

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราช มงคลตรัง

## Affecting Factors on the Decisions to visit of Tourists at Trang Rajamangala Aquarium

นางกนกนิตกนิษฐุ์ แสนพานิช<sup>1</sup> นางสาวสุภาวดี กลัปใหม่<sup>1</sup>  
*Kankanit Sanpanich<sup>1</sup> Supawadee klubmai<sup>1</sup>*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังและเพื่อศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง เป็นการศึกษาเชิงสำรวจประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภายในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังระหว่างเดือน มี.ค. 2562 – ก.ค. 2562 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอายุต่ำกว่า 20 ปี ศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญา มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในระยะ 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง มา 2-4 ครั้ง เพื่อมาชมการแสดงแมวน้ำ จะเดินทางมากับครอบครัวมาครั้งละ 2-5 คน โดยรถยนต์ส่วนบุคคล โดยทราบข้อมูลข่าวสารจากบุคคลใกล้ชิด โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) รองลงมาด้านบุคคล ซึ่งภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากทั้งในรายด้านและรายข้อ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุดข้อที่1 วิทยากรนำชมที่มีความรู้และตอบคำถามได้ รองลงมาการอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ ด้านราคา (price) มากที่สุดข้อที่2ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายเพื่อที่จะมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ รองลงมาการเปิดบริการให้เข้าชมโดยเสียค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อย ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) มากที่สุดข้อที่3หากมีการส่งจดหมายทางอีเมล เชิญเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ รองลงมาการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ประจำพิพิธภัณฑ์ให้เข้าเยี่ยมชม ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) มากที่สุดข้อที่4หากมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนภายในพิพิธภัณฑ์ รองลงมาหากมีการทำโปรแกรมหรือแพ็คเกจทัวร์ร่วมกับรีสอร์ทบริเวณหาดปากเมง และการจัดงาน เทศกาล ด้านบุคคลมากที่สุดข้อที่5พนักงานขายบัตรยิ้มแย้มให้การต้อนรับดี และมีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและช่วยเหลือที่เป็นประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า รองลงมาหากมีวิทยากรให้ข้อมูลประจำจุดต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุดข้อที่6การแต่งกายของพนักงาน รองลงมาการมีจุดเช็คอินให้ถ่ายภาพ

**คำสำคัญ :** พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง นักท่องเที่ยว

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150

## บทนำ

พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตั้งหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้การดูแลของสถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งอยู่เลขที่ 179 หมู่ 3 ตำบลไม้ฝาด อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง 92150 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากจังหวัดตรังว่าเป็นของดีเมืองตรัง โดยภายในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลจะมีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ บ่อเต่าทะเล การแสดงโชว์ความสามารถแมวน้ำ สวนสัตว์ขนาดเล็ก และทางเดินศึกษาธรรมชาติ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ประชาชนในจังหวัดตรัง และจังหวัดใกล้เคียงรู้จักกันดีและเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตั้งเป็นหน่วยงานที่สังกัดสถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ให้กับมหาวิทยาลัย และเป็นแหล่งบริการความรู้เกี่ยวกับสัตว์น้ำให้กับประชาชนทั่วไป พิพิธภัณฑ์แบ่งส่วนจัดแสดงเป็น 3 ส่วน หลัก ประกอบด้วย

1. นิทรรศการและตู้แสดงสัตว์น้ำ จำนวน 70 ตู้ มีขนาดตั้งแต่ 1-50 ลูกบาศก์เมตร มีพันธุ์สัตว์น้ำจืด สัตว์น้ำเค็ม ทั้งพันธุ์ในและต่างประเทศกว่า 300 ชนิด เช่น ปลาช่อนเมฆชอน ปลาโอรวาน่า ม้าน้ำ ปลาพาคู ปลาเสือพ่นน้ำ ปลากระโทง เป็นต้น

2. การแสดงความสามารถสัตว์ จัดแสดงและศึกษาชีววิทยาของแมวน้ำและนาก เพื่อศึกษาศักยภาพในการฝึกสอนและแสดง ซึ่งเป็นแมวน้ำจากแอฟริกาใต้ มีทั้งหมด 3 ตัว นาคจำนวน 1 ตัว

3. ส่วนจัดแสดงพันธุ์สัตว์ป่า โดยมีสัตว์ป่าท้องถิ่นที่ใกล้สูญพันธุ์ จัดเลี้ยงไว้เพื่อการศึกษาทางชีววิทยาและการเพาะพันธุ์ รวมถึงเพื่อการอนุรักษ์สัตว์ท้องถิ่นของภาคใต้

นอกจากนี้ทางพิพิธภัณฑ์ยังจัดทำค่ายกิจกรรมสำหรับนักเรียนนักศึกษา เช่น การเดินศึกษาทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลน ดำน้ำ พายเรือแคนูหรือฝึกรบมเรือต่างๆ อาทิ การจัดตู้ปลา การเลี้ยงปลา การตรวจวัดคุณภาพน้ำ เป็นต้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตั้ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตั้ง และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตั้ง

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1 ประชากร

#### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตั้ง ตั้งแต่เดือน เมษายน 2562 – สิงหาคม 2562

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150

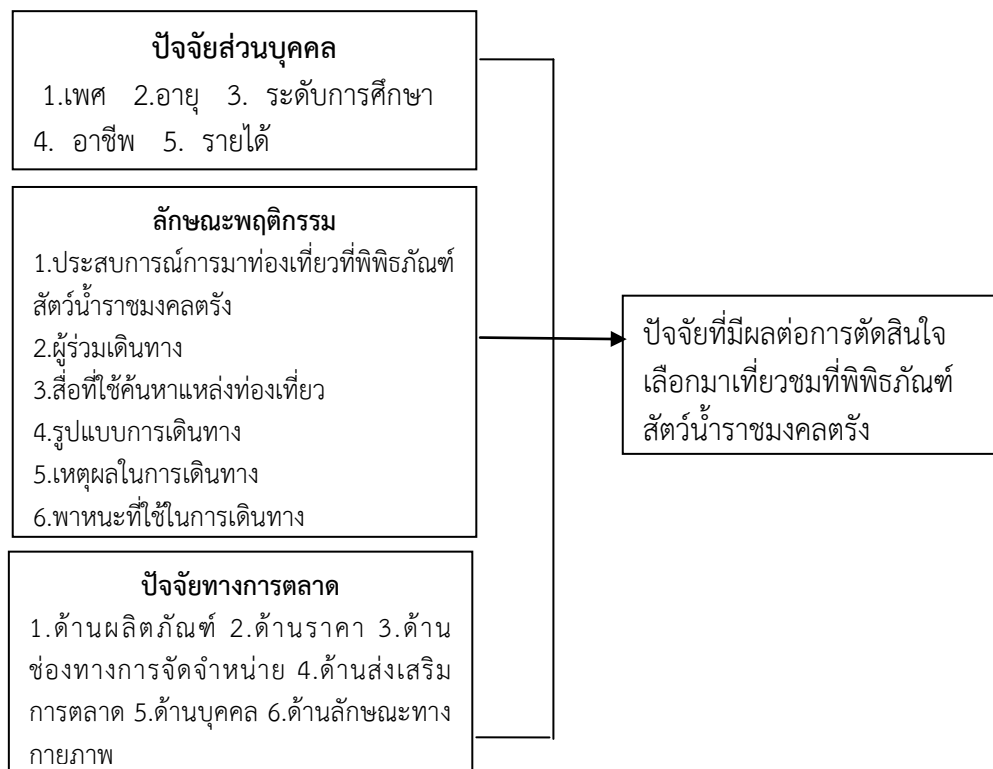
## 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ไม่สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ดังนั้นสามารถหาขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 384 คน โดยเลือกวิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่เจาะจง ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม ...50 Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความ เชื่อมั่นร้อยละ95 (ระดับ .05) E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

## 2. กรอบแนวคิดในการวิจัย



<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สีเกา จังหวัด ตรัง 92150

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง แบ่งออกเป็น 4 ตอน

1) ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบบันทึกที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อบันทึกข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

2) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ได้แก่ ประสิทธิภาพการมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง ผู้ร่วมเดินทาง สื่อที่ใช้ค้นหาแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง เหตุผลในการเดินทาง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

3) ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ

4) ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

#### 3.2 วิธีสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือใช้ในการเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง ตามขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาหลักการทฤษฎีจากตำรา เอกสาร บทความทางวิชาการและงานวิจัย  
2) นำข้อมูลที่ได้มากำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย  
3) สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาพิจารณาความเหมาะสมของสำนวนภาษา การใช้ถ้อยคำ และนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไข

4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภายในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง ตอบแบบสอบถาม และเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ

5.2 คำถามเกี่ยวกับประเภทของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ

---

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สีเกา จังหวัด ตรัง 92150

5.3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2535, 111)

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.50 – 5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	สำคัญมาก
2.50 – 3.49	สำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	สำคัญน้อย
1.00 – 1.49	สำคัญน้อยที่สุด

## 6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS FOR WINDOW และ Microsoft Excel

### 3.5.1 สถิติพื้นฐาน

- 1) ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{x}$ )

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

$N$  แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

- 3) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

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

เมื่อ  $S.D.$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$x$  แทน คะแนนระดับการประเมิน

$\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$N$  แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สีเกา จังหวัด ตรัง 92150

## ผลและการวิจัย

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1.1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 60.94 เพศชาย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.06 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.24 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 และน้อยที่สุดอายุ 41-50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.42 ระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.57 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63 และน้อยที่สุดมีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 02.86 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.09

#### 1.2 ประเภทของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง

ในระยะ 1 ปีที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง มา 2-4 ครั้ง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 40.36 รองลงมาคือเป็นครั้งแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 58.07 และน้อยที่สุดมากกว่า 7 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 00.52 เหตุผลได้ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังมากที่สุด มาชมการแสดงแมงน้ำ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.89 รองลงมาคือมาชมพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (การจัดแสดงปลา) จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.35 และน้อยที่สุดต้องการมาชมการจัดแสดงอาคารแสดงพะยูนและหญ้าทะเล จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 00.62 และเดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังมากที่สุด จำนวน 2-5 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา 6-10 คน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 00.52 เมื่อมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังมากกับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.23 รองลงมาคือมาเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.99 พาหนะที่ใช้เดินทาง คือ รถยนต์ส่วนบุคคล มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64 รองลงมา คือ มอเตอร์ไซด์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และน้อยที่สุด รถรับจ้างทั่วไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 02.34 ซึ่งจะทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังจากสื่อบุคคลใกล้ชิด มากที่สุด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 72.14 รองลงมา อินเทอร์เน็ต จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150

### 1.3 อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ สัตว์น้ำราชมงคลตรัง ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรัง	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ระดับ ความสำคัญ
1. ผลิตภัณฑ์ (product)	4.15	5	สำคัญมาก
2 ราคา (price)	4.12	6	สำคัญมาก
3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (place)	4.32	1	สำคัญมาก
4 การส่งเสริมการตลาด (promotion)	4.24	4	สำคัญมาก
5. ด้านบุคคล	4.28	2	สำคัญมาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.26	3	สำคัญมาก
<b>รวม</b>	<b>4.23</b>		<b>สำคัญมาก</b>

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังในด้านทั้ง 6 ด้าน มากที่สุดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) รองลงมา ด้านบุคคล และน้อยที่สุดด้านราคา (Price) โดยสามารถนำมาแจกแจงปัจจัยในแต่ละด้าน ดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุดข้อที่1 วิทยากรนำชมที่มีความรู้และตอบคำถามได้อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาการอำนวยความสะดวกที่จัดรออยู่ในระดับสำคัญมาก และน้อยที่สุดความหลากหลายของนิทรรศการและสิ่งจัดแสดงอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งภาพรวมทุกข้อมีระดับความสำคัญในระดับสำคัญมาก

#### ปัจจัยด้านราคา (price)

ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยด้านราคา (price) มากที่สุดข้อที่2 ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายเพื่อที่จะมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาการเปิดบริการให้เข้าชมโดยเสียค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อย อยู่ในระดับสำคัญมาก และน้อยที่สุด หากมีส่วนลดสำหรับการเยี่ยมชมเป็นกลุ่มคณะ อยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งภาพรวมทุกข้อมีระดับความสำคัญในระดับสำคัญมาก

#### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) มากที่สุดข้อที่3 หากมีการส่งจดหมายทางอีเมลล์ เชิญเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ประจำพิพิธภัณฑ์ให้เข้าชม อยู่ในระดับสำคัญมาก และน้อยที่สุด การมีความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น การตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งภาพรวมทุกข้อมีระดับความสำคัญในระดับสำคัญมาก

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) การส่งเสริมการตลาด (promotion) มากที่สุดข้อที่4 หากมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนภายในพิพิธภัณฑ์ อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาหากมีการทำโปรแกรมหรือแพ็คเกจทัวร์ร่วมกับรีสอร์ทบริเวณหาดปากเมง และการจัดงานเทศกาล อยู่ในระดับสำคัญมาก และน้อยที่สุด หากมีการพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ อยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งภาพรวมทุกข้อมีระดับความสำคัญในระดับสำคัญมาก

### ปัจจัยด้านบุคคล

ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยด้านบุคคลมากที่สุดข้อที่5 พนักงานขายบัตรยืมแถมให้การต้อนรับดี และมีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและช่วยเหลือที่เป็นประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาหากมีวิทยากรให้ข้อมูลประจำจุดต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์ อยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งภาพรวมทุกข้อมีระดับความสำคัญในระดับสำคัญมาก

### ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุดข้อที่6 การแต่งกายของพนักงาน อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาการมีจุดเช็คอินให้ถ่ายภาพ อยู่ในระดับสำคัญมาก และน้อยที่สุดต่อความสะดวก อยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งภาพรวมทุกข้อมีระดับความสำคัญในระดับสำคัญมาก

## วิจารณ์ผล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงชลตรัง

จากการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงชลตรังส่วนใหญ่เพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญา มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ในระยะ 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงชลตรัง มา 2-4 ครั้ง เพื่อมาชมการแสดงแมวน้ำ จะเดินทางมากับครอบครัวมาครั้งละ 2-5 คน โดยรถยนต์ส่วนบุคคล ในการเดินทางจะทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงชลตรังจากบุคคลใกล้ชิด สอดคล้องกับงานวิจัยของจรัสพันธ์ สิทธิเจริญ (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกันส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ไม่น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ญาติ พี่น้อง และบุคคลในครอบครัว นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลในครอบครัวและการเดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป และสิ่งที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่จังหวัดไหนมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทและมีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษาและเดินทางมากับครอบครัว และทราบข่าวสารจากคนใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ งามเลิศ (2548) ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : พระราชวังบางปะอิน จังหวัด

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150



พระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง และมีอายุในช่วง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และมีระดับรายได้ต่อรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวพระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทาง มาท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยคิดเป็น 2-3 ครั้งในรอบ 1 ปี ในด้านค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยคิดเป็น 438.46 บาท ด้านจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาด้วยกัน จำนวน 4 คน ส่วน ในด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้โดยส่วนใหญ่มากับครอบครัว

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรัง

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรัง ของนักท่องเที่ยวเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญา มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรังมากที่สุดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) รองลงมาด้านบุคคล ซึ่งภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวชิชาธิยา เรืองโพธิ์ ( 2553) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดด้านคุณภาพการให้บริการด้านคุณลักษณะศูนย์การค้าในระดับมาก

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน ที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรังพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.94 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.24 ระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.57 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรัง พบว่า ในระยะ 1 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรัง มา 2-4 ครั้ง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 40.36 รองลงมามาเป็นครั้งแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 58.07 ซึ่งเหตุผลที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำราชมงคลตรังมากที่สุด คือ มาชมการแสดงแมวน้ำ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.89 รองลงมาชมพิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ (การจัดแสดงปลา) จำนวน 82 คน คิด

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150

เป็นร้อยละ 21.35 โดยเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังจะเดินทางมา 2-5 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา 6-10 คน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 มักจะเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.23 รองลงมา กับเพื่อน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.99 พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวที่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64 รองลงมา มอเตอร์ไซค์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังจากบุคคลใกล้ชิด มากที่สุด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 72.14 รองลงมา อินเทอร์เน็ต จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30

ด้านความคิดเห็นด้านอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังในด้านทั้ง 6 ด้าน มากที่สุดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) รองลงมาด้านบุคคล และน้อยที่สุดด้านราคา (Price) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุดข้อที่1ต่อวิทยากรนำชมที่มีความรู้และตอบคำถามได้อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านราคา (price) มากที่สุดข้อที่2 ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายเพื่อที่จะมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) มากที่สุดข้อที่3 หากมีการส่งจดหมายทางอีเมลล์ เชิญเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) มากที่สุดข้อที่4 หากมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนภายในพิพิธภัณฑ์ อยู่ในระดับสำคัญมาก ด้านบุคคลมากที่สุดข้อที่5 พนักงานขายบัตรยิ้มแย้มให้การต้อนรับดี และมีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและช่วยเหลือที่เป็นประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า อยู่ในระดับสำคัญมาก และด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุดข้อที่6 การแต่งกายของพนักงาน อยู่ในระดับสำคัญมาก

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผลวิจัยในส่วนของด้านพฤติกรรมนั้นนักท่องเที่ยวจะมาเป็นกลุ่ม 2-5 คน ดังนั้นอาจมีการจูงใจให้แก่กลุ่มที่มาเป็นครอบครัวด้วยการให้ส่วนลดหรือรางวัลเพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการเที่ยวชมที่พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคลตรังให้นักท่องเที่ยวเกิดการซื้อซ้ำ

2) ผลการวิจัยด้านการตลาดที่พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นพิพิธภัณฑ์ฯ ควรมีการวางแผนดำเนินการในส่วนนี้เพื่อสร้างแรงดึงดูดและแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในแต่ละกลุ่มช่วงอายุกับปัจจัยทางการตลาดเพื่อวางแผนในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สิเกา จังหวัด ตรัง 92150

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการสถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่ให้คำแนะนำและสนับสนุนในการทำวิจัย ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วง

## เอกสารอ้างอิง

- จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บุศรา เกิดแก้ว (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พัชรินทร์ งามเลิศ. (2548). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป' บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- เมตตา เสวตเลข. (2539). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต(สิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิชาริยา เรื่องโพธิ์. (2553) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์การค้าสยามพารากอน. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

<sup>1</sup> สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 179 หมู่ 3 ตำบล ไม้ฝาด อำเภอ สีเกา จังหวัด ตรัง 92150