

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

THE SATISFACTION OF THAI TOURIST TOWARD

BANG NAM PHUENG FLOATING MARKET

เสฏฐวุฒิ ธนธิปรีดา
สาขาวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

SETTAVUT TANATITIPREEDA
E-mail: settavut.yin@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณี ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่ม ตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 270 คนมีช่วงอายุอยู่ในระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 257 คน มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 329 คน มีอาชีพ อื่นๆ ไม่ได้ระบุ มากที่สุด จำนวน 191 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมีสถานภาพ โสด มากที่สุด จำนวน 284 คน

สำหรับผลการประเมินนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่า ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านประชาชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับ มาก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ ,ประชากร

ABSTRACT

This research is to study the subject Satisfaction of Thai tourists: a case study Bang Namphueng Floating Market Samut Prakan Province The objectives are 1) to study demographic characteristics such as gender, age, education level Average monthly income, occupation, and status. 2) To study the satisfaction of tourists towards tourism in Bang Nam Phueng floating market. 3) to compare the satisfaction of tourists visiting Bang Nam Phueng floating market. Samut Prakan Province There are different demographic characteristics. This research uses samples. Thai tourists visiting Bang Nam Phueng floating market Samut Prakan Province, aged over 15 years, 400 people. The instrument used was a questionnaire and processed with SPSS software using statistics for data analysis, including frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and analysis. Variance (ANOVA)

The results showed that most of the 270 respondents were male, with the age range between 21 - 30 years, the most being 257 people with the highest bachelor degree level, 329 people could not have any other occupation. The most specified are 191 people with an average monthly income of 15,001 - 20,000 baht and having the most single status of 284 people.

For the evaluation of Thai tourists Towards the Bang Namphueng floating market Samut Prakan Province as a whole Is at a high level when considering in separate aspects, found that The results of the tourist satisfaction assessment At a high level The result of the evaluation of the satisfaction of the local people. At a high level Store satisfaction assessment results Restaurant and drink At a high level The result of service satisfaction assessment of Government agencies are at a high level.

Keywords: satisfaction, population

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าการท่องเที่ยวอันเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยเป็นอย่างมากอันเนื่องมาจากการที่เมืองไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งโบราณสถาน ดินแดน ประวัติศาสตร์ แหล่งธรรมชาติ ชุมชนและศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ อีกทั้งยังมีรูปแบบวิถีชีวิตที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวผจญภัยกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เรียนรู้วิถีชีวิตพื้นถิ่น การร่วมเป็นส่วนหนึ่งในเทศกาลงานประเพณีซึ่งล้วนแล้วแต่สร้างประสบการณ์น่าจดจำรำลึกให้กับนักท่องเที่ยวที่ก้าวเข้าไปพบความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวและประเพณีไทยที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของแผ่นดิน

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว และเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว จึงเป็นที่ตระหนักดีว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา และแสดงบทบาทในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในรูปแบบหนึ่งซึ่งจะ

นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาย ทั้งยังเป็น การสร้างความมั่นคงให้กับประชาชน และนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาว ไทยอีกด้วย นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึก สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) และสำหรับตลาดน้ำบางน้ำผึ้งก็ถือว่าเป็น แหล่งทรัพยากรธรรมชาติของประเทศอย่างคุ้มค่า และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ไม่น้อย ซึ่งตลาดน้ำบางน้ำผึ้งก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมเดินทางไป ท่องเที่ยวหรือศึกษาสภาพชีวิตความเป็นอยู่แบบพื้นบ้านกันมากขึ้นเรื่อย ๆ

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีพื้นที่สีเขียวที่มีรูปร่าง คล้ายกระเพาะหมูหรือแอกวี่ หรือเรียกว่า คุ้งกระเพาะหมู ซึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่ปลอดสารพิษ ท่ามกลาง ความเจริญเติบโตของเมือง มีเนื้อที่รวม 11,819 ไร่ โอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา และที่สำคัญคุ้งกระเพาะหมู แห่งนี้ได้ “อนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียวตั้งแต่ปี 2520 พื้นที่แห่งนี้จึงเป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ให้กับ ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร ช่วยกรองฝุ่นละอองและมลพิษทางอากาศ ที่เกิด จากโรงงานอุตสาหกรรมที่มีอยู่มากมาย” และส่งผลให้พื้นที่บริเวณคุ้งกระเพาะหมูนี้มีพันธุ์พืชนานาชนิดขึ้น อย่างหนาแน่น มีพันธุ์นก รวมทั้งแมลงนานาชนิดอาศัยอยู่จำนวนมาก

องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและประชาชนบางน้ำผึ้ง ได้ร่วมมือใจปลูกวิถีชีวิตดั้งเดิมขึ้นมาใหม่ พร้อมใจสร้างตลาดขึ้นมาใหม่ “ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง” เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชนบางน้ำผึ้ง และตำบลใกล้เคียงฝั่งเมืองพระประแดง จนถึงปัจจุบันเติบโตจนเป็น แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัด สมุทรปราการ นับเป็นตลาดใกล้กรุงที่มีสินค้าหลากหลายทั้งของกินของใช้ของฝากนานาชนิด จัดเป็นซุ้มให้มี ทางเดินยาวกว่า 2 กิโลเมตร ขนานไปกับคลองซอยสายเล็ก ๆ ที่แตกแขนงจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ามาในพื้นที่ ที่ทำการเกษตรของชาวบ้าน จัดจำหน่ายต้นไม้พันธุ์ กล้วยหอม ชมพู่มะเหมี่ยว, ขนมหวานพื้นเมืองฝีมือชาวบ้าน เช่น ขนม ถั่วยว ขนมจาก กล้วยแขก ม้าฮ่อ ขนมตระกูลทอง กาละแมกวน ฝอยเงินที่ใช้ไขขาวต้มในน้ำเชื่อมรสหวานชุ่ม คอ หมี่กรอบโบราณ ฯลฯ อาหารคาว เช่น ก๋วยเตี๋ยวลุยสวน ไส้กรอกโบราณ ห่อหมกหมู หอยทอดในถาดขนม ครก ไก่สะเต๊ะ น้ำพริกต่าง ๆ พร้อมเลือกผักเคียงข้างจาน เช่น ผักกระถิน ผักบุ้ง ผักหนาม ผักดองชนิดต่าง ๆ ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปพืชผักในมีรับประทานนอกฤดูจากนี่ยังเป็นศูนย์รวมสินค้า OTOP ที่สร้างสรรค์จากคนในชุมชนบางน้ำผึ้งและตำบลใกล้เคียง ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น ดอกไม้เกลิตปลา บ้าน รูปสมุนไพรรูปสัตว์จากทะเลอย่างกุ้งแห้ง กะปิ หอยดอง ภาพประดิษฐ์จากรกมะพร้าว ของตกแต่งบ้าน – ดอกหญ้าหลากสี, โมบายล์ ลูกตีนเป็ดรูปร่างแปลกตา เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาด น้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อนำผลการศึกษาที่นักท่องเที่ยวเห็นควรในการปรับปรุงหรือพัฒนาเพิ่มขึ้นจะได้นำมาสู่การ พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้อยู่ ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์โดยใช้ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นตัวแปรในการวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยกลุ่มประชากรคือ นักท่องเที่ยว อายุ 15 ปีขึ้นไปที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยการวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการในช่วงเดือนเมษายน 2563

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาครั้งนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
2. ด้านความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนในท้องถิ่น ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบธุรกิจตลาดน้ำบางน้ำผึ้งสามารถนำผลสำรวจทางด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการบริหารจัดการตลาดน้ำที่ดีในอนาคต
2. เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ให้กับหน่วยงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ คือปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติและสถานภาพ ทางสังคม (Social class)
2. ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ตอบสนองทางบวกต่อสิ่งหนึ่ง ๆ ครอบคลุมทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ยานพาหนะ กิจกรรมนันทนาการ หรือบริการอื่น ๆ ภายในบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
3. ตลาดน้ำ หมายถึง ตลาดที่มีการค้าขายกันโดยใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางสัญจร โดยใช้เรือแพ หรือบ้านเรือนที่ตั้งอยู่ริมน้ำเป็นพาหนะในการบรรทุกสินค้า
4. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ใช้อยู่เป็นประจำทุกวัน หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน
5. การบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวภายในบริเวณ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

6. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มากขึ้นและเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพิ่มมากขึ้น

7. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เช่น ผู้ขายสินค้าหรือบริการ รวมถึงผู้ให้เช่าเรือพาย ให้เช่าจักรยาน บ้านพักโฮมสเตย์ เป็นต้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์นั้น หมายถึง ลักษณะของคนหรือประชากร นั้นประกอบไปด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ เป็นสิ่งที่นิยมใช้ในการวัดอธิบาย ถึงความคิดและความรู้สึกของประชากรเหล่านั้น ซึ่งทำให้เกิดประสิทธิผลในการกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยคนที่มีลักษณะต่างกันจะทำให้ทางด้านจิตวิทยานั้นต่างกัน โดยมีการกำหนดตัวแปรดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ กลุ่มอายุที่มีความแตกต่างกันทำให้มีความชื่นชอบรสนิยมนที่แตกต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการดำเนินชีวิตในขณะนั้นจึงแตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษา ผู้ที่ได้รับในระดับสูงส่งผลให้มีการคิดวิเคราะห์ดีกว่า รวมถึงการตัดสินใจนั้นมีความกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำเพราะคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้ที่มีความรู้มากและเข้าใจในการสื่อสารได้ดี โดยใช้หลักเหตุและผลในการเชื่อในสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อต่างๆในการช่วยในการตัดสินใจต่างๆ

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ทั้งนี้บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้มีความต้องการในด้านสินค้าและบริการ ที่ต่างกัน

สรุปได้ว่าปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ มีผลต่อปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์โดยความต้องการของประชากรนั้นแตกต่างกัน ลักษณะต่างๆในความคิด ทัศนคติและสิ่งแวดล้อมรอบตัวต่างๆ นั้นมีผลต่อการกำหนดประชากรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการค้นหาเป้าหมายและเข้าถึงกลุ่มที่เจาะจง

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินการงานบริการให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2551:24)

1. การแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดบุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วย การโต้ตอบกับบุคคลอื่นและ

สิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้ สิ่งที่จะได้รับการตอบแทนจึงแตกต่างกันไปตาม สถานการณ์ การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของ การบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆ หากเป็นไปตาม ความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและ พอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงใน สถานการณ์หนึ่ง ในสถานการณ์การบริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการ นั้นไว้ในใจอยู่ก่อน ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตนาที่ดีที่ติดต่อบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคย ใช้บริการจากการบอกเล่าจากผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญา ของผู้ให้บริการเหล่านั้น เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการใช้ บริการ ตลอดช่วงเวลาของความจริงสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่ได้รับการบริการ คาดหวัง ในสิ่งที่คาดว่าจะได้รับนี้ที่อิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือพบปะระหว่างผู้ให้บริการและ ผู้รับบริการเป็นอย่างมาก ผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้นกับ สิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นตามคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้องความหวังที่มีผู้รับบริการ ย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังอาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่านับเป็นการ ยืนยันที่คลาดเคลื่อนจากความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับความพึง พอใจ หรือความพึงพอใจมากน้อยได้ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกจะแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทาง ลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

ในการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายอีกวิธีหนึ่งโดยการขอร้องหรือขอความ ร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด และแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่จะทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ เป็นวิธีที่ต้องการอาศัย เทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การ วัดความพึงพอใจโดยวิธีสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากที่สุดอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นวิธีที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจาก พฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากรับบริการแล้ว การวัดความพึงพอใจด้วยวิธีนี้ จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ได้อย่างถูกต้อง

เห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการบริการนั้นสามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับ ความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัด จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมี ประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณชน จันทดิษฐ์ (2552) ศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ให้ความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการให้บริการของหน่วยงานรัฐ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในด้านความพึงพอใจต่างๆ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานรัฐและร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พิบูลแก้ว สุขขำ (2557) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด และ สมรส การศึกษาปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน รายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ารายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และยังพบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลทำให้การกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ก็ต่างกัน ค่าใช้จ่ายต่างกัน และการแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ก็ต่างกัน นอกจากนี้ความพึงพอใจต่อราคามีความสัมพันธ์กับกิจกรรมที่ทำในตลาดน้ำในระดับต่ำไปทิศทางเดียวกัน

พัชรดา มงคลนาค (2555) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 35 – 44 ปี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

2. สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการและจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยได้นำมาตั้งเป็นสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

3. ประชากรที่ทำการวิจัย

ประชากร (N) ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

4. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาใช้ในการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิงที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีจำนวนประชากรที่ไม่ทราบแน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.GCochran โดยกำหนดค่าเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549 หน้า 74)

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง (Self-administered Questionnaire) โดยลักษณะของเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ คำถามส่วนนี้จะใช้มาตรวัดระดับบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบปลายปิดและจะให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แบ่งเป็น 4 ด้านได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนท้องถิ่น ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และ ด้านด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ

6. วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อวางกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมในแต่ละด้าน และครอบคลุมเนื้อหาโดยพิจารณาเอกสารตำรา บทความ และหลักการทางวิชาการ เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์

7. การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ทำการวิจัยจะนำแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ ดร.ธรรมรัตน์ พลอยเพชร ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์เพื่อความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและด้านภาษาเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และวัตถุประสงค์ในการวิจัย จากนั้นจึงนำเครื่องมือทั้งหมดไปทดลองเหมือนจริง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง เพื่อพิจารณาว่าแบบสอบถามกับผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสื่อสารตรงกันตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ทั้งในด้านภาษาและรูปแบบของแบบสอบถาม

หลังจากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง หาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha ของ Cornbrash เพื่อใช้ตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ในแบบสอบถาม สุดท้ายนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

8. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้ศึกษาดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่แจกไปตามจำนวนด้วยตนเอง
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้อง และคัดแยกตัวแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาบันทึกลงรหัสและตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

9. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแสดงค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อสรุปข้อมูลขั้นต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่

การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร (t-Test) โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ โดยจำเป็นการวิเคราะห์ว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามนั้นจะแตกต่างกันในทุกกลุ่มของตัวแปรอิสระหรือไม่

การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร (One way ANOVA) โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมุติฐานลักษณะประชากรศาสตร์อื่น ๆ ยกเว้น (เพศ) โดยใช้ F-Test / ANOVA เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยนั้นแตกต่างกันหรือไม่

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลข้อมูลจากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

1. ข้อมูลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 270 คนมีช่วงอายุอยู่ในระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 257 คน มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 329 คน มีอาชีพ อื่นๆ ไม่ได้ระบุ มากที่สุด จำนวน 191 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมีสถานภาพ โสด มากที่สุด จำนวน 284 คน

2. ผลการประเมินด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่าผลประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่า ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านประชาชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และผลประเมินระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของ หน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

การอภิปรายผล

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนของ เพศอายุสถานภาพระดับการศึกษาอาชีพรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกคำตอบอย่างหลากหลาย และแตกต่างกัน เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง

2. ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผลประเมินระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

2.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ภาณุวัฒน์ ภักดิ์อักษร (2555) พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวนอกจากจะคำนึงถึงภูมิประเทศ รายได้ แล้วยังเป็นเรื่องของแรงปรารถนาภายในของแต่ละบุคคลของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความจำเจ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการผจญภัย เป็นต้นโดยแรงผลักดันเป็นแรงที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านสังคมและจิตวิทยา (Socio-psychological) รวมไปถึงสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่สนใจให้บุคคลเดินทางท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

2.2 ด้านประชาชนท้องถิ่น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการเอาใจใส่มีไมตรีต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Munusamy, et al. (2010) ได้ศึกษาอุตสาหกรรมการธนาคารในประเทศมาเลเซียจากการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกแต่ไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นมิติของคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจซึ่งได้แก่ 1) สมาชิกชุมชนสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ชัดเจน 2) สมาชิกชุมชนสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว 3) สมาชิกชุมชนปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยความสุภาพเป็นสิ่งที่ปฏิบัติมาจากความเป็นวิถีของชาวบ้านซึ่งมีความเป็นธรรมชาติซึ่งชุมชนทุกแห่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทยต่างมีสิ่งเหล่านี้เหมือน ๆ กัน ซึ่งย่อมไม่อาจจะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

2.3 ด้านร้านค้าร้านอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายต่อสินค้ามีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Kotler, (2003) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ และถ้าหากตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2.4 ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจกับการให้บริการด้านที่จอดรถ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของสุตารัตน์ พวงผกา (2550) ที่ได้ศึกษา

ความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำ ดลิ่งชัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องของการเดินทางที่สะดวกสบายทั้งไปและกลับ และสอดคล้องกับมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช (2550) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการเข้าถึงง่ายนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจ ได้มากหากมีความสะดวกสบายในการเที่ยวชม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องสถานที่ ความสะดวกสบายและสุขอนามัย ดังนั้น ประเด็นที่ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรดำเนินการ คือ เรื่องความสะดวกของห้องสุขาสาธารณะ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดมากในด้านหนึ่ง ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการทำความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความผ่อนคลายและความพึงพอใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวอีกครั้ง

2. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมีระดับความพึงพอใจด้านการบริการของหน่วยงานภาครัฐ ในส่วนของการดูแลนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่น้อยที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาในการดูแลเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ควรจะมีเจ้าหน้าที่คอยบริการเป็นจุดเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้ทราบถึงรายละเอียดต่างๆในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำนอกเหนือจากแบบสอบถาม เพื่อให้ได้รับรู้ถึงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวและยังได้รับรายละเอียดข้อมูลเชิงลึกในการโต้ตอบ ระหว่างกันดีขึ้นด้วย

2. ควรมีการศึกษานักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยเพื่อที่จะนำความคิดเห็นมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อที่จะได้มองจุดที่สถานที่ในมุมมองของชาวต่างชาติ จะสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงตรงไหน เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักได้ยิ่งขึ้นไปอีกด้วย

บรรณานุกรม

วรรณชน จันทดิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). แนวคิดการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. จุลสารท่องเที่ยว. 52(3), 5.

จूरี่รัตน์ เกตุแก้ว . (2556). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำหัวหิน. เอกสารงานวิจัย การค้นคว้า ส่วนบุคคลหลัก สูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โรหนับ ศรีอาหมัด. (2555). ตลาดน้ำคลองแห: พื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.