



การศึกษความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้
เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

RELATIONSHIPS BETWEEN PERCEIVED SERVICE QUALITY,
PERCEPTION, BEHAVIORAL INTENTION TOWARD TOURIST ATTRACTIONS
MUSEUM IN NAKHONPHATHOM

ธนเดช มหาจักรำภักดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้
เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

RELATIONSHIPS BETWEEN PERCEIVED SERVICE QUALITY,
PERCEPTION,BEHAVIORAL INTENTION TOWARD TOURIST ATTRACTIONS
MUSEUM IN NAKHONPHATHOM



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม
พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

ของ

ธนเดช มหาจักรภฏ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ มณีโรจน์)

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิญญ์ เลิศไทยตระกูล)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัศกรกุล)

ชื่อเรื่อง	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม
ผู้วิจัย	ธนเดช มหาจักรภพทร์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ณัฐพัชร์ มณีโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ระดับการรับรู้และระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม 2) เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม เก็บรวบรวมข้อมูลเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 382 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตัวแปรคุณภาพการบริการ ตัวแปรการรับรู้และตัวแปรความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเท่ากับ 0.940, 0.849 และ 0.847 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ค่าที (*t*-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ในระดับมากและค่าเฉลี่ยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะและวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยวแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในระดับต่ำ และการรับรู้มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในระดับปานกลาง โดยทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์แบบแปรผัน หรือเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, การรับรู้, ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

Title	RELATIOSSHIPS BETWEEN PERCIEVED SERVICE QUALITY, PERCEPTION,BEHAVIORAL INTENTION TOWARD TOURIST ATTRACTIONS MUSEUM IN NAKHONPHATHOM
Author	TANADECH MAHACHIRAPHAT
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Nattapat Manirochana

The objectives of this research are as follows: (1) to study the level of service quality level of perception and the level of behavioral intention of museum visitors in Nakhon Pathom province; (2) to compare the personal factors of the behavioral intentions of museum visitors in Nakhon Pathom province; and (3) to study the relationship between service quality, perception and the behavioral intentions of museum visitors in Nakhon Pathom province. The questionnaire aims to find facts and opinions related to the relationship between service quality, perception and the behavioral intentions of museum visitors in Nakhon Pathom province. The total number of samples consisted of 382 people. There was a confidence value in this questionnaire. The service quality variables, perception variables, and behavioral intention variables were 0.940, 0.849 and 0.847. The data were analyzed by descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean, and standard deviation and hypothesis test, t-test, one-way ANOVA and Pearson's correlation coefficient analysis. The service quality average, average perception and mean behavioral intentions were all at a high level. The test results for differences in opinion levels and behavioral intentions. They were classified according to personal factors, including gender, age, educational level, occupation, residence, and different tourism objectives. There was no difference at the level of opinions and behavioral intentions. The personal factors of different types of museums that were visited and had different levels of opinions and behavioral intentions. The results of the relationship between service quality variables were correlation with low-level behavioral intention. Perception was correlated with intention and moderately correlated with behavioral intention when both variables have a variable relationship or in the same direction and at a statistically significant level of .05.

Keyword : Service quality, Perception, Behavioral intention

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามที่ผู้วิจัยคาดหวัง เนื่องจากได้รับการสนับสนุนและคำแนะนำจากหลายท่าน เริ่มแรกจึงต้องขอกราบขอบคุณอาจารย์ ดร. ฌัญฐพัชร มณีโรจน์ อย่างยิ่งที่เป็นอาจารย์ที่เป็นอาจารย์ปรึกษา คอยผลักดันให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสารนิพนธ์เล่มนี้ให้มีทางออกไปสู่ความสำเร็จได้ สารนิพนธ์เล่มนี้จะสำเร็จไม่ได้เลยถ้าขาดอาจารย์ที่ปรึกษาท่านนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณอาจารย์ ผศ.ดร.วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล ประธาน อาจารย์ ผศ.ดร. กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล กรรมการและอาจารย์ ดร. เศรษฐวิสิทธิ์ พรมสิทธิ์ กรรมการสอบสารนิพนธ์เล่มนี้ที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติมให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบคุณน้องญาติที่คอยให้กำลังใจ เคี่ยวเข็ญ ให้ผู้วิจัยมีกำลังใจที่จะให้สารนิพนธ์เล่มนี้ได้จบอย่างสมบูรณ์แบบ นอกเหนือจากนี้ขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่านของโครงการบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกท่านของคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม และขอบคุณเพื่อนๆที่คอยให้คำปรึกษา

ท้ายที่สุดเหลือสิ่งอื่นใด ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ และสนับสนุน รวมถึงเชื่อมั่นในความสามารถว่าจะสามารถทำให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงเป็นด้วยดี และขอบคุณตัวเองที่อดทนในการตั้งใจทำ รวมถึงแก้ปัญหาหลายอย่างด้วยตัวเองเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ผ่านไปได้ดีที่สุดทำในสิ่งที่ตัวเองไม่ชอบและสุดท้ายสิ่งที่คิดว่ายากที่สุดก็ทำสำเร็จแล้วก็ผ่านมันมาได้ซึ่งในการทำภาคนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยหวังอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและผู้ที่ได้อ่านต่อไปในอนาคต

ธนเดช มหาจักราภทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์.....	8
1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	8
1.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	10

1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว	11
1.4 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	14
1.5 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	15
2 แนวคิดคุณภาพการบริการ	18
2.1 ความหมายการบริการ	18
2.2 คุณภาพการบริการ	20
2.3 การประเมินคุณภาพของการบริการ	22
3 แนวคิดการรับรู้	23
3.1 ความหมายการรับรู้	23
3.2 กระบวนการรับรู้	24
3.3 การรับรู้ของผู้บริโภค	25
4 แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	27
4.1 ความหมายของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	27
4.2 แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	29
4.3 การประเมินความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	33
5 แนวคิดเกี่ยวกับพิพธิภัณฑ์	36
5.1 ความหมายของพิพธิภัณฑ์	36
5.2 หน้าที่ของพิพธิภัณฑ์	37
5.3 ประเภทของพิพธิภัณฑ์	38
5.4 พิพธิภัณฑ์ในประเทศไทย	39
6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
ประเภทของงานวิจัย	46

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	46
ประชากร.....	46
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	46
การสุ่มตัวอย่าง.....	47
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	48
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	51
สรุปผลการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	53
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	60
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม.....	62
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม.....	68
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	70
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
สรุปผลการวิจัย.....	90
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะ.....	99
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	105
ประวัติผู้เขียน.....	113

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แปลความหมายของระดับคะแนน	48
ตาราง 2 การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	59
ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามข้อมูลทั่วไป	60
ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) คุณภาพการบริการ	63
ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การรับรู้	66
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	68
ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามเพศ โดยใช้ Levene's test.....	71
ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด นครปฐม โดยแบ่งตามเพศ	72
ตาราง 9 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้ Levene's test	73
ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe	74
ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test	75
ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test	76
ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอาชีพ โดยใช้ Levene's test.....	77
ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe	78

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามภูมิภาค โดยใช้ Levene's test.....	79
ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามภูมิภาค โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe	80
ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ โดยใช้ Levene's test.....	81
ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ โดยใช้สถิติ F-test.....	82
ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้ Levene's test.....	83
ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้สถิติ F-test.....	84
ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายประเภทของพิพิธภัณฑ์ กับความตั้งใจเชิง พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD..	85
ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความตั้งใจเชิง พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม.....	86
ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของ ผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม	87
ตาราง 24 สรุปสมมติฐาน	88

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....6



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในประเทศไทยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เพราะมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมาที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพัฒนาอย่างมาก ส่งผลให้รายได้ของประเทศเกินกว่า 1 ล้านล้านบาทมาตลอด ประเทศไทยจึงมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสมอมา ซึ่งในปี 2562 สภาเศรษฐกิจโลก (The World Economic Forum : WEF) ได้มีการจัดทำ Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 เป็นรายงานที่เกี่ยวข้องกับดัชนีที่แสดงความสามารถด้านการท่องเที่ยวของหลายประเทศ ซึ่งประเทศไทยได้รับการจัดอยู่ในลำดับที่ 31 จากทั้งหมด 140 ประเทศ และหากเทียบในกลุ่มประเทศอาเซียน ไทยจะอยู่ที่ลำดับ 3 รองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย จึงจะเห็นได้ชัดว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยขับเคลื่อนได้ด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม และทางประเพณี ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมของไทยก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในการศึกษาเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย ซึ่งภาครัฐก็ได้มีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ความเป็นมาของไทย ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 มาตรา 25 ทางรัฐบาลต้องมีส่วนในการช่วยส่งเสริมการดำเนินงานและการตั้งมีส่วนในการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตทุกรูปแบบ ที่มีความพอเพียงและยังต้องมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545) ซึ่งในส่วนของ “พิพิธภัณฑ์” ก็เป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ในการเรียนรู้ที่จะสามารถแสดงให้เห็นบุคคลที่มาเยี่ยมชมเข้าใจเรื่องราวการแสดงของพิพิธภัณฑ์ในหลากหลายประเภท เช่น ด้านประวัติศาสตร์, วิถีชีวิตท้องถิ่นภูมิปัญญา, ธรรมชาติวิทยา, ฯลฯ ดังนั้นพิพิธภัณฑ์จึงเป็นสถานที่สำคัญที่รวบรวมรักษาองค์ความรู้ในหลายด้าน และผู้เยี่ยมชมจะได้ใช้ประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ไปพร้อมกับได้รับความเพลิดเพลิน (นวลลออ ทินานนท์, 2547)

ในปัจจุบันพบว่าพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยมีอยู่กว่า 1,582 แห่งทั่วประเทศ (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2564) ซึ่งพิพิธภัณฑ์มีอยู่ทั่วภูมิภาคในหลากหลายจังหวัด ซึ่งจังหวัดนครปฐม

ก็เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ในด้านการเป็นเมืองเก่าแก่ตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี รวมถึงมีการเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย ทำให้มีชนชาติอื่นๆ อพยพเข้ามาอยู่ในนครปฐม ซึ่งถือว่าเป็นเมืองที่เรื่องราวของประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นจนเกิดเป็นประเพณี ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมมากมายที่สืบทอดต่อกันมา ซึ่งนครปฐมเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลาง และใกล้กับกรุงเทพมหานคร, ปริมณฑล และอีกหลายจังหวัด อย่างเช่น สมุทรสาคร, ราชบุรี, สุพรรณบุรี, นนทบุรี, กาญจนบุรี ทำให้ในการวางแผนการท่องเที่ยวแบบสั้นสำหรับนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในภาคกลางถือว่านครปฐมก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้โดยใช้เวลาเดินทางไม่นาน และจังหวัดนครปฐมก็มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และพิพิธภัณฑ์ก็เรียกได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในจังหวัดนครปฐม และในจังหวัดเองก็มีจำนวนพิพิธภัณฑ์กว่า 54 ที่ (จังหวัดนครปฐม, 2557) พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมมีหลากหลายประเภทให้ผู้คนได้เยี่ยมชมในแง่ของการหาความรู้ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นประเภทเกี่ยวกับการแสดงถึงประวัติศาสตร์, โบราณคดี, บุคคลสำคัญ, ชาติพันธุ์, วิถีชีวิตท้องถิ่นภูมิปัญญา, ศิลปะการแสดง, การแพทย์และสาธารณสุข, ธรรมชาติวิทยา และวัด เป็นต้น

ตั้งแต่ปี 2563 ที่ผ่านมาประเทศไทยก็ได้ประสบปัญหาโรคระบาด Covid-19 ทำให้การท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลงเนื่องจากประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อควบคุมการระบาดของ Covid-19 ทำให้มีมาตรการของทางภาครัฐในการปิดสถานที่ต่างๆ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น อุทยานและวนอุทยานแห่งชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทะเล และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น และมีการงดการเดินทางที่ไม่จำเป็น รวมทั้งขอความร่วมมือให้ทำงานอยู่ในบ้านพักอาศัย (Work from home) ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติก็เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยไม่ได้ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 และนักท่องเที่ยวในประเทศก็ชะลอการท่องเที่ยวเช่นกัน ทำให้ตัวเลขของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาลดลงร้อยละ 83.2 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศลดลง ร้อยละ 47.6 ในปี 2563 ตั้งแต่ Covid-19 ระบาดหนัก เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ที่สถานการณ์ปกติ และภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวในประเทศเดินทางไปลดลงมากที่สุดคือ ภูมิภาคกลาง ลดลงร้อยละ 53.3 (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ซึ่งจังหวัดนครปฐมก็ประสบปัญหานักท่องเที่ยวน้อยลงจากเหตุการณ์ Covid-19 ทำให้หลายสถานที่ท่องเที่ยวต้องปิดตัวลง รวมถึงพิพิธภัณฑ์ทุกแห่งด้วยเช่นกัน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงความสำคัญในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ซึ่งในการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ที่เคยท่องเที่ยวและเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทต่างๆในจังหวัดนครปฐม ก็เพื่อประโยชน์ที่จะนำข้อมูลที่ได้ส่งต่อให้กับพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด ทำการพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ และการบริการต่างๆในช่วงที่สถานการณ์ Covid-19 ของประเทศไทยยังไม่ดีขึ้น และพิพิธภัณฑ์ยังไม่สามารถเปิดให้บริการตามปกติ จึงเล็งเห็นว่าพิพิธภัณฑ์สามารถใช้เวลาในช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยวในการปรับปรุงคุณภาพ บริการต่างๆ ให้พร้อมสำหรับการต้อนรับผู้เยี่ยมชมในโอกาสต่อไปให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และสามารถตอบสนองต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมได้ และเป็นการสร้างความประทับใจที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมซ้ำได้อีกเช่นกัน

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ระดับการรับรู้ และระดับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม
- 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม

ความสำคัญของการวิจัย

- 1 พิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐมได้แนวทางการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการบริการ และใช้ทรัพยากรสำหรับการบริการให้คุ้มค่าเพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 2 พนักงาน ได้พัฒนาทักษะ ใช้การบริการเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในการเยี่ยมชม
- 3 นักท่องเที่ยว ได้รับความรู้ ความสะดวกสบาย ประสบการณ์ที่ดี จากการบริการของพิพิธภัณฑ์ และบุคลากรที่ให้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากที่ประชากรมีขนาดใหญ่มากและไม่สามารถทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ จังหวัดนครปฐม สามารถคำนวณได้โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1954) โดยใช้ความน่าเชื่อถือในระดับร้อยละ 95 และค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ ไม่เกินร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2549) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 382 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น มี 3 ตัวแปร มีดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) มี 7 ด้าน ประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ ภูมิภาค, วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว

1.2 คุณภาพการบริการ (Service Quality) มี 5 ด้าน ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ สิ่งจับต้องได้ การตอบสนอง การสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่

1.3 การรับรู้ (Perception) มี 2 ด้าน ประกอบด้วย การจัดแสดง และการเรียนรู้

2. ตัวแปรตาม เป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) มี 2 ด้าน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อ

นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินหรือลงความคิดเห็นเกี่ยวกับความดีของการให้บริการโดยรวมซึ่งทำให้เกิดเป็นผลลัพธ์ให้เกิดการเปรียบเทียบของผู้เยี่ยมชมระหว่างความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับตามสภาพจริง

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชม มีความมั่นใจว่าทางพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมมีความสามารถในการปฏิบัติงานของที่มอบหมายให้กับผู้เยี่ยมชมส่งผลให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเพียงตรง

สิ่งจับต้องได้ (Tangibility) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่พิพิธภัณฑ์
ในจังหวัดนครปฐมจัดเตรียมไว้รองรับผู้เยี่ยมชม ดูสวยงาม มีความสะดวกสบาย ทันสมัย บุคลากร
มีบุคลิกภาพ แบบมืออาชีพ

การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด
นครปฐมมีความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด
นครปฐม มีความสามารถที่จะถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจและความสามารถที่จำเป็นในส่งต่อและ
ต้องมีความสุภาพอ่อนน้อมและแสดงกิริยาที่เป็นมิตรให้ผู้เยี่ยมชมและสามารถสร้างความมั่นใจ
ให้แก่ผู้เยี่ยมชม และมีความปลอดภัย

การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม
แสดงความเข้าใจในความรู้สึกและความต้องการของผู้เยี่ยมชมด้วยความเอาใจใส่ เห็นถึงความ
สำคัญของประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมจะได้รับ

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่ผู้เยี่ยมชมจะสามารถเข้าถึงความคิดและ
จิตใจของเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมหรือทางพิพิธภัณฑ์ที่จะส่งต่อการแสดงออก
ถึงความรู้สึกนึกคิดถึงความเข้าใจที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วมีการแสดงพฤติกรรม
ออกมาอย่างมีจุดมุ่งหมาย

การจัดแสดง (Exhibitions) หมายถึง วิธีการในการนำเสนอการแสดงผลงานหรือความคิด
ให้แก่ผู้เยี่ยมชมทั่วไปได้พบเห็นให้ชม การจัดแสดงและนำเสนอทัศนวัสดุรวมถึงวัสดุต่าง ๆ ให้ผู้ใช้ผู้
เยี่ยมชมได้รับรู้ในมิติต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อในการให้การศึกษาให้ความรู้และความเข้าใจ เพื่อผู้เยี่ยมชม
เกิดความสนใจ แล้วจึงเกิดการตอบสนอง

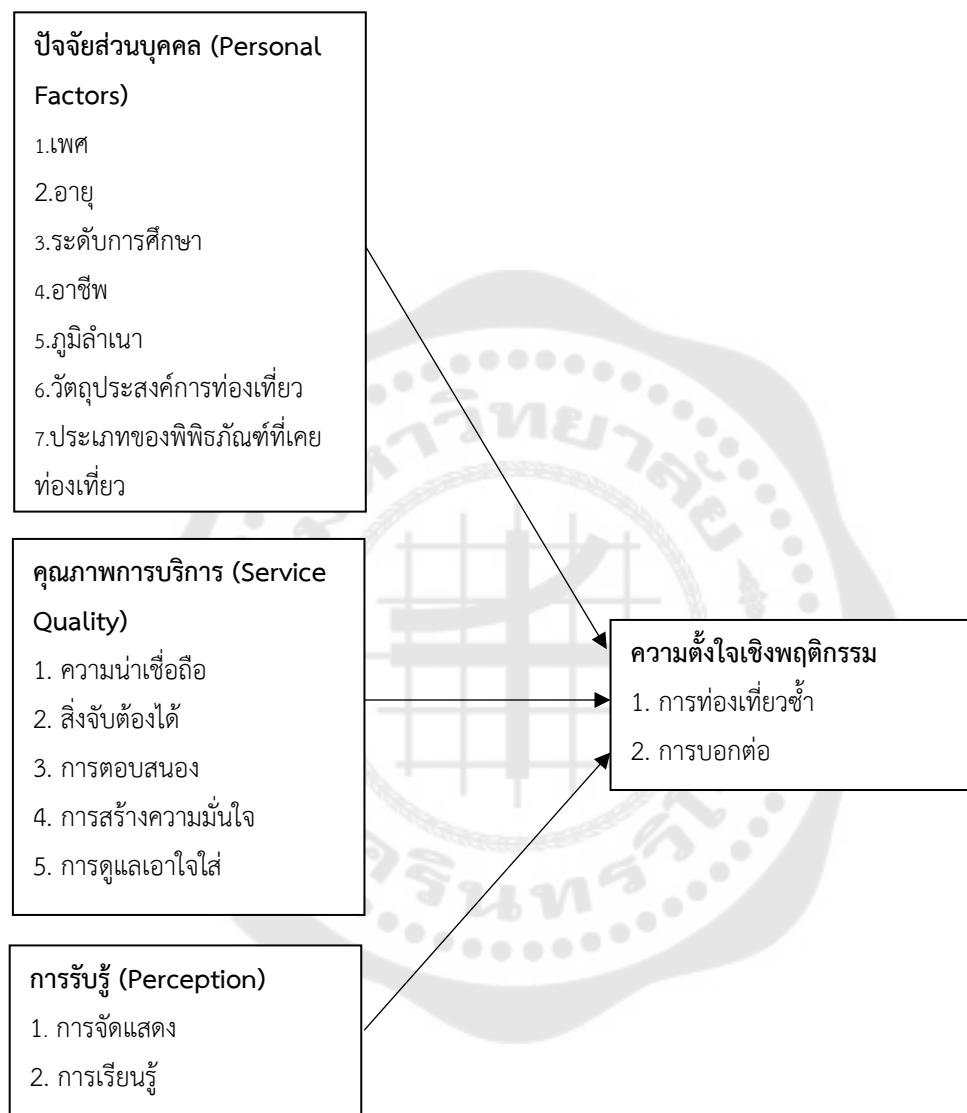
การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง กระบวนการที่ผู้เยี่ยมชมได้พยายามปรับตัวและ
พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมเองให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ไม่เคยได้เจอมา

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) หมายถึง ความคิด ความตั้งใจที่จะทำ
ซึ่งได้แก่พฤติกรรมการซื้อซ้ำ และบอกต่อในเชิงบวกของผู้เยี่ยมชมการท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit)
หมายถึง พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมที่แสดงออก เมื่อต้องการเดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด
นครปฐม จะตัดสินใจเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมเป็นอันดับแรก โดยความเต็มใจที่จะใช้
บริการหรือการกลับมาใช้บริการอีก

การบอกต่อ (Word of Mouth) หมายถึง รูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ โดยการ
บอกต่อแบบปากต่อปากซึ่งเกิดจากผู้เยี่ยมชมได้ใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ก็บอกต่อ

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

2 คุณภาพการบริการ การรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการนำเสนอและแจกแจงตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว
 - 1.3 รูปแบบการท่องเที่ยว
 - 1.4 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
 - 1.5 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. แนวคิดคุณภาพการบริการ
 - 2.1 ความหมายการบริการ
 - 2.2 คุณภาพการบริการ
 - 2.3 การประเมินคุณภาพของการบริการ
3. แนวคิดการรับรู้
 - 3.1 ความหมายการรับรู้
 - 3.2 คุณภาพการบริการ
 - 3.3 การรับรู้ของผู้บริโภค
4. แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
 - 4.1 ความหมายของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
 - 4.2 แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
 - 4.3 การประเมินความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
5. แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์
 - 5.1 ความหมายของพิพิธภัณฑ์
 - 5.2 หน้าที่ของพิพิธภัณฑ์
 - 5.3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์
 - 5.4 พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในความเป็นจริงแล้วเป็นการยากที่จะอธิบายและให้คำจำกัดความที่ชัดเจนในความหมายที่แท้จริงของการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากมีความหมายที่กว้างจนทำให้หลายฝ่ายต้องหันมาให้ความสนใจกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว จนถึงในขณะนี้ก็ยังขาดความสมบูรณ์ในแง่ของทฤษฎีที่จะสนับสนุนความเป็นศาสตร์หรือสาขาวิชาของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและลงตัว ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวถูกมองได้หลายแง่หลายมุม (Multifaceted) หรือหลายมิติ (Multidimensional) และเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ อย่างหลากหลาย อีกทั้งเป็นสหสาขาวิทยาการ (Interdisciplinary) จึงเป็นคำตอบที่ว่าทำไมการให้ความหมายคำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นสิ่งที่ยาก และดูเหมือนว่าคำจำกัดความต่าง ๆ ที่ได้บัญญัติขึ้นก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะเรื่องหรือขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้น ดังนั้นจึงมีความหมายของการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลายอย่างดังนี้คือ

องค์การสหประชาชาติ (1963) ได้จัดประชุมในเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 เรื่อง ดังนี้

1. การเดินทาง (Travel) คือ การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือค่าตอบแทน โดยมีการวางแผนเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังอีกจุดหมายหนึ่ง และใช้พาหนะนำไปเป็นระยะทางเท่าไรก็ตาม

2. จุดหมายการเดินทาง (Destination) คือ จุดที่ตั้งเป้าหมายว่าจะไปถึงที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวและต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเยี่ยมชมและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) คือ มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อดำเนินอาชีพหรือแสวงรายได้ และความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญในเรื่องการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism -IASET) ได้ให้นิยามในการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวคือการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปที่อีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่ได้เป็นการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือการหาเงิน จากนิยามนี้จึงทำให้การท่องเที่ยวมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 แบบ คือ

1. การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่ถาวรและเป็นประจำไปยังสถานที่ชั่วคราว
2. การท่องเที่ยวจะมีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ การเดินทางไปยังจุดหมายหนึ่ง และทำการพักค้างคืนที่จุดหมายนั้น
3. ในการเดินทางท่องเที่ยวและการพักค้างคืนจะต้องไม่เป็นสถานที่ที่พักอาศัยอยู่ประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แตกต่างจากผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ
4. การเดินทางท่องเที่ยวจะต้องเป็นการเดินทางในระยะเวลาสั้นที่ไม่เกิน 180 วัน
5. การเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ จะต้องเพื่อเป็นการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมสถานที่นั้น ไม่ใช่ไปเพื่อทำงานหรือปฏิบัติงานอยู่ถาวร

สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดความหมายการท่องเที่ยว “การท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน”

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นคือการเดินทาง (Travel) เมื่อไม่มีการเดินทางส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่ไม่มีเช่นกัน แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความเต็มใจไม่ใช่ถูกบังคับหรือเพื่อค่าจ้าง แต่เพื่อจุดประสงค์อื่น ๆ เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้ไม่เช่นนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว ถ้าหากเดินทางอยู่ภายใต้เงื่อนไข 5 ประการดังต่อไปนี้คือ

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานด้านการทูตหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่น ๆ ที่รับผลตอบแทน
4. เป็นการเดินทางข้ามยังต่างประเทศอย่างเป็นทางการ

5. เป็นการเดินทางโดยไม่แวะหยุด ถึงกระนั้นการเดินทางจะอยู่ในบริเวณประเทศใดประเทศหนึ่ง เป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมง

ความหมายของลักษณะของไทยเรื่องการท่องเที่ยวว่า “การท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว นักธุรกิจที่ให้บริการสินค้าและบริการ รัฐบาลที่เป็นเจ้าภาพ และชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นเจ้าภาพ ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และให้การต้อนรับขับสู้ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน”

ส่วนความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการที่ดีมาก เพื่อให้คงอยู่ไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจอย่างมากและไม่สลายหายไป จะทำให้กิจการท่องเที่ยวมีการแก้ไขพัฒนาคุณภาพและส่งผลกำไรอย่างเป็นเหมาะสม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสมโดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอแบบพอเพียง แต่มีผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้ต่ำที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืน

1.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

ส่วนประกอบในการท่องเที่ยวแบ่งออก 3 องค์ประกอบ (3A's) ดังนี้

1. มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวจะมีการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมเยือนที่แห่งนั้น ๆ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 7 ประการคือ (1) สิ่งดึงดูดใจด้านทิวทัศน์หรือทัศนียภาพอันสวยงามตามธรรมชาติ (2) สิ่งดึงดูดใจด้านภูมิอากาศ (3) สิ่งดึงดูดใจด้านประเพณีภูมิประเทศ (4) สิ่งดึงดูดใจด้านคุณค่าวัฒนธรรม (5) สิ่งดึงดูดใจด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน (6) สิ่งดึงดูดใจด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และ (7) สิ่งดึงดูดใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. มีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นสิ่งสำคัญเป็นอันดับแรกของการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่จะเข้าถึงท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวได้ โดยมีระบบการขนส่งคมนาคมที่ต้องเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างง่ายและมีความปลอดภัย การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวจะมีข้อจำกัด 6 อย่าง คือ (1) ประเภทของคมนาคมขนส่งซึ่งเปิดให้บริการไปยังแหล่งท่องเที่ยว (2) เส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว (3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว

(4) แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (5) บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ และ (6) ปัญหาการจราจรที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว

3. ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่ง que อื่นความสะดวกสบายไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ายังแหล่งท่องเที่ยว รู้สึกถึงความสุข ความสะดวกสบายและความประทับใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้สนใจมาการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยปกติแล้วสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวทางรัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาการบริการแก่ประชาชนของตนเองอยู่แล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการเหล่านี้ สิ่ง que อื่นความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญมี 3 ประการ คือ (1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทการเข้า-ออกเมือง (2) สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน และ (3) สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย

1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทย่อยคือ

1. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่นอกเหนือไปจากประเทศที่อยู่ และผ่านกรรมวิธีระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ดำเนินตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่น ๆ หลายอย่างมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกล ๆ ก็อาจเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีความสนใจหรือมีความสนใจลดน้อยลงก็ได้

2. การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศของตน การท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องมีความน่าสนใจอย่างมาก เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ระบบการขนส่งที่เอื้อในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือมีความน่าสนใจโดยเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว เช่น หรือ ศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามจุดประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทย่อย คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวันที่ซ้ำเดิม หรือหลีกเลี่ยงสภาพอากาศในประเทศของตน อันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจ หรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันแทรกให้ไปท่องเที่ยว

3.การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษซึ่งสามารถแบ่งได้อีก 4 รูปแบบคือ

1.การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (National Tourism) เป็นการท่องเที่ยวแบบมุ่งเน้นการพักผ่อนเพื่อความสนุกสนาน เน้นการชื่นชม และศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

2.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม

3.การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ รวมถึงเพื่อความสนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ และเน้นการออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

4.การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) การเดินทางมาเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ ไปติดต่อประสานงาน โดยมักมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 1-2 วัน เข้ามาอยู่ในการเดินทางนั้น

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทย่อยคือ

1.การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism -GIT หรือ All Inclusive Tourism -AIT) การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทนำเที่ยว ให้เพียงพอ อย่างน้อยที่สุดสำหรับค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าพักรวม และรายการพิเศษอื่น ๆ เป็นต้น การคิดราคาสำหรับการท่องเที่ยวแบบนี้ ส่วนใหญ่จะคิดเป็นรายบุคคล หรือเป็นคู่ เป็นต้น นักท่องเที่ยวแบบนี้มักเป็นคู่บ่าวสาวที่ไปฮันนีมูนคณะ ท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ใหญ่มากนัก ที่ต้องการที่จะไปสนุกสนานประเภทสถานที่เดียวกันกัน ณ จุดท่องเที่ยวปลายทาง การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายแทบทั้งสิ้นเป็นงานของบริษัทนำเที่ยว

2.การท่องเที่ยวแบบส่วนตัวอิสระ (Foreign Individual Tourism -FIT) เป็นลักษณะของการเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวที่วางแผนจัดการการเดินทางด้วยตนเอง หรือ การใช้บริษัททัวร์ในการนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น การจองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พัก เป็นต้น แต่เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมื่อใด และต้องใช้เวลาานานเท่าใด เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบในนักท่องเที่ยวคนนั้นๆ ส่วนกรณีการท่องเที่ยว

ในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นแล้ว แต่หากนักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยกับเส้นทางหรือสถานที่รูปแบบนั้นๆ จะเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายมากเกินความจำเป็นได้ การท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆ มาก่อน หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยกับสถานที่ที่นั่นแล้ว

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทย่อยคือ

1. การท่องเที่ยวตลาดหรูหร่า (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีค่าใช้จ่ายในราคาที่สูง เพราะมุ่งให้บริการการท่องเที่ยวชนิดหรูหร่า

2. การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการแบบพื้น ๆ ในราคาไม่แพง โดยเน้นการให้บริการแก่ผู้เดินทางที่มีรายได้น้อยแต่มีจำนวนมาก

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทย่อยคือ

1. การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ไม่ได้คิดถึงผลที่ออกมาเป็นเชิงลบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอยู่เพื่อคงอยู่ไว้ในทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจอย่างมาก และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพและบริการเพื่อผลกำไรอย่างเป็นธรรม ซึ่งชุมชนท้องถิ่นก็มีส่วนร่วมที่จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอเหมาะสม แต่มีผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีจุดเด่นภายในท้องถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวแบบที่คุณภาพ และมีร่วมมือของคนในชุมชนพื้นที่นั้นๆ ยกตัวอย่าง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงการเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม หรืองานประเพณีที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับชมอย่างสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาประเพณีความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนนั้น รวมถึงทำให้มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษา

สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชาวบ้านในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

1.4 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อความชื่นชมและสนุกสนานในสถานที่ท่องเที่ยวได้รับความรู้ในเชิงต่อประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังนับเป็นการเที่ยวชมแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ด้วย โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน อนุสรณ์สถาน (Monument) หรือซากปรักหักพังต่าง ๆ ที่จัดเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมประสบการณ์และความทรงจำที่สำคัญของมนุษยชาติ

ซึ่งสามารถแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้ดังนี้

1. สถาปัตยกรรมที่สะท้อนประวัติศาสตร์อุตสาหกรรมของแต่ละประเทศ เช่น ถ้ำขุนตาล จังหวัดลำปาง หรือเตาทุเรียง สุโขทัย
2. บ้านเรือนหรือสิ่งปลูกสร้างเก่า โดยเฉพาะกลุ่มอาคารที่ได้รับการอนุรักษ์ให้คงสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม เช่น กลุ่มอาคารชิโนโปรตุกีส (Sino-Portuguese) ในจังหวัดภูเก็ต หรือจังหวัดสงขลา เป็นต้น
3. หอศิลป์ซึ่งเก็บสะสมและจัดแสดงงานศิลปะ เช่น หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร หรือหอศิลป์ริมน่าน จังหวัดน่าน
4. พื้นที่ซึ่งเคยใช้สนามรบเช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี บ้านบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
5. ปราสาท ราชวังต่าง ๆ เช่น พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือพระบรมมหาราชวัง
6. โบราณสถานสำคัญ เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช หรือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช
7. แม่น้ำลำคลองสายประวัติศาสตร์ เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี หรือแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ภูเวียง จังหวัดขอนแก่น

ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ต่างๆประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสามัญสำนึกในมรดกทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม และจะต้องมีส่วนร่วมต่อการ จัดการท่องเที่ยว รูปแบบที่คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงมรดก

1.5 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีมนุษย์ สร้างสรรค์ขึ้นหรือเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิต ในลักษณะที่เป็น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปกรรม เช่น สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ทัศนกรรม เทศกาล งาน ประเพณี หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและสืบทอดกันมา เช่น วิถีชีวิตความเป็น อยู่อยู่ในชนบท การแต่งกาย ภาษา เป็นต้น ตลอดจนทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นหลักฐานที่มีความ สำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนสถาน เช่น พระราชวังและที่มีสิ่งก่อสร้างที่ มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นหลายแบบ คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ตัวอย่างเช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ ซึ่งจะเป็นหลักฐานสำคัญทาง ประวัติศาสตร์ และ เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรม การกินอยู่ของคนในพื้นที่ท้องถิ่นนั้น ว่าในอดีต พื้นที่แห่งนี้มีประวัติความเป็นมาและมีความเจริญก้าวหน้าอย่างไร รวมถึงยังมีอะไรที่หลงเหลือ เป็นมรดกที่สืบทอดมาให้กลุ่มคนรุ่นหลัง ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สามารถ แบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. โบราณสถาน หมายถึง อสังหาริมทรัพย์โดยที่ความเก่าแก่หรือโดยลักษณะ แบบการก่อสร้าง รวมถึงเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่มีหลักฐานเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน ซึ่งสามารถเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี นอกจากนี้โบราณสถาน ยัง รวมถึงแหล่งที่เป็นสถานมรอาโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์อีกด้วย

2. โบราณวัตถุ หมายถึง อสังหาริมทรัพย์โดยที่ความเก่าแก่ เช่น เป็นสิ่งประดิษฐ์ หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เองในธรรมชาติ หรือที่เป็นอันหนึ่งของในโบราณสถาน ตัวอย่างเช่น ซาก มนุษย์ หรือซากสัตว์ ซึ่งโบราณวัตถุจะเป็นสิ่งที่มีอายุหรือมีความเฉพาะในลักษณะในการประดิษฐ์ ซึ่งหลักฐานเกี่ยวข้องข้องกันกับประวัติของสังหาริมทรัพย์นั้นจะมีประโยชน์ในด้านของศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี เป็นต้น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ยุค คือ

1. โบราณวัตถุสถานยุคก่อนประวัติศาสตร์ ยุคก่อนประวัติศาสตร์เป็นยุคที่เริ่มต้นตั้งแต่มนุษย์ในโลกจนถึงมนุษย์คิดค้นตัวอักษรเพื่อบันทึกเรื่องราวได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในยุคนี้จึงเป็นหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบ เช่น โครงกระดูกสัตว์ที่คล้ายมนุษย์ที่ขุดพบในทวีปแอฟริกา เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทำด้วยหินของมนุษย์โบราณ ซากกะโหลกศีรษะของมนุษย์โครมันยองในประเทศฝรั่งเศสตอนใต้และในแหลมบอลข่าน ร่องรอยงานศิลปะโดยเฉพาะงานเขียนรูปสัตว์ และการล่าสัตว์ตามผนังถ้ำ เช่น ภาพเขียนสีบนหินโบราณที่ผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ชุมชนโบราณที่บ้านเชียงอำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี ที่มีการค้นพบเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

2. โบราณวัตถุสถานยุคประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในยุคประวัติศาสตร์เป็นแหล่งที่แสดงถึงอารยธรรมของมนุษย์หรือหลักฐานสำคัญที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์ ชนชั้นปกครอง ชุมชนในท้องถิ่น เหตุการณ์สำคัญในอดีต เช่น พีระมิดสุสานของฟาโรห์ ประเทศอียิปต์ พระราชวังแวร์ซายส์ ประเทศฝรั่งเศส ปราสาทวินซอร์ในประเทศอังกฤษ หอไอเฟล ในประเทศฝรั่งเศส กำแพงเมืองจีน ประเทศจีน สนามกีฬาโคลอสเซียม ประเทศอิตาลี เมืองเก่า เช่น นครมฤต ประเทศกัมพูชา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย อนุสาวรีย์ลินคอล์น ประเทศสหรัฐอเมริกา สมรภูมิ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ตัวอย่างโบราณวัตถุที่ค้นพบในโบราณสถาน เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับงานศิลปะต่าง ๆ ที่มีความงดงามที่แสดงถึงสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรมในอดีต เช่น พระพุทธรูป รูปปั้น จิตรกรรมฝาผนัง

2. ศาสนสถาน หมายถึง สถานที่แสดงถึงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของมนุษย์ที่มีต่อศาสนาอันมีหลักสำคัญ เช่น แสดงถึงจุดกำเนิดและจุดสิ้นสุดของโลกหรือแสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาปของมนุษย์ รวมทั้งสถานที่ที่ใช้ประกอบพิธีกรรมตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อถือนั้น ๆ ศาสนสถานเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจริยธรรมจึงกลายเป็นแหล่งในการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยววันนี้มักมีจุดประสงค์เพื่อไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศาสนา เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือต้องการเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ เช่น พุทธคยาในประเทศอินเดีย วัดพระศรีรัตนศาสดารามในประเทศไทย พุทธมหาราชาธิราชบุรีพุทโธ ในประเทศอินโดนีเซีย มหาวิหารเซนต์ปีเตอร์ ในกรุงวาติกัน หินกาบะ ณ นครเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น นอกจากนี้ในศาสนสถานยังมีการค้นพบโบราณวัตถุที่สำคัญทางศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป รูปปั้น พระเยซู จิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี หมายถึง แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านศิลปะและวัฒนธรรมประเพณี ประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมแลพถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้จะประกอบด้วย วิถีชีวิตผู้คนงานประเพณี หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น ชี้อัจฉริยะ การพายเรือ เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมอาจแบ่งย่อยได้เป็น 3 ประเภท คือ วัฒนธรรมและประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ดังนี้

1. วัฒนธรรมและประเพณี หมายถึง สิ่งที่ดีงามและที่มีคุณค่าที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นซึ่งคนในสังคมได้ทำการปฏิบัติกันมาอย่างมาช้านานในลักษณะที่เป็นประเพณีของสังคม มีทั้งเป็นแบบรูปธรรมและนามธรรมที่ควรแก่การอนุรักษ์ และในส่วนของวัฒนธรรมก็เป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญเติบโต และคุณธรรมที่ดีของทุกคน

ลักษณะวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจ สามารถแบ่งได้ 3 แบบ คือ

1. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจทุกศาสนาในโลกสอนให้คนทำความดี ละเว้นความชั่ว ศาสนาคริสต์เป็นศาสนาสำคัญของโลกศาสนาหนึ่งที่มีคนนิยมนับถือเกือบทั่วโลก วัฒนธรรมด้านพิธีกรรมที่ชาวคริสต์ปฏิบัติคือศิลปะต่าง ๆ ประกอบด้วย ศิลป์ล้างบาปหรือมือจุ่ม โดยถือว่าเด็กเกิดมาจะต้องเข้าพิธีล้างบาป ศิลป์แก้บาป เป็นการสารภาพหนี้ที่ได้ทำไป ศิลป์สมรสเป็นการประกาศความรักและความซื่อสัตย์ระหว่างคนให้พระเจ้าทรงทราบ และศิลปะทางสุดท้ายเป็นพิธีล้างบาปแก่คนแก่คนเจ็บหนักที่ใกล้ตาย สำหรับประเทศไทยชาวไทยส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ วัฒนธรรมส่วนใหญ่จึงเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธประวัติที่เน้นการอธิบายหลักธรรมทางพุทธศาสนา และนำมาพัฒนาเป็นการวัฒนธรรมประจำจนเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม เช่น การตักบาตร ทำบุญเลี้ยงพระ และการบวชช่วงเวลา 1 เดือนก่อนเข้าพรรษา ประเพณีชักพระจังหวัดสุราษฎร์ธานี งานวันสารทเดือนสิบ จังหวัดนครศรีธรรมราช งานตักบาตรเทโว จังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความเชื่อส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และคนในท้องถิ่นนั้นๆ เห็นว่าไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วไป ซึ่งไม่มีใครสามารถหาคำอธิบายเกี่ยวกับสาเหตุการเกิดขึ้นของการเกิดนั้นๆ จะเป็นการกระทำที่นอกเหนือจากคำอธิบายที่ไม่สามารถหาสาเหตุได้ และเมื่อเวลาที่ล่วงเลยไปเหตุการณ์นั้น จะเปลี่ยนเป็นความเชื่อ และเกิดเป็นพิธีกรรมที่คนในท้องถิ่นทำการอย่างต่อเนื่อง เช่น พิธีบุญบังไฟ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดขึ้นตามความเชื่อที่ว่าเป็นการบูชาเทวดาบนสวรรค์ พิธีแห่ผีตาโขน

จังหวัดเลยตามความเชื่อเรื่องขจัดความชั่วร้ายออกไปจากชุมชน เทศกาลไหลเรือไฟ จังหวัดนครพนม ที่เกิดขึ้นตามความเชื่อที่ว่าคนทำให้แม่น้ำสกปรก จึงทำพิธีขอโทษแม่น้ำโขง เป็นต้น

3. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ประเพณีเป็นการปฏิบัติในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งสืบทอดมาเป็นเวลาช้านาน จนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในชุมชน มักเป็นเรื่องก่อให้เกิดความรื่นเริง และเบิกบานใจ เช่น เทศกาลสงครามมะเขือเทศและเทศกาลวิ่งวัวกระทิง (Bull-running festival) ในประเทศสเปน ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง วิ่งควาย กินเจ ในประเทศไทย เป็นต้น

2. ศิลปวัฒนธรรม หมายถึง ผลงานสร้างสรรค์ทางสุนทรีย์ยะทุกรูปแบบด้วยการแสดงออกทางสื่อ ในการถ่ายทอดความรู้สึกและส่งอารมณ์แบบมีจุดมุ่งหมาย ด้วยตัวทักษะเทคนิค และวิธีการอันประณีต งานศิลปะเป็นสิ่งที่เกิดจากกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลที่อยู่ในสังคมนั้นๆ ที่พื้นฐานนั้นจะมาจากอารมณ์ที่ล้ำลึก ความรู้สึกที่ลึกซึ้ง ความคิดที่แปลกใหม่ ทักษะที่ชำนาญ และประณีตที่ให้คุณค่าแก่ผู้ที่สัมผัสผลงานศิลปะที่เกิดจากการสร้างสรรค์มีหลายประเภท ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม นาฏศิลป์และดนตรีและหัตถกรรม เป็นต้น ที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่ายิ่งต่อสังคมและการท่องเที่ยว ศิลปกรรมของแต่ละชนชาติจะมีความงดงาม โดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

3. วิถีชีวิตความเป็นอยู่ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงลักษณะความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น สภาพบ้านเรือนสถานที่พักของนักท่องเที่ยวผู้สนใจสามารถศึกษา ลักษณะความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชน โดยตนเองไม่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่ การเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขา ชุมชนท้องถิ่น เช่น หมู่บ้านชนเผ่าต่าง ๆ ในแอฟริกา ปาปัวนิวกินี หมู่บ้านชาวอะบอริจิน (Aborigin) ในประเทศออสเตรเลีย หมู่บ้านแม้ว หมู่บ้านอีเก้อ การที่สามารถเข้าถึงการมีส่วนร่วมพักอยู่ชั่วคราว เรือนแรม (homestay) ในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช หมู่บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

2 แนวคิดคุณภาพการบริการ

2.1 ความหมายการบริการ

การบริการ (Service) เป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนในตัวเอง ซึ่งเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง ซึ่งมีความหมายรวมถึงการบริการส่วนบุคคล เช่น การแต่งหน้า การตัดผม ตลอดจนถึงการบริการที่แฝงอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์ (Product) ต่างๆ อย่างไรก็ตาม ในระยะเวลาประมาณ

50 ปี ล่วงเลยมานี้ ได้มีองค์การและนักการตลาดหลายคน พยายามให้คำนิยามคำว่าบริการ โดยเรียงลำดับตามระยะเวลาดังต่อไปนี้

1. "การบริการ คือ กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ถูกเสนอขาย หรือจัดไว้ให้ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการขายสินค้า" (American Marketing Association, 1960)

2. "การบริการเป็นกิจกรรมที่ถูกเสนอขาย ซึ่งให้ผลตอบแทนในรูปของผลประโยชน์และความพึงพอใจ โดยปราศจากการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพในตัวสินค้า" (Blois, 1976)

3. "การบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ก็ตาม ที่บุคคลหนึ่งสามารถเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจจับต้องได้ และไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้น การผลิตบริการนี้อาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าก็ได้" (D. P. Kotler, Sherman, Bloom, และ Holt, 1985)

4. "การบริการ คือ กิจกรรม หรือชุดของกิจกรรมที่โดยทั่วไปอาจจับต้องได้ ซึ่งตามปกติมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีกาติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ให้บริการ และ/หรือกับทรัพยากรที่มีตัวตนหรือสินค้า และหรือระบบของผู้ให้บริการนั้น ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้านั่นเอง" (Grönroos, 1990)

5. "การบริการ คือ การกระทำ กระบวนการ และผลการปฏิบัติงาน"

6. "การบริการ หมายถึง ผลผลิตทางเศรษฐกิจของสินค้าทั่วไปที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งได้รับการผลิตขึ้น ส่งมอบ และบริโภคในเวลาเดียวกัน"

7. "การบริการ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใช้ความสามารถพิเศษ (หรือทรัพยากรที่มีอยู่) ของตน (ซึ่งได้แก่ความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น) เพื่อผลประโยชน์ของบุคคลอื่นหรือตนเอง"

8. "การบริการ คือ สัญญา ซึ่งคู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่ายบรรลุข้อตกลงที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผูกพันกันตามสัญญาดังกล่าวนั้นทุกประการ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง"

เมื่อพิจารณาคำนิยามความหมายของ "การบริการ" โดยรวมทั้ง 8 ความหมายนั้น จะเห็นว่าความหมายที่ 1-3 อธิบายว่าบริการมักจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าที่จับต้องได้ ซึ่งนักการตลาดบริการในปัจจุบันไม่เชื่อเช่นนั้นแล้ว ความหมายที่ 4 ใช้ข้อความอธิบายที่ค่อนข้างยาวและซับซ้อน ทำให้ยากต่อการทำความเข้าใจและการจดจำ ส่วนความหมายที่ 5 นั้นเน้นว่าบริการเป็นกระบวนการ และเป็นการอธิบายคำว่าบริการที่สั้น กระชับ เข้าใจได้ง่าย และนิยมใช้กันมากที่สุด ความหมายหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สำหรับความหมายที่ 6 นั้น เป็นความหมายของคำว่าบริการ ซึ่งถูกกำหนดขึ้นเป็นครั้งแรกโดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ใน พ.ศ. 2536 เพื่อ

ใช้ในการบันทึกสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการเงิน ใน "สถิติการค้าระหว่างประเทศ" (Balance of Payments Statistics) ต่อมาในปัจจุบันได้ถูกนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายในองค์การระหว่างประเทศที่อยู่ในกำกับของสหประชาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประชุมแห่งสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) เพื่อบันทึกสถิติที่เกี่ยวข้องกันกับการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก ความหมายที่ 7 ที่เน้นว่าการบริการเป็นกระบวนการ และเกี่ยวข้องกับการใช้ "ความสามารถพิเศษ" เพื่อคนอื่นหรือเพื่อตนเอง (ในกรณีของการให้บริการแก่ตนเอง) ความหมายนี้เป็นที่ยอมรับกันมากในปัจจุบันเช่นกัน ส่วนความหมายที่ 8 เน้นว่าการบริการเป็นสัญญาแบบหนึ่ง และขึ้นกับช่วงระยะเวลาด้วย

2.2 คุณภาพการบริการ

คุณภาพในการบริการมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จของกิจการที่เน้นการบริการ ซึ่งในส่วนคุณภาพ (Quality) โดยทั่วไปกิจการที่จะผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่จะมีเป้าหมายการดำเนินงานในความตั้งใจที่จะปรับปรุงคุณภาพในสินค้าและบริการ ซึ่งในการที่จะสามารถกำหนดเป้าหมายในเรื่องคุณภาพนี้มักจะเป็นเรื่องที่จะกระทำเป็นการภายในบริษัท ซึ่งผู้บริหารในกิจการจะเป็นคนกำหนดว่า "คุณภาพ" ที่กิจการจะดำเนินไปในทิศทางใด ซึ่งปกติแล้วคุณภาพที่ถูกกำหนดขึ้นในกิจการนี้ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการต่าง ๆ ภายในกิจการ (Internal Processes) แต่โดยความเป็นจริงแล้ว คุณภาพที่เป็นไปตามทิศทางที่บริษัทกำหนดขึ้นนั้น มีความเป็นไปได้ที่อาจจะไม่ตรงกับคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ และอาจทำให้การวางแผนการตลาดและการนำแผนดังกล่าวไปปฏิบัติเกิดความล้มเหลวจากการที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์แบบ และอาจเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงในการดำเนินงานทางการตลาดในกิจการ ซึ่งจะไม่บรรลุเป้าหมายตามที่คาดไว้

ดังนั้น "คุณภาพ" จึงไม่ควรที่จะถูกพิจารณาขึ้นจากความต้องการของกิจการ แต่จะพิจารณาจากความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับแรก โดยวางแผนจากสิ่งที่ลูกค้าบอกกล่าวความต้องการกับบริษัทมาโดยตรง" ดังที่นักการตลาดบริการหลายท่านได้ให้คำนิยามไว้ว่า

"คุณภาพ ก็คือ สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้" (Grönroos, 1990)

2.2.1 การจำแนกประเภทของคุณภาพในการบริการ

โดยทั่วไปเราสามารถแบ่งประเภทของคุณภาพ (Quality) ของสินค้าและบริการ ออกได้หลายประเภทโดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาตามความยากง่ายในการประเมินผลิตภัณฑ์

และบริการของลูกค้า นักการตลาดบริการได้เสนอแนวคิดว่าการจำแนกประเภทของคุณภาพสินค้า และคุณภาพของการบริการสามารถกระทำต่อเมื่อดูจากความยากง่ายในการประเมินคุณภาพของสินค้าและคุณภาพการบริการนั้นๆ ซึ่งสามารถจำแนกคุณภาพในการบริการ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Search Quality หมายถึง คุณภาพการบริการจากลูกค้าที่ตัดสินใจในการซื้อ ตัวอย่างเช่น สามารถตัดสินใจได้จาก กลิ่น รูปแบบ สี ราคาและความรู้สึกที่ได้จากการสัมผัส เป็นต้น

2. Experience Quality หมายถึง คุณภาพการบริการที่จากลูกค้าที่ตัดสินใจหลังจากการซื้อ ตัวอย่างเช่น สามารถตัดสินใจได้จาก ความแข็งแรง รสชาติและรูปแบบในการใช้งานหรือในขณะที่ใช้บริการ

3. Credence Quality หมายถึง คุณภาพการบริการจากลูกค้ามีความยุ่งยากในการตัดสินใจมากที่สุด ลูกค้าอาจไม่สามารถตัดสินใจในคุณภาพการบริการได้เลย แม้ว่าจะได้บริโภคการบริการอย่างนั้นไปแล้วก็ตาม

การประเมินสิ่งที่ได้ที่เกิดขึ้นเป็นกรรมวิธีของคุณภาพการบริการเป็นหลัก การจำแนกประเภทของคุณภาพการบริการกระบวนการนี้จะทำการประเมินจากคุณภาพการบริการที่เกิดจากกระบวนการการรับรู้ของลูกค้าหรือคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality หรือ PSQ) ปัจจัยนี้มีสาเหตุในการเกิดขึ้นได้จาก "ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการ" (Buyer-Seller Interactions หรือ Service Encounters) ซึ่งปฏิสัมพันธ์นี้จะประกอบด้วยวิธีที่มีโอกาสเข้ารับบริการติดต่อกันแบบมีความถี่ (A Series of Moments of Truth) ซึ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการที่เกิดขึ้นในกรรมวิธีที่ให้บริการดังข้างต้นจะส่งผลที่มีความสำคัญกับคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (PSQ)

Grönroos (1990) อธิบายว่า โดยทั่วไปคุณภาพของการบริการที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้า

1. คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) เป็น คุณภาพการบริการที่มีสาเหตุมาจากผู้รับบริการมีการตัดสินใจ "ผลลัพธ์" (Outcome) จากผู้รับบริการได้รับรู้ หรือ การที่ผู้รับบริการตัดสินใจในเรื่องของคุณภาพของการบริการโดยการพิจารณาว่าเขาได้รับ "อะไร" (What) หลังจากทีกระบวนการผลิตการบริการและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายบริการนั้นสิ้นสุด การตัดสินใจที่เกี่ยวกับคุณภาพประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการตัดสินใจตามรูปแบบของ

ความเป็นจริง (Measured Objectively) ว่าการบริการที่รับบริการได้รับนั้นสามารถตอบโจทย์ของผู้รับบริการ (ทางเทคนิค) ได้ผลหรือไม่

2.คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) หมายถึง คุณภาพการบริการที่เกิดจากการที่ผู้รับบริการตัดสินใจ "กระบวนการ" (Process) เป็นกระบวนการในการให้บริการว่าผู้รับบริการได้รับการบริการ "อย่างไร" (How) โดยที่ผู้รับบริการจะตัดสินใจจากส่วนประกอบต่าง ๆ เช่น ดูจากภายนอกของสถานที่ให้บริการ เครื่องมือและสิ่งต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น เครื่องนุ่มห่ม ท่าทางบุคลิกภาพ การคำพูด และความมีมารยาทของบุคลากรที่ให้บริการ ซึ่งปัจจัยพวกนี้เหล่านี้ จะส่งผลต่อการตัดสินใจคุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการได้รับรู้ทั้งสิ้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ลูกค้าย่อมจะทำการประเมินคุณภาพเชิงหน้าที่ของบริการที่เขาได้รับโดยอาศัยความรู้สึกส่วนตัวเป็นหลัก

2.3 การประเมินคุณภาพของการบริการ

นักการตลาดบริการเริ่มหันมาให้ความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวกับคุณภาพของการบริการกันมากในช่วงทศวรรษ 1980 ที่ผ่านมานี้เอง การศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีความสำคัญคือ งานวิจัยของ Grönroos และงานวิจัยของ Parasuraman et al.

การศึกษาวิจัยของ Grönroos การศึกษาคุณภาพที่เน้นให้น้ำหนักในเรื่องการบริการเป็นหลักเริ่มขึ้นจากผลงานของ ซึ่งต่อมาเขาก็แสดงแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวข้องกันกับคุณภาพในการบริการคือ "คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้" (Perceived Service Quality หรือ PSQ) และ "คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด" (Total Perceived Quality) คือแนวคิดที่มีสาเหตุมาจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อ "ความคาดหวัง" ของผู้รับบริการเกี่ยวข้องกันกับคุณภาพของสินค้าที่ส่งผลต่อ "การประเมินคุณภาพ" ของสินค้าหลังจากการรับบริการนั้นๆ

Grönroos ได้อธิบายแนวคิดในเรื่อง "คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด" โดยกล่าวว่าคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้มีสาเหตุมาจากความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบที่จำเป็น 2 อย่าง ดังนี้

2.3.1 คุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication)
2. ภาพลักษณ์ในองค์กร (Image)
3. การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication)

4. ความต้องการในตัวลูกค้า (Customer Needs)

2.3.2 คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเอง (Experienced Quality) ซึ่งได้รับแรงกดดันจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image)
2. คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality)
3. คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality)

3 แนวคิดการรับรู้

3.1 ความหมายการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง วิธีที่บุคคลรู้สึก โดยการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ส่วน ในการตีความเข้าใจ และทำการเข้าใจถึงสิ่งเร้า (Stimuli) ที่มีอยู่หลากหลาย (Zeithaml, Parasuraman, Berry, และ Berry, 1990) โดยการรับรู้จะเป็นวิธีการของคนแต่ละคนที่อาจจะเหมือนกันหรือไม่เหมือนกัน จะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ, ความคาดหวัง และรวมไปถึง ประสบการณ์ในการเลือกจัดเก็บเพื่อตีความข้อมูล นอกจากนั้นยังมีเรื่องของการได้รับอิทธิพลจากสิ่งเร้า (Characteristic Stimulus) เช่น สี สัน, ขนาด, ความหนาแน่น และบริบทของสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเห็นหรือได้ยิน (Belch, Belch, และ Villarreal, 1987)

หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่มีความจริงสามารถที่จะอธิบายได้ต่างๆ เป็นสิ่งที่มองเห็นหรือรู้สึกถึงได้ และใช้สำหรับเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ ซึ่งหลักฐานทางกายภาพจึงรวมถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ
2. สถานบริการหรือสถานที่ในการให้บริการ ซึ่งเป็นกิจการที่ลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน
3. สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ และสามารถช่วยเอื้อต่อความสะดวก หรือเป็นตัว

ช่วยสื่อสารที่เกี่ยวข้องกันกับการบริการหลักฐานทางกายภาพ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ ดังนี้

1. ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับสถานที่สำหรับการให้บริการลูกค้า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

สภาพแวดล้อมภายนอก (Facility Exterior) เช่น การออกแบบและป้ายบอกทางเข้าสถานบริการ ลักษณะภายนอกของตัวอาคาร ป้ายชื่อของบริษัท ที่จอดรถ เป็นต้น

สภาพแวดล้อมภายใน (Facility Interior) เช่น การออกแบบและการตกแต่งภายในของตัวอาคารอุปกรณ์ในการให้บริการ บ้ายบอกทางภายในของตัวอาคาร คุณภาพของอากาศภายในตัวสถานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. สิ่งที่ต้องจับต้องได้ประเภทอื่น (Other Tangibles) คือ สิ่งที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรม และเป็นตัวช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงาน เอกสารแผ่นพับต่าง ๆ

3.2 กระบวนการรับรู้

บทบาทที่สำคัญของหลักฐานทางกายภาพคือ การทำหน้าที่เป็นบรรจุมันต์ของการบริการ กล่าวคือ หลักฐานทางกายภาพเป็นส่วนที่สำคัญอีกประการในการสื่อสารถึงภาพลักษณ์ภายนอกของบริการ เพราะเป็นส่วนที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้และมองเห็นอย่างเป็นรูปธรรม โดยจะสื่อเป็นนัยให้ลูกค้าได้ทราบถึง "สภาพภายใน" ของสถานที่ให้บริการนั้นๆ ดังนั้นหลักฐานทางกายภาพจึงมีหน้าที่ ที่สำคัญใน 2 ส่วน คือ ช่วยในเรื่องการสร้างความคิดหวังของลูกค้าใหม่ในกิจการ และยังช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของกิจการที่เพิ่งเปิดบริการเช่นกัน

บทบาทที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของหลักฐานทางกายภาพคือ ทำหน้าที่เป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกของการบริการ ซึ่งจะเป็นตัวช่วยทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างราบรื่น และมีส่วนช่วยสร้างประสิทธิภาพตามจุดประสงค์ของกิจการ จนรวมไปถึงความต้องการของลูกค้า เช่น การออกแบบลักษณะของตัวอาคาร การปรับปรุงอุณหภูมิและการวางผัง ยังรวมถึงสภาพแวดล้อมในสถานที่ที่ให้บริการอย่างเหมาะสม สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยทำให้เกิด "สภาวะน่าสบาย" สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการรวมไปถึงช่วยในการทำงานของพนักงาน และยังทำให้การบริการเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นทั้งในฝั่งลูกค้าและพนักงาน

นอกจากนี้บทบาทที่สำคัญของหลักฐานทางกายภาพยังมีการทำหน้าที่สร้างความแตกต่าง (Differentiator) หลักฐานทางกายภาพสามารถทำหน้าที่ในการสร้างความแตกต่างให้กับกิจการบริการได้ เช่น การกำหนดรูปแบบ การประดับตกแต่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของสถาน เช่น สถานที่พักประเภทรีสอร์ทที่จะเน้นการตกแต่งแบบมีความเรียบง่าย และกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของธรรมชาติบริเวณนั้น

นอกจากบทบาท 3 ประการดังกล่าวมาแล้วข้างต้น หลักฐานทางกายภาพยังมีบทบาทที่สำคัญการทำหน้าที่ทางสังคม (Socializer) คือเป็นตัวช่วยในการสื่อสารแก่ผู้ให้บริการในกิจการและ

ลูกค้ารับรู้ถึงหน้าที่จะให้บริการของผู้ให้บริการเอง สิ่งนี้จะสามารถช่วยทำให้พฤติกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการเองมีความเหมาะสมมากขึ้นไป อย่างเช่น การติดป้าย "เขตปลอดบุหรี่" หน้าประตูทางเข้าสถานบริการ หรือ สร้างขนาดห้องทำงานของผู้ให้บริการในแต่ละระดับชั้นให้มีความแตกต่างกัน รวมถึงการทำให้สถานบริการแห่งนั้นต้องมีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน นอกจากนี้การปรับเปลี่ยนรูปแบบและการตกแต่งภายในของห้องและบริเวณต่าง ๆ ของสถานบริการ อาจช่วยให้กิจการบริการสามารถสร้างราคาค่าบริการที่มีความแตกต่างกันได้ เช่น กรณีของห้องพักในโรงแรม ที่นั่งในเครื่องบินของสายการบิน

3.3 การรับรู้ของผู้บริโภค

การรับรู้ของผู้บริโภค สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) การเลือกรับรู้ข้อมูล (Selection) (2) การเรียบเรียงข้อมูล (Organization) และ (3) การเผยแพร่ความเข้าใจ (Interpretation)

1. การเลือกรับรู้ข้อมูล (Perceptual Selection) ประกอบด้วย

1.1 การเปิดรับ (Exposure) จะเกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส เสียง กลิ่น สัมผัส) ของผู้บริโภคทำงาน และเกิดการกระตุ้นของสิ่งเร้าที่ผู้บริโภคได้พบเจอหรือสัมผัส ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้ผู้บริโภคนั้นเลือกที่จะเปิดรับกับสิ่งเร้าที่เข้ามา

1.2 การให้ความสนใจ (Attention) เป็นการให้ความสนใจกับสิ่งเร้าที่ได้พบเจอหรือสัมผัส ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ตัวอย่างเช่น เมื่อผู้บริโภคสังเกตเห็นป้ายไฟโฆษณาสินค้าตามสถานที่ต่างๆ หรือ โฆษณาในโทรทัศน์ จะทำให้ผู้บริโภคที่เห็นมีความสนใจเกิดขึ้น แต่การให้ความสนใจจากสิ่งทีพบเจอนั้นไม่ได้เกิดขึ้นหลังจากการเปิดรับในทุกครั้ง ซึ่งในบางครั้งผู้บริโภคเองก็มีการเปิดรับ แต่ให้ความสนใจกับบางอย่างที่ทำให้เกิดการตื่นอย่างไม่มากเกินไปเท่านั้น

1.3 การเลือกรับรู้ (Selective Perception) การรับรู้ของผู้บริโภคจะมีความไม่เหมือนกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนก็จะเลือกการรับรู้แตกต่างกันไปเนื่องจากความต้องการ ทศนคติ และประสบการณ์ที่พบเจอมาแตกต่างกัน และยังรวมไปถึงสิ่งที่แสดงของแต่ละบุคคลที่มีความไม่เหมือนกันอีกด้วย อีกทั้ง การเลือกรับรู้นั้นจะเหมือนเพิ่มขึ้นในทุกๆ การเรียบเรียงการรับรู้ในการตัดสินใจเลือกที่จะเปิดรับ และให้ความสนใจ ซึ่งในส่วนของการเลือกรับรู้ (Selective Perception) จะสามารถสร้างมั่นใจได้ว่า ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารตรงกับสิ่งที่ต้องการของตน

ในส่วนของการปกป้องการรับรู้ (Perceptual Defense) จะเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคมองเกิดการปกป้องตนเองจากสิ่งเร้าที่พบเจอ หรือเข้ามาคุกคาม ซึ่งผู้บริโภคมองสามารถเลือกที่จะไม่ตอบรับสิ่งเร้าที่ไม่สอดคล้องกับความเชื่อหรือประสบการณ์ของตนเอง ในบางครั้งผู้บริโภคมองอาจจะเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูลที่ตนเองได้รับ เพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้พบเจอ (Arens, 1994)

2. การเรียบเรียงข้อมูล (Perceptual Organization) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมองทำการจัดกลุ่มข้อมูลจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน และทำการสรุปความหมายเพื่อที่จะทำให้เข้าใจความหมายของข้อมูลถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น โดยพึ่งพาวิธีการพื้นฐานของ 'Gestalt Psychology' เป็นวิธีการของผู้บริโภคมองจัดระบบกับการรับรู้ให้เกิดเป็นส่วนรวมในอย่างใดอย่างหนึ่งที่ผู้บริโภคมองมีวิธีการเรียบเรียงกับข้อมูลได้ 3 แบบ คือ

1. การทำให้ครบถ้วน (Closure) เป็นวิธีของผู้บริโภคมองใช้วิธีการสรุปภาพรวมของข้อมูลเองในส่วนที่ข้อมูลที่ได้มีความไม่ชัดเจนหรือครบถ้วน เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. การจัดกลุ่ม (Grouping) ผู้บริโภคมองจะมีวิธีการรับรู้ข้อมูลในรูปแบบเป็นกลุ่มข้อมูลมากกว่าที่จะรับรู้ข้อมูลในรูปแบบไม่มีการต่อเนื่อง หรือจะไม่จัดกลุ่มข้อมูลเพื่อการรับรู้แบบไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

3. บริบท (Context) บริบทแวดล้อมเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้ผู้บริโภคมองมีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การออกแบบโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมองในการการรับรู้ถึงสินค้าขึ้นเดียวกับที่ความต้องการจะโฆษณา ต่างกันเมื่อใช้สื่อที่ต่างกันออกไป ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะสื่อถึงการใช้บริบทต่อผู้บริโภคมองได้ เป็นสิ่งที่แสดงแก่ผู้บริโภคมองจะแยกสิ่งที่ไม่เหมือนกันของสิ่งกระตุ้นที่มีซึ่งมีค่าน่าจดจำ (Prominent)

3. การเผยแพร่ความเข้าใจ (Perceptual Interpretation) มี 2 แบบ คือ

1. การเรียบเรียงหมวดหมู่ (Categorization) เพื่อทำการแยกประเภทของสินค้าให้ผู้บริโภคมองมีการจดจำได้ง่าย สามารถทำได้โดยประกอบไปด้วย

1.1 แผนภูมิ (Schema) เมื่อผู้บริโภคมองพบเจอสินค้าใหม่และทำการรวบรวมข้อมูลของสินค้านั้นในการเก็บบันทึกเป็นความทรงจำหรือประสบการณ์ของผู้บริโภคมอง ซึ่งหากผู้บริโภคมองมีความรู้ในสินค้านั้นมากขึ้นก็จะสามารถจำได้ ถึงข้อมูลที่อยู่ในความคิด วิธีความคิดหรือสัญลักษณ์ได้

1.2 การเรียงเรียงประเภท (Subtyping) เป็นการสร้างหมวดหมู่ย่อย (Subcategory) จากหมวดหมู่ที่กว้างกว่า (Broader Category)

2. การสรุปข้อมูล (Inference) เป็นวิธีการที่ผู้บริโภคทำการสรุปความคิดเกี่ยวกับตราสินค้าราคาสินค้า หรือร้านค้าองค์กร ซึ่งการสรุปวินิจฉัยข้อมูลนี้เป็นจะเป็นการสรุปในรูปแบบความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อมโยงความคิดและประสบการณ์ในอดีต

การแปลความหมายการรับรู้โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Perceptual inferences) เป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้น 2 สิ่ง ที่มีสาเหตุจากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีตและกระบวนการเรียนรู้ในอดีตที่ผ่านมาโดยไม่ต้องประเมินใหม่โดยอาศัยความเชื่อหรือประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีตมาเป็นเกณฑ์ตัดสินใจเพื่อลงความเห็น การนำเสนอความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งเร้ากระตุ้นหนึ่งนำไปใช้เพื่อเสนอความเห็นกับอีกสิ่งหนึ่งนั้น บุคคลได้พัฒนาการขึ้นมาใช้เพื่อนำมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแปลความหมายเกี่ยวข้องกันกับ ตราสินค้า ราคาร้านค้าและบริษัทผู้บริโภคมี่พร้อมที่จะนำมาใช้เสมอจากความทรงจำ ลักษณะการลงความเห็นเพื่อแปลความหมายเหล่านี้เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก (word-of-mouth communications) ระหว่างความรู้จักและโฆษณาในรถยนต์แบรนด์หนึ่งนี่จึงเป็นความเชื่อและเป็นประสบการณ์

4 แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

4.1 ความหมายของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

Fishbein และ Ajzen (1975) ได้อธิบายว่า การตั้งใจจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดการรวมกันของความคิดแต่ละคน (Attitude) ส่งผลต่อพฤติกรรมและการได้รับการสนับสนุนบรรทัดฐานจากกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) โดยทัศนคติของบุคคลคือการรวมกันของความเชื่อ (Summation of Beliefs) และการประเมินคุณค่ามัน ๆ (Evaluation toward the Beliefs) หลังจากเราได้รวมความเชื่อที่เกี่ยวข้องกันมาได้แล้วก็เรียกว่าความเชื่อเด่นชัด ซึ่งจะเป็นตัวแปรที่ทำให้บุคคลสาเหตุจากทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปในทิศทางที่เขาเชื่อ ขณะที่บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือการที่บุคคลหนึ่งรับแนวการปฏิบัติมาจากอีกกลุ่มบุคคลหนึ่งและให้ความสำคัญ นั่นเอง

ศรัญญา คณิตประเสริฐ (2543) ได้อธิบายว่า ความตั้งใจ คือความหมายของคำหรือการแสดงออกสำหรับความเข้าใจของคุณ และมีแนวทางที่ชัดเจนแน่วแน่ในการมุ่งหมายต่อสิ่งที่ปรารถนาและทำการแสดงออกมาตามความคิดที่มีความเชื่อต่อสิ่งนั้น

พัชรี ดวงจันทร์ (2550) ได้อธิบายว่า ว่า ความตั้งใจหรือเจตนา คือ การต้องการความเป็นไปได้ไขว่คว้า หรือการวางแผนของแต่ละคนที่จะกระทำพฤติกรรมหนึ่งจะเห็นว่าความตั้งใจ คือ ความแน่วแน่ที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะเห็นว่ามีผลมาจากทัศนคติความเชื่อและบรรทัดฐานที่ได้รับ โดยในทางการตลาดได้มีการศึกษาถึงความตั้งใจซื้อ ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน เช่น

Mowen และ Minor (1998) ได้อธิบายว่า ความตั้งใจในการซื้อจะสามารถเป็นการตั้งใจของผู้บริโภค และเป็นการกระทำที่ให้ได้มา (Acquisition) ซึ่งการจัดการ (Disposition) และการใช้สินค้าหรือบริการ เพราะฉะนั้นผู้บริโภคอาจมีการสร้างความตั้งใจซื้อ โดยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสินค้าบริการที่สนใจ รวมถึงความตั้งใจซื้อที่มีความเกี่ยวข้องในกรณีที่มีความเกี่ยวพันสูงด้วย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ได้อธิบายว่า ความตั้งใจที่จะซื้อจะเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นระหว่างการตัดสินใจในการเลือกทางเลือกและการตัดสินใจในการเลือกซื้อโดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อจากสิ่งที่คุณเองชอบมากที่สุด

อังครักษ์ มีวรรณสุขสกุล (2553) ได้กล่าวว่าความตั้งใจเกิดมาจากทัศนคติที่มีต่อสินค้า โดยผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งความตั้งใจซื้อนั้น ไม่ใช่ทัศนคติต่อสินค้าหรือบริการ แต่เป็นทัศนคติต่อตราสินค้าหรือการใช้บริการ และความตั้งใจซื้อนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค

วรพล บริบูรณ์ทรัพย์ (2555) ได้กล่าวถึงความหมายของความตั้งใจซื้อตาม (Zeithaml Valarie A, Parasuraman Ananthanarayanan, และ Berry Leonard L, 1990) ว่าความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นเป็นตัวเลือกแรก หรือมีความสนใจมากกว่าตัวเลือกอื่น ซึ่งกล่าวได้ว่าความตั้งใจซื้อจะเป็นมิติหนึ่งในการแสดงถึงความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีความสนใจสินค้านั้น โดยความจงรักภักดีจะประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่

1. ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ เป็นการกระทำที่สามารถสะท้อนพฤติกรรมความตั้งใจซื้อผู้บริโภคได้จากการที่ผู้บริโภคสนใจและตั้งใจที่จะเลือกสินค้าหรือบริการนั้นเป็นตัวเลือกแรก

2. พฤติกรรมที่แสดงการบอกต่อ (Word of Mouth Communication) คือ การที่ผู้บริโภคบอกกล่าวถึงข้อดีและความประทับใจของสินค้าบริการชนิดนั้นๆ และทำการแนะนำ บอกต่อบุคคลอื่นให้เกิดความสนใจ และเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้มาใช้สินค้าบริการนั้นเช่นเดียวกัน

3. ความอ่อนไหวที่ส่งผลต่อปัจจัยในเรื่องของราคา (Price Sensitivity) คือ การที่เมื่อขึ้นราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ โดยที่ไม่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ยอมจ่ายเงินสูงกว่าที่อื่น เพื่อให้สินค้าหรือบริการที่เลือกนั้น ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจได้และตอบสนองความต้องการได้

4. พฤติกรรมที่แสดงการร้องเรียน (Complaining Behaviors) คือ การที่ผู้บริโภคทำให้เกิดอุปสรรคของการใช้งานสินค้าหรือบริการนั้นและต้องการร้องเรียนโดยอาจจะร้องเรียนกับผู้ให้บริการ หรือบอกต่อผู้อื่นเกี่ยวกับปัญหาของสินค้าบริการนี้ โดยส่วนนี้จะไปการวัดถึงการตอบสนองปัญหาของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงความหมายการตั้งใจซื้อ ซึ่ง Engel, Blackwell, และ Miniard (1995) และ P. Kotler (2012) กล่าวไว้ว่า การตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) หมายถึงระยะเวลาที่เปรียบเทียบสินค้าก่อนการซื้อรวมถึงสถานะเศรษฐกิจที่ส่งผลในการตั้งใจซื้อ ราคาและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง การโฆษณาผลิตภัณฑ์การส่งเสริมการขายรวมถึงสถานที่ที่ซื้อและเงื่อนไขในการซื้อผลิตภัณฑ์

กล่าวโดยสรุป ความตั้งใจซื้อคือความแน่วแน่ที่ผู้บริโภคจะกระทำ ซึ่งได้แก่การวางแผนหรือตัดสินใจ การจัดการให้ได้มาของสินค้าหรือบริการที่ต้องการโดยมีผลมาจากทัศนคติ ความเชื่อ และบรรทัดฐานที่ได้รับมา ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม คือความตั้งใจและความแน่วแน่ที่จะกระทำ หรือแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามที่ต้องการ

4.2 แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

Hale, Householder, และ Greene (2002) ได้กล่าวถึงทฤษฎีที่กล่าวถึงว่าด้วยการกระทำเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen (1985) ว่าถูกสร้างขึ้นเพื่อทำนายว่า การที่บุคคลทำการประพฤติดหรือกระทำการใดนั้น สามารถทำนายได้จากความเชื่อ (Beliefs) ทัศนคติ (Attitudes) และ ความตั้งใจกระทำ (Intention) โดยทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า โดยปกติมนุษย์จะเป็นผู้ใช้เหตุผลและนำข้อมูลมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผลของพฤติกรรมบรรลุถึงเจตนาของตนของมนุษย์เอง ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์จะมีการพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ตั้งใจนั้นมาก่อนแล้ว โดยพฤติกรรมจะมีองค์ประกอบที่มีความสำคัญจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Behavioral Attitudes) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากความเชื่อของคนนั้นว่าการกระทำที่ได้ปฏิบัติลงไปจะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่คาดหวังออกมา และจากนั้นมนุษย์จะทำการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น อย่างเช่น ความเชื่อของผู้ประกอบการว่าประกอบธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตจะส่งผลให้ธุรกิจมีความได้เปรียบกว่าในเรื่องการแข่งขันกับคู่แข่ง และจากนั้นจะมีการ

ประเมินผลลัพธ์ว่าสรุปแล้วผลลัพธ์ที่แท้จริงคือได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการแข่งขัน ซึ่งความเชื่อในผลลัพธ์จากการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต หรือการตัดสินใจไม่ทำนั้นอยู่บนพื้นฐานทัศนคติของผู้ประกอบการ ซึ่งเรียกสิ่งนี้ว่า ความเชื่อต่อพฤติกรรม (Behavioral Beliefs)

2.การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ในตัวแบบแรกของการศึกษา ความเชื่อต่อพฤติกรรมและการประเมินผลของการกระทำ มีความเพียงพอในการทำนายความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมต่างๆ ส่วนตัวแบบต่อมาคือเป็นการสนับสนุนในความเชื่อการจากการรู้สึกคล้อยตามสิ่งอ้างอิง หรืออิทธิพลของสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm) ก็เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สามารถทำนายความตั้งใจ ที่มีการทำด้วยกลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะมีอิทธิพลมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับทำให้ความสำคัญของบุคคลนั้นด้วย ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการออกกำลังกาย หรือแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้บังคับบัญชา อาจมีอิทธิพลมากกว่าพฤติกรรมของสามีภรรยาที่ปฏิบัติต่อกันเป็นต้น สาเหตุในการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอาจเกิดมาจาก ผลคุณระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงที่บุคคลนั้นๆ ให้ความสำคัญ และรวมกับความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง โดยเฉพาะความเข้มข้นของความเชื่อตามกลุ่มอ้างอิง และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

อย่างไรก็ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ แต่ข้อจำกัดที่ปรากฏอย่างชัดเจนที่สุด คือการที่ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่สามารถทำตามความต้องการของตนเองได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากในความเป็นจริงที่บุคคลต้องการจะกระทำพฤติกรรมใด ๆ นั้น ความตั้งใจของบุคคลอาจไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญเพียงปัจจัยเดียวที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมได้

เพราะยังมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของตัวบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ยกตัวอย่าง เช่น ปัจจัยภายในตัวบุคคลเองได้แก่ความเชี่ยวชาญ การวางแผนต่าง ๆ และยกตัวอย่างในส่วนปัจจัยภายนอกตัวบุคคลได้แก่ เวลา โอกาส และความร่วมมือจากผู้อื่น

Ajzen (1985) ได้ทำการพัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

โดยทำขึ้นมาเพื่อใช้ทำนายพฤติกรรมของบุคคลอื่นที่ไม่สามารถทำตามพฤติกรรมที่สมมุติแบบได้โดยความแตกต่างระหว่างทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน คือ การกระทำตามแบบแผนที่เพิ่มปัจจัยที่สาม ในการทำให้บุคคลนั้นๆตัดสินใจว่า ควรจะกระทำพฤติกรรมได้หรือไม่ ซึ่งเป็นการทำให้บุคคลนั้นมีการสร้างการรับรู้ความสามารถของตนเองในการควบคุมพฤติกรรม

Ajzen (2006) ได้ทำการอธิบายองค์ประกอบของพฤติกรรมในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ว่าประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

1.ทัศนคติที่จะสามารถส่งผลต่อพฤติกรรม (Attitudes toward Behaviors) เป็นปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor) ซึ่งตัวแปรที่ความสำคัญในการช่วยประเมินความรู้สึกทั้งทิศทางบวกและทิศทางลบของคนจะส่งผลต่อการกระทำที่บุคคลนั้นทำ ซึ่งบุคคลจะเชื่อว่าการกระทำที่ทำนั้นจะให้ความรู้สึกกลับมาเป็นบวกก็เกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม ซึ่งวิธีการเกณฑ์ในการตัดสินใจทัศนคติต่อพฤติกรรม มีอยู่ 2 วิธี คือเกณฑ์ในการตัดสินใจทัศนคติต่อพฤติกรรมทางตรง และเกณฑ์ในการตัดสินใจทัศนคติต่อพฤติกรรมทางอ้อม

2.การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) เป็นปัจจัยทางสังคม (Social factor)

และเป็นวิธีการวัดว่า คนหรือกลุ่มคนที่มีความสำคัญกับคนหนึ่ง บุคคลควรจะกระทำตามกลุ่มหรือไม่ซึ่งสามารถเรียกบุคคลที่มีความสำคัญนั้นว่า กลุ่มอ้างอิง และถ้ามีความรับรู้เกิดขึ้นว่ามีความสำคัญสูงก็จะทำให้กลายเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มากขึ้น

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นการรับรู้ของบุคคลว่า ในการกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งเกิดความยากหรือความง่ายมากน้อยเพียงใด และต้องสามารถควบคุมตนเองทำพฤติกรรมมาภายใต้ปัจจัยที่สนับสนุนหรือขัดขวางพฤติกรรมนั้น การวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอยู่ 2 วิธี คือเกณฑ์ในการตัดสินใจการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทางตรง และเกณฑ์ในการตัดสินใจการรับรู้ความสามารถในการควบคุมต่อพฤติกรรมทางอ้อม

4. ความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม (Behavioral Intention) เป็นปัจจัยที่โน้มน้าวให้เกิดการกระทำของบุคคลที่มีความตั้งใจ ซึ่งสามารถบ่งชี้ได้ว่าบุคคลนั้นๆมีความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นไปได้ที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมก็มีมากเท่านั้นเช่นกัน ซึ่งความตั้งใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมสามารถมีอิทธิพลมาจาก 3 อย่าง นั่นก็คือทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรม, การเปลี่ยนแปลงตามกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ที่ส่งผลต่อความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

Fishbein และ Ajzen (1975) อธิบายไว้ว่า ความตั้งใจจะเป็นสิ่งที่ช่วยดำเนินการปฏิบัติงาน และสามารถคาดการณ์ได้ว่าผลของการปฏิบัติจะออกมาเป็นอย่างไร แต่ในการปฏิบัติและการแสดงก็มีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง แต่ถ้าบุคคลมองถึงความตั้งใจเพียงอย่างเดียวก็จะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ช่วงระยะเวลา (Time Interval) ช่วงเวลามีผลต่อการสังเกตพฤติกรรมความตั้งใจของบุคคล อย่างเช่น ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมและการแสดงพฤติกรรมสามารถลดลงได้ ถ้ามีการเว้นช่วงระยะเวลานานขึ้น

2. การได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ (Exposure to New Information) เป็นปัจจัยที่สามารถทำให้บุคคลเปลี่ยนความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมเดิมได้

3. ขั้นตอนของพฤติกรรม (Steps of Behavior) หากพฤติกรรมมีขั้นตอนที่ซับซ้อนมาก และยากเกินความเข้าใจ อาจส่งผลให้บุคคลนั้นมีการเปลี่ยนความตั้งใจที่จะประพฤติหรือล้มเลิกพฤติกรรมได้

4. ความสามารถของบุคคล (Abilities) เป็นสิ่งสำคัญมากกว่าความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรม เพราะหากมีความตั้งใจแต่บุคคลขาดความสามารถ พฤติกรรมนั้นๆ ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้

5. ความจำของบุคคล เกิดปัญหาขึ้นบ่อยในเรื่องที่ว่า บุคคลจำไม่ได้ว่าตั้งใจจะทำพฤติกรรมอะไร ซึ่งส่งผลให้เป็นเหตุให้ไม่เกิดพฤติกรรมนั้นขึ้น

6. อุปนิสัยของบุคคล ก็มีความสำคัญเพราะว่า หากการกระทำที่บุคคลตั้งใจ แต่ขัดกับอุปนิสัยของบุคคลนั้น อาจส่งผลให้พฤติกรรมใหม่ไม่เกิดขึ้น

อังครักษ์ มีวรรณสุขสกุล (2553) กล่าวถึงแนวคิดของ Howard (1994) ว่าความตั้งใจเป็นกระบวนการภายในจิตใจว่า ผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ความตั้งใจจะเกิดจากกระบวนการที่ทัศนคติส่งผลต่อต่อตราสินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภค (Confidence) ในการตัดสินใจซื้อที่ผ่านมาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านทัศนคติมีการยอมรับค่อนข้างมากที่มีอิทธิพลในการตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Berkman, Lindquist, และ Sirgy, 1997) ที่ว่า ความตั้งใจซื้อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติซึ่งความตั้งใจซื้อไม่ใช่ความคิดต่อตราสินค้าแต่เป็นความคิดต่อการซื้อตราสินค้า และทำนายพฤติกรรมได้ดีกว่าความเชื่อ (Beliefs) และความรู้สึก (Affective) ขณะที่ Fitzsimons และ Morwitz (1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคโดยมีการตั้งคำถามเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจะพบว่าคำตอบของผู้บริโภคนั้น ประสบการณ์การใช้สินค้าและทัศนคติของผู้บริโภคเช่น การที่ถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อผู้บริโภคซับซ้อนยิ่งขึ้นหรือหนึ่งอยู่แล้ว ในส่วนใหญ่จะตอบคำถามว่าจะตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เดิมนั้นคือผู้บริโภคมีความคิดเห็นแบรนด์สินค้าหลังซื้อไปแล้วในขณะที่ผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อสินค้านามีการแสดงความคิดเห็นต่อคำถามว่ามีความตั้งใจซื้อแบรนด์สินค้าที่มีชื่อเสียงสูงที่สุดแทน

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงแนวคิดของ Engel และคนอื่น ๆ (1995) เป็นการอธิบายแบบต้นแบบของกระบวนการในการตัดสินใจ กล่าวคือ ความตั้งใจเป็นปัจจัยซึ่งจะส่งผลในการเกิดการซื้อ เรามักจะมีเรื่องการศึกษาของความต้องการซื้อซึ่งหลังจากที่ออกผลิตภัณฑ์ใหม่อีกทั้งยังมีปัจจัยที่คอยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อกับพฤติกรรม ดังนี้ 1. ปัจจัยเรื่องช่วงเวลา (Time Interval) โดยที่ความแข็งแกร่งระหว่างความตั้งใจซื้อกับพฤติกรรม จะมีผลระหว่างช่วงเวลา ซึ่งโอกาสที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนความตั้งใจจากมากขึ้นถ้ามีช่วงเวลามากขึ้น แต่ถ้าช่วงเวลานั้นจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรมจะแข็งแกร่งมากกว่าโดยสรุปคือถ้าผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อในทันทีแล้วก็ปล่อยให้เวลาผ่านไปนานขึ้น จังหวะในการซื้อของผู้บริโภคจะซื้อจะมีโอกาสที่น้อยลงนั่นเอง 2. ปัจจัยเรื่องประสบการณ์ (Experience) โดยความรู้สึกนึกคิดและประสบการณ์ซื้อที่อ้างอิงตามประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงส่งผลต่อความมั่นคงมากกว่า ความรู้สึกนึกคิดและความตั้งใจซื้อที่อ้างอิงกับประสบการณ์ทางอ้อม นั่นก็คือ ความรู้สึกนึกคิดจะถูกสร้างผ่านการรับรู้โฆษณา ที่สามารถคาดการณ์ได้น้อยกว่าจะถูกสร้างผ่านการรับรู้จากการใช้งาน

จะเห็นว่าการศึกษาถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรม จะมีปัจจัยที่มาเกี่ยวข้องกับความตั้งใจซื้อหลายปัจจัย เช่น ช่วงเวลาข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิดที่มีต่อตราสินค้าและประสบการณ์จากการใช้สินค้า การที่ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ซื้อที่ดีก็จะเกิดจากความพึงพอใจนั่นเอง ซึ่งนำไปสู่การกลับไปซื้อหรือบอกต่อแต่ในทางตรงข้ามหากผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อตราสินค้าก็ย่อมไม่พึงพอใจ ทำให้มีความตั้งใจที่จะไม่ไปซื้อซ้ำหรือเปลี่ยนไปใช้แบรนด์สินค้าอื่นและอาจจะบอกต่อในเชิงลบ ซึ่งเราจะเห็นว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมีผลต่อนักการตลาดเป็นอย่างมาก เพราะความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการเปรียบเสมือนการคาดการณ์พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคในอนาคต

4.3 การประเมินความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ประณีต ส่งวัฒนา และ เบญจพร พงศ์อำไพ (2551) กล่าวถึงการประเมินความตั้งใจของ ธีระพร อุวรรณโณ (2546) ซึ่งเป็นการอธิบายวิธีการของ Ajzen (1985) ว่าความตั้งใจเป็นตัวชี้บ่งว่า บุคคลมีความตั้งใจมากน้อยเพียงใดที่จะประพฤติพฤติกรรมนั้น ในการที่จะวัดความตั้งใจต้องให้มีความกว้างครอบคลุม ตามประเภทพฤติกรรมที่จะทำการศึกษาโดยแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

4.3.1 การกำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจในการเลือก ซึ่งแบ่งย่อยได้อีก 3 แบบ ได้แก่

1. กำหนดเกณฑ์ของของความตั้งใจมีทางเลือกแค่ 2 แบบ คือ การที่จะสามารถเลือกจะทำหรือไม่ทำ เช่น

คุณ () ตั้งใจจะอ่านหนังสือก่อนนอน

() ตั้งใจจะไม่อ่านหนังสือก่อนนอน

แต่วิธีที่นิยมใช้ในการวิจัยได้แก่ มาตรฐานความหมายของ Osgood's et al. หรือ เรียกว่า Osgood's Semantic Differential Technique โดยใช้คำศัพท์คู่ขั้ว (Bipolar) เช่น

คุณมีความตั้งใจที่จะอ่านหนังสือก่อนนอนในอีก 1 วันข้างหน้า

เป็นไปได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เป็นไปไม่ได้

สูง ธรรมดา ต่ำ ไม่รู้ ต่ำ ธรรมดา สูง

วิธีที่ใช้วิธีตอบเป็นค่าร้อยละ (Estimate in Percentage Point) ดังนี้

เป็นไปได้ _____ % ที่คุณจะอ่านหนังสือก่อนนอน

2. กำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจในเรื่องของการทางเลือก แบบมีหลากหลายทางเลือก เช่น

ในภายภาคหน้าคุณอากาศและตั้งใจจะไปเที่ยว

_____ กรุงเทพฯ _____ หนองคาย _____ เชียงใหม่อื่น ๆ คือ _____ ไม่ไป

3. กำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจในกำหนดเกณฑ์ของในรูปแบบของเชิงปริมาณจะเป็นการวัดว่าคน ๆ นั้นจะทำพฤติกรรมประเภทนั้น เยอะมากแค่ไหน เช่น

คุณมีความตั้งใจที่จะเก็บเงินภายใน 1 เดือนนี้ให้ได้ _____ บาท

4.3.2 กำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจในเรื่องของความถี่ จะสามารถทำกำหนดเกณฑ์ของได้ 2 แบบ ได้แก่

1. กำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจในเรื่องของความถี่สัมบูรณ์เป็นกำหนดเกณฑ์ของการกระทำนั้น ๆ เป็นจำนวนกี่ครั้ง ดังนี้

ภายในเดือนหน้าคุณ มีความตั้งใจที่จะไปออกกำลังกายในตอนเช้า _____ วัน

2. กำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจในเรื่องของความถี่สัมพัทธ์จะเป็นการเทียบในเชิงสัดส่วน หรือร้อยละ ที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ในโอกาสต่าง ๆ ที่ได้ตั้งไว้เช่น

ภายในในเดือนนี้คุณ มีความตั้งใจที่จะสามารถไปออกกำลังกายได้ภายในจำนวนวันที่จะคิดเป็นร้อยละ _____

ทั้งนี้ในกำหนดเกณฑ์ของความตั้งใจของคนแต่ละคนที่จะนำเข้ามาใช้เพื่อคาดการณ์พฤติกรรมในอนาคตคาดการณ์ได้แต่เพียงว่าบุคคลนั้นจะกระทำพฤติกรรมหรือไม่ไม่สามารถนำมา

คาดการณ์ขอบข่ายขนาด ความถี่ ของพฤติกรรมได้นอกจากนี้เรายังพบปัญหาว่าปัจจัยที่ใช้การคาดการณ์พฤติกรรมความตั้งใจนั้นมีข้อจำกัดคือ

1. ไม่สามารถคาดการณ์พฤติกรรมคนที่กำลังมาอารมณ์โกรธแบบรุนแรง หรือพฤติกรรมที่ทำจนชำนาญได้
2. ไม่สามารถคาดการณ์พฤติกรรมที่กระทำโดยขาดการไตร่ตรอง
3. การคาดการณ์ตามทฤษฎีนี้มีข้อจำกัดเนื่องจาก ไม่มีตัวแปรภายนอกอื่น ๆ มาร่วมประเมินด้วยหากพฤติกรรมบางอย่างที่อาจมีปัจจัยที่มีส่วนของตัวแปรภายนอกมาเกี่ยวข้องด้วยอาจคาดการณ์ได้ไม่แม่นยำ
4. การวัดทัศนคติต่อพฤติกรรม จะเห็นว่ายิ่งเวลาผ่านไปมากความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับระดับของพฤติกรรมก็จะยิ่งน้อยลงอีกด้วย

อังกฤษ มีวรรณสุขสกุล (2553) กล่าวว่าโดยปกติความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมซึ่งจะสามารถคาดเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องและชัดเจน อย่างไรก็ตามความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในระดับสูงหรือไม่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้

1. ความตรงกันของเกณฑ์ในการวัดความตั้งใจที่กระทำพฤติกรรม (Correspondence) คือ ให้มีความตรงกันในเรื่องของการกระทำที่ตรงกับเป้าหมาย ในส่วนของสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อม ที่ตรงกัน

2. ความมั่นคงของความตั้งใจ (Stability of Intention) คือถ้าความตั้งใจที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมมีความมั่นคง หรือความมั่นคงสูงขึ้นไปจะส่งผลต่อความสัมพันธ์กับระดับของพฤติกรรมที่สูงขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตามการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภครวมจากการตั้งใจที่อาจไม่แม่นยำเสมอไป อาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มาแทรกในความตั้งใจของผู้บริโภค เช่น สถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ (Situational Influences on Intention) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคคนหนึ่งมีความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าจากต่างประเทศราคาแพง เพื่อให้ยอมรับจากเพื่อนที่ทำงาน ในขณะเดียวกันก็ซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตภายในประเทศที่มีราคาถูกเพื่อไปบริโภคคนเดียวที่บ้าน (Peter, 1990)

กล่าวโดยสรุป ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม สามารถใช้เป็นเครื่องมือคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตได้โดยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมจะมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานการณ์บางอย่าง ประสบการณ์ในอดีต ซึ่งอาจมีผลต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงของผู้บริโภคได้ (Hale และคนอื่น ๆ, 2002)

5 แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

5.1 ความหมายของพิพิธภัณฑ์

ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2493 “พิพิธภัณฑ์” หมายถึง สิ่งของต่างๆ ซึ่งมีการรวบรวมไว้สำหรับประโยชน์ทางการศึกษา เช่น ศิลปวัตถุ, โบราณวัตถุ เป็นต้น ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ.2525 ได้มีการบัญญัติคำว่า “พิพิธภัณฑ์สถาน” เพิ่มเติมจากคำว่าพิพิธภัณฑ์ ซึ่งมีความหมายว่าเป็นสถาบันถาวรที่ทำการเก็บรวบรวมสิ่งของต่างๆ และแสดงสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญทางด้านวัฒนธรรมหรือวิทยาศาสตร์ โดยทำเพื่อมุ่งประโยชน์ในทางการศึกษารวมไปถึงด้านความเพลิดเพลินใจ ซึ่งความหมายก็แตกต่างจากคำว่าพิพิธภัณฑ์ที่บัญญัติในปีพ.ศ.2493 แต่ต่อมาในปี พ.ศ.2542 ทางพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ก็ได้นำทั้งสองคำ คือ “พิพิธภัณฑ์” และ “พิพิธภัณฑ์สถาน” มารวมเข้ากันเป็นความหมายเดียว โดยบัญญัติว่าหมายถึง สถานที่เก็บรวบรวมและแสดงสิ่งต่างๆที่มีความสำคัญทั้งเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เป็นประโยชน์กับการเรียนรู้ที่จะศึกษาและเกิดความเพลิดเพลินใจที่เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ

ในส่วนของสภากาพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ หรือ ICOM (International Council of Museums) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2489 และมีสมาชิกทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยเช่นกัน ทาง ICOM (1946) ได้ให้นิยามของคำว่า พิพิธภัณฑ์สถาน (Museum) ว่า “พิพิธภัณฑ์เป็นสถาบันที่สร้างขึ้นโดยที่ไม่หวังผลตอบแทน เพื่อให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะพัฒนาสังคมต่อไปและยังให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้บริการเพื่อหาความรู้ โดยทางพิพิธภัณฑ์จะมีหน้าที่ที่ต้องสงวนรักษา เก็บรวบรวม และจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ วัตถุประสงคเพื่อการศึกษ ทั้งสำหรับการค้นคว้าและการวิจัยโดยทำการจัดนิทรรศการที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมแก่ของมนุษยชาติและสิ่งแวดล้อม (สมภพ ศรานุกรักษ์, 2559)

จิรา จงกล (2532) ได้ให้ความหมายว่าพิพิธภัณฑ์หมายถึง การรวบรวมและรักษาให้คงสภาพไว้ ได้ทำการศึกษาวิจัย และทำการจัดแสดง ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อทำการศึกษาวิจัย ค้นคว้า รวมถึงเพื่อความเพลิดเพลินในเรื่องราวต่างๆ ซึ่งสิ่งที่รักษาให้คงสภาพไว้และจัดแสดงนั้นไม่เพียงแต่สิ่งที่เป็นวัตถุเพียงอย่างเดียว แต่ครอบคลุมถึงสิ่งที่มีชีวิตอีกด้วย ความหมายของพิพิธภัณฑ์สถาน หรือ Museum รวมไปถึง สถานที่ที่สงวนสัตว์น้ำ สวนพฤกษชาติ สวนอุทยาน สวนสัตว์และสถานที่ที่เป็นเขตสงวนอื่นๆ ที่รวมโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของพิพิธภัณฑ์ได้ว่า คือ สถานที่ที่จะดูแลและจัดเก็บรักษา รวมถึงจัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ที่สำคัญและเหมาะสมกับมนุษยชาติในรุ่นต่อไปในการศึกษาหาความรู้ และความเพลิดเพลินจากการจัดแสดงที่สะท้อนเห็นประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา

5.2 หน้าที่ของพิพิธภัณฑ์

สมลักษณ์ เจริญพจน์ (2551) ได้จำแนกหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ไว้ ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวม (Collecting) เป็นการเสาะแสวงหาและการเก็บรวบรวมวัตถุเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในการเก็บรวบรวมวัตถุและนำมากำหนดว่าวัตถุเป็นประเภทใดนั้น จะขึ้นอยู่กับนโยบายของพิพิธภัณฑ์นั้นว่าวางนโยบายการแยกประเภทไว้อย่างไร แต่หลักสำคัญที่สุดก็คือต้องคำนึงถึงหลักการอนุรักษ์

2. การอนุรักษ์ (Conservation) วัตถุที่พิพิธภัณฑ์แสวงหาและรวบรวมมาได้นั้นต้องใช้กรรมวิธีและกระบวนการทั้งทางวิทยาศาสตร์และกระบวนการแห่งภูมิปัญญา เพื่อให้วัตถุต่างๆ ที่ถูกรวบรวมนั้นคงความเป็นหลักฐานของมนุษย์ต่อไปในอนาคต

3. การศึกษา ค้นคว้า วิจัย (Research) เป็นการทำให้ได้มาซึ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัตถุที่อยู่ในความดูแลเพื่อความถูกต้องของข้อมูล และนำข้อมูลนั้นมาประกอบเป็นหลักฐานกับเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

4. การบันทึกข้อมูล (Record) และการจัดทำทะเบียนวัตถุ (Registration) เป็นการจัดความเรียบร้อยเพื่อประโยชน์ในการดูแลรักษา รวมไปถึงการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ซึ่งในขั้นตอนนี้จำเป็นที่จะต้องมีการใช้ความรู้ทางวิชาการและความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

5. การจัดแสดง (Exhibition) เป็นการนำเสนอเนื้อหาทางวิชาการประกอบกับตัววัตถุที่เป็นหลักฐานสำคัญของพิพิธภัณฑ์นั้นๆ ที่ได้ผ่านการศึกษา ค้นคว้า วิจัยแล้วนำมาจัดแสดงโดยใช้วิธีการผสมผสานเทคนิคในการออกแบบนิทรรศการ และเพิ่มเติมด้านโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ เข้าไป เพื่อที่จะทำการจัดแสดงนิทรรศการให้ประชาชนทั่วไปได้รับความรู้และความเพลิดเพลิน

6. การบริการศึกษาและการประชาสัมพันธ์ (Education and Public Relations) เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ทางพิพิธภัณฑ์รวบรวมมาและส่งต่อสู่สาธารณชนด้วยการสื่อสารที่นอกเหนือจากการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้สาธารณชนมีความเข้าใจง่ายขึ้น และเป็นการช่วยสร้างสัมพันธ์ระหว่างสาธารณชนกับพิพิธภัณฑ์ให้มีความใกล้ชิดกัน นอกจากนี้ทางพิพิธภัณฑ์เองก็ยังคงต้องมีการคิดค้นวิธีการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ ตลอดเวลาเพื่อให้สาธารณชนมีความสนใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์ตลอดเช่นเดียวกัน

นิคม มูลสิกะคามะ (2521) ได้ระบุเกี่ยวกับหน้าที่พิพิธภัณฑ์ไว้ว่าความรับผิดชอบของพิพิธภัณฑ์คือการบริการทั้งด้านการศึกษาไปพร้อมกับความเพลิดเพลิน เนื่องจากพิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่ช่วยบริการการศึกษาให้แก่ผู้เยี่ยมชมในแบบการศึกษาด้วยหลักฐานข้อเท็จจริง วัตถุประสงค์ไม่ใช่การอ่านหรือการบรรยายตัวอักษรบนแผ่นกระดาษเท่านั้น

5.3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์

สภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ (International Council of Museums :ICOM) ได้แบ่งสาขาของประเภทพิพิธภัณฑ์ตามหมวดหมู่ในการจัดแสดงของแต่ละสาขาเป็น 9 ประเภท ดังนี้

1. พิพิธภัณฑ์ทางศิลปะ (Museum of Art) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมผลงานศิลปะที่มีคุณค่าของผู้มีชื่อเสียง และชิ้นงานทางศิลปะต่างๆที่รวบรวมไว้ให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชม เกิดสุนทรียะ และได้ศึกษาประวัติศาสตร์ศิลปะ รวมไปถึงเทคนิคการสร้างสรรคผลงานศิลปะขึ้นต่างๆ ในพิพิธภัณฑ์

2. พิพิธภัณฑ์ทางศิลปะร่วมสมัย (Gallery of Contemporary Arts) เป็นพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่ ที่รวบรวมผลงานที่เป็นศิลปะร่วมสมัย และผลงานของศิลปะสมัยใหม่ที่มีผลงานโดดเด่น มาทำการจัดแสดง ครอบคลุมไปถึงศิลปะด้านต่างๆ เช่น ศิลปะประยุกต์ , สถาปัตยกรรม, ศิลปะตกแต่ง , ศิลปะอุตสาหกรรม , งานหัตถศิลป์ , หอศิลป์ และ ศิลปะการแสดง เป็นต้น

3. พิพิธภัณฑ์ทางธรรมชาติวิทยา (Natural History Museum) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดเก็บและจัดแสดงธรรมชาติวิทยาในทุกสาขา เช่น ธรณีวิทยา, ภูมิศาสตร์, พฤกษศาสตร์, วัตถุทางธรรมชาติ , ตัวอย่างของพืชและสัตว์ต่างๆ ที่มีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกันในธรรมชาติ รวมไปถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโลก ดิน น้ำ หินแร่ วนอุทยาน พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ สัตว์บก เป็นต้น ซึ่งพิพิธภัณฑ์จะเป็นสถานที่เพื่อใช้ในการศึกษาต้นกำเนิดของสิ่งมีชีวิตทางธรรมชาติ

4. พิพิธภัณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ และเครื่องจักรกล (Museum of Science and Technology) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ รวมไปถึงจัดแสดงพัฒนาการของความเจริญก้าวหน้าของวัตถุที่มนุษย์ได้คิดค้นขึ้นมา เช่น เครื่องจักรกล , เรื่องราวของการคิดค้นทางเคมี, ฟิสิกส์ ,จักรวาลอันกว้างใหญ่ เป็นต้น

5. พิพิธภัณฑ์ทางมานุษยวิทยา และชาติพันธุ์วิทยา (Museum of Anthropology and Ethnology) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์ในการจัดแสดงความเป็นมา และวัฒนธรรมของมนุษย์แต่ละชนเผ่า ซึ่งพิพิธภัณฑ์จะทำการรวบรวมวัตถุที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมมาจัดแสดง เช่น

อุปกรณ์การดำรงชีพ, ศิลปะของชุมชน, เครื่องอุปโภคบริโภคของมนุษย์แต่ละเผ่าพันธุ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 พิพิธภัณฑสถาน คือ

1. พิพิธภัณฑสถานชาติพันธุ์วิทยา (Ethnological Museum)
2. พิพิธภัณฑสถานศิลปะพื้นเมือง (Folk Arts Museum)
3. พิพิธภัณฑสถานกลางแจ้ง (Open Air Museum)

6. พิพิธภัณฑสถานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี (Museum of History and Archaeology) เป็นพิพิธภัณฑสถานที่จัดแสดงเกี่ยวกับหลักฐานความเป็นอยู่ของมนุษย์ตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบัน และเรื่องวัฒนธรรมของกลุ่มคน เช่น โบราณสถาน, บ้านประวัติศาสตร์, อนุสาวรีย์ และสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงวิทยาการและเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งทางสหภาพพิพิธภัณฑสถานระหว่างชาติ (ICOM) ได้จำแนกการจัดแสดงแบบนี้เป็น 3 พิพิธภัณฑสถานที่สำคัญ ได้แก่

1. พิพิธภัณฑสถานประจำเมืองหรือท้องถิ่น (Regional Museum/ City Museum)
2. พิพิธภัณฑสถานทางประวัติศาสตร์ (Historical Museum)
3. พิพิธภัณฑสถานประจำโบราณสถาน (Site Museum)

7. พิพิธภัณฑสถานประจำเมืองหรือท้องถิ่น (Regional Museum-City Museum) เป็นพิพิธภัณฑสถานที่จัดแสดงความเป็นมาเกี่ยวกับท้องถิ่น ทั้งในเรื่องประวัติศาสตร์ และความเป็นมาของศิลปะวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ

8. พิพิธภัณฑสถานแบบพิเศษ (Specialized Museum) เป็นพิพิธภัณฑสถานที่มีการจัดแสดงแบบเฉพาะเจาะจงในด้านการศึกษา เช่น การแพทย์, โบราณคดี, เครื่องดนตรี, แผลง, เครื่องถ้วย เป็นต้น

9. พิพิธภัณฑสถานของสถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัย (University Museum) เป็นพิพิธภัณฑสถานที่มีการเก็บรวบรวมเรื่องราวต่างๆอย่างกว้างขวางมากที่สุด ซึ่งการจัดตั้งขึ้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสถาบันนั้นๆ โดยมีการจัดเก็บวัตถุต่างๆเป็นหมวดหมู่ เพื่อส่งเสริมการค้นคว้าหาความรู้ของทั้งนักวิจัย และนักศึกษา

5.4 พิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย

ประวัติของพิพิธภัณฑสถานที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเริ่มต้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ในปีพ.ศ. 2402 มีรับสั่งให้สร้างพระที่นั่งในบริเวณพระบรมมหาราชวัง เพื่อที่จะใช้เป็นสถานที่จัดแสดงสิ่งของและเครื่องบรรณาการต่างๆที่ต่างประเทศถวายให้แก่

พระองค์ในการเชื่อมความสัมพันธ์ทางการทูต และทรงขนานนามว่า “พระที่นั่งประพาสพิพิธภัณฑ” แต่สถานที่แห่งนี้ไม่ได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชม ซึ่งถือว่าสถานที่นี้เป็นจุดกำเนิดแนวคิดในการจัดพิพิธภัณฑในประเทศไทย (เพ็ญพรรณ เจริญพร, 2548)

ต่อมาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ได้มีการไปเยือนพิพิธภัณฑ หรือ museum ของต่างประเทศ จึงเกิดแนวคิดในการทำพิพิธภัณฑในประเทศไทย โดยมีการสั่งให้รวบรวมศิลปวัตถุโบราณจากแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญในประเทศ และมีการรับสั่งให้สร้างศาลาสหทัยสมาคมในพระบรมมหาราชวัง พร้อมกับนำสิ่งของที่อยู่ในพระที่นั่งประพาสพิพิธภัณฑมาจัดแสดงร่วมกับศิลปวัตถุโบราณที่สำคัญ เพื่อแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ของไทยที่เคยเจริญรุ่งเรืองและประชาชนสามารถเข้าชมได้ จึงถือว่าพิพิธภัณฑสถานที่ทำการจัดจัดแสดงแก่ประชาชนเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย

ในสมัยพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ได้มีการจัดตั้งแนวคิด Royal Museum และได้โปรดเกล้าให้เปลี่ยนพระราชวังบวรสถานมงคลเป็นโรง museum ของหลวงอย่างเป็นทางการ โดยใช้เป็นสถานที่จัดเก็บศิลปวัตถุต่างๆที่เป็นมรดกวัฒนธรรมของชาติ และจัดตั้งเป็น “พิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนคร” และต่อมาในปี.ศ. 2476 ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ทางรัฐบาลมีการจัดตั้งกรมศิลปากรเพื่อดูแลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ และในพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมศิลปากรมี “กองพิพิธภัณฑและโบราณคดี” ซึ่งได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น “กองโบราณคดี” ภายหลัง ซึ่งในปัจจุบันนี้สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรมศิลปากรจะดูแลกิจการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่อยู่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 44 แห่ง ซึ่งประเทศไทยก็ได้มีพิพิธภัณฑสถานเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งในส่วนราชการอื่นๆ และเอกชนเป็นผู้จัดตั้ง แต่ทุกแห่งอาจใช้ชื่อสั้นๆเพียงแค่ “พิพิธภัณฑ” เท่านั้น (ปริดี ปลื้มสำราญกิจ และ พ้า วิไลขำ, 2562)

6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พชร ชยธวัช (2562) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑธรรมชาติวิทยาอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้เข้าชมพิพิธภัณฑธรรมชาติวิทยา ซึ่งได้เดินทางมาเข้าชม จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 1 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา (5) รายได้ และ (6) อาชีพ มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ความพึงพอใจของผู้เข้าชม ประกอบด้วย (1) ด้านสถานที่เข้าชม (2) ด้านของที่จัดแสดง (3) ด้านกระบวนการให้บริการ (4) ด้านวิทยากร และ (5) ด้านลักษณะทางกายภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยามีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการให้บริการอยู่ในระดับมาก วิจารณ์รายด้าน พบว่า ความพึงพอใจมากที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือด้านสถานที่เข้าชม ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านจัดแสดง และด้านวิทยากร ตามลำดับ

ทัศนตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์ (2554) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตัวแปรต้น จำนวน 4 ตัว ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ความหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว (3) ส่วนผสมทางการตลาด และ (4) องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย (1) ด้านการจัดการ (2) ด้านบุคลากร (3) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ (5) ด้านกิจกรรมนันทนาการ และ (6) ด้านความปลอดภัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานครในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านคมนาคมขนส่งและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความคาดหวังมากและพึงพอใจมากในด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ฐิติมา รัตนพงษ์ (2558) ได้ศึกษาผลกระทบของความผูกพัน และความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 4 ตัว ได้แก่ (1) ปัจจัยส่วนบุคคล (2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว (3) ความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยว และ (4) ความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ประกอบด้วย (1) การกลับมาเที่ยวซ้ำ และ (2) การแนะนำบุคคลอื่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า ระดับความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีนัยสำคัญ แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกับนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครศรีธรรมราช

กิตติมา แซ่โฮ (2559) ได้ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพการบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 320 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 3 ตัว ได้แก่ (1) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (2) ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และ (3) ค่านิยมในการท่องเที่ยว มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย การถดถอยเชิงพหุ พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านการจดจำ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม และภาพลักษณ์คุณภาพการบริการ ด้านความสามารถในการสัมผัสได้ ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กุลทิกา วิบูลย์ปิ่น และ ประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 2 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพและ (5) รายได้ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ ประกอบด้วย (1) เทคนิคการจัดแสดงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (2) คุณภาพการบริการ (3) การประชาสัมพันธ์ และ (4) ความรู้ที่ได้รับมีตัวแปรตาม จำนวน 1 ตัว คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ไทรภพ โคตรวงษา (2549) ได้ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 1 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับ

การศึกษา (5) อาชีพ และ (6) รายได้เฉลี่ยต่อปี มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ส่วนประสมการตลาด บริการของโรงแรมเครือข่าย ประกอบด้วย (1) ผลិតภัณฑ์ (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด (5) บุคคล กระบวนการให้บริการ และ (5) สิ่งนำเสนอทางกายภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า ความสำคัญของ ส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผล อันดับหนึ่งด้านบุคคล อันดับสองด้านกระบวนการให้บริการ อันดับ สามด้านราคา อันดับสี่ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับห้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับหกด้านการ ส่งเสริมทางการตลาด และอันดับสุดท้ายด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับสถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างแบบไทยผสมผสานกับความทันสมัย การตกแต่งภายในห้องพักและโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์และทันสมัย

ศิริรัตน์ ขานทอง และ โอษฐ์ญา บัวธรรม (2562) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์บางลำพู กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 1 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สัญชาติ (4) ระดับการศึกษา และ (5) อาชีพ มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ทักษะคติผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า (1) นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์บางลำพู มีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับที่ดีมาก (2) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์บางลำพูไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเท่านั้นที่มีทัศนคติแตกต่างกัน

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง (2544) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการชมบ้านควายไทย กลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 1 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา และ (5) อาชีพ มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย (1) อัตราค่าบริการ (2) การบริการด้านสถานที่ (3) รูปแบบการแสดง (4) กิจกรรมการส่งเสริมการขาย และ (5) รายการแสดง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ในภาพรวมของทุกปัจจัย

หลักในระดับมากด้านการบริการด้านสถานที่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามอายุ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อบัณฑิตด้านการบริการ รายการแสดง และรูปแบบการแสดง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามอาชีพ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อบัณฑิตด้านการบริการ สถานที่ รายการแสดงและรูปแบบการแสดง

มนต์ธร ตั้งภาณุกุล (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา พิพิธภัณฑสถานบางกอก กลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 2 ตัว ได้แก่ (1) ปัจจัยส่วนบุคคล และ (2) ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) แรงจูงใจทางกายภาพ (2) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (3) แรงจูงใจระหว่างบุคคล และ (4) แรงจูงใจทางด้านสภาพและชื่อเสียง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และการถดถอยพหุคูณ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ด้านความตั้งใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านองค์ประกอบของการบริการ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานบางกอก

พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 2 ตัว ได้แก่ (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และ (2) คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว ตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และ (4) ด้านลักษณะทางกายภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และการถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ พบว่ามีความสัมพันธ์กันทุกด้าน และไปในทิศทางเดียวกัน

ชายชาญ ปฐมกาญจน และ นรินทร์ สังข์รักษา (2558) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 1 ตัว คือ สถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา (5) รายได้ และ (6) อาชีพ ตัวแปรตาม 1 ตัว คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย (1) ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว (2) ปัจจัยประกอบ (3) ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก และ (4) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจไม่แตกต่างกันและการคมนาคม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน

เบญจมาศ กนกฉันท (2549) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีตัวแปรต้น จำนวน 1 ตัว คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) อาชีพและ (4) ประเภทของนักท่องเที่ยว มีตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที, ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า (1) นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต โดยรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง (2) นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ และประเภทของนักท่องเที่ยวต่างกันที่มีความคิดเห็นต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

เนื้อหาของบทนี้เป็นการอธิบายการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปรผลข้อมูล วิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ และการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 1.ประเภทของงานวิจัย
- 2.การกำหนดประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4.การทดสอบเครื่องมือ
- 5.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 6.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ซึ่งจะมีแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) คือเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อมุ่งหาข้อเท็จจริงจากความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ จังหวัดนครปฐม

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

เป็นผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จังหวัดนครปฐม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ในประเทศไทย

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากที่ประชากรมีขนาดใหญ่และไม่สามารถทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ จังหวัดนครปฐม สามารถคำนวณได้โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1954) โดยใช้ความน่าเชื่อถือในระดับร้อยละ 95 และค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ ไม่เกินร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2549) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 382 คน

สมการที่ใช้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

โดย n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N หมายถึง ขนาดของประชากร

e หมายถึง ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ยอมรับได้

z^2 หมายถึง ค่าไค-สแควร์ที่ระดับของความเชื่อมั่น 95% ($z^2=3.841$)

P หมายถึง อัตราส่วนของตัวแปรที่สนใจในประชากร (กรณีไม่ทราบให้ใส่ค่า $p = 0.5$)

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1-0.5)3.841}{0.05^2}$$

$$n = 382$$

จากสมการจึงนำมาทำการคำนวณ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 382 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยเลือกวิธีการการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์สร้างเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (e-Questionnaire) ผ่าน Google Form เพื่อความปลอดภัยของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงปรับเป็นแบบสอบถามออนไลน์ให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยเอาแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นโพสต์ในกลุ่มพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐม

ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วนซึ่งจะประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ ส่วนที่ 3 การรับรู้ และส่วนที่ 4 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4 โดยจะทำการวัดระดับข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย

1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ซึ่งระดับการให้คะแนนเฉลี่ยจะใช้เกณฑ์จะสามารถหาได้จากสมการการคำนวณ ช่วงกว้างของชั้น ได้ดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนดังแสดงในตาราง

ตาราง 1 แปลความหมายของระดับคะแนน

ค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ	ความหมาย
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ

1. ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถที่ใช้ในการเป็นแนวทางในทำแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามที่มีความเหมาะสม และต้องสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ภูมิภาค, วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวและประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว เป็นแบบ (Multiple Choices) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ตัวอย่างเครื่องมือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน ลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () 20 - 30 ปี () 31 - 40 ปี
() 41 - 50 ปี () 51 ปี ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการบริการมี 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งจำเป็นที่ต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ตที่มี 5 ระดับ ระดับความเข้มข้นให้ผู้ตอบเลือกตอบ

ตัวอย่างเครื่องมือ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการ

กรุณาเขียนเครื่องหมาย (□) ลงใน □ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 แทน ท่านเห็นด้วยมากที่สุด
4 แทน ท่านเห็นด้วยมาก
3 แทน ท่านเห็นด้วยปานกลาง
2 แทน ท่านเห็นด้วยน้อย
1 แทน ท่านไม่เห็นด้วยเลย

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
0.	เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานปฏิบัติต่อผู้เยี่ยมชมด้วยกิริยาสุภาพและเป็นมิตร					
00.	เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานสามารถเข้าใจความต้องการของผู้เยี่ยมชมแต่ละท่าน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้มี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดง และด้านการเรียนรู้ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ตามแบบของลิเคิร์ต มี 5 ระดับ ระดับความเข้มข้นให้ผู้ตอบเลือกตอบ

ตัวอย่างเครื่องมือ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้

กรุณาเขียนเครื่องหมาย () ลงใน ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 แทน ท่านเห็นด้วยมากที่สุด
4 แทน ท่านเห็นด้วยมาก
3 แทน ท่านเห็นด้วยปานกลาง
2 แทน ท่านเห็นด้วยน้อย
1 แทน ท่านไม่เห็นด้วยเลย

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
0.	สถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีสื่อที่ช่วยกระตุ้น ความสนใจในประวัติของแต่ละการจัดแสดง					
00.	ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการ
ท่องเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ตาม
แบบของลิเคิร์ทมี 5 ระดับความเข้มข้นให้ผู้ตอบเลือกตอบ

ตัวอย่างเครื่องมือ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

กรุณาเขียนเครื่องหมาย () ลงใน ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 แทน ท่านเห็นด้วยมากที่สุด
4 แทน ท่านเห็นด้วยมาก
3 แทน ท่านเห็นด้วยปานกลาง
2 แทน ท่านเห็นด้วยน้อย
1 แทน ท่านไม่เห็นด้วยเลย

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
0.	หากท่านมีความต้องการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน ท่านจะพิจารณาพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมเป็นอันดับแรก					
00.	ท่านเต็มใจที่จะพูดถึงการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมในลักษณะที่ชื่นชมแก่ผู้อื่นเมื่อมีโอกาส					

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อที่จะพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง ความสอดคล้องด้านภาษาของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ และแนะนำเพิ่มเติมเพื่อที่จะสื่อสารได้อย่างเข้าใจเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

3. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาความสอดคล้อง และให้ประเมินในการหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) โดยให้คะแนน ดังนี้

โดย

+1 หมายถึง สอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์

ตัวอย่าง

<p>แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ แบบทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ของผู้เยี่ยมชมพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม คำชี้แจง : แบบประเมินฉบับนี้ใช้สำหรับท่านซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบข้อคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการวิจัย โดยมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้</p> <p>+1 หมายถึง แน่ใจว่าสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์</p> <p>0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์</p> <p>-1 หมายถึง แน่ใจว่าไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์</p>
--

นิยามศัพท์เฉพาะ	รายการข้อคำถาม	ค่าความสอดคล้อง			ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข
		+1	0	-1	
ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชม มีความมั่นใจว่าทางพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมมีความสามารถในการปฏิบัติงานของที่มอบหมายให้กับผู้เยี่ยมชมส่งผลให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง	1.เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความรู้ที่จะสามารถตอบข้อซักถามของท่านได้ในทันที โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ				
	2.ข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้อธิบายผู้เยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆมีความชัดเจน และครบถ้วน				
	3.เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการปฏิบัติการให้บริการอย่างสม่ำเสมอโดยไม่มีข้อผิดพลาด และให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ				

5. นำคะแนนที่ได้จากการประเมินผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งจะคำนวณสมการดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้ตามสมการดังต่อไปนี้

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

โดยพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่ามากกว่า 0.60 เท่านั้น (นางลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) และจึงแก้ไขข้อคำถามในแบบสอบถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบทำการแก้ไขเสร็จนำไปใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง (Try out)

7. ทำการแปลผลค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) สามารถพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินต่อไปนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

$$\text{สมการ } \alpha = \frac{k \left[\frac{\text{covariance}}{\text{variance}} \right]}{1 + \left[\frac{(k-1) \text{covariance}}{\text{variance}} \right]}$$

เมื่อ k หมายถึง จำนวนข้อคำถาม

Covariance หมายถึง ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างข้อคำถาม

Variance หมายถึง ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

โดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) กำหนดมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ขึ้นไป มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α)

ตัวแปรที่วัด	ค่าความเชื่อมั่น
คุณภาพการบริการ	.940
ความน่าเชื่อถือ	.802
สิ่งจับต้องได้	.807
การตอบสนอง	.787
การสร้างความมั่นใจ	.764
การดูแลเอาใจใส่	.770
การรับรู้	.849
การจัดแสดง	.705
การเรียนรู้	.821
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	.847
การท่องเที่ยวซ้ำ	.769
การบอกต่อ	.796
รวมทั้งฉบับ	.956

สรุปผลการหาคุณภาพเครื่องมือ

- 1.แบบสอบถามส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ สัมประสิทธิ์อัลฟา (α) คือ .940
- 2.แบบสอบถามส่วนที่ 3 การรับรู้ สัมประสิทธิ์อัลฟา (α) คือ .846
- 3.แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม สัมประสิทธิ์อัลฟา (α) คือ .847

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

1. การเก็บแบบสอบถามและการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์สร้างเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (e-Questionnaire) ผ่าน Google Form เพื่อความปลอดภัยของกลุ่มตัวอย่าง เดื่อน
2. โดยนำแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นโพสต์ในกลุ่มพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยจะให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปแบบสอบถามออนไลน์ (e-Questionnaire) ผ่าน Google Form

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เรียกว่าการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วของกลุ่มตัวอย่างผ่าน Google Form นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ (Editing)

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วของกลุ่มตัวอย่างผ่าน Google Form นำมาตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ (Editing)

1.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ (Coding) แล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้สถิติดังต่อไปนี้

2.1.1 ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค วิถีประเพณีการท่องเที่ยวและประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว ใช้สถิติแจกแจงเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2.1.2 ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการมี 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ ใช้สถิติในการแจกแจง ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.1.3 ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 การรับรู้มี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดงและด้านการเรียนรู้ ใช้สถิติในการแจกแจง ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.1.4 ในแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อ ใช้สถิติในการแจกแจง ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีทางสถิติ ดังต่อไปนี้

2.2.1 สถิติการวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นอิสระต่อกัน

2.2.2 สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นอิสระต่อกัน

2.2.3 สถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

3.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{สูตรค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่ม}}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}} \times 100$$

3.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

$$\text{สูตรค่าคะแนนเฉลี่ย} \quad \bar{x} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{x} หมายถึง ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $S.D$ หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ ปัจจัย

ส่วนบุคคล ด้านเพศ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติวิเคราะห์ค่าคงที่ (Independent sample t-test) โดยใช้ Levene's test ในการวิเคราะห์ ซึ่งตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ Probability Value (p-value) มีค่ามากกว่า 0.05 ให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed

2. ไม่ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ Probability Value (p-value) มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances not assumed

2.1.1 ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

2.1.2 ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = df = \frac{[\frac{S_1^2}{n_1}]^2 + [\frac{S_2^2}{n_2}]^2}{\frac{S_1^2}{n_1 - 1} + \frac{S_2^2}{n_2 - 1}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีองศาความเป็นอิสระต่อกัน $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ t หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution

\bar{x}_1 หมายถึง ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1

\bar{x}_2 หมายถึง ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2

S_1^2 หมายถึง ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 หมายถึง ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

df หมายถึง องศาอิสระ (Degree of freedom)

3.2 การวิเคราะห์สถิติค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of Variance) ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะไม่ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ Probability Value (p-value) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 การทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบความแปรปรวน

เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown – Forsythe

3.2.1 สถิติ F-test ใช้ในทดสอบความไม่แตกต่างกรณีถ้าพบความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม

$$F = \frac{MS_{(b)}}{MS_{(w)}}$$

เมื่อ F หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาวิกฤตจากการแจกแจง

$MS_{(b)}$ หมายถึง ค่าของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS_{(w)}$ หมายถึง ค่าของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.2.2 สถิติ Brown – Forsythe ใช้ในทดสอบความแตกต่างกรณีถ้าพบความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม

$$B = \frac{MS_{(b)}}{MS_{(w)}}$$

โดยค่า

$$MS_{(w)} = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ B หมายถึง ค่าสถิติ Brown – Forsythe

$MS_{(b)}$ หมายถึง ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS_{(w)}$ หมายถึง ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม สำหรับสถิติ

Brown – Forsythe

k หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

n_i หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N หมายถึง ขนาดประชากร

S_i^2 หมายถึง ค่าความแปรปรวนในคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ i

3.2.3 ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จะต้องนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ

Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

3.2.3.1 สถิติ Least Significant Difference (LSD)

$$LSD = t_1 - \frac{\alpha}{2} - k \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ $t_1 - \frac{\alpha}{2} - k$ หมายถึง ค่าที่ใช้พิจารณาการแจกแจงที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE หมายถึง ค่า Mean Square error $MS_{(w)}$ กลุ่ม

n_i หมายถึง จำนวนของตัวอย่างในกลุ่มที่ i

n_j หมายถึง จำนวนของตัวอย่างในกลุ่มที่ j

3.2.3.2 สถิติ Dunnett's T3

$$dD = qD \sqrt{2 \left(\frac{MS \frac{S}{A}}{\sqrt{S}} \right)}$$

เมื่อ dD หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน Dunnett test

qD หมายถึง ค่าจากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

$MS \frac{S}{A}$ หมายถึง ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

S หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.2.3.3 สถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2] - [n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} หมายถึง สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

Σx หมายถึง ผลรวมคะแนน X

Σy หมายถึง ผลรวมคะแนน Y

Σx^2 หมายถึง ผลรวมคะแนนของ X

Σy^2 หมายถึง ผลรวมคะแนนของ Y

Σxy หมายถึง ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด X และชุด Y

n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio Scale ค่าที่ได้เรียกว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์" โดยปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

ถ้ามีค่าติดลบหมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ถ้ามีค่าเป็นบวกหมายความว่า ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้ามีค่าเป็น 0 หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 2 การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

r	ระดับของความสัมพันธ์
.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.71 - .89	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.31 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.01 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00	ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะแบ่งเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค วัตถุประสงค์การเดินทาง และประเภทพิพิธภัณฑ์ ในการหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์จะแสดงในตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 3 ค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามข้อมูลทั่วไป

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	140	36.6
	หญิง	242	63.4
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	25	6.5
	อายุระหว่าง 20 – 30 ปี	214	56.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุระหว่าง 31 – 40 ปี	78	20.4
อายุระหว่าง 41 – 50 ปี	52	13.6
สูงกว่า 51 ปีขึ้นไป	13	3.4
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	46	12.0
ปริญญาตรี	312	81.7
สูงกว่าปริญญาตรี	24	6.3
อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.2
พนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป	107	28.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	115	30.1
นิสิต/นักศึกษา	129	33.8
ว่างงาน/เกษียณอายุ	11	2.9
ภูมิลำเนา		
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	268	58.1
นครปฐม	25	6.5
จังหวัดที่ติดกับนครปฐม	69	18.1
อื่น ๆ	20	17.3
วัตถุประสงค์เดินทางไปจังหวัดนครปฐม		
เยี่ยมญาติ	56	14.8
ประชุม/สัมมนา	21	5.5
ติดต่อธุรกิจ	25	6.5
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	161	42.1
ท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์	104	27.2
ทางผ่าน	15	3.9

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว		
ประวัติศาสตร์/โบราณคดี/บุคคลสำคัญ	135	35.3
ชาติพันธุ์/วิถีชีวิตท้องถิ่นภูมิปัญญา/ศิลปะการแสดง	36	9.4
การแพทย์และสาธารณสุข	20	5.2
ธรรมชาติวิทยา	105	27.5
วัด	84	22.0
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	382	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 382 คน เป็นเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 เพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 อาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ภูมิลำเนากรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 วัตถุประสงค์เดินทางไปจังหวัดนครปฐมเพื่อท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 และประเภทของพิพิธภัณฑ์ ประวัติศาสตร์/โบราณคดี/บุคคลสำคัญจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาระดับความคิดเห็นมีต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม วิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และวิธีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะแสดงในตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	แปลผล
ความน่าเชื่อถือ	4.18	0.575	มาก
1. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความรู้ที่จะสามารถตอบข้อซักถามของท่านได้ในทันที โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ	4.21	0.665	มากที่สุด
2. ข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้อธิบายผู้เยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆมีความชัดเจน และครบถ้วน	4.12	0.762	มาก
3. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการปฏิบัติการให้บริการอย่างสม่ำเสมอโดยไม่มีข้อผิดพลาด และให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ	4.20	0.773	มาก
สิ่งที่จับต้องได้	4.12	0.627	มาก
1. สิ่งอำนวยความสะดวกที่พิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้ เช่น หิ้งน้ำ , จุดทิ้งขยะ, ลิฟต์เคอร์, แผนที่บอกจุดเยี่ยมชม ฯลฯ ให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมนั้นเพียงพอ	4.14	0.738	มาก
2. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของพิพิธภัณฑ์มีความเป็นมืออาชีพในการดูแลความเรียบร้อยให้แก่ผู้เยี่ยมชม เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการเยี่ยมชม, แนะนำและอธิบายการเยี่ยมชมในจุดต่างๆได้ เป็นต้น	4.11	0.688	มาก
3. สภาพแวดล้อมในพิพิธภัณฑ์ทั้งรูปแบบการจัดแสดงและบรรยากาศของธรรมชาติโดยรอบ เอื้อแก่การเรียนรู้ให้ผู้เยี่ยมชมมีความเข้าใจการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้	4.08	0.841	มาก
การตอบสนอง	4.14	0.474	มาก
1. ผู้เยี่ยมชมได้รับการตอบสนองทันทีจากเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในการขอความช่วยเหลือ หรือมีข้อสงสัยจากการเยี่ยมชม	4.12	0.625	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	แปลผล
2. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมได้ตลอดเวลา	4.18	0.653	มาก
3. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการแสดงความเต็มใจในการให้บริการด้วยความกะตือรือร้น และแสดงออกทางอารมณ์ สีสหน้าอย่างเป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชม	4.17	0.699	มาก
การสร้างความมั่นใจ	4.11	0.601	มาก
1. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ปฏิบัติต่อผู้เยี่ยมชมด้วยกิริยาสุภาพและเป็นมิตร	4.24	0.654	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีทักษะในการถ่ายทอดและอธิบายความรู้ให้ผู้เยี่ยมชมได้เข้าใจ	4.21	0.701	มากที่สุด
3. ในขณะที่ เยี่ยมชมนิทรรศการต่างๆและการเดินชมภายในพิพิธภัณฑ์ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยโดยไม่รู้สึกความเสี่งที่จะเกิดอันตรายจากการจัดแสดง	4.23	0.702	มากที่สุด
การดูแลเอาใจใส่	4.12	0.651	มาก
1. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์สามารถเข้าใจความต้องการของผู้เยี่ยมชมแต่ละท่าน	4.16	0.715	มาก
2. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์พยายามที่จะแนะนำวิธีการดูนิทรรศการและแนะนำสิ่งต่างๆที่น่าสนใจในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์	4.15	0.721	มาก
3. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความเอาใจใส่ที่จะรับฟังและแก้ปัญหาให้แก่ผู้เยี่ยมชมอย่างเต็มใจ	4.14	0.701	มาก
ภาพรวม	4.13	0.405	มาก

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ลำดับต่อมาคือ การตอบสนอง อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการสร้างความมั่นใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความรู้ที่จะสามารถตอบข้อซักถามของท่านได้ในทันที โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการปฏิบัติกรให้บริการอย่างสม่าเสมอโดยไม่มีข้อผิดพลาด และให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้อธิบายผู้เยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆมีความชัดเจน และครบถ้วน อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

คุณภาพการบริการ ด้านสิ่งทีจำเป็นที่จับต้องได้ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่พิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้ เช่น ห้องน้ำ , จุดทิ้งขยะ, ลิฟต์เคอร์, แผนที่บอกจุดเยี่ยมชม ฯลฯ ให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมนั้นเพียงพอ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของพิพิธภัณฑ์มีความเป็นมืออาชีพในการดูแลความเรียบร้อยให้แก่ผู้เยี่ยมชม เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการเยี่ยมชม, แนะนำและอธิบายการเยี่ยมชมในจุดต่างๆได้ เป็นต้น อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สภาพแวดล้อมในพิพิธภัณฑ์ทั้งรูปแบบการจัดแสดง และบรรยากาศของธรรมชาติโดยรอบ เอื้อแก่การเรียนรู้ให้ผู้เยี่ยมชมมีความเข้าใจการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมได้ตลอดเวลาอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 แลลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการแสดงความเต็มใจในการให้บริการด้วยความกระตือรือร้น และแสดงออกทางอารมณ์ สีสหน้าอย่างเป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้เยี่ยมชมได้รับการตอบสนองทันทีจากเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในการขอความเชื่อเหลือ หรือมีข้อสงสัยจากการเยี่ยมชม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

คุณภาพการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของ พิพิธภัณฑ์ปฏิบัติต่อผู้เยี่ยมชมด้วยกิริยาสุภาพและเป็นมิตร อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ลำดับต่อมาคือ ในขณะที่ เยี่ยมชมนิทรรศการต่างๆและการเดินชมภายใน พิพิธภัณฑ์ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยโดยไม่รู้สึกความเสียวที่จะเกิดอันตรายจากการจัด แสดง อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีทักษะในการถ่ายทอดและอธิบายความรู้ให้ผู้เยี่ยมชมได้เข้าใจ อยู่ใน ระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

คุณภาพการบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของ พิพิธภัณฑ์สามารถเข้าใจความต้องการของผู้เยี่ยมชมแต่ละท่าน อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์พยายามที่จะแนะนำวิธีการดู นิทรรศการและแนะนำสิ่งต่างๆที่น่าสนใจในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ อยู่ในระดับความคิดเห็น มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความเอา ใจใส่ที่จะรับฟังและแก้ปัญหาให้แก่ผู้เยี่ยมชมอย่างเต็มใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การรับรู้

การรับรู้	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	แปลผล
การจัดแสดง (Exhibitions)	4.13	0.561	มาก
1. สถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีสื่อที่ช่วยกระตุ้นความ สนใจในประวัติของแต่ละการจัดแสดง	4.17	0.676	มาก
2. สื่อในรูปแบบการจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์ เช่น แผ่นผังของ พิพิธภัณฑ์, บ้ายแสดงประวัติ , บ้ายสำหรับบอกสิ่งที่ควรทำหรือไม่ ควรในขณะที่ชม มีรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้เกิดความเข้าใจมาก ยิ่งขึ้น	4.12	0.720	มาก
3. รูปแบบการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ที่ท่านเคยท่องเที่ยวมีความ น่าสนใจเหมาะแก่ทุกช่วงอายุ	4.04	0.784	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

การรับรู้	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	แปลผล
การเรียนรู้ (Learning)	4.10	0.625	มาก
1. ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้	4.09	0.733	มาก
2. ผู้เยี่ยมชมเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการเยี่ยมชมการจัดแสดงพิพิธภัณฑ์	4.18	0.708	มาก
3. ผู้เยี่ยมชมสามารถเกิดความเข้าใจในรูปแบบจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์จากการเรียนรู้และเยี่ยมชมด้วยตนเอง	4.17	0.751	มาก
ภาพรวม	4.12	0.536	มาก

จากตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดแสดง อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ลำดับต่อมาคือ ด้านการเรียนรู้ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

การรับรู้ ด้านการจัดแสดง ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีสื่อที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในประวัติของแต่ละการจัดแสดง อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ลำดับต่อมาคือ สื่อในรูปแบบการจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์ เช่น แผ่นผังของพิพิธภัณฑ์, บ้ายแสดงประวัติ, บ้ายสำหรับบอกสิ่งที่ควรทำหรือไม่ควรในขณะชม มีรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ รูปแบบการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ที่ท่านเคยท่องเที่ยวมีความน่าสนใจเหมาะสมแก่ทุกช่วงอายุ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

การรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้เยี่ยมชมเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการเยี่ยมชมการจัดแสดงพิพิธภัณฑ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดย

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ลำดับต่อมาคือ ผู้เยี่ยมชมสามารถเกิดความเข้าใจในรูปแบบจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์จากการเรียนรู้และเยี่ยมชมด้วยตนเอง อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม วิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และวิธีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะแสดงในตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	แปลผล
การท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit)	4.07	.587	มาก
1. หากท่านมีความต้องการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ ท่านจะพิจารณาพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมเป็นอันดับแรก	4.07	.766	มาก
2. เมื่อนึกถึงแผนการท่องเที่ยวในวันว่างจากการทำงาน ท่านจะนึกถึงการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ก่อนการท่องเที่ยวประเภทอื่น	4.03	.786	มาก
3. ท่านมีความยินดีและเต็มใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมซ้ำ	4.12	.737	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	แปลผล
การบอกต่อ (Word of Mouth)	4.16	.588	มาก
1. ท่านเต็มใจที่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักหรือคุ้นเคยให้หันมา ท่องเที่ยวพืชรักบี้ในจังหวัดนครปฐม	4.16	.754	มาก
2. ท่านเต็มใจที่จะพูดถึงการท่องเที่ยวพืชรักบี้ในจังหวัด นครปฐมในลักษณะที่ชื่นชมแก่ผู้อื่นเมื่อมีโอกาส	4.14	.742	มาก
3. ท่านเต็มใจที่จะนำความรู้และความพึงพอใจที่ได้จากการ ท่องเที่ยวพืชรักบี้ในจังหวัดนครปฐมไปเผยแพร่แก่ผู้อื่น เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสนใจที่จะมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐม	4.17	.809	มาก
ภาพรวม	4.12	.495	มาก

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบอกต่อ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ลำดับต่อมาคือ ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความยินดีและเต็มใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวพืชรักบี้ในจังหวัดนครปฐมซ้ำ อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ลำดับต่อมาคือ หากท่านมีความต้องการท่องเที่ยวพืชรักบี้ ท่านจะพิจารณาพืชรักบี้ในจังหวัดนครปฐมเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เมื่อนึกถึงแผนการท่องเที่ยวในวันว่างจากการทำงาน ท่านจะนึกถึงการท่องเที่ยวชมพืชรักบี้ก่อนการท่องเที่ยวประเภทอื่น อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ด้านการบอกต่อ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านเต็มใจที่จะนำความรู้และความพึงพอใจที่ได้จากการท่องเที่ยวพืชรักบี้ในจังหวัดนครปฐมไปเผยแพร่แก่ผู้อื่น

เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสนใจที่จะมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ลำดับต่อมาคือ ท่านเต็มใจที่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักหรือคุ้นเคยให้หันมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านเต็มใจที่จะพูดถึงการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐม ในลักษณะที่ชื่นชมแก่ผู้อื่นเมื่อมีโอกาส อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบความตั้งใจเชิงพฤติกรรม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ ภูมิภาค, วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และประเภทของพิพิธภัณฑสถาน โดยใช้สถิติค่า t -test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระซึ่งกัน โดยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ ภูมิภาค, วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และประเภทของพิพิธภัณฑสถานที่เคยท่องเที่ยว ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้เยี่ยมชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันทุกกลุ่ม ซึ่งจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ต่อเมื่อ p -value มากกว่า 0.05 จึงจะทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า p -value น้อยกว่า 0.05 จึงจะทดสอบค่า t ด้วย Equal variances not assumed ซึ่งมีผลการทดสอบแสดงดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน
พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามเพศ โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variances	
	<i>F</i>	<i>p-value</i>
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด นครปฐม โดยรวม	2.82	0.094

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 ผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม
ในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามเพศโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า *p-value*
เท่ากับ 0.094 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ
ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้การ
ทดสอบค่า *t* กรณีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน (Equal variances assumed)

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน
พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน
พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติวิเคราะห์ค่าคงที่ (Independent sample t-test) โดย
ใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก
(H_0) และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ
ระดับ 0.05

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามเพศ

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ชาย (n =140)		หญิง (n = 242)		t	p-value
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	4.16	.432	4.16	.528	2.822	.094

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม แบ่งตามเพศ พบว่า p-value เท่ากับ 0.001 มากกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้เยี่ยมชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

ตาราง 9 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variance			
	Levene Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	2.825	4	3.77	.025

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าระดับ 0.05 หากความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จะต้องนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ

Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ใน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด นครปฐม โดยรวม	0.099	4	122.445	0.983

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามเพศโดยใช้สถิติ Brown – Forsythe พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้เยี่ยมชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ .05

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variance			
	Levene Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	0.781	2	379	0.458

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.458 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าระดับ 0.05 หากความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) แต่ถ้ายังยอมรับสมมติฐานหลักก็จะยุติการทดสอบสมมติฐานแล้วสรุปผลการทดสอบ โดยใช้วิธีทดสอบ

วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.01	2.00	0.01	0.02	0.98
ของผู้เยี่ยมชมใน	ภายในกลุ่ม	93.63	379.00	0.25		
พิพิธภัณฑ์ในจังหวัด	รวม	93.64	381.00			
นครปฐม โดยรวม						

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า p-value มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอาชีพ โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variance			
	Levene Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	2.888	4	377	0.022

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าระดับ 0.05 หากความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) แต่ถ้ายังยอมรับสมมติฐานหลักก็จะยุติการทดสอบสมมติฐานแล้วสรุปผลการทดสอบ โดยใช้วิธีทดสอบ

วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	0.897	4	188.283	0.467

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.467 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้เยี่ยมชมที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ .05

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามภูมิภาค โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variance			
	Levene Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	2.964	3	378	0.032

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามอายุ โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.025 น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีภูมิภาคแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีภูมิภาคแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าระดับ 0.05 หากความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) แต่ถ้ายังยอมรับสมมติฐานหลักก็จะยุติการทดสอบสมมติฐานแล้วสรุปผลการทดสอบ โดยใช้วิธีทดสอบ

วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามภูมิภาค โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	1.099	3	55.152	0.357

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามภูมิภาค โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.357 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน
พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variance			
	Levene Statistic	df1	df2	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัด นครปฐม โดยรวม	0.931	5	376	0.461

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของ
ผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามตามวัตถุประสงค์ โดยใช้ Levene's test
พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.461 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม
ไม่แตกต่างกันดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของ
ผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของ
ผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way
ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของ
ค่าเฉลี่ย กรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความ
แปรปรวนจากตาราง Levene's test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติมีค่าน้อยกว่าระดับ .05 หากความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความ
แตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่าง
ด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง
(H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องนำไปทดสอบด้วย
การวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison)แต่ถ้ายัง
ยอมรับสมมติฐานหลักก็จะยุติการทดสอบสมมติฐานแล้วสรุปผลการทดสอบ โดยใช้วิธีทดสอบ

วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.46	5.00	0.49	2.03	0.07
	ภายในกลุ่ม	91.18	376.00	0.24		
	รวม	93.64	381.00			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.07 มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้เยี่ยมชมที่ประเภทของพิพิธภัณฑ์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ .05

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	Levene's Test for Equality of Variance			
	Levene Statistic	df1	df2	<i>p-value</i>
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	1.854	5	376	0.102

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า *p-value* เท่ากับ 0.102 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสร้างสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าระดับ .05 หากความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ (Post hoc test) โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) แต่ถ้ายังยอมรับสมมติฐานหลักก็จะยุติการทดสอบสมมติฐานแล้วสรุปผลการทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบ

วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Fisher's Least – Significant Different) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.86	5.00	0.57	2.37	0.04
	ภายในกลุ่ม	90.78	376.00	0.24		
	รวม	93.64	381.00			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า มีค่า p-value เท่ากับ 0.04 น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชมที่ประเภทของพิพิธภัณฑ์ ต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 22

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายประเภทของพิพิธภัณฑท์ กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐม โดยรวม โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ประของ พิพิธภัณฑท์	\bar{X}	ประวัติศาสตร์	ชาติ พันธุ์	การแพทย์	ธรรมชาติ วิทยา	วัด	อื่น ๆ
		4.12	4.18	4.15	4.15	4.00	5.00
ประวัติศาสตร์	4.12	-	.053	.031	.016	.117	.872*
ชาติพันธุ์	4.18		-	.022	.026	.170	.819*
การแพทย์	4.15			-	.004	.148	.841*
ธรรมชาติวิทยา	4.15				-	.144*	.846*
วัด	4.00					-	.990*
อื่น ๆ	5.00						-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า มี 6 คู่ที่แตกต่างกัน มีดังนี้

คู่ที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ประเภทประวัติศาสตร์กับพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑท์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.12$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่ที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ประเภทชาติพันธุ์กับพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑท์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.18$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่ที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ประเภทการแพทย์และสาธารณสุขกับพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑท์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.15$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่ที่ 4 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ประเภทธรรมชาติกับพิพิธภัณฑท์ประเภทวัด โดยพิพิธภัณฑท์ประเภทธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑท์ประเภทวัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.15$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่ที่ 5 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ประเภทธรรมชาติกับพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑท์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑท์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.15$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่ที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทวัดกับพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.00$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการ การรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2.1 คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

คุณภาพการบริการ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)
	ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
1. ความน่าเชื่อถือ	0.228**
2. สิ่งจับต้องได้	0.212**
3. การตอบสนอง	0.201**
4. การสร้างความมั่นใจ	0.188**
5. การดูแลเอาใจใส่	0.234**
รวม	0.309**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 22 พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมในระดับปานกลาง โดยเป็นความสัมพันธ์แบบแปรผัน หรือความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .309$, $p < .01$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของคุณภาพการบริการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งจับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมในระดับต่ำ โดยเป็นความสัมพันธ์แบบแปรผัน หรือความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า r อยู่ระหว่าง .188-.234, $p < .01$) จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้เยี่ยมชม

พิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมได้รับคุณภาพบริการมากจะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมจะมีมากตามไปด้วย ทิศทางกลับกัน ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมได้รับคุณภาพบริการน้อยจะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมจะมีน้อยตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐม

การรับรู้	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (<i>r</i>)
	ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม
1. การจัดแสดง	0.374**
2. การเรียนรู้	0.386**
รวม	0.421**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 23 พบว่า การรับรู้มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐม มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยมีความสัมพันธ์แบบแปรผัน หรือความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (+) ($r = .421, p < .01$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของการรับรู้ จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดแสดงและด้านการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมในระดับต่ำ โดยเป็นความสัมพันธ์แบบแปรผัน หรือความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า *r* อยู่ระหว่าง .374-.386, $p < .01$) จึงสามารถสรุปได้ว่าการรับรู้มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หากผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมได้รับการรับรู้มาก ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมจะมากตามไปด้วย ทิศทางกลับกัน ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมได้รับการรับรู้ น้อยจะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานในจังหวัดนครปฐมจะมีน้อยตามไปด้วย

ตาราง 24 สรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค วิถีประสงค์การท่องเที่ยว และประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน		
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 เพศ ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน	t-test	ไม่ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 อายุ ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน	Brown-Forsythe	ไม่ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษา ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน	F-test	ไม่ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 อาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน	Brown-Forsythe	ไม่ยอมรับกับสมมติฐาน

ตาราง 24 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 ภูมิลำเนา ที่ต่างกันมีผลต่อความ ตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ แตกต่างกัน	Brown-Forsythe	ไม่ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ที่ ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิง พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน	F-test	ไม่ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7 ประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคย ท่องเที่ยว ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจ เชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ แตกต่างกัน	F-test	ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการ การรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม		
สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์ กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยม ชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม	Correlation Analysis	ยอมรับกับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 การรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความ ตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมใน พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม	Correlation Analysis	ยอมรับกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 382 คน โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบตัวแปรใช้ *t*-test, One Way ANOVA, Brown-Forsythe และ Correlation Analysis โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
- 3 ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 382 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.4 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 81.7 มีอาชีพนิตินิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.8 ภูมิลำเนากรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 58.1 วัตถุประสงค์เดินทางไปจังหวัดนครปฐมเพื่อท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 42.1 และประเภทของพิพิธภัณฑ์ ประวัติศาสตร์/โบราณคดี/บุคคลสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 35.3

คุณภาพการบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.405$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือ ลำดับต่อมาคือ การตอบสนอง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการสร้างเชื่อมั่น ตามลำดับ

จากการศึกษาคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.18$, $SD=0.575$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ที่มีความรู้ที่จะสามารถตอบข้อซักถามของท่านได้ในทันที โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$, $SD=0.665$) ลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการปฏิบัติกรให้บริการอย่างสม่ำเสมอโดยไม่มีข้อผิดพลาดและให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, $SD=0.773$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ข้อมูลที่

เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้อธิบายผู้เยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆที่มีความชัดเจน และครบถ้วนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12, SD = 0.762$)

จากการศึกษาคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.12, SD = 0.627$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่พิพิธภัณฑ์จัดเตรียมไว้ เช่น ห้องน้ำ, จุดทิ้งขยะ, ลิฟต์เคอร์, แผนที่บอกจุดเยี่ยมชม ฯลฯ ให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมนั้นเพียงพออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14, SD = 0.738$) ลำดับต่อมาคือเจ้าหน้าที่และบุคลากรของพิพิธภัณฑ์ที่มีความเป็นมืออาชีพในการดูแลความเรียบร้อยให้แก่ผู้เยี่ยมชม เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการเยี่ยมชม, แนะนำและอธิบายการเยี่ยมชมในจุดต่างๆได้ เป็นต้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11, SD = 0.688$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สภาพแวดล้อมในพิพิธภัณฑ์ทั้งรูปแบบการจัดแสดง และบรรยากาศของธรรมชาติโดยรอบ เอื้อแก่การเรียนรู้ให้ผู้เยี่ยมชมมีความเข้าใจการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08, SD = 0.841$)

จากการศึกษาคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.14, SD = 0.474$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ที่มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมได้ตลอดเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18, SD = 0.653$) ลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ที่มีการแสดงความเต็มใจในการให้บริการด้วยความกระตือรือร้น และแสดงออกทางอารมณ์ สีน้าอย่างเป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17, SD = 0.699$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้เยี่ยมชมได้รับการตอบสนองทันทีจากเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในการขอความช่วยเหลือ หรือมีข้อสงสัยจากการเยี่ยมชมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12, SD = 0.625$)

จากการศึกษาคุณภาพการบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.11, SD = 0.601$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ปฏิบัติต่อผู้เยี่ยมชมด้วยกิริยาสุภาพและเป็นมิตร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24, SD = 0.654$) ลำดับต่อมาคือ ในขณะที่เยี่ยมชมนิทรรศการต่างๆและการเดินชมภายในพิพิธภัณฑ์ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยโดยไม่รู้สึกความเสียวที่จะเกิดอันตรายจากการจัดแสดง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23, SD = 0.702$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีทักษะในการถ่ายทอดและอธิบายความรู้ให้ผู้เยี่ยมชมได้เข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21, SD = 0.701$)

จากการศึกษาคุณภาพการบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.13, SD=0.405$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์สามารถเข้าใจความต้องการของผู้เยี่ยมชมแต่ละท่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16, SD=0.715$) ลำดับต่อมาคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์พยายามที่จะแนะนำวิธีการดูนิทรรศการและแนะนำสิ่งต่างๆที่น่าสนใจในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15, SD=0.721$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความเอาใจใส่ที่จะรับฟังและแก้ปัญหาให้แก่ผู้เยี่ยมชมอย่างเต็มที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14, SD=0.701$)

จากการศึกษาการรับรู้ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.12, SD=0.536$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดแสดง ลำดับต่อมาคือ ด้านการเรียนรู้ ตามลำดับ

จากการศึกษาการรับรู้ ด้านการจัดแสดง ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.13, SD=0.561$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีสื่อที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในประวัติของแต่ละการจัดแสดงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17, SD=0.676$) ลำดับต่อมาคือ สื่อในรูปแบบการจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์ เช่น แผ่นผังของพิพิธภัณฑ์, บ้ายแสดงประวัติ, บ้ายสำหรับบอกสิ่งที่ควรทำหรือไม่ควรในขณะชม มีรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12, SD=0.720$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ รูปแบบการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ที่ท่านเคยท่องเที่ยวมีความน่าสนใจเหมาะแก่ทุกช่วงอายุอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04, SD=0.784$)

จากการศึกษาการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.10, SD=0.625$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้เยี่ยมชมเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการเยี่ยมชมการจัดแสดงพิพิธภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18, SD=0.708$) ลำดับต่อมาคือ ผู้เยี่ยมชมสามารถเกิดความเข้าใจในรูปแบบจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์จากการเรียนรู้และเยี่ยมชมด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17, SD=0.751$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09, SD=0.733$)

จากการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.12, SD=0.495$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบอกต่อ ลำดับต่อมาคือ ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ ตามลำดับ

จากการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ด้านการทอ้งเที่ยวซ้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.07, SD=0.587$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความยินดีและเต็มใจที่จะกลับมาทอ้งเที่ยวพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมซ้ำอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12, SD=0.737$) ลำดับต่อมาคือ หากท่านมีความต้องการทอ้งเที่ยวพิพิธภัณฑท์ ท่านจะพิจารณาพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07, SD=0.766$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เมื่อนึกถึงแผนการทอ้งเที่ยวในวันว่างจากการทำงาน ท่านจะนึกถึงการทอ้งเที่ยวชมพิพิธภัณฑท์ก่อนการทอ้งเที่ยวประเภทอื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03, SD=0.786$)

จากการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ด้านการบอกต่อ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.16, SD=0.588$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านเต็มใจที่จะนำความรู้และความพึงพอที่ได้จากการทอ้งเที่ยวพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมไปเผยแพร่แก่ผู้อื่นเพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสนใจที่จะมาทอ้งเที่ยวที่จังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17, SD=0.809$) ลำดับต่อมาคือ ท่านเต็มใจที่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักหรือคุ้นเคยให้หันมาทอ้งเที่ยวพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16, SD=0.754$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านเต็มใจที่จะพูดถึงการทอ้งเที่ยวพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมในลักษณะที่ชื่นชมแก่ผู้อื่นเมื่อมีโอกาสอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14, SD=0.742$)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา วัตถุประสงค์การทอ้งเที่ยว และประเภทของพิพิธภัณฑท์ที่เคยทอ้งเที่ยว ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาสรุปได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ผู้เยี่ยมชมที่มีเพศ ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า เพศของผู้มาเยี่ยมชมนั้นแม้ว่าจะมีเพศต่างกันก็ไม่มีผลต่อการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ผู้เยี่ยมชมที่มีอายุ ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า อายุของผู้มาเยี่ยมชมนั้นแม้ว่าจะมีอายุต่างกันก็ไม่ผลต่อการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ผู้เยี่ยมชมที่มีระดับการศึกษา ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า ระดับการศึกษาของผู้มาเยี่ยมชม นั้นแม้ว่าจะมีระดับการศึกษาต่างกันก็ไม่มีผลต่อการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า อาชีพของผู้มาเยี่ยมชมนั้นแม้ว่าจะมีอาชีพต่างกันก็ไม่มีผลต่อการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 ผู้เยี่ยมชมที่มีภูมิลำเนา ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าภูมิลำเนาของผู้เยี่ยมชมแม้จะมีภูมิลำเนาแตกต่างกันก็ไม่มีผลต่อการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6 ผู้เยี่ยมชมที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของผู้มาเยี่ยมชมนั้นแม้ว่าจะมีวัตถุประสงค์ต่างกันก็ไม่มีผลต่อการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำและการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7 ผู้เยี่ยมชมประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยวต่างกันมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อมีอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันจึงต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่ามีจำนวนกี่คู่ที่แตกต่างกันและมีคู่ใดแตกต่างกันบ้าง พบว่า

คู่ที่แตกต่างกันมี จำนวน 6 คู่ ประกอบด้วย

คู่ที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์กับพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.12$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่มือที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทชาติพันธุ์กับพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.18$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่มือที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทการแพทย์และสาธารณสุขกับพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.15$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่มือที่ 4 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทธรรมชาติกับพิพิธภัณฑ์ประเภทวัด โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทวัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.15$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่มือที่ 5 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทธรรมชาติกับพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.15$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

คู่มือที่ 6 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประเภทวัดกับพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 4.00$ และ $\bar{X} = 5.00$, $p < .05$)

สมมติฐานที่ 2 พบว่าคุณภาพการบริการ การรับรู้มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาสรุปได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมในระดับต่ำ โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 การรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมในระดับปานกลาง โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ และวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวต่างก็มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมโดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ โดยส่วนใหญ่มีเป้าหมายเฉพาะ หรือมีพฤติกรรมที่ต้องการศึกษา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี บุคคลสำคัญ ชาติพันธุ์ วิถีชีวิตท้องถิ่น ภูมิปัญญา/ ศิลปะการแสดง การแพทย์และสาธารณสุข ธรรมชาติวิทยา วัด เป็นต้น ด้วยความชื่นชอบในลักษณะความเป็นเฉพาะที่กล่าวมาแล้วข้างต้นปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ และวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จะมีความแตกต่างกันก็จะได้ไม่ทำให้ความชื่นชอบหรือเป้าหมายในการเยี่ยมชมแตกต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลติกา วิบูลย์ปิ่น และ ประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน โดยทำการศึกษาตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยเบญจมาศ กนกฉันท (2549) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพและประเภทของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ และประเภทของนักท่องเที่ยวต่างก็มีความคิดเห็นต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว ด้านประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว ผู้เยี่ยมชมประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว ต่างก็มีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความต้องการหรือความชื่นชอบที่เฉพาะเจาะจงไปในแต่ละประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยวต่างๆ จึงทำให้ความคิดเห็นของบุคคลมีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรภพ โคตรวงษา (2549) ได้ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ โดยทำการศึกษาตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ

สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างแบบไทยผสมผสานกับความทันสมัย การตกแต่งภายในห้องพักและโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์และทันสมัย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาตัวแปรต้น จำนวน 2 ตัว ได้แก่ (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และ (2) คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่าคุณภาพการบริการ การรับรู้มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งจับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ในระดับปานกลางโดยมีความสัมพันธ์แบบแปรผัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่า หากผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมได้รับบริการที่มีคุณภาพในระดับสูง เช่น เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะให้บริการ มีความเต็มใจที่จะให้บริการ กระตือรือร้น ให้บริการด้วยความสุภาพ มีความรู้และทักษะการถ่ายทอดความรู้ที่ดี ใส่ใจปัญหาและความปลอดภัยของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลความรู้ต้องน่าเชื่อถือ ขั้นตอนการให้บริการ เวลาปิด-เปิดชัดเจนตรงเวลา เข้าใจพื้นที่การแสดงแต่ละส่วนเป็นอย่างดี และให้ความช่วยเหลือผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เมื่อเกิดปัญหา ก็จะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม สูงขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติมา แซ่โฮ (2559) ได้ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพการบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยทำการศึกษาตัวแปรต้น ได้แก่ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพการบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านการจัดจำความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมและภาพลักษณ์คุณภาพการบริการ ด้านความสามารถในการสัมผัสได้ ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

วิจัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ ขานทอง และ โอิษฐ์ญา บัชรธรรม (2562) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์บางลำพู กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีตัวแปรต้น คือทัศนคติผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการประกอบด้วย ด้านสิ่งจับต้องได้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ใ่ว่างใจ ด้านการตอบสนองต่อการบริการ ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการและด้านการเอาใจใส่การบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่ามีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับที่ดีมาก

ด้านการรับรู้ จากการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า การรับรู้ ด้านการจัดแสดงและการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมในระดับความสัมพันธ์ปานกลางโดยมีความสัมพันธ์แบบแปรผันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าหากผู้รับบริการในพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมได้รับบริการที่มีคุณภาพในระดับสูง เช่น สถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีสื่อที่ช่วยกระตุ้นความสนใจ . สื่อในรูปแบบแผนผังของพิพิธภัณฑ์, ป้ายแสดงประวัติ, ป้ายสำหรับบอกสิ่งที่ควรทำหรือไม่ควรในขณะชม มีรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น รูปแบบการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีความน่าสนใจเหมาะแก่ทุกช่วงอายุ ทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ ความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม ก็จะทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐมสูงขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรภาพ โคตรวงษา (2549) ได้ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับสถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างแบบไทยผสมผสานกับความทันสมัย การตกแต่งภายในห้องพักและโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ช่วยกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือใ่ว่างใจ และด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง

เดียวกันทุกด้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชร ชยธวัช (2562) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยาอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยามีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการให้บริการอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจมากที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือด้านสถานที่เข้าชม ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านจัดแสดง และด้านวิทยากร ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผู้บริหารหรือแผนกทรัพยากรมนุษย์ควรพิจารณาดำเนินการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์และเจ้าหน้าที่ต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ให้บริการอย่างมืออาชีพ ตอบสนองความต้องการและช่วยเหลือผู้มาใช้บริการทุกท่าน เช่น การให้คำแนะนำและวิธีการเข้าชมพิพิธภัณฑ์อย่างถูกต้อง รับฟังและยินดีที่จะช่วยเหลือช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดีและรวดเร็วด้วยความเต็มใจ โดยเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการอย่างครบครัน รวมทั้งปรับปรุงพื้นที่ให้พร้อมใช้งานเสมอ

2. การจัดสถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ที่มีสื่อหรือป้ายแสดงประวัติป้ายสำหรับบอกทำให้เกิดความเข้าใจ และช่วยกระตุ้นความสนใจในประวัติของแต่ละการจัดแสดงที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว การจัดสถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเกิดความเข้าใจในรูปแบบจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์จากการเรียนรู้และได้รับความรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยท่านต่อไปที่สนใจในประเด็นนี้ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและมีความสำคัญ เช่น ความคาดหวัง การตัดสินใจท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาศักยภาพวางแผนการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการนักท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

บรรณานุกรม

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior *Action control* (11-39): Springer.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a theory of planned behavior questionnaire. In: Amherst, MA. American Marketing Association, C. o. D. A. R. S. (1960). *Marketing definitions; a glossary of marketing terms*. [Chicago]: [American Marketing Association].
- Arens, W. F. (1994). *Contemporary Advertising*: McGraw-Hill School Education Group.
- Belch, G. E., Belch, M., และ Villarreal, A. (1987). Effects of advertising communications: Review of research.
- Berkman, H. W., Lindquist, J. D., และ Sirgy, M. J. (1997). *Consumer Behavior*: NTC Business Books.
- Blois, L. d. (1976). *The policy of the emperor Gallienus / by Lukas de Blois* Studies of the Dutch Archaeological and Historical Society ; v. 7. Leiden: Brill.
- Cochran, W. G. (1954). The combination of estimates from different experiments. *Biometrics*, 10(1), 101-129.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., และ Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Fort Worth: Dryden Press.
- Fishbein, M., และ Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (27).
- Fitzsimons, G., และ Morwitz, V. (1996). The Effect of Measuring Intent on Brand-Level Purchase Behavior. *Journal of Consumer Research*, 23, 1-11.
- Grönroos, C. (1990). *Service management and marketing* (27): Lexington books Lexington, MA.
- Hale, J., Householder, B., และ Greene, K. (2002). The theory of reasoned action, in the persuasion handbook: Developments in theory and practice. 259-288.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy* (2nd ed., international ed.): London : Prentice Hall International.
- ICOM. (1946). Development of the Museum Definition according to ICOM Statues.

Retrieved from http://icom.museum/his_def_eng.html.

Kotler, D. P., Sherman, D., Bloom, S. R., และ Holt, P. R. (1985). Malnutrition after gastric surgery. *Digestive diseases and sciences*, 30(3), 193-199. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/BF01347882>

Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*: Simon and Schuster.

Mowen, J. C., และ Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. Prentice-Hall.

Peter, J. P. (1990). *Consumer behavior and marketing strategy* (2nd ed.): Homewood : Irwin.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., และ Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*: Simon and Schuster.

Zeithaml Valerie A, Parasuraman Ananthanarayanan, และ Berry Leonard L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*: Simon and Schuster.

เบญจมาศ กนกฉันท. (2549). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต ปริญญาณีพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เพ็ญพรรณ เจริญพร. (2548). พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา. กรุงเทพฯ: ภาควิชาโบราณคดี คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ไทรภพ โคตรวงษา. (2549). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่. (บัณฑิตวิทยาลัย). วิทยานิพนธ์ วศ.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

กิตติมา แซ่โฮ. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กุลทิกา วิบูลย์ปิ่น, และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน.

จิรา จงกล. (2532). พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

ชายชาญ ปฐมภาณุจนา, และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2558). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. ปรินิพนธ์ บธ.ม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐิติมา รัตนพงษ์. (2558). ผลกระทบของความผูกพัน และความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ทัศนตะวัน ด่วนตระกูลศิลป์. (2554). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีระพร อูวรรณโณ. (2546). เจตคติ : การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก. กรุงเทพฯ: คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2548). แนวโน้มการวิจัยในยุคสังคมความรู้.

นิคม มุสิกคามะ. (2521). การบริหารความเสี่ยงมรดกทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

ประณีต ส่งวัฒนา, และ เบญจพร พงศ์อำไพ. (2551). อิทธิพลของทัศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมต่อความตั้งใจของผู้สมรสหญิงตั้งครรภ์ในการมารับบริการตรวจคัดกรองเลือดเพื่อหาการติดเชื้อเอชไอวี. วิทยานิพนธ์ พย.ม. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ปรีดี ปลื้มสำราญกิจ, และ พ้า วิไลขำ. (2562). พิพิธภัณฑ์: แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21.

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. (2544). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการชมบ้านควายไทย.

วิทยานิพนธ์ วศ.ม. เชียงใหม่: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พร ชยธวัช. (2562). ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยาอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.

พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. กรุงเทพฯ:

- คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
 พัชรี ดวงจันทร์. (2550). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการป้องกันโรคอ้วนและดัชนีมวลกายในเด็ก
 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาธิต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม.
 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มนต์ธร ตั้งภาณุกุล. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานของนักท่องเที่ยว
 ชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา พิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก. การค้นคว้าอิสระ บธ.
 ม. กรุงเทพฯ: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการ
 ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรพล บริบูรณ์ทรัพย์. (2555). อิทธิพลการเปิดรับสื่อโซเชียลทาง Facebook ที่มีแนวโน้มต่อการซื้อ
 สินค้าออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. ชลบุรี: บริหารธุรกิจ
 มหาบัณฑิตวิทยาลัย พาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศรัญญา คณิตประเสริฐ. (2543). ทักษะจิตบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจที่จะใช้
 คอมพิวเตอร์ในงานบริการสุขภาพของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหนองคาย. วิทยานิพนธ์
 วศ.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม = *Classical test theory* (พิมพ์ครั้งที่ 4).
 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรัตน์ ขานทอง, และ โอษฐ์ญา บัชรธรรม. (2562). คุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่พิพิธบางลำพู
 กรุงเทพมหานคร.
- ศุภย์มานุษยวิทยาสิทธิ. (2564). พิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย. สืบค้นจาก
<https://www.sac.or.th/portal/th/article/index>
- สมภพ ศรานุกรักษ์. (2559). แนวทางการจัดการพิพิธภัณฑสถานการแพทย์ศิริราชให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ
 การเรียนรู้. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. กรุงเทพฯ: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
 อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมลักษณ์ เจริญพจน์. (2551). 44 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- องค์การสหประชาชาติ. (1963). การเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. โรม: องค์การ
 สหประชาชาติ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). การบริหารการตลาด : กลยุทธ์และยุทธวิธี = *Marketing management
 : strategies and tactics* (พิมพ์ครั้งที่ 3 (ฉบับปรับปรุง)).: กรุงเทพฯ : วิรัตน์ เอ็ดดวูเคชั่น ผู้
 จัดจำหน่าย.

อังค์รักษ์ มีวรรณสุขสกุล. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. สุราษฎร์ธานี: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ.





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังนั้น จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านซึ่งข้อมูลที่ได้จะใช้เป็นประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด จึงขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพที่เป็นจริงมากที่สุด

ผลการตอบจามความคิดเห็นจะเป็นข้อมูลส่วนตัวและความคิดเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น สำหรับ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ภูมิภาค, วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวและประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมี 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งของที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจและการดูแลเอาใจใส่

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ มี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดง และด้านการเรียนรู้

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ การรับรู้และความตั้งใจ
เชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ ภูมิภาค, วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวและประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยว

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20 – 30 ปี
 3. 31 – 40 ปี 4. 41 – 50 ปี
 5. มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2. พนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป

3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4. นิสิต/นักศึกษา

5.ว่างงาน/เกษียณอายุ

5. ภูมิสำเนา

- 1. กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ)
- 2. นครปฐม
- 3. จังหวัดที่ติดกับนครปฐม(สุพรรณบุรี, พระนครศรีอยุธยา, ราชบุรี, กาญจนบุรี, สมุทรสาคร)
- 4. อื่นๆ

6. วัตถุประสงค์เดินทางไปจังหวัดนครปฐม

- 1. เยี่ยมญาติ
- 2. ประชุม/สัมมนา
- 3. ติดต่อธุรกิจ
- 4. ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- 5. ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา / แหล่งประวัติศาสตร์
- 5. อื่นๆ

7. ประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

- 1. ประวัติศาสตร์/โบราณคดี/บุคคลสำคัญ
- 2. ชาติพันธุ์/วิถีชีวิตท้องถิ่นภูมิปัญญา/ศิลปะการแสดง
- 3. การแพทย์และสาธารณสุข
- 4. ธรรมชาติวิทยา
- 5. วัด
- 6. อื่นๆ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมี 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งของที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจและการดูแลเอาใจใส่

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดี่ยวนั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 = เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 4 = เห็นด้วยในระดับมาก
3 = เห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 = เห็นด้วยในระดับน้อย
1 = เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
1. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานที่มีความรู้ที่จะสามารถตอบข้อซักถามของท่านได้ในทันที โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ					
2. ข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานจัดเตรียมไว้อธิบายผู้เยี่ยมชมตามสถานที่ต่าง ๆ มีความชัดเจน และครบถ้วน					
3. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานที่มีการปฏิบัติกรให้บริการอย่างสม่ำเสมอโดยไม่มีข้อผิดพลาด และให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ					
สิ่งของที่จับต้องได้ (Tangibility)					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกที่พิพิธภัณฑสถานจัดเตรียมไว้ เช่น ห้องน้ำ , จุดทิ้งขยะ, ลิฟต์เคอร์, แผนที่บอกจุดเยี่ยมชม ฯลฯ ให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมนั้นเพียงพอ					
2. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของพิพิธภัณฑสถานมีความเป็นมืออาชีพในการดูแลความเรียบร้อยให้แก่ผู้เยี่ยมชม เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการเยี่ยมชม, แนะนำและอธิบายการเยี่ยมชมในจุดต่างๆได้ เป็นต้น					
3. สภาพแวดล้อมในพิพิธภัณฑสถานทั้งรูปแบบการจัดแสดง และบรรยากาศของธรรมชาติโดยรอบ เอื้อแก่การเรียนรู้ให้ผู้เยี่ยมชมมีความเข้าใจการจัดแสดงของพิพิธภัณฑสถานตามที่คาดหวังไว้					

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
1. ผู้เยี่ยมชมได้รับการตอบสนองทันทีจากเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ ในการขอความเชื่อเหลือ หรือมีข้อสงสัยจากการเยี่ยมชม					
2. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชม ได้ตลอดเวลา					
3. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีการแสดงความเต็มใจในการให้บริการ ด้วยความกระตือรือร้น และแสดงออกทางอารมณ์ สีสหน้าอย่างเป็น มิตรกับผู้เยี่ยมชม					
การสร้างความมั่นใจ (Assurance)					
1. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ปฏิบัติต่อผู้เยี่ยมชมด้วยกิริยาสุภาพและ เป็นมิตร					
2. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีทักษะในการถ่ายทอดและอธิบาย ความรู้ให้ผู้เยี่ยมชมได้เข้าใจ					
3.. ในขณะที่ เยี่ยมชมนิทรรศการต่างๆและการเดินชมภายใน พิพิธภัณฑ์ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยโดยไม่รู้สึกความเสี่ยงที่จะ เกิดอันตรายจากการจัดแสดง					
การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)					
1. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์สามารถเข้าใจความต้องการของผู้เยี่ยมชม ชมแต่ละท่าน					
2. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์พยายามที่จะแนะนำวิธีการดูนิทรรศการ และแนะนำสิ่งต่างๆที่น่าสนใจในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์					
3. เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์มีความเอาใจใส่ที่จะรับฟังและแก้ปัญหา ให้แก่ผู้เยี่ยมชมอย่างเต็มที่					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ มี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดง และด้านการเรียนรู้

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดี่ยวนั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 = มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด 4 = มีส่วนร่วมในระดับมาก
3 = มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง 2 = มีส่วนร่วมในระดับน้อย
1 = มีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้	ระดับการมีส่วนร่วม				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
การจัดแสดง (Exhibitions)					
1. สถานที่ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีสื่อที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในประวัติของแต่ละการจัดแสดง					
2. สื่อในรูปแบบการจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์ เช่น แผ่นผังของพิพิธภัณฑ์, ป้ายแสดงประวัติ, ป้ายสำหรับบอกสิ่งที่ควรทำหรือไม่ควรในขณะชม มีรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น					
3. รูปแบบการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ที่ท่านเคยท่องเที่ยวมีความน่าสนใจเหมาะสมแก่ทุกช่วงอายุ					
การเรียนรู้ (Learning)					
1. ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตามที่คาดหวังไว้					
2. ผู้เยี่ยมชมเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการเยี่ยมชมการจัดแสดงพิพิธภัณฑ์					
3. ผู้เยี่ยมชมสามารถเกิดความเข้าใจในรูปแบบจัดแสดงของแต่ละพิพิธภัณฑ์จากการเรียนรู้และเยี่ยมชมด้วยตนเอง					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อ

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 = มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด 4 = มีส่วนร่วมในระดับมาก
3 = มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง 2 = มีส่วนร่วมในระดับน้อย
1 = มีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม	ระดับการมีส่วนร่วม				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
การท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit)					
1. หากท่านมีความต้องการท่องเที่ยวพืชรภณท์ ท่านจะพิจารณาพืชรภณท์ในจังหวัดนครปฐมเป็นอันดับแรก					
2. เมื่อนึกถึงแผนการท่องเที่ยวในวันว่างจากการทำงาน ท่านจะนึกถึงการท่องเที่ยวชมพืชรภณท์ก่อนการท่องเที่ยวประเภทอื่น					
3. ท่านมีความยินดีและเต็มใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวพืชรภณท์ในจังหวัดนครปฐมซ้ำ					
การบอกต่อ (Word of Mouth)					
1. ท่านเต็มใจที่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักหรือคุ้นเคยให้หันมาท่องเที่ยวพืชรภณท์ในจังหวัดนครปฐม					
2. ท่านเต็มใจที่จะพูดถึงการท่องเที่ยวพืชรภณท์ในจังหวัดนครปฐมในลักษณะที่ชื่นชมแก่ผู้อื่นเมื่อมีโอกาส					
3. ท่านเต็มใจที่จะนำความรู้และความพึงพอใจได้จากการท่องเที่ยวพืชรภณท์ในจังหวัดนครปฐมไปเผยแพร่แก่ผู้อื่นเพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสนใจที่จะมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐม					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ธนเดช มหาจักรภฏ์
วัน เดือน ปี เกิด	07 กุมภาพันธ์ 2535
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2564 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ.2558 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมเครื่องกลและพลังงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	544/223-224 ถ.จันทน์ เขตบางคอแหลม แขวงบางโคล่ กรุงเทพมหานคร 10120

