



การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ*

A STUDY ON THE PERSONAL FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION
LEVEL OF VISITORS TO THE CROCODILE FARM IN SAMUT PRAKAN PROVINCE



ภนิดา โพรธิเกษม¹, พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน²,
เจนจิรา พิศุทธิ์เกียรติ¹, โชติมณี บุญมา¹, ศิริวรรณ กาวีชา¹
Panida Phokasem¹, Phatteera Jiraudomsarod²,
Janejira Pisutkiet¹, Chotmanee Boonma¹, Siriwan Kawicha¹
¹คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ
²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

¹Faculty of Science and Technology, Bangkok Suvarnabhumi University

²Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

Corresponding Author E-mail: panida2537.pp@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ
โลจิสติกส์ในฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ โดยสำรวจความพึงพอใจใน 6 ด้าน ได้แก่
ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ราคาและค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์ และ
เจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ให้บริการ การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research)
กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัด
สมุทรปราการ จำนวน 400 คน และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างคือการ สุ่มตัวอย่าง (Random
Sampling) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบ t-test และ One-way
ANOVA และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี
Scheffe

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.8 และมีอายุ
ระหว่าง 21–30 ปี ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจสูงสุดคือ เจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ให้บริการ (4.60) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ
ราคาและค่าใช้จ่าย (4.19) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ความพึงพอใจใน



แต่ละด้านมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศและช่วงอายุ และผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การจัดการโลจิสติกส์และคุณภาพการบริการมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรและความปลอดภัย ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์และการบริการของฟาร์มจระเข้ โดยเน้นการ ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่บุคลากรและการพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัย เพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล; ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ; ฟาร์มจระเข้

Abstract

This research article aimed to examine the satisfaction of tourists regarding logistics management at the Samut Prakan Crocodile Farm. The study surveyed satisfaction across six key aspects: location, facilities, safety, price and cost, public relations, and service staff. Methodology: The population consisted of tourists visiting the Samut Prakan Crocodile Farm. The sample group comprised 400 tourists selected using random sampling. Data were collected using questionnaires. Statistical analysis included percentage, mean, standard deviation (S.D.), t-test, and one-way ANOVA. When statistically significant differences were found, the Scheffe method was applied for post-hoc comparison.

Findings: The results found that the majority of respondents were female (58.8%) and aged between 21–30 years. Overall tourist satisfaction was at a high level. The aspect with the highest mean satisfaction score was service staff (4.60), while the lowest was price and cost (4.19). One-way ANOVA indicated that satisfaction levels differed according to personal factors such as gender and age. Conclusion and Recommendation: The findings indicated that logistics management and service quality directly affected tourist satisfaction, particularly in terms of staff performance and safety. Therefore, the results can be applied to improve logistics management and service operations of the crocodile farm, with an emphasis on staff training and the enhancement of safety measures to sustainably increase tourist satisfaction.

Keywords: Personal Factors; Service Satisfaction; The Crocodile Farm



บทนำ

ประเทศไทยในปัจจุบันถือว่าเป็นประเทศที่ติดอันดับประเทศน่าเที่ยวต้น ๆ ของโลก ซึ่งรายได้หลักจากประเทศไทยโดยส่วนใหญ่จะมาจากรายได้การท่องเที่ยว ทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นมากและเกิดการซ่อมแซมและบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเกิดการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในไทยมากขึ้น เนื่องจากเป็นบริเวณปลายสุดของแม่น้ำเจ้าพระยา เหมาะแก่การทำธุรกิจอย่างยิ่งและยังเป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจอันก่อให้เกิดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจและสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของประเทศอีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ที่มีมูลค่าเพิ่มเป็นอันดับหนึ่ง

จากสถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศของจังหวัดสมุทรปราการในปี 2568 สมุทรปราการ ติด Top 25 จังหวัดท่องเที่ยว ปี 2568 ในช่วงเดือน ม.ค.-ก.ย. โดยจังหวัดสมุทรปราการ มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อยู่ในอันดับที่ 10 จำนวน 790,270 คน และเป็นชาวไทย อันดับที่ 25 จำนวน 2,530,516 คน (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ, 2568) จากอัตราการมาเยือนของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเป็นคนไทยมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยว มีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ (Samut Prakan Crocodile Farm and Zoo) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทั้งในด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับจระเข้และสัตว์อื่น ๆ อย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งมีการแสดงโชว์ที่น่าตื่นตาตื่นใจ เช่น การแสดงจับจระเข้ การแสดงของนกและการแสดงอื่น ๆ ที่ช่วยสร้างความสนุกสนานและความรู้ให้กับผู้เข้าชม ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ โดยเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่และสร้างงานให้กับชุมชนท้องถิ่น

ผู้วิจัยต้องการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้สมุทรปราการที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับการมาเที่ยวซ้ำ และศึกษาการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมขนส่ง ซึ่งรวมถึงการเชื่อมโยงเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (อภิญา ปาละวงศ์, 2565; สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ, 2565)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน โดยใช้สูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) และกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถาม มาทดลองความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มประชากร จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือโดยภาพรวมปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา มีค่าความเชื่อถือ เท่ากับ 0.862 (ดูจากค่า Cronbach's Alpha)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความแปรปรวน (Variance) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) และผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติที่ใช้ทำการเปรียบเทียบของสองกลุ่ม (t-test for Independent Samples: t-test) และความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA: F-test)



ผลการวิจัย

ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้การแจกแจงความถี่ และ หาค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
ชาย	165	41.2
หญิง	235	58.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 จากการแจกแจงข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วน ของเพศ พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีรายละเอียดดังนี้ เพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็น 41.2% เพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็น 58.8%

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก อายุ

อายุ	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
20 ปี หรือต่ำกว่า	78	19.5
21-30 ปี	147	36.8
31-40 ปี	81	20.2
41-50 ปี	45	11.2
51-60 ปี	31	7.8
มากกว่า 60 ปี	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ พบว่า กลุ่มอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 78 คน หรือคิดเป็น 19.5% ของทั้งหมด กลุ่มอายุ 21-30 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 147 คน หรือคิดเป็น 36.8% ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดกลุ่มอายุ 31-40 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 81 คน หรือ คิดเป็น 20.2% กลุ่มอายุ 41-50 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 45 คน หรือคิดเป็น 11.2% กลุ่มอายุ 51-60 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 31 คน หรือคิดเป็น 7.8% กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 18 คน หรือคิดเป็น 4.5%

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
ประถมศึกษา	53	13.2
มัธยมต้น	36	9.0
มัธยมปลาย/ปวช.	40	10.0
อนุปริญญา/ปวส.	91	22.8

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด (ต่อ)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
ปริญญาตรี	146	36.5
ปริญญาโท	29	7.2
ปริญญาเอก	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 การจำแนกข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาสูงสุด มีรายละเอียดดังนี้ จากการแจกแจงข้อมูลระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนทั้งหมด 400 คน พบว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 53 คน คิดเป็น 13.2% มัธยมศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็น 9.0% มัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 40 คน คิดเป็น 10.0% อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 91 คน คิดเป็น 22.8% ปริญญาตรี จำนวน 146 คน คิดเป็น 36.5% ปริญญาโท จำนวน 29 คน คิดเป็น 7.2% ปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็น 1.3%

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	101	25.2
พนักงานบริษัทเอกชน	125	31.2
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/เกษตรกร	62	15.5
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	53	13.3
อื่น ๆ อิสระ	59	14.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 การแจกแจงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนทั้งหมด 400 คน พบว่า ในแต่ละช่วงอาชีพมีรายละเอียดดังนี้ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 101 คน คิดเป็น 25.2% พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 125 คน คิดเป็น 31.2% กิจการส่วนตัว/ค้าขาย/เกษตรกร จำนวน 62 คน คิดเป็น 15.5% นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 53 คน คิดเป็น 13.3% อื่น ๆ อิสระ จำนวน 59 คน คิดเป็น 14.8% มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็น 7.0%

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
5,000 บาท หรือต่ำกว่า	85	21.3
5,001–10,000 บาท	20	5.0
10,001–15,000 บาท	98	24.5
15,000–20,000 บาท	106	26.5



ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
20,001–25,000 บาท	63	15.8
มากกว่า 25,000	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 การแจกแจงข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนทั้งหมด 400 คน พบว่าในแต่ละช่วงรายได้มีรายละเอียดดังนี้ รายได้ต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า จำนวน 85 คน คิดเป็น 21.3% รายได้ต่อเดือน 5,001–10,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็น 5.0% รายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็น 24.5% รายได้ต่อเดือน 15,000–20,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็น 26.5% รายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็น 15.8% รายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็น 7.0%

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามรายด้านและโดยรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่	4.34	0.722	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.35	0.658	มาก
3. ด้านความปลอดภัย	4.46	0.560	มาก
4. ด้านราคา ค่าใช้จ่าย	4.19	0.762	มาก
5. ด้านประชาสัมพันธ์	4.22	0.799	มาก
6. ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ	4.60	0.558	มากที่สุด
รวม	4.48	0.552	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจในแต่ละด้านและโดยรวม พบว่า เมื่อพิจารณาผลรวมของความพึงพอใจทั้งหมด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.552) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้าน เจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) และด้านอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล							
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
1. ด้านสถานที่	5.221	0.000	3.681	0.003	5.324	0.000	5.324	0.000
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.432	0.000	3.497	0.004	3.511	0.002	3.511	0.002
3. ด้านความปลอดภัย	3.419	0.001	4.750	0.000	3.787	0.001	3.787	0.001

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล							
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
4. ด้านราคา ค่าใช้จ่าย	5.178	0.000	3.621	0.003	7.594	0.000	7.594	0.000
5. ด้านประชาสัมพันธ์	5.316	0.000	3.112	0.009	3.976	0.001	3.976	0.001
6. ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากร ผู้ให้บริการ	2.710	0.007	3.686	0.003	4.314	0.000	4.314	0.000

จากตารางที่ 7 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษามีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญในการรับรู้ความพึงพอใจในด้านสถานที่ เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 (Sig. เพศ = 0.00 อายุ = 0.003 สถานภาพ = 0.000 การศึกษา = 0.000) นั้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจในด้านสถานที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษามีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญในการรับรู้ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 (Sig. เพศ = 0.00 อายุ = 0.004 สถานภาพ = 0.002 การศึกษา = 0.002) นั้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษามีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญในการรับรู้ความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 (Sig. เพศ = 0.001 อายุ = 0.000 สถานภาพ = 0.001 การศึกษา = 0.001) นั้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษามีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญในการรับรู้ความพึงพอใจในด้านราคาค่าใช้จ่าย เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 (Sig. เพศ = 0.000 อายุ = 0.003 สถานภาพ = 0.000 การศึกษา = 0.000) นั้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจในด้านราคาค่าใช้จ่ายแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษามีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญในการรับรู้ความพึงพอใจในด้านประชาสัมพันธ์ เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 (Sig. เพศ = 0.000 อายุ = 0.009 สถานภาพ = 0.000 การศึกษา = 0.000) นั้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจในด้านประชาสัมพันธ์แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษามีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญในการรับรู้ความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่บุคคลผู้ให้บริการ เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 (Sig. เพศ = 0.007 อายุ = 0.003 สถานภาพ = 0.000 การศึกษา = 0.000) นั้นแสดงให้เห็นว่า



ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่บุคคลผู้ให้บริการแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

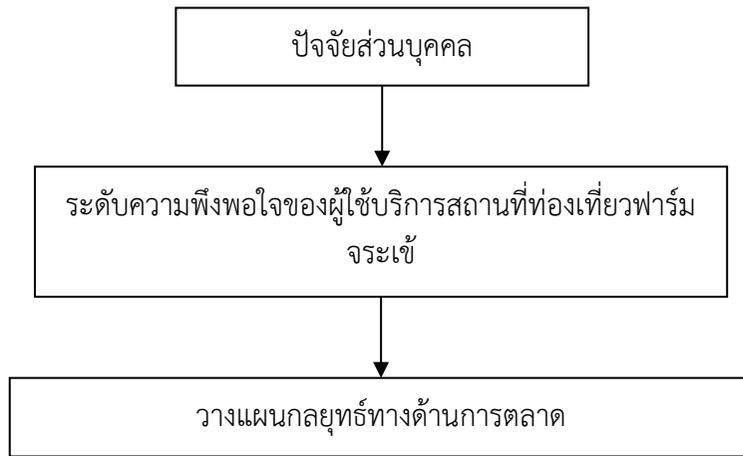
สรุปผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในหลายด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ราคาค่าใช้จ่าย ประชาสัมพันธ์ และการบริการของเจ้าหน้าที่ โดยมีค่า Sig. < 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างทางสถิติและมีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ และการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ โดยปัจจัยต่าง ๆ เช่น สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ราคา ค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ที่มีความแตกต่างตามกลุ่มประชากรศาสตร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วิภาพัช ชุมไธสงค์ (2565) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เคยเที่ยวสวนดอกไม้ในประเทศไทยพบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและการรับรู้ของผู้บริโภค (Taufiq-Hail et al., 2023) และการปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและการยอมรับจากผู้บริโภค (Manyanga et al., 2022) และยังชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะในเรื่องราคาและบริการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ โดยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ราคา ค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่บริการ ซึ่งเจ้าหน้าที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) การฝึกอบรมบุคลากรจึงมีความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ความพึงพอใจมีความแตกต่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภค (Expectation Disconfirmation Theory) (Cheunkamon et al., 2020) ความพึงพอใจในด้านราคาและค่าใช้จ่ายมีความแตกต่างตามรายได้ โดยผู้มีรายได้สูงจะมีความคาดหวังสูงกว่าผู้มีรายได้น้อย ซึ่งการตั้งราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญในการรักษาความพึงพอใจ ประชาสัมพันธ์ก็มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งแสดงถึงความสำคัญในการปรับกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (Chen et al., 2023) การเสริมสร้างมาตรการความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวในระยะยาว (Satti et al., 2021)

องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

ภาพที่ 1 งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ และ การศึกษา มีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้านของสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจระเข้ จังหวัดสมุทรปราการ ข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ การตลาดและการจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการและคาดหวังที่หลากหลาย ของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรศึกษาความมีประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของแต่ละกลุ่มผู้ใช้บริการ
2. การใช้เทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลการใช้เทคโนโลยีในการเก็บข้อมูลและสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรวบรวมข้อมูลและให้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น โดยสามารถใช้แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ในการเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การดำเนินการวิจัยในทิศทางเหล่านี้จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เช่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และความเป็นมิตรของผู้ให้บริการ ซึ่งสามารถมีอิทธิพลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2567 และแนวโน้มปี 2562*. สืบค้น 20 กันยายน 2568, จาก <https://shorturl.asia/We0nO>
- ทิพย์วิภาพัช ชุมไธสงค์. (2565). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เคยเที่ยวสวนดอกไม้ในประเทศไทย* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต พรินท์.
- สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับทบทวน)*. สมุทรปราการ: กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ. (2568). *ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยว พ.ศ. 2568 จังหวัดสมุทรปราการ*. สืบค้น 28 ตุลาคม 2568, จาก <https://shorturl.asia/0zHDr>
- อภิญา ปาลวงค์. (2565). *การจัดการจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบริเวณรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโลจิสติกส์และอุปทาน). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Chen, B, et al. (2023). Is More Financial Literacy Always Beneficial? An Investigation through a Mediator. *Journal of Risk and Financial Management*. 16(53), 1–10.
- Cheunkamon, E. et al. (2020). Determinant Factors Influencing Thai Tourists' Intentions to Use Social Media for Travel Planning. *Sustainability*, 12(18), 1–21.
- Manyanga, W. et al. (2022). The Effect of Customer Experience, Customer Satisfaction and Word of Mouth Intention on Customer Loyalty: The Moderating Role of Consumer Demographics. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1–20.



- Satti, Z. W. et al. (2021). Exploring Mediating Role of Service Quality in The Association Between Sensory Marketing and Customer Satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32(7-8), 719–736.
- Taufiq-Hail, A. M. et al. (2023). Investigating The Impact of Customer Satisfaction, Trust, and Quality of Services on The Acceptance of Delivery Services Companies and Related Applications in Omani Context: A Predictive Model Assessment Using Plspredict. *Cogent Business & Management*, 10(2), 1–39.

