที่สามารถ

พัฒนาการปลูกองุ่นได้ในสภาพพื้นที่ดินนาซึ่งเป็นดินเหนียว มีน้ำท่วมขังในฤดูฝน โดยการยกร่องแปลงปลูกเพื่อการระบายน้ำ โดยพันธุ์ที่สามารถปลูกเป็นการค้าได้สำเร็จคือ White Malaga และ Cardinal ทั้งนี้การวิจัยศึกษาต่าง ๆ ในช่วงนี้เน้นในเรื่อง การศึกษาด้านการตัดแต่งกิ่ง การทดลองเพื่อหาจำนวนตาบนกิ่งแก่ที่เหมาะสมในการบังคับให้ต้นองุ่นติดดอกติดผลตามต้องการ ซึ่งงานศึกษาต่าง ๆ ได้นำไปสู่ความสำเร็จจนสามารถปลูกองุ่นเป็นการค้าและสามารถบังคับให้อองุ่นออกผลตลอดปีได้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 เป็นต้นมา (สุรศักดิ์ นิลนนท์และจรัส เห็นพิทักษ์, 2546)

การขยายพื้นที่ปลูกอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องทำให้มีผลผลิตเข้าสู่ตลาดมาก แต่ปรากฏว่าคุณภาพขององุ่นสดกลับตกต่ำลง จากงานวิจัยในปี พ.ศ.2512 พบว่า ชาวสวนยังไม่รู้จักวิธีการใช้ปุ๋ยที่ถูกต้องในการปรับปรุงคุณภาพของผล งานวิจัยและพัฒนาองุ่นโดยทีมงานของอาจารย์ไม้ผล ภาควิชาพืชศาสตร์ ในขณะนั้น ซึ่งมี ศาสตราจารย์ชูพงษ์ สุขุมลนันทน์ ร่วมอยู่ด้วย ทำให้ชาวสวนได้รู้จักและทราบเป็นครั้งแรกว่า ปุ๋ยโปแตสเซียมซัลเฟต เป็นประโยชน์แก่การปลูกองุ่นอย่างไร ทำให้งานวิจัยและพัฒนาเรื่ององุ่นของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เข้มแข็งยิ่งขึ้น จากผลงานการทดลองปุ๋ยดังกล่าวเมื่อมีการประกวดองุ่นที่วัดบางช้างใต้ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ.2516 ท่าน ศาสตราจารย์ ดร. เดวิส ไลเดอร์ จากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย แอล เอ สหรัฐอเมริกา ร่วมตัดสิน ผลปรากฏว่าองุ่นที่ได้รับรางวัลชนะเลิศด้านคุณภาพผลองุ่นสดมาจากแปลงที่ทดลองปุ๋ยโปแตสเซียมซัลเฟต และพันธุ์องุ่นที่ปลูกได้ดีที่สุดที่ได้รับคำชมก็คือ White Malaga ด้วยเหตุการณ์อันสืบเนื่องครั้งนี้ ประเทศไทยได้รับเกียรติอย่างยิ่ง ในการพิมพ์ตำราองุ่นเล่มใหม่ ซึ่งตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ.1974 ชื่อหนังสือ General Viticulture, Revised and enlarged edition โดยได้กล่าวถึงการปลูกองุ่นในเมืองไทยนับเป็นครั้งแรกของตำราองุ่นที่เป็นมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา และใน ปี พ.ศ.2522 ฯ พณ ฯ นายกรัฐมนตรีพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ได้ติดต่อบริษัทซีแกรม จากสหรัฐอเมริกาเพื่อสนับสนุนโครงการทำเหล้าองุ่นในประเทศไทย โดยมีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ร่วมมือกับกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทดลองปลูกพบว่า มีองุ่นบางพันธุ์เหมาะสมสามารถปลูกและใช้ทำเหล้าองุ่นได้ดี (สุรศักดิ์ นิลนนท์ และ จรัส เห็นพิทักษ์, 2546)

ปี พ.ศ. 2524 เป็นต้นมา ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ นิลนนท์ ได้เริ่มศึกษาการปลูกองุ่นทั้งชนิดมีเมล็ดและไม่มีเมล็ด โดยได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิ งานวิจัยที่โครงการหลวงดอยอินทนนท์ โครงการหลวงท่า คอยอ่างปางและห้วยลึก จังหวัดเชียงใหม่ และที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า องุ่นรับประทานสดหลายสายพันธุ์สามารถส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นการค้าได้ เช่น พันธุ์ไม่มีเมล็ด ได้แก่ Beauty Seedless, Ruby Seedless, Loose Perlette สำหรับพันธุ์มีเมล็ด ได้แก่ Early Muscat เป็นต้น

## 2.6 ประวัติไร่องุ่นกราน มอนเต้

### 2.6.1 ไร่องุ่นกราน มอนเต้

คณะผู้บริหาร

สกุณา โลहितนาวิ President

วิสุทธิ์ โลहितนาวิ CEO & Managing Director

วิสุตา โลहितนาวิ Oenologist, Vineyard & Winery Operation Director

สุวิสุทธิ์ โลहितนาวิ Director & Assistant to the President

ไร่องุ่นกราน มอนเต้ แปลว่า เขาสูงใหญ่ในภาษาอิตาลี ตั้งอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมหุบเขา โศกในพื้นที่เขาใหญ่ซึ่งอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 350 เมตร มีพื้นที่กว่า 100 ไร่ มีความเหมาะสมต่อการปลูกองุ่นชั้นเลิศผลิตองุ่นไวน์หลากหลายชนิด ได้แก่ Syrah, Cabernet Sauvignon, Chenin Blanc, Viognier, Semillon, Verdelho และ Durif เป็นต้น อยู่ในวิวที่โอบล้อมด้วยขุนเขาใกล้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่สถานที่ที่สวยงามรวมถึงสวนพฤกษชาติเต็มไปด้วยดอกไม้หลากสี นานาพันธุ์ ในไร่องุ่นยังมีร้านขายของและไวน์รวมทั้งร้านอาหารและห้องพัก ไร่องุ่นกราน มอนเต้ เป็นไร่องุ่นที่ใช้เทคโนโลยีในการดูแลมีการใช้เครื่อง Micro – Climate Station ช่วยในการวัดอุณหภูมิความชื้น เพื่อดูแลต้นองุ่นให้ดีที่สุด ตั้งปณิธานในการผลิตไวน์ที่มีคุณภาพดี ไวน์ทุกขวดต้องผลิตจากองุ่นที่ดีที่สุดและสดใหม่ที่ปลูกภายในไร่ของ กราน มอนเต้ เท่านั้น ผสมผสานกับกรรมวิธีและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อให้ไวน์ของ กรานมอนเต้มีกลิ่นและรสชาติที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ไร่องุ่น กรานมอนเต้ยังภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการดูแลรักษาโลก ด้วยการนำเทคโนโลยีของการปลูกองุ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้และเป็นการส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตรไปในตัว ซึ่งสืบเนื่องจากผลงานที่โดดเด่นในด้านต่างของไร่องุ่น ทำให้ได้รับรางวัลผลงานอุตสาหกรรม Thailand Tourism awards – outstanding Performance 2008, 2010, 2012 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรางวัลดีเด่น (กรานมอนเต้, 2557)

ไร่องุ่นกราน มอนเต้ ยังมีโปรแกรมฝึกอบรมให้แก่ผู้สนใจในสายงานอาชีพ เช่น พนักงานร้านอาหารและ (Sommelier) ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องไวน์ จากคุณ วิสุตา โลहितนาวิ (ลูกสาว) ซึ่งเป็นไวน์เมกเกอร์ ของไร่กราน มอนเต้ ที่มีประวัติจบการศึกษาด้านการทำไวน์โดยเฉพาะจากประเทศออสเตรเลีย รวมถึงประสบการณ์ทำงานกับไวน์เนอร์รี่อีกหลายแห่งทั่วโลก ที่เป็นมืออาชีพและมีความรักในอาชีพชาวไร่องุ่นและนักปรุงไวน์อย่างสุดหัวใจ นับเป็นนิมิตหมายที่ดีที่ผู้ให้บริการด้านไวน์ในภาคการให้บริการจะมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตไวน์อย่างถูกต้องและสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม (กรานมอนเต้, 2557)

ในขณะที่นายสุหฤทธิ์ ชาญวณังกูร ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครราชสีมา (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2557) กล่าวในเรื่องเทศกาลการเก็บของุ่นประจำปีของไร่ของุ่นกราน มอนเต้ ในช่วงวันที่ 13 – 15 ของทุกปี ว่าการจัดเทศกาลดังกล่าวถือเป็น การสร้างสีสันเส้นทางสายโรแมนติก เส้นทางของด้นของุ่นในเดือนแห่งความรักเหมาะสำหรับเที่ยว วันวาเลนไทน์ โดยเน้นบรรยากาศโรแมนติกและกิจกรรม สนุกสนานกับคู่รักและครอบครัว โดยมี กิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ชุมจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร เช่น ไวน์ของุ่น แยม น้ำของุ่นสด เป็นต้น การแสดงดนตรีกลางแจ้งกลางไร่ของุ่น กิจกรรมสำหรับครอบครัวโดยการแข่งขันเก็บของุ่น แข่งขันคั้นน้ำของุ่นสด ซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าชมฟรี ซึ่งถือเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว เขาใหญ่ ประกอบกับไร่ของุ่นกรานมอนเต้ ก็ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) หรือรางวัลกินรี มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็ถือเป็นความสำเร็จส่วนหนึ่งที่ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การจัดงานดังกล่าวก็จะเป็นงานแห่งสีสันความสวยงามของ เวลาแห่งการเก็บเกี่ยวของุ่น และนอกจากมาเทศกาลเก็บของุ่น ไวน์แล้วยังสามารถเดินทางมาสัมผัสกับ ธรรมชาติของเทือกเขาดงพญาเย็นมรดกโลกเขาใหญ่ได้อีกด้วย

นอกจากนี้ตลอดเดือนกุมภาพันธ์ ไร่ของุ่นกราน มอนเต้ ยังเปิดให้ผู้สนใจเข้าชมไร่ของุ่น และโรงงานทำไวน์ที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทย และชิมไวน์ที่ชนะรางวัลจากการประกวดใน ระดับนานาชาติ พร้อมเลือกซื้อไวน์ ของุ่น และผลิตภัณฑ์จากของุ่นคุณภาพเยี่ยมที่ร้านมอนติโน (Montino) โดยในช่วงสุดสัปดาห์จะมีการจัดทัวร์เป็นรอบ ๆ ตลอดวันส่วนในช่วงวันธรรมดาจะจัด ทัวร์สำหรับหมู่คณะที่มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 20 คนเท่านั้น

การเดินทางโดยทางรถยนต์ส่วนตัวจากกรุงเทพฯวิ่งมาตามถนนสายมิตรภาพ ผ่าน สระบุรี เข้าสู่ อ.ปากช่อง มาตามป้ายบอกทางไปเขาใหญ่ สามารถเข้าได้สองทางคือ จากถนน มิตรภาพ ก.ม. 144 ให้กลับรถเลี้ยวเข้าถนนกุดค้ำ ผ่านสี่กักริเวณร้านแควรี่โฮม จากทางนี้จะเข้าไป ประมาณ 12 ก.ม. ตรงมาจะเห็นป้ายทางเข้าไร่ของุ่นกราน มอนเต้ ทางขวามือหรืออีกทางหนึ่งมาจาก ทางถนนพระราชดำริตรงมา ผ่าน โรงแรมจุฬาลงกรณ์จนถึงแยกขวาเข้าถนนกุดค้ำผ่านสี่กักริเวณ ไป มวกเหล็กตรงมาจะเห็นป้ายทางเข้าไร่ของุ่นกราน มอนเต้ ทางซ้ายมือ

กล่าวโดยสรุป จากประวัติความเป็นมาของไร่ของุ่นกราน มอนเต้ เป็นไร่ของุ่นที่มีการ ดำเนินการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ของุ่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ของุ่นที่มี ความน่าสนใจ มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งมีความทันสมัย ให้มีความพร้อมที่สร้างความพึงพอใจ แก่ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ มีกิจกรรมตามฤดูกาล เป็นแหล่งสร้างความรู้ด้าน การเกษตร นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่นำเอาไร่องุ่นกราน มอนเต้ มาเป็นกรณีศึกษาของการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไร่องุ่นในครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้มองเห็นว่า ไร่องุ่นกราน มอนเต้ มีความพร้อม ทั้งในด้านการจัดการ การบริหารและการพัฒนา ด้านต่าง ๆ ที่มุ่งหวังจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่น ทั้ง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านร้านอาหาร ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งทางไร่องุ่นกราน มอนเต้ ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากการที่ได้รับรางวัลผลงาน อุตสาหกรรม Thailand Tourism awards – outstanding Performance 2008, 2010, 2012 ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรางวัลดีเด่น ที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ไร่องุ่นเอง สร้างชื่อเสียงและเป็นการ สร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยให้มีความน่าสนใจนักท่องเที่ยว

ดังนั้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้ ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการการเกษตร ไร่องุ่นที่ดำเนินการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพศาล ชุ่มวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววนอุทยาน ภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววน อุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามความพึง พอใจของนักท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถึ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $t - test$ ,  $f - test$  และ Multiple Regression Analysis (MRA) ผล การศึกษาสรุปได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมิ ความพึงพอใจมากที่สุด ในด้านสิ่งดึงดูดใจเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลางโดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางเดินทาง ความสะดวกในการเดินทางและค่าพาหนะในการ เดินทางตามลำดับ ด้านร้านอาหาร นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึง พอใจระดับสูงสุดคือ ความสุภาพเรียบร้อยในการบริการของพนักงาน จำนวนร้านอาหารและราคา ของอาหารตามลำดับ ด้านบริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมิ ความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว มีข้อมูลสารสนเทศให้กับ นักท่องเที่ยว และการบริการติดต่อสื่อสารก่อนการเดินทางตามลำดับ ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว

ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ จุดท่องเที่ยวที่มีความงดงาม ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว ความสวยงามของวนอุทยานภูชี้ฟ้าและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ ด้านความสามารถในการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลระดับต่ำ นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในระดับสูงสุดคือ การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลระดับต่ำตามลำดับ ด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ ความหลากหลายของของที่ระลึก คุณภาพของที่ระลึก และความเหมาะสมของราคาของที่ระลึกตามลำดับ สำหรับด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ ป้ายหรือสัญญาณเตือนนักท่องเที่ยวเมื่อไม่ปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และจำนวนเจ้าหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยวตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ ป้ายบอกเส้นทาง จำนวนห้องน้ำ ห้องสุขา และความสะอาดของห้องน้ำ ห้องสุขาตามลำดับ

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาเฉพาะบุคคลของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่า จากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมาก ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่ แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน

วิธาน จินากักดิ์ (2555) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ปรินญาพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ) กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ด้านความเป็นธรรมชาติ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตั้งแปรตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ผลพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับกลาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

บงอร รัตนมณี และ กัญญา เจริญศักดิ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่องานบริการ การศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน คือ บุคลากร การให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาในภาพรวม บุคลากร การให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว พบว่านักศึกษาที่เรียนหลักสูตรระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานบริการ การศึกษา ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกนักศึกษามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัสดร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่วัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐมจำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยโดยรวมด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

องค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับกลาง ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐมมีความสวยงามและน่าสนใจมากที่สุด ส่วนการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตัวแปรอิสระ คือ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

วลัยรัชช วรวัลย์รัตน์ และ ศศิธร งามพันธ์ (2557) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกันในด้านรายได้ ในส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า ภูมิภาค ระยะเวลาการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปี และพาหนะในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ด้านสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการจัดรายการนาเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) ศึกษานักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวทั่วไป เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยว เจ้าของสวนเกษตร และผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัยย่อย 7 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ การเข้าถึงความน่าประทับใจ ปริมาณผู้เยี่ยมชม สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหารและบริการต่าง ๆ ความปลอดภัยในชีวิต และฤดูกาลท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวอยู่ในระดับมากเพียง 3 ด้านคือฤดูกาลท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและความน่าประทับใจส่วนปัจจัยอื่นที่เหลือและปัจจัยโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปมีความเห็นต่อปัจจัยโดยรวมและปัจจัยรายย่อย 5 ด้าน มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยด้านการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความปลอดภัยในชีวิต / ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ศูนย์การเกษตร ได้ข้อสรุปว่าการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ มีความพร้อมในปัจจุบันที่มีความสำคัญทุกด้านในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวที่ทาง



เกษตรกรได้ทดสอบจัดรูปแบบสวนเกษตรนั้นยังขาดความพร้อมในทุกปัจจัย จึงยังไม่เคยรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

ปิยะ หนูนิล (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัย และความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยบางประการ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัย โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 394 คน และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พร้อมทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี สถิติ t – test และ f – test ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อายุอยู่ในช่วง 15 – 25 ปี ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ไม่ได้ประกอบอาชีพ ไม่มีรายได้ ภูมิลำเนาครัวเรือนอยู่ในเขตภาคกลาง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวชมน้ำตก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการโดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 84.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 89.9 ด้านความเต็มใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการ ร้อยละ 89.75 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 87.8 และด้านการสื่อความหมายธรรมชาติ ร้อยละ 88.3

ยศวีร์ ยุคตะนันท์ (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเกษตรความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานแตกต่างกันรวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยได้ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 293 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาค้นคว้าเป็นหญิง ร้อยละ 60.41 มีอายุเฉลี่ย 36.39 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.53 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 26.28 ที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 44.72 ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 60.07 สำหรับความพึงพอใจ ปรากฏว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง ตามลำดับคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว และมีความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง มีประโยชน์มาก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึง

พอใจมากในการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ บุคลากรของศูนย์บริการการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกษตร ส่วนปัญหาของนักท่องเที่ยวพบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความสะดวก สะอาด และเอกสารเผยแพร่

สุวัจชัย สามา (2549) ทำการศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ตัวอย่างนักท่องเที่ยว เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.75 มีอายุเฉลี่ย 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 53.25 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.42 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.75 ระดับรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับร้อยละ 1 ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ

เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2553) ศึกษาคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ฮ่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ฮ่อง ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 30 – 49 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,000 – 39,999 บาท และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยมีค่าความพึงพอใจโดยรวม – 0.132 แสดงถึงการส่งมอบคุณภาพบริการของไร่ฮ่องยังไม่ถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า มีปัจจัยที่เป็นตัวแปร ด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นำไปใช้ประกอบการแนะแนวทางการศึกษา โดยตัวแปรอิสระในครั้งนี้นำไปแบ่งเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน (วิธาน จินากักดี, 2555)

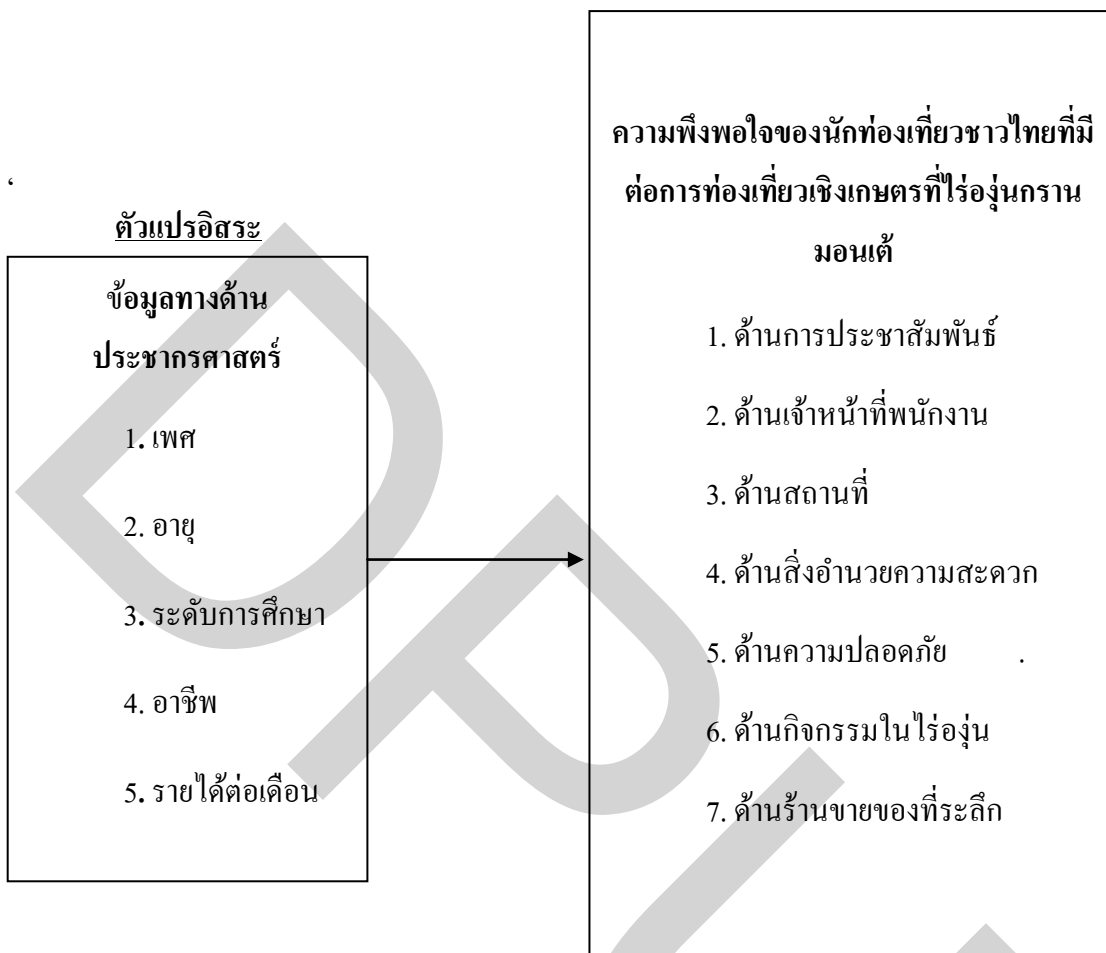
ด้านตัวแปรตามของงานวิจัย ได้นำด้านต่างในแต่ละด้านของงานวิจัยที่ผ่านที่มีความเกี่ยวกับงานวิจัยด้านความพึงพอใจ โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) และ พัศตร์ หิรัญญการ (2554) และ ยศวีร์ ยุกตะนันท์ (2547) ซึ่งนำมาใช้การสร้ากรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้นำไปแบ่งเป็น 7 ด้าน คือ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการบริการของพนักงาน 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านกิจกรรมในไร่ ร่องุ่น และ 7) ด้านร้านอาหารของที่ระลึก

## 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ ร่องุ่น ภูมิศึกษา: ไร่ ร่องุ่น กราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาจากปัจจัยทางลักษณะส่วนบุคคลและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ ร่องุ่น กราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานข้างต้นของการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงในภาพ

## 2.8.1 กรอบแนวคิด

## ตัวแปรตาม



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
กรณีศึกษา ไร่รุ่งนภาน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย  
เชิงปริมาณ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างวิจัย

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 ประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จากข้อมูลการท่องเที่ยวที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 7,928 คน (กราน มอนเต้, 2558)

#### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน ช่วงเวลาที่จะใช้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2558 การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังสูตรของ Taro Yamane ดังนี้

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

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด  
 $e$  = จำนวนความคลาด

แทนค่าจากสูตร

$$n = 7,928$$

$$e = 0.05$$

ค่าที่คำนวณได้คือ

$$n = \frac{7,928}{1+7,928(0.05)^2}$$

$$n = 381$$

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา สร้างคำถามด้วยคำถามปลายปิด (Closed-end) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามแบบสำรวจรายการ 5 ข้อคำถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ 7 ด้าน มีจำนวน 28 ข้อคำถาม 1. ด้านการประชาสัมพันธ์ 2. ด้านการบริการของพนักงาน 3. ด้านสถานที่ 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5. ด้านความปลอดภัย 6. ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น และ 7. ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก แบบ Likert Scale ซึ่งจะใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ( Interval Scale ) มีคำตอบ 5 ระดับ ระดับ 5 หมายถึงพอใจมากที่สุด และระดับ 1 หมายถึงพอใจน้อยที่สุด จะให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจแบบสอบถามก่อน (เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หรือ Content Validity ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับนักท่องเที่ยว) โดยให้แสดงความคิดเห็นใน 5 ประเด็นคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดและมีค่าระดับคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาจำนวน 381 คน

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจึงทำการลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปขั้นตอนมีดังนี้

3.4.1 แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากผู้ตอบ ผู้วิจัยจะนำมาตรวจความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์และอธิบายด้วยตัวแปรทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.4.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้วิเคราะห์และอธิบายตัวแปรเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมาย โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายของ ประคอง กรรณสูตร (2542) ที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึงมีระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึงมีระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึงมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

#### 3.4.4 สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการหาค่าสถิติทดสอบ  $t$  - test ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจจำแนกตามเพศและใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One - Way ANOVA ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยจำแนกเป็นตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 กลุ่มตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe โดยกำหนดการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: ภูมิศึกษา ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 381 คน

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านร้านอาหาร ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น และด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<b>เพศ</b>		
ชาย	142	35.9
หญิง	254	64.1
<b>รวม</b>	<b>396</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ (ปี)</b>		
20 ปี หรือต่ำกว่า	35	8.8
21 – 30 ปี	182	46.0
31 – 40 ปี	121	30.6
41– 50 ปี	48	12.1
มากกว่า 51 ปีขึ้นไป	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>396</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	183	46.2
ปริญญาตรี	179	45.2
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	34	8.6
<b>รวม</b>	<b>396</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	51	12.9
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	53	13.4
พนักงานบริษัทเอกชน	236	59.6
ผู้ประกอบการส่วนตัว	49	12.4

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<b>อาชีพ</b>		
ไม่ได้ประกอบอาชีพ / เกษียณอายุ	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>396</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 10,000 บาท	62	15.7
10,001 – 25,000 บาท	215	54.3
25,001 – 40,000 บาท	81	20.5
40,001 – 60,000 บาท	24	6.1
60,001 บาทขึ้นไป	14	3.5
<b>รวม</b>	<b>396</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 381 คน พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.1 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.9 มีอายุอยู่ในระหว่างช่วง 40 ปีขึ้นไปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคืออายุอยู่ในระหว่างช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 และกลุ่มตัวอย่างในช่วง 21 – 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 24.7 และช่วง 20 ปีหรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 19.9 และสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.9 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.8 นอกจากนั้นกลุ่มนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.1 และ 5.2 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.1 และมีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้น้อยที่สุดอยู่ระหว่าง 10,000 บาทหรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา  
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัด  
นครราชสีมาโดยรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่งนกราน มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.17	0.41	มาก
ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	4.23	0.40	มาก
ด้านสถานที่	4.52	0.30	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.94	0.30	มาก
ด้านความปลอดภัย	4.00	0.32	มาก
ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน	4.15	0.56	มาก
ด้านร้านขายของที่ระลึก	3.97	0.30	มาก
<b>ความพึงพอใจโดยรวม</b>	<b>4.14</b>	<b>0.25</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาโดยรวมในด้านต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.14

เมื่อพิจารณาตามด้านต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีค่าเฉลี่ย 4.23 นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยลงมา คือด้านการประชาสัมพันธ์โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านร้านขายของที่ระลึกน้อยลงมาตามลำดับโดยมีค่าเฉลี่ย 3.97

**ตารางที่ 4.3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของ  
 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่  
 จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่งนกราน มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
<b>ด้านการประชาสัมพันธ์</b>	4.44	0.54	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับไร่รุ่งนกรานจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี	4.36	0.54	มาก
เฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่รุ่งนกรานมีความน่าสนใจทันสมัย	4.15	0.66	มาก
เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน	4.05	0.48	มาก
ป้ายประชาสัมพันธ์ความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.11	0.49	มาก
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.17</b>	<b>0.41</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่รุ่งนกรานจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดีมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือด้านข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่รุ่งนกรานที่มีความน่าสนใจทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่รุ่งนกรานมีความชัดเจนเข้าใจง่ายทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 และด้านการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 น้อยลงมาตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นگران มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน			
เจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี	4.44	0.54	มาก
เจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและเหมาะสม	4.19	0.47	มาก
เจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง	4.08	0.48	มาก
เจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี	4.21	0.50	มาก
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	<b>4.23</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดีมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 และด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีความพึงพอใจน้อยลงมาตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นกราน มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
ด้านสถานที่			
บริเวณภายในไร่องุ่นมีความสะอาดและดูมีระเบียบ	4.35	0.49	มาก
ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม	4.11	0.38	มาก
ความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่องุ่น	4.84	0.40	มาก
มีภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ	4.80	0.43	มาก
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.52</b>	<b>0.30</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.5 ด้านสถานที่ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.52

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่องุ่นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.84 รองลงมาด้านภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.80 และบริเวณไร่องุ่นมีความสะอาดและดูมีระเบียบน้อยลงมา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุด คือด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.6** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นگران มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>			
ภายในไร่องุ่นมีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน	3.94	0.39	มาก
ภายในไร่องุ่นมีห้องน้ำบริการที่สะอาดแลเพียงพอ	3.68	0.52	มาก
ภายในไร่องุ่นมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	4.11	0.34	มาก
ภายในไร่องุ่นมีร้านอาหารให้บริการ	4.02	0.31	มาก
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.30</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านภายในไร่องุ่นมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาด้านภายในไร่องุ่นมีร้านอาหารให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพออยู่ที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่งนกราน มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
ด้านความปลอดภัย			
มีเจ้าหน้าที่ ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก	3.89	0.47	มาก
มีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดี	4.09	0.44	มาก
มีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด	4.02	0.37	มาก
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.98	0.37	มาก
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.00</b>	<b>0.32</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.7 ด้านความปลอดภัยโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านมีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดีมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมา คือด้านมีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านมีเจ้าหน้าที่ ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก มีค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่  
จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว เชิงเกษตรในไร่องุ่นگران มอนเต้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น	ความพึง พอใจ		
มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวมาสนใจ	4.18	0.68	มาก
นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม	4.05	0.62	มาก
มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ	4.17	650.	มาก
ได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่องุ่น	4.18	0.66	มาก
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวมาสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่องุ่นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 นอกจากนี้พอใจรองลงมา คือด้านที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 น้อยลงมา ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับระดับความพึงพอใจของ  
 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่  
 จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่รุ่งนกราน มอนเต้	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	ความหมาย
ด้านร้านขายของที่ระลึก			
การจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม	3.98	0.46	มาก
มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่รุ่งนที่โดดเด่น	4.09	0.37	มาก
รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม	4.04	0.37	มาก
ราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.76	0.45	มาก
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.30</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.9 ด้านร้านขายของที่ระลึกโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านต่อด้านผลิตภัณฑ์จากทางไร่รุ่งนที่โดดเด่นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04 และด้านการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ

ด้านการประชาสัมพันธ์	เพศ	จำนวน คน	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
ข้อมูลเกี่ยวกับไร่รุ่งนกราน เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี	ชาย	172	4.343	0.556	-704	0.24
	หญิง	209	4.382	0.543		
ข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ ของไร่รุ่งนกรานมีความน่าสนใจ ทันสมัย	ชาย	172	4.116	0.665	-1.034	0.15
	หญิง	209	4.186	0.655		
การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและ เว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน	ชาย	172	4.069	0.523	.490	0.33
	หญิง	209	4.047	0.453		
ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่ รุ่งนกรานมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	ชาย	172	4.069	0.440	-1.161	0.51
	หญิง	209	4.153	0.439		
รวม		381	4.149	0.406	-1.00	0.15

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.157 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามเพศ

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
เจ้าหน้าที่พนักงานให้ การต้อนรับเป็นอย่างดี	ชาย	172 209	4.244	0.517	-6.723	0.00*
	หญิง		4.602	0.519		
เจ้าหน้าที่พนักงานมี อัธยาศัยที่ดีและ เหมาะสม	ชาย	172 209	4.139	0.450	-2.232	0.01*
	หญิง		4.248	0.495		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีการ ดูแลอย่างทั่วถึง	ชาย	172 209	4.029	0.464	-2.014	0.02*
	หญิง		4.220	0.497		
เจ้าหน้าที่พนักงานให้ คำแนะนำตอบข้อ ซักถามได้ดี	ชาย	172 209	4.029	0.509	-.208	0.41
	หญิง		4.129	0.499		
<b>รวม</b>		<b>381</b>	<b>4.155</b>	<b>0.495</b>	<b>3.533</b>	<b>0.00*</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.00 แสดงว่ามีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันไปตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมามากกว่า เพศชายที่ ระดับ 4.30 และ 4.15 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี Sig = 0.00 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่า เพศชายที่ ระดับ 4.60 และ 4.24 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและเหมาะสม Sig = 0.01 โดยเพศหญิง มีความพึงพอใจมากกว่า เพศชายที่ ระดับ 4.24 และ 4.13 ตามลำดับ และด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึงและเพศ Sig = 0.02 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามเพศ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ที่ระดับ 4.60 และ 4.24 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัตราที่ยดีและเหมาะสม Sig = 0.01 โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีความพึงพอใจมากกว่า เพศชายที่ ระดับ 4.22 และ 4.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่สุนทราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ด้านสถานที่	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
บริเวณภายในไร่อู่สุนทรานมีความสะอาดและดูมีระเบียบ	ชาย	172	4.372	0.519	.722	0.23
	หญิง	209	4.334	0.483		
ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม	ชาย	172	4.098	0.336	-891	0.18
	หญิง	209	4.134	0.417		
ความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่อู่สุนทราน	ชาย	172	4.848	0.375	-047	0.48
	หญิง	209	4.846	0.422		
มีภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ	ชาย	172	4.819	0.414	.789	0.21
	หญิง	209	4.784	0.445		
<b>รวม</b>		<b>381</b>	<b>4.534</b>	<b>0.291</b>	<b>.316</b>	<b>0.37</b>

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่สุนทราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่จำแนกตามเพศโดยรวมพบว่า Sig = 0.37 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
ภายในไร่รุ่งนรมีสัญญาณ โทรศัพท์ที่ชัดเจน	ชาย	172	3.976	0.389	1.448	0.74
	หญิง	209	3.918	0.389		
ภายในไร่รุ่งนรมีห้องน้ำ บริการที่สะอาดและเพียงพอ	ชาย	172	3.744	0.522	1.394	0.02*
	หญิง	209	3.636	0.556		
ภายในไร่รุ่งนรมีที่จอดรถ เพียงพอและสะดวก	ชาย	172	4.087	0.339	-1.181	0.11
	หญิง	209	4.129	0.350		
ภายในไร่รุ่งนรมีร้านอาหาร ให้บริการ	ชาย	172	3.970	0.566	-1.826	0.03*
	หญิง	209	4.076	0.558		
รวม		381	3.944	0.316	.144	0.44

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศโดยรวม พบว่า Sig = 0.44 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านภายในไร่รุ่งนรมีห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอ Sig = 0.02 โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิงที่ ระดับ 3.74 และ 3.63 ตามลำดับและด้านภายในไร่รุ่งนรมีร้านอาหารให้บริการ Sig = 0.03 โดยเพศหญิง มีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายที่ระดับ 4.07 และ 3.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามเพศ

ด้านความปลอดภัย	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
มีเจ้าหน้าที่ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก	ชาย	172	3.936	0.376	1.440	0.75
	หญิง	209	3.866	0.538		
มีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดี	ชาย	172	4.110	0.451	.737	0.23
	หญิง	209	4.076	0.442		
มีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด	ชาย	172	4.029	0.396	.009	0.49
	หญิง	209	4.028	0.365		
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	ชาย	172	3.965	0.373	-899	0.18
	หญิง	209	4.000	0.379		
<b>รวม</b>		<b>381</b>	<b>4.010</b>	<b>0.301</b>	<b>.515</b>	<b>0.30</b>

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัยจำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.30 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนกราน จำแนกตามเพศ

ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนกราน	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวมาสนใจ	ชาย	172	4.267	0.656	2.048	0.02*
	หญิง	209	4.124	0.696		
นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการกิจกรรมอย่างเหมาะสม	ชาย	172	4.058	0.569	0.011	0.49
	หญิง	209	4.057	0.676		



ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ด้านกิจกรรมในไร่ร่องุ่น	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ	ชาย	172	4.226	0.602	1.023	0.15
	หญิง	209	4.157	0.692		
นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่ร่องุ่น	ชาย	172	4.157	0.661	-791	0.21
	หญิง	209	4.211	0.676		
<b>รวม</b>		<b>381</b>	<b>4.177</b>	<b>0.499</b>	<b>.682</b>	<b>0.24</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่ร่องุ่น จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า Sig = 0.24 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันไปตามเพศ เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีด้านที่มีความพึงพอใจที่แตกต่างไปตามเพศ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวมาสนใจ Sig = 0.02 โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิงที่ ระดับ 4.267 และ 4.124 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามเพศ

ด้านร้านขายของที่ระลึก	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
มีการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม	ชาย	172	3.947	0.393	-1.507	0.06
	หญิง	209	4.019	0.509		

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ด้านร้านขายของที่ระลึก	เพศ	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	t	Sig.
มีผลิตภัณฑ์จากทางร้านที่โดดเด่น	ชาย	172	4.098	0.384	.081	0.46
	หญิง	209	4.095	0.367		
รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม	ชาย	172	4.034	0.340	-779	0.21
	หญิง	209	4.062	0.341		
ราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	ชาย	172	3.790	0.474	.984	0.17
	หญิง	209	3.746	0.436		
<b>รวม</b>		<b>381</b>	<b>3.968</b>	<b>0.299</b>	<b>-402</b>	<b>0.34</b>

ผลวิเคราะห์ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ร้านรุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านร้านขายของที่ระลึกจำแนกตามเพศโดยรวม พบว่า Sig = 0.34 แสดงว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันตามเพศ

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ

ด้านการประชาสัมพันธ์	อายุ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ข้อมูลเกี่ยวกับไร่อู่หนองกราน เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.391	0.493	1.298	0.27
	21 – 30 ปี	4.308	0.549		
	31 – 40 ปี	4.444	0.552		
	41 ปีขึ้นไป	4.330	0.560		
ข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่อู่หนองกรานมีความน่าสนใจทันสมัย	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.152	0.665	2.743	0.04*
	21 – 30 ปี	4.308	0.587		
	31 – 40 ปี	4.046	0.675		
	41 ปีขึ้นไป	4.135	0.682		
การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.108	0.482	1.338	0.26
	21 – 30 ปี	4.127	0.469		
	31 – 40 ปี	4.009	0.421		
	41 ปีขึ้นไป	4.030	0.535		
ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่อู่หนองกรานมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	20 ปีหรือต่ำกว่า	4.173	0.569	.784	0.50
	21 – 30 ปี	4.159	0.470		
	31 – 40 ปี	4.101	0.472		
	41 ปีขึ้นไป	4.075	0.501		
รวม		4.4115	0.494	.958	0.41

หมายเหตุ.\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.17 ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่อู่หนองกรานจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดีกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่

อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.308 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่ามีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.152 และอายุ 41 ปีขึ้นไปกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.135 และ 4.046 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.18** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่อรุณจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี จำแนกตามอายุ

อายุ	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 ปี – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
20 ปีหรือต่ำกว่า		0.62	0.84	0.99
21 – 30 ปี			0.04*	0.28
31 ปี – 40 ปี				0.77
41 ปีขึ้นไป				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 ปี หรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่อรุณจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดีแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31 ปี – 40 ปี

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามอายุ

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	อายุ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
เจ้าหน้าที่พนักงานให้ การต้อนรับเป็นอย่างดี	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.587	0.497	1.576	0.19
	21 – 30 ปี	4.468	0.562		
	31 – 40 ปี	4.407	0.580		
	41 ปีขึ้นไป	4.398	0.521		
เจ้าหน้าที่พนักงานมี อริยาศัยที่ดีและ เหมาะสม	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.391	0.493	3.882	0.00*
	21 – 30 ปี	4.244	0.479		
	31 – 40 ปี	4.138	0.482		
	41 ปีขึ้นไป	4.150	0.452		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีการ ดูแลอย่างทั่วถึง	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.282	0.455	4.711	0.00*
	21 – 30 ปี	4.148	0.547		
	31 – 40 ปี	4.037	0.430		
	41 ปีขึ้นไป	4.007	0.468		
เจ้าหน้าที่พนักงานให้ คำแนะนำตอบข้อซักถาม ได้ดี	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.326	0.473	1.615	0.18
	21 – 30 ปี	4.266	0.490		
	31 – 40 ปี	4.166	0.483		
	41 ปีขึ้นไป	4.180	0.534		
<b>รวม</b>		<b>4.234</b>	<b>0.403</b>	<b>.958</b>	<b>0.00*</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.19 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถศาสตร์ที่ดีและเหมาะสมและ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึงกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราม มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถศาสตร์ที่ดีและเหมาะสมนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.391 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปีมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.244 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี 41 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยลงตามลำดับ

**ตารางที่ 4.20** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราม มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถศาสตร์ที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามอายุ

อายุ	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 ปี – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
20 ปี หรือต่ำกว่า		0.39	0.02*	0.03*
21 – 30 ปี			0.47	0.53
31 ปี – 40 ปี				0.99
41 ปีขึ้นไป				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราม มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถศาสตร์ที่ดีและเหมาะสม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31 ปี – 40 ปีและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.21 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง จำแนกตามอายุ

อายุ	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 ปี – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
20 ปีหรือต่ำกว่า		0.49	0.03*	0.01*
21 – 30 ปี			0.43	0.18
31 ปี – 40 ปี				0.97
41 ปีขึ้นไป				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึงแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31 ปี – 40 ปีและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ

ด้านสถานที่	อายุ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
บริเวณภายในไร่อุ้งนกรานมีความ สะอาดและดูมีระเบียบ	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.434	0.501	1.256	0.28
	21 – 30 ปี	4.393	0.512		
	31 – 40 ปี	4.287	0.493		
	41 ปีขึ้นไป	4.345	0.493		
ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความ เหมาะสม	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.260	0.443	3.248	0.02*
	21 – 30 ปี	4.148	0.357		
	31 – 40 ปี	4.074	0.425		
	41 ปีขึ้นไป	4.082	0.326		
ความสวยงามและบรรยากาศ ภายในไร่อุ้งนกราน	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.847	0.363	.172	0.91
	21 – 30 ปี	4.872	0.366		
	31 – 40 ปี	4.833	0.463		
	41 ปีขึ้นไป	4.842	0.366		
มีภูมิทัศน์กลมกลืนกับ ธรรมชาติ	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.891	0.314	.843	0.41
	21 – 30 ปี	4.797	0.429		
	31 – 40 ปี	4.796	0.427		
	41 ปีขึ้นไป	4.774	0.470		
รวม		4.529	0.300	1.843	0.13

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.22 ด้านสถานที่โดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ



เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่วงเวลาเปิด ปิด มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.23** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม จำแนกตามอายุ

อายุ	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 ปี – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
20 ปีหรือต่ำกว่า		0.44	0.05*	0.06
21 – 30 ปี			0.58	0.64
31 ปี – 40 ปี				0.99
41 ปีขึ้นไป				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสมแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31 ปี – 40 ปี

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	อายุ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ภายในไร่รุ่งนมี สัญญาณโทรศัพท์ ที่ชัดเจน	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.065	0.388	2.004	0.11
	21 – 30 ปี	3.946	0.306		
	31 – 40 ปี	3.944	0.382		
	41 ปีขึ้นไป	3.902	0.441		
ภายในไร่รุ่งนมีห้องน้ำ บริการที่สะอาดและ เพียงพอ	20 ปี หรือต่ำกว่า	3.673	0.598	1.660	0.17
	21 – 30 ปี	3.585	0.537		
	31 – 40 ปี	3.750	0.495		
	41 ปีขึ้นไป	3.706	0.561		
ไร่รุ่งนมีที่จอดรถ เพียงพอและสะดวก	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.087	0.284	.252	0.86
	21 – 30 ปี	4.117	0.354		
	31 – 40 ปี	4.129	0.364		
	41 ปีขึ้นไป	4.097	0.345		
ภายในไร่รุ่งนมี ร้านอาหารให้บริการ	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.000	0.421	.884	0.44
	21– 30 ปี	4.095	0.587		
	31 – 40 ปี	4.046	0.536		
	41 ปีขึ้นไป	3.977	0.608		
<b>รวม</b>		<b>3.942</b>	<b>.309</b>	<b>.493</b>	<b>0.68</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.24 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ

ด้านความปลอดภัย	อายุ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีเจ้าหน้าที่ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก	20 ปี หรือต่ำกว่า	3.782	0.554	1.116	0.34
	21 – 30 ปี	3.893	0.538		
	31 – 40 ปี	3.925	0.425		
	41 ปีขึ้นไป	3.917	0.427		
มีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติตามอย่างดี	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.065	0.388	.978	0.40
	21 – 30 ปี	4.127	0.491		
	31 – 40 ปี	4.037	0.451		
	41 ปีขึ้นไป	4.120	0.427		
มีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.021	0.257	.334	0.80
	21 – 30 ปี	4.042	0.385		
	31 – 40 ปี	4.000	0.432		
	41 ปีขึ้นไป	4.045	0.366		
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.021	0.257	.316	
	21 – 30 ปี	3.989	0.401		
	31 – 40 ปี	3.990	0.374		
	41 ปีขึ้นไป	3.962	0.397		
<b>รวม</b>		<b>4.000</b>	<b>0.327</b>	<b>.235</b>	<b>0.85</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.25 ด้านความปลอดภัยโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนกราน จำแนกตามอายุ

ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนกราน	อายุ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.239	0.672	.315	0.81
	21 – 30 ปี	4.170	0.649		
	31 – 40 ปี	4.148	0.721		
	41 ปีขึ้นไป	4.218	0.677		
นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.108	.640	.666	0.57
	21 – 30 ปี	4.010	0.613		
	31 – 40 ปี	4.018	0.626		
	41 ปีขึ้นไป	4.105	0.642		
มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.152	0.665	.510	0.67
	21 – 30 ปี	4.255	0.671		
	31 – 40 ปี	4.148	0.533		
	41 ปีขึ้นไป	4.188	0.641		
นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่รุ่งนกราน	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.173	0.676	.727	0.53
	21 – 30 ปี	4.234	0.646		
	31 – 40 ปี	4.111	0.701		
	41 ปีขึ้นไป	4.219	0.657		
<b>รวม</b>		<b>4.155</b>	<b>0.565</b>	<b>.390</b>	<b>0.76</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.26 ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนกรานโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามอายุ

ด้านร้านขายของที่ระลึก	อายุ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.065	0.573	4.147	0.00*
	21 – 30 ปี	4.074	0.420		
	31 – 40 ปี	4.009	0.483		
	41 ปีขึ้นไป	3.879	0.409		
มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่ รุ่งนที่โดดเด่น	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.152	0.363	.627	0.59
	21 – 30 ปี	4.106	0.372		
	31 – 40 ปี	4.101	0.452		
	41 ปีขึ้นไป	4.067	0.306		
รูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีความทันสมัย สวยงาม	20 ปีหรือต่ำกว่า	4.108	0.314	.763	0.51
	21 - 30 ปี	4.031	0.400		
	31 -40 ปี	4.064	0.393		
	41 ปีขึ้นไป	4.030	0.244		
ราคาเหมาะสมคุ้มค่า กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	20 ปีหรือต่ำกว่า	3.739	0.443	.241	0.86
	21 - 30 ปี	3.744	0.438		
	31 -40 ปี	3.768	0.465		
	41 ปีขึ้นไป	3.789	0.461		
รวม		<b>3.975</b>	<b>0.309</b>	<b>.896</b>	<b>0.44</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.27 ด้านร้านขายของที่ระลึกโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.28** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านมีการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม จำแนกตามอายุ

อายุ	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 ปี – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
20 ปี หรือต่ำกว่า		0.10	0.92	0.13
21 – 30 ปี			0.79	0.01*
31 ปี – 40 ปี				0.18
41 ปีขึ้นไป				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 – 30 ปีมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ข้อมูลเกี่ยวกับไร่อรุณจากเฟชบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.407	0.520	2.452	0.08
	ปริญญาตรี	4.329	0.558		
	สูงปริญญาตรี	4.526	0.506		
ข้อมูลจากเฟชบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่อรุณมีความน่าสนใจทันสมัย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.105	0.623	1.796	0.16
	ปริญญาตรี	4.142	0.678		
	สูงปริญญาตรี	4.342	0.582		
การประชาสัมพันธ์เฟชบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.026	0.515	.604	0.54
	ปริญญาตรี	4.056	0.475		
	สูงปริญญาตรี	4.131	0.474		
ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่อรุณมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.078	0.560	.262	0.76
	ปริญญาตรี	4.123	0.462		
	สูงปริญญาตรี	4.131	0.577		
รวม		4.173	0.413	1.498	0.22

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.27 ด้านการประชาสัมพันธ์จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ

**ตารางที่ 4.30** เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
เจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.486	0.577	1.272	0.28
	ปริญญาตรี	4.445	0.527		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.315	0.619		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีอริยาศัยที่ดีและเหมาะสม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.289	0.537	3.189	0.04*
	ปริญญาตรี	4.194	0.458		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.052	0.461		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.157	0.517	1.504	0.22
	ปริญญาตรี	4.074	0.484		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.000	0.402		
เจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.223	0.505	.581	0.56
	ปริญญาตรี	4.224	0.500		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.131	0.528		
<b>รวม</b>		<b>4.234</b>	<b>0.403</b>	<b>2.213</b>	<b>0.13</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.30 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอริยาศัยที่ดีและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



**ตารางที่ 4.31** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถาศัยที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี		0.31	0.04*
ปริญญาตรี			0.22
สูงกว่าปริญญาตรี			

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.32** เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านสถานที่	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
บริเวณภายในไร่รุ่งนมี ความสะอาดและคูมี ระเบียบ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.407	0.494	0.883	0.41
	ปริญญาตรี	4.329	0.494		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.394	0.547		
ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความ เหมาะสม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.184	0.423	1.420	0.24
	ปริญญาตรี	4.101	0.438		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.105	0.508		

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ด้านสถานที่	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่่องุ่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.802	0.400	3.623	0.02*
	ปริญญาตรี	4.880	0.378		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.710	0.515		
มีภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.789	0.410	1.688	0.18
	ปริญญาตรี	4.820	0.403		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.684	0.619		
รวม		4.529	0.300	0.788	0.18

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.32 ด้านสถานที่จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่่องุ่นกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.33** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัตราที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี		0.31	0.04*
ปริญญาตรี			0.22
สูงกว่าปริญญาตรี			

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.34** เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ภายในไร่รุ่งนรมีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.013	0.475	1.615	0.20
	ปริญญาตรี	3.932	0.351		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.894	0.452		
ภายในไร่รุ่งนรมีห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.657	0.622	.267	0.76
	ปริญญาตรี	3.685	0.511		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.736	0.601		

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ร้านอาหารที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.092	0.291	.468	0.62
	ปริญญาตรี	4.108	0.334		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.157	0.494		
ภายในร้านอาหารให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.921	0.627	1.782	0.17
	ปริญญาตรี	4.052	0.538		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.078	0.587		
รวม		3.942	0.309	.309	0.73

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.32 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ร้านอาหาร มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอายุ

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ร้านอาหาร มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านความปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านความปลอดภัย	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีเจ้าหน้าที่ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้าออก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.881	0.515	.091	0.91
	ปริญญาตรี	3.898	0.459		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.921	0.486		
มีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.052	0.428	2.987	0.06
	ปริญญาตรี	4.123	0.437		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.947	0.517		

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ด้านความปลอดภัย	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลา และเข้มงวด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.986	0.346	.608	0.54
	ปริญญาตรี	4.037	0.376		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.042	0.481		
มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยตลอดเวลา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.991	0.345	.698	0.49
	ปริญญาตรี	3.977	0.356		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.051	0.461		
รวม		4.000	0.327	.361	0.69

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.35 ด้านความปลอดภัยจำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัด ให้นักท่องเที่ยว น่าสนใจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.131	0.660	.353	0.70
	ปริญญาตรี	4.206	0.687		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.184	0.691		

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ด้านกิจกรรมในไร่ร่องุ่น	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.105	0.623	1.319	0.26
	ปริญญาตรี	4.026	0.627		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.184	0.651		
มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.131	0.660	1.009	0.36
	ปริญญาตรี	4.187	0.662		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.315	.574		
นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่ร่องุ่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.186	0.671	1.169	0.31
	ปริญญาตรี	4.164	0.679		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.342	0.582		
<b>รวม</b>		<b>4.155</b>	<b>0.565</b>	<b>.678</b>	<b>0.50</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.36 ด้านกิจกรรมในไร่ร่องุ่นจำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องุ่นgran มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านร้านขายของที่ระลึก	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.000	0.541	.965	0.38
	ปริญญาตรี	3.970	0.432		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.078	0.486		
มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่อุ้งนที่โดดเด่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.171	0.443	2.843	0.06
	ปริญญาตรี	4.067	0.328		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.157	0.494		
รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.105	0.385	1.504	0.22
	ปริญญาตรี	4.041	0.327		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.000	0.328		
ราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.736	0.525	.693	0.50
	ปริญญาตรี	3.764	0.442		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.842	0.369		
<b>รวม</b>		<b>3.975</b>	<b>0.309</b>	<b>.997</b>	<b>0.37</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.37 ด้านร้านขายของที่ระลึกจำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการประชาสัมพันธ์	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ข้อมูลเกี่ยวกับไร่รุ่งนกราน เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็น อย่างดี	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.200	0.410	1.298	0.27
	พนักงานเอกชน	4.370	0.560		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.375	0.577		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.391	0.493		
ข้อมูลจากเฟซบุ๊กและ เว็บไซต์ของไร่รุ่งนกรานมี ความน่าสนใจทันสมัย	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.450	0.510	2.743	0.04*
	พนักงานเอกชน	4.119	0.664		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.203	0.660		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.152	0.665		
การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กและเว็บไซต์ เข้าถึงง่ายและชัดเจน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.250	0.442	1.338	0.26
	พนักงานเอกชน	4.039	0.463		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.031	0.562		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.108	0.482		
ป้ายประชาสัมพันธ์ ภายในไร่รุ่งนกรานมีความ ชัดเจนเข้าใจง่าย	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.300	0.470	.784	0.50
	พนักงานเอกชน	4.083	0.461		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.140	0.559		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.173	0.569		
รวม		4.173	0.413	.958	0.41

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.38 ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่่องุ่นมีความน่าสนใจทันสมัยภายในไร่่องุ่นกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.39** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่่องุ่น มีความน่าสนใจทันสมัยภายในไร่่องุ่น จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.10	0.92	0.13
พนักงานเอกชน			0.79	0.01*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว				0.18
นักเรียน / นักศึกษา				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่ามีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามอาชีพ

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
เจ้าหน้าที่พนักงานให้ การต้อนรับเป็นอย่างดี	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.450	0.604	1.272	0.28
	พนักงานเอกชน	4.394	0.551		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.515	0.534		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.587	0.497		
เจ้าหน้าที่พนักงานมี อัธยาศัยดีและ เหมาะสม	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.030	0.456	3.189	0.04*
	พนักงานเอกชน	4.183	0.462		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.187	0.500		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.391	0.493		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีการ ดูแลอย่างทั่วถึง	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.101	0.448	1.504	0.22
	พนักงานเอกชน	4.087	0.473		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.953	0.517		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.282	0.455		
เจ้าหน้าที่พนักงานให้ คำแนะนำตอบข้อ ซักถามได้ดี	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.300	0.656	.581	0.56
	พนักงานเอกชน	4.191	0.476		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.203	0.568		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.326	0.473		
<b>รวม</b>		<b>4.234</b>	<b>0.403</b>	<b>2.113</b>	<b>0.12</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.40 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานจำแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่า  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอาชีพที่ดีและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราม มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.41 ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราม มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอาชีพที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.10	0.92	0.13
พนักงานเอกชน			0.79	0.01*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว				0.18
นักเรียน / นักศึกษา				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนกับนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อู่หนองกราม มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอาชีพที่ดีและเหมาะสมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านสถานที่	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
บริเวณภายในไร่รุ่งน มีความสะอาดและดู มีระเบียบ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.550	0.510	3.091	0.20
	พนักงานเอกชนประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.298	0.484		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.437	0.530		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.434	0.501		
ช่วงเวลาเปิด ปิด มีความเหมาะสม	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.100	0.307	3.330	0.02*
	พนักงานเอกชน	4.115	0.355		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.031	0.435		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.260	0.443		
ความสวยงามและ บรรยากาศภายใน ไร่รุ่งน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.850	0.366	.730	0.53
	พนักงานเอกชน	4.864	0.365		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.781	0.548		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.847	0.363		
มีภูมิทัศน์กลมกลืน กับธรรมชาติ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.650	0.587	1.537	0.20
	พนักงานเอกชน	4.800	0.419		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.781	0.486		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.891	0.314		
รวม		4.529	0.300	.788	0.45

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.42 ด้านสถานที่จำแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่า  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน

มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกันตามอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อูุ่่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.43** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อูุ่่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.99	0.91	0.47
พนักงานเอกชน			0.47	0.12
ประกอบธุรกิจส่วนตัว				0.02*
นักเรียน / นักศึกษา				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อูุ่่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ภายในไร่รุ่งนมี สัญญาณโทรศัพท์ที่จัด เจน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.950	0.394.	2.944	0.03*
	พนักงานเอกชน	3.948	0.381		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.843	0.407		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.065	0.388		
ภายในไร่รุ่งนมีห้องน้ำ บริการที่สะอาดและ เพียงพอ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.650	0.489	.065	0.97
	พนักงานเอกชน	3.693	0.519		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.671	0.618		
	นักเรียน / นักศึกษา	3.673	0.598		
ไร่รุ่งนมีที่จอดรถ เพียงพอและสะดวก	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.070	0.321	.871	0.45
	พนักงานเอกชน	4.123	0.353		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.109	0.363		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.087	0.284		
ภายในไร่รุ่งนมี ร้านอาหารให้บริการ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.800	0.615	2.987	0.13
	พนักงานเอกชน	4.083	0.526		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.906	0.728		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.000	0.421		
<b>รวม</b>		<b>3.942</b>	<b>0.309</b>	<b>1.771</b>	<b>0.15</b>

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.44 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามอาชีพโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภายในไร่่องุ่นมีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจนกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตารางที่ 4.45** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านภายในไร่่องุ่นมีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน / นักศึกษา
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		0.10	0.76	0.74
พนักงานเอกชน			0.26	0.31
ประกอบธุรกิจส่วนตัว				0.03*
นักเรียน / นักศึกษา				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียน / นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านภายในไร่่องุ่นมีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ

ด้านความปลอดภัย	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีเจ้าหน้าที่ป้อมยาม ตรวจตรา ในทางเข้า ออก	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.900	0.307	1.045	0.37
	พนักงานเอกชน	3.916	0.470		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.906	0.461		
	นักเรียน / นักศึกษา	3.782	0.554		
มีป้ายบอกห้ามหรือ เตือนให้ปฏิบัติอย่าง ดี	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.150	0.366	.192	0.90
	พนักงานเอกชน	4.095	.463		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.078	0.447		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.061	0.379		
มีเวลาเปิดปิดที่เป็น เวลาและเข้มงวด	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.110	0.447	.448	0.71
	พนักงานเอกชน	4.019	0.384		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.078	0.410		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.021	0.257		
มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัย ตลอดเวลา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.850	0.366	1.007	0.83
	พนักงานเอกชน	3.988	0.453		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.984	0.453		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.021	0.257		
รวม		4.000	0.327	.190	0.90

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.46 ด้านความปลอดภัยจำแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกันตามอาชีพ



ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน จําแนกตามอาชีพ

ด้านกิจกรรมใน ไร่รุ่งน	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยว นำเสนอใจ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.200	0.695	.278	0.84
	พนักงานเอกชน	4.195	0.685		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.125	0.678		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.239	0.672		
นักท่องเที่ยวได้มี ส่วนร่วมในการ ดำเนินกิจกรรมอย่าง เหมาะสม	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.005	0.458	.198	0.89
	พนักงานเอกชน	4.047	0.636		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.078	0.649		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.108	0.640		
มีผู้เชี่ยวชาญ ให้ความรู้ในช่วง ดำเนินกิจกรรมอย่าง มีคุณภาพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.300	0.732	.486	0.69
	พนักงานเอกชน	4.171	0.656		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.250	0.617		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.152	0.665		
นักท่องเที่ยวได้ ประสบการณ์ ที่ประทับใจกิจกรรม ในไร่รุ่งน	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.300	0.571	1.495	0.21
	พนักงานเอกชน	4.144	0.673		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.328	0.667		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.173	0.676		
<b>รวม</b>		<b>4.155</b>	<b>0.565</b>	<b>.221</b>	<b>0.88</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.47 ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนจําแนกตามอาชีพโดยรวม พบว่า  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ

ด้านร้านขายของที่ระลึก	อาชีพ	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีการจัดการภายในร้าน ขายของที่ระลึกอย่าง เหมาะสม	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.850	0.366	1.806	0.14
	พนักงานเอกชน	4.004	0.433		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.906	0.495		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.065	0.573		
มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่ อุ้งนที่โดดเด่น	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.050	0.394	.454	0.71
	พนักงานเอกชน	4.091	0.373		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.093	0.387		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.152	0.363		
รูปแบบของผลิตภัณฑ์มี ความทันสมัยสวยงาม	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.000	0.324	1.466	0.22
	พนักงานเอกชน	4.059	0.369		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.984	0.217		
	นักเรียน / นักศึกษา	4.108	0.314		
ราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.650	0.489	.804	0.49
	พนักงานเอกชนประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	3.788	0.455		
	นักเรียน / นักศึกษา	3.734	0.455		
<b>รวม</b>		<b>3.975</b>	<b>0.309</b>	<b>1.370</b>	<b>0.25</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.48 พบว่า ด้านร้านขายของที่ระลึกจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน โดยรวมมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

**ตารางที่ 4.49** เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการประชาสัมพันธ์	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ข้อมูลเกี่ยวกับไร่รุ่งนกราน เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็น อย่างดี	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.391	0.493	.198	.93
	10,001 – 20,000 บาท	4.382	0.493		
	20,001 – 30,000 บาท	4.400	0.607		
	30,001 – 40,000 บาท	4.341	0.551		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.348	.5404		
ข้อมูลจากเฟซบุ๊กและ เว็บไซต์ของไร่รุ่งนกรานมี ความน่าสนใจทันสมัย	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.152	0.665	3.230	0.16
	10,001 – 20,000 บาท	4.205	0.591		
	20,001 – 30,000 บาท	4.287	0.620		
	30,001 – 40,000 บาท	4.019	0.659		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.287	0.696		
การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กและเว็บไซต์ เข้าถึงง่ายและชัดเจน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.108	0.482	1.370	0.24
	10,001 – 20,000 บาท	4.176	0.520		
	20,001 – 30,000 บาท	4.050	0.525		
	30,001 – 40,000 บาท	4.000	0.410		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.1061	0.558		
ป้ายประชาสัมพันธ์ ภายในไร่รุ่งนกรานมีความ ชัดเจนเข้าใจง่าย	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.173	0.569	1.410	0.23
	10,001 – 20,000 บาท	4.235	0.553		
	20,001 – 30,000 บาท	4.162	0.462		
	30,001 – 40,000 บาท	4.058	0.473		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.090	0.487		
<b>รวม</b>		<b>4.173</b>	<b>0.413</b>	<b>1.874</b>	<b>0.11</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.49 พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน โดยรวมมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

**ตารางที่ 4.50** เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
เจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.587	0.497	1.365	0.24
	10,001 – 20,000 บาท	4.500	0.615		
	20,001 – 30,000 บาท	4.462	0.501		
	30,001 – 40,000 บาท	4.393	0.552		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.393	0.578		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยดีและเหมาะสม	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.391	0.493	3.398	0.01*
	10,001 – 20,000 บาท	4.323	0.474		
	20,001 – 30,000 บาท	4.187	0.479		
	30,001 – 40,000 บาท	4.161	0.448		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.106	0.500		
เจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.282	0.455	2.941	0.02*
	10,001 – 20,000 บาท	4.147	0.500		
	20,001 – 30,000 บาท	4.075	0.568		
	30,001 – 40,000 บ	4.058	0.398		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.984	0.540		

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
เจ้าหน้าที่พนักงาน ให้คำแนะนำตอบ ข้อซักถามได้ดี	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.326	.473	1.894	0.11
	กว่า 10,001 – 20,000	4.382	0.490		
	บาท 20,001 – 30,000	4.175	0.471		
	บาท 30,001 – 40,000	4.180	0.462		
	บาท 40,001 บาทขึ้นไป	4.181	0.630		
รวม		4.234	0.403	3.280	0.01*

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.50 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถาศัยที่ดีและเหมาะสมและด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึงกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.51** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดีและเหมาะสม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	10,001 – 20,000 บาท	20,001– 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
10,000 บาท หรือต่ำกว่า		0.98	0.24	0.08	0.04*
10,001 – 20,000 บาท			0.73	0.51	0.31
20,001 – 30,000 บาท				0.99	0.89
30,001 – 40,000 บาท					0.95
40,001 บาท ขึ้นไป					

**หมายเหตุ.** \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดีและเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.52** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	10,001 – 20,000 บาท	20,001– 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
10,000 บาท หรือต่ำกว่า		0.81	0.24	0.10	0.03*
10,001 – 20,000 บาท			0.97	0.91	0.63
20,001–30,000 บาท				0.99	0.86
30,001– 40,000 บาท					0.89
40,001 บาท ขึ้นไป					

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านสถานที่	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ความพึง พอใจ	S.D.	F	Sig.
บริเวณภายในไร่รุ่งน มีความสะอาดและดู มีระเบียบ	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.434	0.501	3.806	0.00*
	10,001 – 20,000 บาท	4.411	0.499		
	20,001 – 30,000 บาท	4.387	0.515		
	30,001 – 40,000 บาท	4.238	0.457		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.484	0.533		
ช่วงเวลาเปิด ปิดมี ความเหมาะสม	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.260	0.443	2.203	0.06
	10,001 – 20,000 บาท	4.147	0.359		
	20,001 – 30,000 บาท	4.125	0.322		
	30,001 – 40,000 บาท	4.077	0.369		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.090	0.419		
ความสวยงามและ บรรยากาศภายในไร่ รุ่งน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.847	0.363	.591	0.69
	10,001 – 20,000 บาท	4.852	0.359		
	20,001 – 30,000 บาท	4.837	0.434		
	30,001 – 40,000 บาท	4.877	0.348		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.787	0.511		
มีภูมิทัศน์กลมกลืน กับธรรมชาติ	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.891	0.314	1.268	0.28
	10,001 – 20,000 บาท	4.705	0.462		
	20,001–30,000 บาท	4.750	0.490		
	30,001– 40,000 บ	4.819	0.418		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.803	0.437		
รวม		4.529	0.300	1.131	0.34



ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.53 ด้านสถานที่จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสถานที่ไม่แตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริเวณภายในไร่รุ่งนกรานมีความสะอาดและคูมีระเบียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.54** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านบริเวณภายในไร่รุ่งนกรานมีความสะอาดและคูมีระเบียบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	10,000 บาทหรือต่ำกว่า	10,001 – 20,000 บาท	20,001– 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป
10,000 บาทหรือต่ำกว่า		1.00	0.99	0.23	0.99
10,001 – 20,000 บาท			1.00	0.48	0.97
20,001 – 30,000 บาท				0.30	0.84
30,001 – 40,000 บาท					0.02*
40,001 บาทขึ้นไป					

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านบริเวณภายในไร่รุ่งนกรานมีความสะอาดและดูมีระเบียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ภายในไร่รุ่งนกราน สัญญาณ โทรศัพท์ที่จัดเจน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.165	0.378	2.246	0.06
	10,001 – 20,000 บาท	3.941	0.422		
	20,001 – 30,000 บาท	4.000	0.420		
	30,001 – 40,000 บาท	3.903	0.356		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.893	0.397		
ภายในไร่รุ่งนกราน ห้องน้ำบริการ ที่สะอาดและ เพียงพอ	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	3.673	0.598	2.369	0.06
	10,001 – 20,000 บาท	3.705	0.462		
	20,001 – 30,000 บาท	3.700	0.603		
	30,001 – 40,000 บาท	3.606	0.503		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.848	0.533		
ไร่รุ่งนกรานที่มีจอครด เพียงพอและ สะดวก	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.087	0.284	.920	0.45
	10,001 – 20,000 บาท	4.088	0.287		
	20,001 – 30,000 บาท	4.175	0.414		
	30,001 – 40,000 บาท	4.090	0.329		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.106	0.356		

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
ภายในโรงแรมมีร้านอาหารให้บริการ	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.000	0.421	1.551	0.18
	10,001 – 20,000 บาท	3.882	.640		
	20,001 – 30,000 บาท	4.137	0.651		
	30,001 – 40,000 บาท	4.038	0.520		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.969	0.580		
รวม		3.942	0.309	1.388	0.23

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.55 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่โรงแรมมอนด์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่โรงแรมมอนด์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านความปลอดภัย	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีเจ้าหน้าที่ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้าออก	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	3.782	0.554	1.084	0.36
	10,001 – 20,000 บาท	3.911	0.513		
	20,001 – 30,000 บาท	3.962	0.514		
	30,001 – 40,000 บาท	3.890	0.419		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.909	0.454		

ตารางที่ 4.56 (ต่อ)

ด้านความปลอดภัย	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ความพึง พอใจ	S.D.	F	Sig.
มีป้ายบอกห้ามหรือ เตือนให้ปฏิบัติอย่างดี	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.055	0.387	2.553	0.33
	10,001 – 20,000 บาท	4.235	0.495		
	20,001 – 30,000 บาท	4.125	0.460		
	30,001 – 40,000 บาท	4.019	0.385		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.166	0.543		
มีเวลาเปิดปิดที่เป็น เวลาและเข้มงวด	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.021	.257	.266	0.89
	10,001 – 20,000 บาท	4.088	0.451		
	20,001 – 30,000 บาท	4.037	0.403		
	30,001 – 40,000 บาท	4.019	0.331		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.015	0.480		
มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยตลอดเวลา	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.021	0.257	.460	0.76
	10,001 – 20,000 บาท	3.911	0.514		
	20,001 – 30,000 บาท	3.987	0.435		
	30,001 – 40,000 บาท	3.980	0.331		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.080	0.391		
<b>รวม</b>		<b>4.000</b>	<b>0.327</b>	<b>.596</b>	<b>0.66</b>

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.56 ด้านความปลอดภัยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัด ให้นักท่องเที่ยว น่าสนใจ	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.239	0.672	.382	0.82
	10,001 – 20,000 บาท	4.117	0.591		
	20,001 – 30,000 บาท	4.150	0.657		
	30,001 – 40,000 บาท	4.225	0.688		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.151	0.749		
นักท่องเที่ยวได้มีส่วน ร่วมในการดำเนิน กิจกรรมอย่างเหมาะสม	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.108	0.640	.413	0.80
	10,001 – 20,000 บาท	4.000	0.643		
	20,001 – 30,000 บาท	4.062	0.643		
	30,001 – 40,000 บาท	4.025	0.633		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.121	0.644		
มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ ในช่วงดำเนินกิจกรรม อย่างมีคุณภาพ	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.152	0.665	2.656	0.06
	10,001 – 20,000 บาท	4.294	0.675		
	20,001 – 30,000 บาท	4.312	0.614		
	30,001 – 40,000 บาท	4.071	0.614		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.287	0.674		

ตารางที่ 4.57 (ต่อ)

ด้านกิจกรรมในไร่ร่อน	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ความพึง พอใจ	S.D.	F	Sig.
นักท่องเที่ยวได้ ประสบการณ์ที่ ประทับใจกิจกรรมใน ไร่ร่อน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.173	0.676	.628	0.00*
	10,001 – 20,000 บาท	4.303	0.636		
	20,001 – 30,000 บาท	4.237	0.660		
	30,001 – 40,000 บาท	4.051	0.662		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.393	0.653		
รวม		4.155	.565	.915	0.45

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.57 ด้านกิจกรรมในไร่ร่อนจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่อนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านกิจกรรมในไร่ร่อนที่ไม่แตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่ร่อนกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่อนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.58** ทดสอบเป็นรายคู่ ค่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่รุ่งน จําแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	10,001 – 20,000 บาท	20,001– 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้นไป
10,000บาท หรือต่ำกว่า		0.94	0.99	0.87	0.55
10,001 – 20,000 บาท			0.99	0.41	0.98
20,001–30,000 บาท				0.38	0.73
30,001– 40,000 บาท					0.01*
40,001 บาทขึ้นไป					

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่รุ่งน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.59** เปรียบเทียบของระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน  
มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้ต่อ  
เดือน

ด้านร้านขายของที่ ระลึก	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	S.D.	F	Sig.
มีการจัดการภายใน ร้านขายของที่ระลึก อย่างเหมาะสม	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.065	0.573	1.440	0.22
	10,001 – 20,000 บาท	4.029	0.388		
	20,001 – 30,000 บาท	4.050	0.447		
	30,001 – 40,000 บาท	3.954	0.446		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.909	0.456		
มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่ รุ่งนที่โดดเด่น	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.152	0.363	.384	0.82
	10,001 – 20,000 บาท	4.117	0.409		
	20,001 – 30,000 บาท	4.100	0.408		
	30,001 – 40,000 บาท	4.077	0.312		
	40,001 บาทขึ้นไป	4.090	0.454		
รูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีความทันสมัย สวยงาม	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	4.108	0.314	1.543	0.18
	10,001 – 20,000 บาท	4.029	0.459		
	20,001 – 30,000 บาท	4.087	0.395		
	30,001 – 40,000 บาท	4.051	0.297		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.969	0.302		
ราคาเหมาะสมคุ้มค่า กับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์	10,000 บาท หรือต่ำกว่า	3.739	0.443	.846	0.49
	10,001 – 20,000 บาท	3.647	0.485		
	20,001 – 30,000 บาท	3.762	0.509		
	30,001 – 40,000 บาท	3.800	0.417		
	40,001 บาทขึ้นไป	3.772	0.457		
<b>รวม</b>		<b>3.975</b>	<b>0.309</b>	<b>.637</b>	<b>0.63</b>



ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.59 ด้านร้านขายของที่ระลึกจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณภรณ์ มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านร้านขายของที่ระลึกที่ไม่แตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 381 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามแบบสำรวจรายการ 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ 7 ด้าน 1) การประชาสัมพันธ์ 2) ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน และ 7) ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 28 ข้อคำถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงจำนวนและร้อยละ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา และด้านทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบ t – test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ จำแนกตามเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way ANOVA เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยจำแนกเป็นตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 กลุ่มตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สำหรับการวิเคราะห์ความ

แปรปรวนเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe โดยกำหนดการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน คนแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ 381 ดังต่อไปนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 381 พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.1 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.9 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่างช่วง 40 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.9 และอายุอยู่ในระหว่างช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างในช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.7 และช่วง 20 ปี หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.1 น้อยที่สุด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.9 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.8 นอกจากนั้นกลุ่มนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.1 และ 5.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดอยู่ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.1 และมีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้น้อยที่สุดอยู่ระหว่าง 10,000 บาท หรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

5.1.2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น 7) ด้านร้านอาหารของที่ระลึก โดยรวมใน ทั้ง 7 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.52 รองลงมาคือ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.23 นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยลงมา คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.17 ส่วนด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.15 ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.00 และด้านร้านอาหาร

ขายของที่ระลึกน้อยลงมาตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.97 และเมื่อจำแนกตามรายด้านของทั้ง 7 ด้าน พบว่า

1) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณگران มอนเต้ จังหวัดนครราชสีมา ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่อรุณจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.36 รองลงมาคือด้านข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่อรุณที่มีความน่าสนใจทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.15 และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่อรุณมีความชัดเจนเข้าใจง่ายทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.11 และด้านการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.05 น้อยลงมาตามลำดับ

2) ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดีมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.44 รองลงมาคือด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.21 และด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีทัศนคติที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.08 มีความพึงพอใจน้อยลงมา ตามลำดับ

3) ด้านสถานที่ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่อรุณมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.84 รองลงมาด้านภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.80 และบริเวณไร่อรุณมีความสะอาดและดูมีระเบียบน้อยลงมา โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.35 ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุด คือด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.11 ตามลำดับ

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านภายในไร่อรุณมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.11 รองลงมา คือ ด้านภายในไร่อรุณมีร้านอาหารให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 4.02 และด้านสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอที่ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.11 ตามลำดับ

5) ด้านความปลอดภัย โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านมีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดีมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.09 รองลงมา คือ ด้านมีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.02 และด้านมีเจ้าหน้าที่ ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก มีค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.98 รองลงมาตามลำดับ

6) ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.18 และด้านได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่่องุ่นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.18 นอกจากนี้พอใจรองลงมา คือด้านที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.18 และด้านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.05 น้อยลงมา ตามลำดับ

7) ด้านร้านขายของที่ระลึก โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านต่อด้านผลิตภัณฑ์จากทางไร่่องุ่นที่โดดเด่นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.09 รองลงมา คือด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.04 และด้านการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.98 ด้านราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.76 รองลงมาตามลำดับ

5.1.3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ

ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม จำแนกตามเพศ พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามเพศ

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม จำแนกตามเพศ พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีพึงพอใจแตกต่างกันตามเพศ โดยเพศหญิงมีความพึง

พอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มากกว่าเพศชาย

ด้านสถานที่ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามเพศ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามเพศ

ด้านความปลอดภัย ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามเพศ

ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามเพศ

ด้านร้านอาหารของที่ระลึก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามเพศ

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ

ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่รุ่งนจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอันดับที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31 – 40 ปี

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเด๋ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดีและเหมาะสม กับนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดีและเหมาะสม มากกว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 21 – 30 ปี และด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึงกับนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 21 – 30 ปี

ด้านสถานที่ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม กับนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่ามีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุ 31 – 40 ปี

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามอายุ

ด้านความปลอดภัย ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามอายุ

ด้านกิจกรรมในไร่อุ้งนกราน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามอายุ

ด้านร้านอาหารของที่ระลึก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อุ้งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอรรถยาศัยที่ดีและเหมาะสม กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

ด้านสถานที่ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่รุ่งนกรานกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา



ด้านความปลอดภัย ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งนกราน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

ด้านร้านอาหารของที่ระลึก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ

ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่รุ่งนกรานมีความน่าสนใจทันสมัย กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ พนักงานเอกชน มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัตราที่ยี่ดีและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานเอกชน

ด้านสถานที่ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภายใน ไร่องุ่นมีสัญญาณ โทรศัพท์ที่ชัดเจน กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ ต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

ด้านความปลอดภัย ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

ด้านร้านขายของที่ระลึก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามอาชีพ

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัตราค่าที่ดีและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป และด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป

ด้านสถานที่ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริเวณภายในไร่อรุณมีความสะอาดและดูมีระเบียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

ด้านความปลอดภัย ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

ด้านกิจกรรมในไร่อรุณ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม

รายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่ร่องน กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลกับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท

ด้านร้านอาหารของที่ระลึก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันไปตามรายได้ต่อเดือน

## 5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

5.2.1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านกิจกรรมในไร่ร่องน และ 7) ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก โดยรวมทั้ง 7 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดไปกว่าเดิม ด้านสถานที่ ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่คล้าย ๆ กัน และเมื่อจำแนกตามรายด้านของทั้ง 7 ด้าน พบว่า

1) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่ร่องนกราน มอนเต้ จังหวัดนครราชสีมา ทั้งในด้านข้อมูลเกี่ยวกับไร่ร่องนจากเฟซบุ๊ก

และเว็บไซต์เป็นอย่างดี ด้านข้อมูลจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของไร่รุ่งนที่มีความน่าสนใจทันสมัย ด้านป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่รุ่งนมีความชัดเจน และด้านการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่าย อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเนื่องทางไร่รุ่งน กราน มอนเต้ได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนเพิ่มเติมข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ช่องทางด้านประชาสัมพันธ์ของไร่รุ่งน กราน มอนเต้ได้คะแนนระดับความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ยศวีร์ ยุคตะนันท์ (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเทียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อย ต่อความสะดวก สะอาด และการประชาสัมพันธ์และเอกสารเผยแพร่

2) ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่พนักงานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีเหมาะสม และด้านเจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง อยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลากรเจ้าหน้าที่พนักงานของไร่รุ่งน กราน มอนเต้ ให้การต้อนรับเป็นอย่างดีนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีรวมทั้งมีอัธยาศัยที่ดีเหมาะสมการให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดีและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับยศวีร์ ยุคตะนันท์ (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเทียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ บุคลากรของศูนย์บริการการท่องเที่ยวเกษตร

3) ด้านสถานที่ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่รุ่งนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ไพศาล ชุ่มวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ จุดท่องเที่ยวมีความงดงาม ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว ความสวยงามของวนอุทยานภูชี้ฟ้า และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านภายในไร่รุ่งนมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวก ด้านภายในไร่รุ่งนมีร้านอาหารให้บริการ และด้านสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน และด้านห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอใกล้เคียงกัน จะมีเฉพาะด้านภายในไร่รุ่งนมีห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอที่นักท่องเที่ยวยังให้ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่น ซึ่งอาจเป็นเพราะบางช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมากันเยอะจึงทำให้การห้องน้ำไม่เพียงพอ ซึ่ง

สอดคล้องกับ อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) ศึกษานักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวทั่วไป เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยว เจ้าของสวนเกษตร และผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว เห็นว่าปัจจัยด้านการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยในชีวิต / ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

5) ด้านความปลอดภัย โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านมีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดี ด้านมีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด ด้านมีเจ้าหน้าที่ ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก และด้านมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) ศึกษา นักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวทั่วไป เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยว เจ้าของสวนเกษตร และผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว และเห็นว่าปัจจัยด้านการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยในชีวิต / ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

6) ด้านกิจกรรมในไร่ร่องุ่น โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวมาสนใจ ด้านได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่ร่องุ่น นอกจากนั้นด้านที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ และด้านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมากพอ ๆ กัน จะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นเนื่องจากที่ทางไร่ร่องุ่น กราน มอนเด่ ได้จัดเตรียมด้านกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจ นอกจากนั้นยังมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้ความรู้ในขณะดำเนินกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยะ หนูนิล (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสังขาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยนักท่องเที่ยวมีความ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยว ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้าน ในระดับมาก

7) ด้านร้านขายของที่ระลึก โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์จากทางไร่ร่องุ่นที่โดดเด่น ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยสวยงาม ด้านการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม และด้านราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวจะพอใจต่อผลิตภัณฑ์จากทางไร่ร่องุ่นที่โดดเด่นค่อนข้างมากและราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นักท่องเที่ยวจะพอใจค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจเป็นเพราะ

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาค่อนข้างสูง จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจที่น้อยกว่าด้านอื่น จึงต้องจัดเตรียมของที่ระลึกให้เหมาะสมแก่สถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับ พัศตร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ด้านร้านขายของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่อง จังหวัดนครปฐม มีศิลปวัตถุ และหลักฐานที่สำคัญต่าง ๆ และมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และยังสนับสนุนจากทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ Kotler and Armstrong (2004) ความพึงพอใจของลูกค้าถือได้ว่าเป็นเป้าหมายหลักการตลาดซึ่งให้เห็นว่าหัวใจหลักของการตลาดคือ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

5.2.2 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่า เพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันไปตามเพศ ซึ่งสอดคล้องกับ วิชาน จินากักดี (2555) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันไปตามอายุ ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรชัย ลิ่มพรจิตวิไล (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ พัศตร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่ง

ท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามตามอาชีพ โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างไปตามระดับการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ พัศตร์ หิรัญญการ (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามตามรายได้ต่อเดือน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างไปตามรายได้ต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับ วิชาน จินากักดิ์ (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 จากผลการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำมาใช้ปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสมกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ในแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนน ด้านการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน ในระดับความพึงพอใจน้อยกว่าด้านอื่น ดังนั้นทางไร่รุ่งนกราน มอนเต้ จะต้องให้ความสนใจ และมีการพัฒนาให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยการสอบถามจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านนี้ให้บ่อย ๆ ครั้งเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

2) ด้านเจ้าหน้าที่พนักงานโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบตามรายด้าน พบว่า เจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง นักท่องเที่ยวยังให้คะแนนอยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่น ดังนั้นจึงควรที่จะมีการพัฒนาหรือการปรับปรุงเพิ่มเติมให้มีเจ้าหน้าที่



คอยดูแลนักท่องเที่ยวให้สม่ำเสมอและทั่วถึงเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

3) ด้านสถานที่โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนน ด้านความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่่องุ่นและด้านภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ ในระดับมากที่สุด ซึ่งทางไร่่องุ่นگران มอนเต้ ควรต้องอนุรักษ์และเลี้ยงเห็นถึงจุดเด่นในด้านนี้ไว้ แต่อีกด้านหนึ่งที่ พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจในระดับน้อยลงมา คือด้านช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม ซึ่งทางไร่อาจต้องสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ เวลาเปิด ปิดเหมาะสมกับการมาท่องเที่ยวหรือไม่

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนน ด้านห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอ นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ดังนั้นทางไร่่องุ่นจึงควรที่ต้องพัฒนาเรื่องการบริหารห้องน้ำให้มีความสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อยและมากพร้อมทั้งการดูแลความสะอาดตลอดเวลาเพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากที่สุด

5) ด้านความปลอดภัยโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจ ด้านการตรวจตราดูแลจากเจ้าหน้าที่ป้อมยามทาง เข้า น้อยสุด ดังนั้นจึงต้องมีการตรวจตราการดูแลจากเจ้าหน้าที่ป้อมยามทาง เข้า ออก เช่น การแลกบัตร การจดบันทึกเลขหายามทะเบียนเพื่อเป็นการป้องกันในด้านต่าง ๆ

6) ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่นโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจ ด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวน่าสนใจ ประสพการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่่องุ่นและมีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ ทั้ง 3 ด้านในระดับมาก และนักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจในระดับน้อยสุด คือ ด้านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่างเหมาะสม ดังนั้น ควรจัดสรรหาความเหมาะสมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างให้นักท่องเที่ยวอย่างใกล้เคียงกัน เช่นในขณะที่มาในกลุ่มเดียวกันหรือในช่วงเทศกาลเดียวกัน เป็นต้น

7) ด้านร้านขายของที่ระลึกโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับตามรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนน ด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในระดับน้อยสุด ดังนั้น ทางไร่่องุ่นจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเกี่ยวกับเรื่องราคาให้มีความเหมาะสม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมากยิ่งขึ้น

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่  
อรุณกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มีข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่อรุณ  
ในเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
2. ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่  
อรุณในเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
3. ควรศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่อรุณใน  
เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

กรม  
การ  
การ  
การ

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2558). สืบค้น 4 มกราคม 2558, จาก [http:// agrotourism.doae.go.th](http://agrotourism.doae.go.th)
- กรานมอนเต้. (2557). สืบค้น 16 มกราคม 2558, จาก [http:// www.granmote.com](http://www.granmote.com)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2552). *แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*  
*กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.*  
สืบค้น 2 มกราคม 2558, จาก [http:// www.mots.go.th](http://www.mots.go.th)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). และปริดิโซติช่วง. (2552). *นโยบายและยุทธศาสตร์การ*  
*ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2557.*  
สืบค้น 4 มกราคม 2558, จาก [etatjournal.com](http://etatjournal.com)
- จิตตินันท์เดชะคุปต์. (2543). *จิตวิทยาการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจนต์ธิดาโกลา. (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์ม*  
*กล้วยไม้ตำบลริมใต้อำเภอแมริมจังหวัดเชียงใหม่.*  
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตวิไล. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว*  
*หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี.* (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตรเฉลิมองอาจรานาสาล. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงแนวคิดผลิตซ้ำหรือนวัตกรรมใหม่.*  
สืบค้น 16 มกราคม 2558, จาก [http:// www.etatjournal.com](http://www.etatjournal.com)
- ดิเรกฤกษ์สาหร่าย. (2538). *ที่เที่ยวไทย*. สืบค้น 16 มกราคม 2558,  
จาก [http:// info.matichon.co.th/ techno](http://info.matichon.co.th/techno)
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). *จิตวิทยาการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 16)*. นนทบุรี :  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นภาพิสิฐมุกด. (2551). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคาร*  
*สแตนดาร์ดชาร์ดเตอร์ด. (ไทย). จำกัด(มหาชน). และธนาคารซีทีแบงก์ในเขต*  
*กรุงเทพมหานครฯ.* (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- นรินทร์พิศศรีชัย.(2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ใน  
อำเภออัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต).  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บังอรรัตน์มณีและกันยาเจริญศักดิ์.(2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่องานบริการการ  
ศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- ปวีณาทวิวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประคอง วรรณสุด. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์.  
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี กุเจริญไพศาล และ นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2545). ดัชนีความพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า  
ประเภทอาหาร กรณีศึกษาผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปิยะหนูนิล. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการ  
ให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัยจังหวัดสุโขทัย.  
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .
- พรพิมล คงฉิม. (2552). ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับการบริการจากบริษัท  
เอ็ม. เอช. อีดีแมก (ที) จำกัด. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต).  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมพ์พรณัฐจารินพงศ์. (2549). มัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต.(2554 ). คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่อรุณ.  
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). นครราชสีมา : มหาลัยสุรนารี.
- พัสดร์ หิรัญญูการ. (2554).ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยววงศ์พระ  
ปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม.  
(สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- ภณิดาชัยปัญญา. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจการไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการ  
ปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย.  
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ยศวีร์ยุคตะนันท์. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบบคลองมหาสวัสดิ์อำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม.  
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ราไพพรรณแก้วสุริย. (2544). ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชน ในหมู่บ้านวัดจันทร์ ตำบลบ้านจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณาวงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วลัญช์รัช วรรณรัตน์ และ ศศิธร งามพันธ์. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วิมลจิโรจพันธุ์และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- วิชาน จินากักดี. (2555). ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต).  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมศักดิ์คงเที่ยง และ อัญชลีโพธิ์ทอง. (2542). ทฤษฎีความพึงพอใจ.  
กรุงเทพฯ : บริษัทดำรงชัยการพิมพ์จำกัด.
- สาทิพย์จินากักดี. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาโรจน์ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาสารคาม :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.
- สมิตส์ชฎกร. (2543). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์สายธาร. สืบค้น 6 ธันวาคม 2558, จาก [https:// www.google.co.th](https://www.google.co.th)
- สินธุ์โสโรบล. (2551). ชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ข้อเสนอเพื่อการปรับตัวของชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฉบับที่ 3 ปี 2551. สืบค้น 6 ธันวาคม 2558 จาก [http:// www.etatjournal.com](http://www.etatjournal.com)
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). คำนิยามของการท่องเที่ยว.  
สืบค้น 9 เมษายน 2558, จาก [http:// www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th)

- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557).  
 สืบค้น 9 เมษายน 2558, จาก <http://www.tourism.go.th>
- สุคนธ์ ชารุตรเดชพิภพ. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว  
 เมืองประวัติศาสตร์ เชียงแสนอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย.  
 เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภัทธาสุขชู และ สมเกียรติบุญศิริ. (2553). ไวน์ไทย New Latitude Wine. ผู้จัดการ.  
 สืบค้น 6 มกราคม 2558, จาก <http://www.gotomanager.com>
- สุดาดวงเรืองรุจิระ. (2540). หลักการตลาดกรุงเทพฯ : ปรากฏปริทัศน์องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติสปป.  
 ลาว. 2549. รายงานสถิตินักท่องเที่ยวปี ค.ศ. 2006  
 นครหลวงเวียงจันทน์ : องค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักพัฒนาเกษตรกรรมส่งเสริมการเกษตร. (2541).  
 สืบค้น 4 มกราคม 2558, จาก <http://www.html.techno>
- สุวัจชัย สามา. (2550). ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพญาและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะ  
 นักท่องเที่ยวชาวไทย. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจปีที่ 34 ฉบับที่ 2,919 วันที่ 2 – 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557  
 สืบค้น 6 มกราคม 2558, จาก: <http://www.thanonline.com>
- อดีตเทพ เลขยัน. (2552). การท่องเที่ยวเชิงเกษตร.  
 สืบค้น มกราคม 2558, จาก <http://cartoon.com>
- อินทราจันทรรัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ  
 ที่ยบินภายในประเทศ (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต).  
 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุไรวรรณ สุวรรณเสรี. (2548). ความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
 ในเส้นทางโพนพิสัย ปัญหาพิเศษ. มหาวิทยาลัยศึกษา รัตนวาปี จังหวัดหนองคาย.  
 มหาสารคาม : วิทยาลัยการศึกษามหาสารคาม.

### ภาษาต่างประเทศ

Carlsen, J., & Charters, S. (2006). Introduction. In R. S. J. Carlsen., and S.Charters (eds). *Global wine tourism* : Research, management and marketing.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*, 10<sup>th</sup>. (edn).

Pearson Prentice Hall, USA.

Maslow, A.H. (1970). *Motivation and Personality*. New York : Harpar and Row Publishers.

Yamane, T. (1967). *Statistics : an Introductory Analysis*. 2<sup>nd</sup>. (ed). New York : Harper & Row.

Michael, C. & Hall., et al. (2000). *Wine tourism around the world: Development, Management and markets*. Burlington. Elsevier Ltd.



ด  
ร  
ค  
ณ  
น  
ว  
ก

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

### แบบสอบถาม

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เป็นการสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลไปประกอบการศึกษาวิจัยอิสระการศึกษาของ

นาย สุวิทย์ จันทรเพ็ญ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง  หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุด

1) เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2) อายุ

1) 20 ปี หรือต่ำกว่า

2) 21 ปี – 30 ปี

3) 31 ปี – 40 ปี

4) 40 ปีขึ้นไป

3) ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4) อาชีพ

1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2) พนักงานบริษัทเอกชน

3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

4) นักเรียน / นักศึกษา

5) รายได้ต่อเดือน

1) 10,000 บาท หรือต่ำกว่า

2) 10,001 – 20,000 บาท

3) 20,001 – 30,000 บาท

4) 30,001 – 40,000 บาท

5) 40,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นگران มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มี 7 ด้านประกอบด้วย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น ด้านร้านขายของที่ระลึก

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

5 พอใจมากที่สุด      4 พอใจมาก      3 พอใจปานกลาง  
2 พอใจน้อย      1 พอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นگران มอนเต้	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการประชาสัมพันธ์</b>					
1. มีข้อมูลเกี่ยวกับไร่องุ่นจากเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอย่างดี					
2. ข้อมูลจากเฟซบุ๊กเว็บไซต์ของไร่องุ่นมีความน่าสนใจทันสมัย					
3. การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กและเว็บไซต์เข้าถึงง่ายและชัดเจน					
4. ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในไร่องุ่นมีความชัดเจนเข้าใจง่าย					
<b>ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน</b>					
5. เจ้าหน้าที่พนักงานให้การต้อนรับเป็นอย่างดี					
6. เจ้าหน้าที่พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและเหมาะสม					
7. เจ้าหน้าที่พนักงานมีการดูแลอย่างทั่วถึง					
8. เจ้าหน้าที่พนักงานให้คำแนะนำตอบข้อซักถามได้ดี					
<b>ด้านสถานที่</b>					
9. ในบริเวณไร่องุ่นมีความสะอาดและดูมีระเบียบ					
10. ช่วงเวลาเปิด ปิดมีความเหมาะสม					
11. ความสวยงามและบรรยากาศภายในไร่องุ่น					
12. มีภูมิทัศน์กลมกลืนกับธรรมชาติ					

## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง เกษตรในไร่ร่องนกราน มอนเต้	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
13. มีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน					
14. มีห้องน้ำบริการที่สะอาดและเพียงพอ					
15. มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวก					
16. มีร้านอาหารให้บริการภายในไร่ร่องน					
<b>ด้านความปลอดภัย</b>					
17. มีเจ้าหน้าที่ ป้อมยามตรวจตรา ในทางเข้า ออก					
18. มีป้ายบอกห้ามหรือเตือนให้ปฏิบัติอย่างดี					
19. มีเวลาเปิดปิดที่เป็นเวลาและเข้มงวด					
20. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา					
<b>ด้านกิจกรรมในไร่ร่องน</b>					
21. มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวน่าสนใจ					
22. นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอย่าง เหมาะสม					
23. มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในช่วงดำเนินกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ					
24. นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ประทับใจกิจกรรมในไร่ร่องน					
<b>ด้านร้านขายของที่ระลึก</b>					
25. มีการจัดการภายในร้านขายของที่ระลึกอย่างเหมาะสม					
26. มีผลิตภัณฑ์จากทางไร่ร่องนที่โดดเด่น					
27. รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม					
28. ราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					

ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามนี้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

ศุวิทย์ จันทร์เพ็ญ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ 2546 ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์)

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตำแหน่งงานและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ผู้จัดการแผนกเครื่องดื่ม (โรงแรม อมารากรุงเทพ)