

## ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการพัฒนา

### แบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

Satisfaction of Users of Participatory Agrotourism Website through Community-based

Development of Ban Bueng Mai, Cha-om Subdistrict, Kaeng Khoi District, Saraburi Province

สหภาพ ศรีโท, ชลาธร จูเจริญ\*, สุภาภรณ์ เลิศศิริ และ ปรีดา สามงามยา

Sahaparp Sritho, Chalathon Choocharoen\*, Supaporn Lertsiri

and Preeda Samngamya

คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Agriculture, Kasetsart University

E-mail : sahaparp.srit@ku.th, fagrchch@ku.ac.th\*, agrspl@ku.ac.th and fagrpsdy@ku.ac.th

\*Corresponding author

(Received: 1 August 2025, Revised: 28 January 2026, Accepted: 3 February 2026)

<https://doi.org/10.57260/stc.2026.1283>

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์และเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล และเศรษฐกิจกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ชุมชนบ้านบึงไม้ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบึงไม้ในการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงของชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-28 ปี อายุเฉลี่ย 27.08 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 20,501.64 บาท/ปี การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวจำนวน 2 วัน ร้อยละ 74.3 และมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการเพลิดเพลินหรือพักผ่อน ร้อยละ 69.34 การมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.08 ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 ผลการเปรียบเทียบพบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการพัฒนาเว็บไซต์ดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อายุ อาชีพ รายได้ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการพัฒนาเว็บไซต์ดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ผลวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้งานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ซึ่งนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความพึงพอใจ การพัฒนาเว็บไซต์ ผู้ใช้งานเว็บไซต์

## Abstract

This research aimed to study personal and economic background factors, exposure to information, tourism behavior, and user satisfaction with the website, as well as to compare personal and economic background factors with user satisfaction toward the Ban Bueng Mai Community Website. The website was developed through the participation of the Ban Bueng Mai community in creating an agritourism website using virtual reality technology for the Ban Bueng Mai community, Cha-om Subdistrict, Kaeng Khoi District, Saraburi Province. The research instrument was a questionnaire. The sample consisted of 385 users of agritourism websites. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test. The results indicated that most respondents were female, aged between 21–28 years, with an average age of 27.08 years. Most respondents held a bachelor's degree, were students, and had an average income of 20,501.64 baht per year. In terms of information exposure, most respondents received information through mass media. The majority spent 2 days traveling (74.30%) and traveled primarily for leisure or relaxation purposes (69.34%). Community participation was at a moderate level (mean = 2.08), while overall satisfaction with the website was at a high level (mean = 4.19). The comparative results showed that differences in gender significantly affected satisfaction with the website development at the 0.05 level. Differences in age, occupation, and income significantly affected satisfaction with the website development at the 0.01 level. These findings demonstrate that users' basic characteristics influence their satisfaction, and the results can be used as guidelines for developing agritourism websites that effectively meet the needs of the target audience.

**Keywords:** Agrotourism, Satisfaction, Website development, Website visitors

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยช่วยสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น สร้างงาน และส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมรวมถึงสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคมอย่างครบวงจร (กรมการท่องเที่ยว, 2565) และในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้กลายเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มามองหาประสบการณ์ที่มีความหมายมากกว่าการพักผ่อน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน การสัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการมีส่วนร่วมในการผลิตทางการเกษตรแบบลงมือจริง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงไม่เพียง

สร้างความเพลิดเพลินให้แก่ผู้มาเยือน แต่ยังคงเสริมการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และส่งต่อองค์ความรู้สู่สาธารณะได้อย่างยั่งยืน (ประติมากร วงษ์ดี, 2562)

ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมวางแผนการเดินทางด้วยการค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในภาคการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะการพัฒนาเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง อีกทั้งยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเองอย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ (เจนจิรา หวังหลี่ และคณะ, 2563) ซึ่งชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ถือเป็นอีกชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตเกษตรกรรมที่สมบูรณ์ ทั้งภูมิประเทศที่งดงาม กิจกรรมทางการเกษตรหลากหลาย และแหล่งเรียนรู้เชิงเกษตร เช่น สวนผักผลไม้ ฟาร์มไม้ซุงดูล้อม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกมากมาย ซึ่งล้วนเป็นจุดแข็งที่มีศักยภาพในการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชั้นนำ อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังขาดการประชาสัมพันธ์และช่องทางการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากยังไม่มีเว็บไซต์ที่ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมเพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายภายนอก

คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้ขึ้นเพื่อช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ ทำให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการออกแบบเว็บไซต์ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์ให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์ช่วยให้การพัฒนาเว็บไซต์สามารถสะท้อนถึงความต้องการจริงๆ ของชุมชน เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน รวมทั้งวิถีชีวิตและกิจกรรมทางการเกษตรที่ชุมชนให้ความสำคัญ เพราะเป็นการรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มชุมชน ข้อมูลที่ได้รับนี้จึงเป็นข้อมูลที่สะท้อนถึงปัญหาและความต้องการจากผู้ใช้งานจริง สามารถทำให้เว็บไซต์มีความเกี่ยวข้องและตอบโจทย์ผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Tanjung, 2017) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาเว็บไซต์ช่วยสร้างความรู้สึกรับเป็นเจ้าของ และเป็นความรับผิดชอบของคนในชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการลงมือทำ และด้วยความร่วมมือกันของคนในชุมชนนี้เอง ทำให้สร้างความผูกพันและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงของของของโลกอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี อันเกิดจากกระบวนการสื่อสารหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลของคนในชุมชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลไกในการพัฒนาชุมชนหรือสังคมให้ยั่งยืนสืบไป (จินตวีร์ เกษมศุข, 2561)

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานด้านส่วนบุคคลและเศรษฐกิจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อทำความเข้าใจลักษณะประชากรของกลุ่มผู้ใช้งาน รวมถึงบริบททางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมุ่งศึกษารูปแบบและระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าถึงเนื้อหาหรือกิจกรรมต่าง ๆ บนเว็บไซต์ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ชุมชนบ้านบึงไม้ ซึ่งเป็นต้นแบบของการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านช่องทางดิจิทัล โดยเน้นการใช้งานจริงของผู้บริโภคในชุมชนและนอกชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์คุณภาพของเว็บไซต์ ทั้งนี้การวิจัยได้เปรียบเทียบข้อมูล

ระหว่างปัจจัยพื้นฐานด้านส่วนบุคคลและเศรษฐกิจกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ที่ต่อแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านบึงไม้ โดยเฉพาะในมิติของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual reality) เพื่อเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในรูปแบบที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ นำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานในฐานะผู้มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี และการประชุมกลุ่ม (Focus group) คณะกรรมการดำเนินงานชุมชน 10 คน เพื่อการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบมีส่วนร่วม โดยมี approved number COE No. COE67/055 อนุมัติโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสัตว์

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยเข้าชมเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านบึงไม้ กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งไม่ทราบจำนวน แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 385 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended question) โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยสร้างจากแนวคิดส่วนประกอบของเว็บไซต์ของ วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ (2539) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จำนวนข้อ 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน จำนวนข้อ 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ลักษณะการท่องเที่ยว การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ ระยะเวลา ความถี่ รายจ่าย ประเภทกิจกรรมที่สนใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจำนวนข้อ 9 ข้อ

ส่วนที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน บ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำนวน 28 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการกำหนดค่าเฉลี่ยสำหรับพิจารณาตามแบบลิเคิร์ต (Likert, 1932) ดังนี้ จำนวนข้อ 28 ข้อ

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

### การทดสอบเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity)

การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (index of item –objective congruency) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พบว่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกข้อ จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดลองใช้แบบสอบถามก่อนเก็บจริง (Pilot test) จำนวน 30 คน ซึ่งผลของการหาความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.972 โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบ Google forms ทำลิงก์ของแบบสอบถามไว้ที่หน้าแรกของเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร <https://www.tourcha-om.com> ให้ผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์ได้ร่วมตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นการพัฒนาเว็บไซต์ต่อไปในอนาคต โดยเริ่มทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน 2568 – เดือนกรกฎาคม 2568

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) วิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร การมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum) และ วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้ค่าสถิติ t-test, F-test ทดสอบสำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, 0.01

## ผลการวิจัย

### ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ ของผู้ใช้เว็บไซต์ชุมชนบ้านบึงไม้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน (ร้อยละ 57.40) ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-28 ปี จำนวน 139 คน (ร้อยละ 36.10) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 295 คน (ร้อยละ 76.60) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 113 คน (ร้อยละ 29.40) มีรายได้เฉลี่ย 20,501.64 และผู้ใช้บริการเว็บไซต์มีวัตถุประสงค์หลักที่ใช้มากที่สุดคือเพื่อการสื่อสาร เช่น การส่งข้อความ การโทรผ่านวิดีโอหรือเสียง เป็นต้น จำนวน 268 คน (ร้อยละ 19.87)

### ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจของผู้ใช้เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (n=385)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ ของผู้ใช้เว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	164	42.60
หญิง	221	57.40
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 20 ปี	115	29.90
ระหว่าง 21 ถึง 28 ปี	139	36.10
มากกว่า 28 ปี	131	34.00
ค่าเฉลี่ย = 27.08 ปี น้อยสุด = 14 ปี มากสุด = 60 ปี		
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	57	14.80
ปริญญาตรี	295	76.60
สูงกว่าปริญญาตรี	33	8.60
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	113	29.40
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ	63	16.40
ทำการเกษตร	32	8.30
พนักงานบริษัทเอกชน	108	28.10
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	32	8.30
รับจ้างทั่วไป	37	9.60
<b>รายได้</b>		
น้อยกว่า 11,500 บาท	116	30.10
ระหว่าง 11,500 ถึง 22,550 บาท	139	36.10
มากกว่า 22,550 บาท	130	33.80
ค่าเฉลี่ย = 20,501.64 บาท น้อยสุด = 5000 บาท มากสุด = 85,000 บาท		

## การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากการศึกษาผลของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารผ่าน สื่อมวลชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.2 ขณะที่ร้อยละ 14.80 ไม่เคยได้รับข่าวสารจากสื่อประเภทนี้ โดยสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแพลตฟอร์มที่มีการใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ YouTube คิดเป็นร้อยละ 26.87 เฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 24.61 และติ๊กต็อก (TikTok) ร้อยละ 22.77 รองลงมาคือการรับข่าวสารผ่าน สื่อบุคคล โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 57.1 เคยได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ขณะที่ร้อยละ 42.90 ไม่เคยได้รับข่าวสารจากช่องทางนี้ ทั้งนี้ ในกลุ่มที่เคยได้รับข่าวสาร พบว่าได้รับข้อมูลจาก เพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.76 ส่วน สื่อกิจกรรม เป็นช่องทางที่มีการเข้าถึงน้อยที่สุด โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคย ได้รับข่าวสารผ่านกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 73.50 มีเพียงร้อยละ 26.50 ที่เคยได้รับข่าวสาร และในกลุ่มที่เคยได้รับ พบว่า การเรียนรู้นอกสถานที่ เป็นรูปแบบกิจกรรมที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.76 ดังตารางที่ 2 ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนจากการรับรู้จากสื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ไปสู่สื่อสังคมออนไลน์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เน้นเนื้อหาวิดีโอและภาพเคลื่อนไหว เช่น YouTube และ TikTok ซึ่งสามารถนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างใกล้เคียงของจริง ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและตัดสินใจง่ายขึ้น สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ภัทรวีรญา เศรษฐนนทวัฒน์ และ สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใหม่ที่เปิดรับมากที่สุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เปิดรับมากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 82.00

ตารางที่ 2 ผลของการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (n=385)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
<b>สื่อบุคคล</b>		
ไม่เคย	165	42.90
เคย	220	57.10
สมาชิกในครัวเรือน	123*	29.29
ญาติพี่น้อง	91*	21.67
เพื่อน	146*	34.76
ผู้นำท้องถิ่น	23*	5.48
เจ้าหน้าที่ของรัฐ	37*	8.81

ตารางที่ 2 ผลของการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (n=385) (ต่อ)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
<b>สื่อกิจกรรม</b>		
ไม่เคย	283	73.50
เคย	102	26.50
การจัดประชุม	31*	18.79
การอบรม	37*	22.42
การชมการสาธิต	38*	23.03
การเรียนรู้นอกสถานที่	59*	35.76
<b>สื่อมวลชน</b>		
ไม่เคย	57	14.80
เคย	328	85.20
วิทยุ	8*	0.86
โทรทัศน์	34*	3.67
เว็บไซต์	51*	5.51
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ วารสาร / แผ่นประชาสัมพันธ์	10*	1.08
สื่อสังคมออนไลน์		
เฟซบุ๊ก (Facebook)	228*	24.61
ยูทูบ (YouTube)	249*	26.87
อินสตาแกรม (Instagram)	96*	10.36
ไลน์ (Line)	21*	2.27
ติ๊กต็อก (TikTok)	211*	22.77
ทวิตเตอร์ หรือ เอ็กซ์ (X)	69*	7.44

หมายเหตุ : \* = ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

### พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวจำนวน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 74.30 รองลงมาคือวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการเพลิดเพลินหรือพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 69.34 สำหรับรูปแบบการเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่นิยมเดินทางกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 53.50 โดยกลุ่มเพื่อนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.70 ในด้านของการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่านิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.20 จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในหนึ่งปี พบว่าส่วนใหญ่เที่ยวปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.30 ด้านรายจ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนใหญ่มีรายจ่ายต่อครั้งมากกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.10 ส่วนประเภทกิจกรรมที่ได้รับความสนใจมากที่สุด คือ การเข้าพักแรมในหมู่บ้านเพื่อศึกษาและสัมผัสวิถีชีวิตของชาวชนบท คิดเป็นร้อยละ 32.39 และเหตุผลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด คือ

ความสวยงามของสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 30.88 อาจเป็นเพราะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันมีลักษณะที่เน้นการเดินทางแบบกลุ่มเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมกัน ให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงประสบการณ์โดยเฉพาะกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านอย่างใกล้ชิด เช่น การพักค้างแรมในชุมชน นอกจากนี้ การที่กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเครือข่ายทางสังคม ในการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ขณะที่การเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลัก แสดงถึงความต้องการความยืดหยุ่น ความคล่องตัว และความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ไชยมูลวงศ์ และคณะ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจจาก ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) และมักใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทาง (ร้อยละ 48.80)

### การมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสมาชิกชุมชนบ้านบึงไม้

จากผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสมาชิกชุมชนบ้านบึงไม้ พบว่า โดยรวมระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  = 2.08) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับการมีส่วนร่วมสูงสุด คือ ด้านการร่วมกันวางแผน ( $\bar{X}$  = 2.27) รองลงมาคือ ด้านการร่วมกันปฏิบัติตามแผน ( $\bar{X}$  = 2.06) และด้านการร่วมกันรับประโยชน์ ( $\bar{X}$  = 2.07) สำหรับด้านการร่วมติดตามและประเมินผล ( $\bar{X}$  = 1.93) สมาชิกชุมชนมีระดับการมีส่วนร่วมที่ต่ำที่สุดในด้านนี้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของสมาชิกชุมชนบ้านบึงไม้ (n = 285)

ด้านการมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับการมีส่วนร่วม
การร่วมวางแผน	2.27	0.766	ปานกลาง
การร่วมดำเนินงานตามแผน	2.06	0.873	ปานกลาง
การร่วมรับผลประโยชน์	2.07	0.825	ปานกลาง
การร่วมติดตามและประเมินผล	1.93	0.836	ปานกลาง
ภาพรวม	2.08	0.825	ปานกลาง

### ความพึงพอใจรายด้านของผู้ใช้เว็บไซต์ชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ชุมชนบ้านบึงไม้ พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” (ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  = 4.19, S.D. = 0.506) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่ได้รับระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา ( $\bar{X}$  = 4.42, S.D. = 0.619) และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ( $\bar{X}$  = 4.35, S.D. = 0.592) สำหรับด้านการนำเสนอเทคโนโลยีเสมือนจริง ( $\bar{X}$  = 4.11, S.D. = 0.560) ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ( $\bar{X}$  = 4.05, S.D. = 0.596) และด้านการตลาด ( $\bar{X}$  = 4.03, S.D. = 0.598) ผู้ใช้บริการยังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ดังตารางที่ 3 ความพึงพอใจในด้านเนื้อหาและการออกแบบที่อยู่ในระดับสูงสะท้อนให้เห็นว่า เว็บไซต์สามารถตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้งานได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่ชัดเจนและมีภาพประกอบที่ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้นมีผลต่อการประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เนียมถนอม (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของครูที่มีต่อเว็บไซต์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 3 พบว่า ครูมีความพึงพอใจต่อการใช้เว็บไซต์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ คือ ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหน่วยงาน 2) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ คือ รูปภาพประกอบ และ 3) ด้านการเข้าถึงข้อมูล

**ตารางที่ 4** ความพึงพอใจรายด้านของผู้ใช้เว็บไซต์ชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี (n=385)

ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
ด้านเนื้อหา	4.42	0.619	มากที่สุด
ด้านการนำเสนอเทคโนโลยีเสมือนจริง	4.11	0.560	มาก
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	4.35	0.592	มากที่สุด
ด้านการนำไปใช้ประโยชน์	4.05	0.596	มาก
ด้านการตลาด	4.03	0.598	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.19</b>	<b>0.506</b>	<b>มาก</b>

#### การเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ กับความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางด้านของความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบึงไม้ โดยเพศมีความแตกต่างในด้านเนื้อหา การนำเสนอเทคโนโลยีเสมือนจริง การออกแบบเว็บไซต์ และภาพรวม แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างทางเพศส่งผลกระทบต่อรับรู้และตอบสนองต่อองค์ประกอบของเว็บไซต์ ขณะที่อายุมีผลต่อด้านเนื้อหา การนำเสนอเทคโนโลยีเสมือนจริง การออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ การตลาด และภาพรวม ซึ่งสะท้อนถึงทัศนคติและประสบการณ์ในการใช้เว็บไซต์ที่แตกต่างกันตามช่วงอายุ ส่วนระดับการศึกษาพบความแตกต่างเฉพาะด้านเนื้อหาและการตลาดเท่านั้น โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าการศึกษามีอิทธิพลเฉพาะในบางมิติ ด้านอาชีพมีผลต่อเกือบทุกด้าน ยกเว้นการนำเสนอเทคโนโลยีเสมือนจริงและการนำไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ และการตลาดที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจน รายได้เป็นปัจจัยที่มีความแตกต่างในทุกด้านของความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าระดับรายได้มีผลต่อความคาดหวังและการประเมินค่าเว็บไซต์ ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** การเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและเศรษฐกิจ กับความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี (n=385)

ตัวแปร	ด้านเนื้อหา		ด้านการนำเสนอ				ด้านการออกแบบ				ด้านการตลาด		ภาพรวม		การแปลผล
			เทคโนโลยี		และการจัดรูปแบบเว็บไซต์		ด้านการนำไปใช้ประโยชน์								
	t/F	p	t/F	p	t/F	p	t/F	p	t/F	p	t/F	p			
เพศ	-2.571*	0.011	2.717**	0.007	-2.105*	0.036	-0.444 <sup>ns</sup>	0.657	-0.291 <sup>ns</sup>	0.771	-2.001*	0.046	แตกต่างกัน		
อายุ	11.555**	0.000	2.446*	0.088	9.713**	0.000	2.852 <sup>ns</sup>	0.059	3.408*	0.034	6.476**	0.002	แตกต่างกัน		
ระดับการศึกษา	4.043*	0.018	1.350 <sup>ns</sup>	0.261	2.115 <sup>ns</sup>	0.122	2.693 <sup>ns</sup>	0.069	4.106*	0.017	2.309 <sup>ns</sup>	0.101	ไม่แตกต่างกัน		
อาชีพ	9.263**	0.000	2.166 <sup>ns</sup>	0.057	5.412**	0.000	2.181 <sup>ns</sup>	0.056	3.152**	0.008	4.954**	0.000	แตกต่างกัน		
รายได้	10.731**	0.000	3.936*	0.020	10.165**	0.000	9.351**	0.000	10.985**	0.000	10.701**	0.000	แตกต่างกัน		

หมายเหตุ : ns = ไม่มีนัยสำคัญ, \* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, \*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาพบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะเพศมีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้งานและความคาดหวังต่อเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปพบว่าเพศหญิงมักให้ความสำคัญกับความสวยงามของเว็บไซต์ ความชัดเจนของเนื้อหา และประสบการณ์การใช้งานที่ราบรื่น ขณะที่เพศชายอาจให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และฟังก์ชันการใช้งานเฉพาะทางมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คัมภีร์ นิลแสง (2565) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ ในการให้บริการการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะแต่ละช่วงวัยมีประสบการณ์และระดับความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี รวมถึงทัศนคติในการใช้เว็บไซต์ไม่เหมือนกัน กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญกับความทันสมัยและการใช้งานผ่านอุปกรณ์มือถือ ขณะที่กลุ่มผู้ใหญ่หรือสูงอายุอาจเน้นการเข้าถึงข้อมูลที่ชัดเจนและเรียบง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทินี พิศวิสัย (2558) ที่พบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์อายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ [www.ginraidee.com](http://www.ginraidee.com) แตกต่างกัน

อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ อาจเป็นเพราะแต่ละอาชีพมีลักษณะการใช้เวลา ความถนัดในการใช้งาน และเป้าหมายในการเข้าถึงเว็บไซต์แตกต่างกัน เช่น ผู้ประกอบการอาจสนใจข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือสินค้าเกษตรมากกว่ากลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ พิรพัฒน์ ดิลกกุลยากุล (2562) ที่กล่าวว่าอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา กรณีศึกษาศูนย์ข่าวภาคใต้ ในเรื่องการใช้งานเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา Isranews Agency ใน 1 สัปดาห์และช่วงเวลาที่เข้าใช้เว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา Isranews agency บ่อยที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ อาจเป็นเพราะกลุ่มที่มีรายได้สูงมักให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความสวยงามของภาพถ่าย และองค์ประกอบในการนำเสนอที่ช่วยให้เห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าเกษตรได้อย่างใกล้เคียงความเป็นจริง ซึ่งช่วยประกอบการตัดสินใจในการเดินทางได้ดียิ่งขึ้น ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ต่ำอาจให้ความสำคัญกับการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงได้สะดวก และเน้นข้อมูลที่ตรงประเด็นมากกว่ารูปแบบที่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลอเลิศ หวังเอกสกุล (2564) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีแนวโน้มการเลือกใช้โรงแรมผ่านบริการออนไลน์ของนักท่องเที่ยว ด้านในอนาคตท่านมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้โรงแรมผ่านบริการออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านบึงไม้ ตำบลชะอม อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.4 อายุระหว่าง 21-28 ปี ร้อยละ 36.1 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 76.6 และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.4 โดยมีรายได้เฉลี่ย 27,529.56 บาท ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เพื่อการสื่อสารและรับข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube ผู้ใช้มักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 69.34 นิยมเดินทางกับเพื่อน ร้อยละ 53.5 ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ร้อยละ 58.2 และเที่ยวปีละ 1 ครั้ง ร้อยละ 48.3 โดยรวมระดับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 2.08$ ) ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” ( $\bar{X} = 4.19$ ) โดยด้านเนื้อหาและการออกแบบเว็บไซต์ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่าปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และรายจ่าย มีผลต่อความพึงพอใจในหลายด้านของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศและอายุมักส่งผลต่อการรับรู้เนื้อหาและการออกแบบ ขณะที่รายได้และอาชีพมีอิทธิพลต่อภาพรวมความพึงพอใจอย่างชัดเจน สะท้อนว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมมีบทบาทสำคัญต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนนี้

นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) ในเว็บไซต์สามารถเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ผู้ใช้ โดยการนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวเสมือนจริงที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบึงไม้ได้ล่วงหน้าก่อนการเดินทางจริง ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความสนใจและสร้างความรู้สึกร่วมให้กับผู้ใช่มากยิ่งขึ้น การเพิ่มเทคโนโลยี VR นี้จะช่วยเสริมสร้างความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าจดจำด้วยการที่เว็บไซต์นี้ได้รับการพัฒนาโดยมีส่วนร่วมจากชุมชนแล้ว การรักษาความสัมพันธ์และความมีส่วนร่วมของชุมชนในการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องถือเป็นกุญแจสำคัญในการทำให้เว็บไซต์นี้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยิ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนอีกด้วย

## ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. เพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ครอบคลุมกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชนบ้านบึงไม้ พร้อมทั้งอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้ทุกกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง
2. ควรใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียที่หลากหลายในการเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมของชุมชน รวมถึงนำเทคนิคการทำ SEO (Search engine optimization) มาใช้เพื่อเพิ่มโอกาสให้เว็บไซต์ปรากฏในผลการค้นหาบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางยิ่งขึ้น
3. พัฒนาระบบการใช้งานและฟังก์ชันเสริมที่ตอบโจทย์ผู้ใช้ ควรพิจารณาเพิ่มฟังก์ชันต่างๆ เช่น ระบบจองกิจกรรมออนไลน์ หรือฟีเจอร์ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็นและแบ่งปันประสบการณ์ได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์และเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2565). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. <https://www.dot.go.th/storage/กองพัฒนาบริการ/แผนกองฯ/QttfdpYXKOCrXLds1f5xJfseslXaXcpgu3q3oDnM.pdf>
- คัมภีร์ นิลแสง. (2565). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา. *วารสาร MCU Ubon Review*, 7(2), 1–13. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/257768>
- เจนจิรา หวังหลี่, ชาคริต โคจรนา, ธรรมาภรณ์ ยวนใจ และ ธนกฤต รัตนสิมานนท์. (2563). การพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดตรัง. *วารสารเกษตรศาสตร์และเทคโนโลยี*, 1(1), 85–93. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/atj/article/view/239798>
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2561). แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 26(50), 169–186. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/116188>
- จุฑารัตน์ เนียมถนอม. (2562). *ความพึงพอใจของครูที่มีต่อเว็บไซต์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 3*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช). [https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/10552/1/FULLTEXT.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/10552/1/FULLTEXT.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- นันท์นิจ พิศวิสัย. (2558). *พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraiee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:92797](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:92797)

- ประติมากร วงษ์ดี. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).  
<https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/10552/1/FULLTEXT.pdf>
- พีรพัฒน์ ดิลกกลยากุล. (2562). การเปิดรับความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์และความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อเว็บไซต์สำนักข่าวอิศรา: กรณีศึกษาศูนย์ข่าวภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม). <https://dspace.spu.ac.th/items/2aac50e4-2309-4c6a-b96e-3366681370e1>
- ภัทร์วีรญา เศรษฐนนท์วัฒน์ และ สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล. (2563). ปัจจัยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4557/3/patwarunya\\_sett.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4557/3/patwarunya_sett.pdf)
- เลอเลิศ หวังเอกสกุล. (2564). คุณภาพของเว็บไซต์และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผ่านบริการออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ. (2539). เรียนอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บบอร์ดเว็บบ่อยง่าย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมชาย ไชยมูลวงศ์, สายสกุล ฟองมูล, นครเรศ รังควัต และ พหล ศักดิ์กะทัศน์ (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 37(3), 71–78.  
<https://li01.tci-thaijo.org/index.php/MJUJN/article/view/248419>
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Son.
- Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*.  
<https://psycnet.apa.org/record/1933-01885-001>
- Tanjung, S. (2017). Local community participation in the village website development in gianyar bali. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(2), 1854–1868.  
<https://doi.org/10.20319/pijss.2017.32.18541868>