

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
นภนันทน์ หอมสุต^{a*} และ ณริษา นิลแสง^b

Expectation and Satisfaction of Thai Tourists for Bang Nam Peung
Floating Market Samutprakarn
Noppanon Homsud^{a*} and Narisa Nilsaeng^b

^aสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

^bหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

^aGeneral Business Management Department, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Petchaburi

^bMaster of Business Administration, Program in Entrepreneurship Faculty of Management Science, Silpakorn University, Petchaburi

*Corresponding Author. E-mail address: noppanon@ms.su.ac.th (N. Homsud)

Received 30 May 2011; accepted 31 August 2011

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติ *t*-test

ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวและด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มในระดับมากที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งส่วนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งหมด 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านราคาและร้านจำหน่ายสินค้า และด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งสูงกว่าความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความคาดหวัง ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวชาวไทย ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

Abstract

This research's purposes were to study the level of the expectation, the satisfaction of Thai tourists to Bang Num Peung floating market, Samutprakarn province and to compare the differences between the expectation and the satisfaction of Thai tourists to Bang Num Peung floating market, Samutprakarn province. The sample groups were 400 Thai tourists visiting Bang Num Peung floating market, Samutprakarn province by convenience sampling. Tools used in this research were questionnaires, statistical analysis of data employed was frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis test (*t*-test)

The results found that the expectation level of Thai tourists visiting Bang Num Peung floating market was at the high level. When it was considered in each category, the respondents paid attention in attractive things and the restaurant and the beverage at the highest level. While the satisfaction level of Thai tourists to Bang Num Peung floating market was general high. When each side was considered, it found that tourists focus at the high level on all seven sides; consisting of Public Relations, Service of Officer, Utility, Transportation, Safety, Price and Shop, and Souvenir Place. As for hypothesis testing, it was found that the expectation level of Thai tourists to Bang Num Peung floating market was significant higher than the satisfaction level at the 0.05 statistical levels.

Keywords: Expectation, Satisfaction, Thai Tourists, Bang Nam Peung Floating Market

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ ซึ่งปกติแล้วการท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้น จะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือ

ไม่ก็ได้ รูปแบบของการท่องเที่ยวมีด้วยกันอยู่หลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งประเทศไทยนั้น เป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถสร้างเงินตราต่างประเทศมากกว่า

แสนล้านบาทในแต่ละปี โดยที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่างๆ ในเรื่องของการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างระบบสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว มีการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวตลาดน้ำจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประเภทหนึ่ง

ตลาดน้ำ คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตมีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและที่ขุดขึ้น เพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและขยายพื้นที่เพาะปลูกย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็จะอยู่คู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรก คือ ปากคลองตลาด นอกจากนี้ยังมีตลาดน้ำที่สำคัญ คือ ตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพธิ์ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าคา ตลาดน้ำบ้านกระแซง เป็นต้น (ชลธิ์ ชูชาติ, 2545)

ในปัจจุบัน ตลาดน้ำลดความคึกคักจางลงไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการคมนาคมทางบกที่สะดวกและรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำจึงทำให้เกิดการถมคลองเพื่อสร้างถนน อันมีผลให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม การค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่นตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือกสวนไร่ตามริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่าย เป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำในปัจจุบันที่ ยังคงมีอยู่และเป็นที่รู้จักได้แก่ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร และตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ (ชลธิ์ ชูชาติ, 2545)

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เกิดขึ้นในปี พ.ศ.2547 โดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและชาวบ้านตำบลบางน้ำผึ้งได้ร่วมกันปลูกวิถีชีวิตดั้งเดิมขึ้น

มาใหม่อีกครั้ง เนื่องจาก พ.ศ.2527 เกิดปัญหาน้ำท่วมในช่วงฤดูน้ำหลากและปัญหาน้ำทะเลหนุนสูง จนชาวบ้านได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมากทำให้ต้องเลิกอาชีพเกษตรกรรมไปในที่สุด จนกระทั่งปี พ.ศ.2537 ได้มีการสร้างเขื่อนคอนกรีตล้อมรอบพื้นที่ เพื่อไม่ให้น้ำท่วมตามนโยบายปอดแห่งสุดท้ายของคนกรุงเทพมหานคร ทำให้ชาวบ้านหันกลับมาทำอาชีพเกษตรกรรมตามเดิม จนเกิดผลผลิตล้นตลาด ราคาผลผลิตตกต่ำ รายได้ลดลง ส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนตกต่ำชาวบ้านเดือดร้อน เป็นสาเหตุให้เกิดการจัดเวทีประชาคม เพื่อหาทางแก้ไขปัญหานี้ จึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดในชุมชนโดยใช้ทรัพยากรและเอกลักษณ์ของชุมชนให้เกิดประโยชน์ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีการให้ชุมชนมาจัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น ขนมไทย สินค้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์โอท็อป นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น เที่ยวตลาดน้ำจักรยาน โยมสเตย์ พายเรือชมทัศนียภาพ กิจกรรมดนตรีในสวน กิจกรรมมุมศิลปะในสวน กิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย นวดเพื่อสุขภาพ ไหว้พระ 9 วัด ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน เพื่อความสนุกสนานของนักท่องเที่ยวให้กลับมาเยือนที่นี่อีกครั้ง โดยตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจะแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวชุมชนบางน้ำผึ้งและรูปแบบการสร้างสัมพันธภาพในลักษณะเครือญาติแบบชุมชนคนในชุมชนพึ่งพาตนเองได้ โดยได้ดำเนินตามแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ แสดงให้เห็นว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นตลาดน้ำที่มีความร่มรื่นและเป็นธรรมชาติมากที่สุดเหมาะกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะตั้งอยู่ในสวนผลไม้บริเวณริมคลองและอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครมากกว่าตลาดน้ำแห่งอื่น การเดินทางสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง ด้วยศักยภาพของชุมชนบางน้ำผึ้งดังที่กล่าวมาทำให้บางน้ำผึ้งเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่ยังคงความสมบูรณ์ตามธรรมชาติที่งดงามยังเป็นปัจจัยเสริมที่ดึงดูดความสนใจจากสังคมภายนอกให้เข้าไปเยี่ยมชมเยือนชุมชนแห่งนี้ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2553)

ความคาดหวังและความพึงพอใจ เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของเจตคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเหตุผลเสมอไปได้ พึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก หรือ ทิศทางลบ หรือ ไม่มีปฏิกิริยา คือเฉยๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นนั้นได้ (วิโรจน์ สารัตนะ, 2543)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้จำเป็นต้องศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ตลอดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาและส่งเสริม

การท่องเที่ยว ทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านราคาและร้านขายสินค้า ตลอดจนด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำไทยที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
- 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประจำปี พ.ศ.2552 จำนวนประชากรทั้งสิ้น 869,058 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2553) เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 400 คน โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Taro Yamane โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2553 ทั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำในช่วงบ่ายถึงเย็น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถระบุได้ทั้งความคาดหวังและความพึงพอใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกระบวนการศึกษาหาความรู้จากข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ประกอบด้วยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check Lists) โดยถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้

ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย รูปแบบของการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check Lists)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง 7 ด้าน ประกอบไปด้วย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านราคาและร้านจำหน่ายสินค้า และด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ

การสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาและปรับปรุงแบบสอบถามมาจากแนวคิดเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจและจากงานวิจัยของกรรวิ กันเงิน (2550) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่พัฒนาและปรับปรุงไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและด้านพฤติกรรมศาสตร์ เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเท่ากับ 0.944 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเท่ากับ 0.971 แบบสอบถามทั้งหมดมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มากกว่า 0.80 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการเก็บรวบรวมและประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

โปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ โปรแกรม SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science) โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติแจกแจงความถี่และร้อยละ

การวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยวัดระดับความคาดหวังตามเกณฑ์ค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แปลความหมายว่า ดีมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แปลความหมายว่า ดี

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แปลความหมายว่า ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แปลความหมายว่า น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความหมายว่า น้อยที่สุด การทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ใช้สถิติ T-Test

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ต่อเดือน ได้ผลดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 และเพศชาย มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 21–30 ปี มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาคือช่วงอายุ 31–40 ปี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25

ภูมิฐานะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา คือ ภูมิลำเนาในเขตภาคกลาง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25

สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา คือ นักเรียน นักศึกษา มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 135 คน คิด

เป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ลักษณะของการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว ได้ผลดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือเพื่อการพักผ่อนและสุขภาพ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00

ลักษณะของการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวส่วนบุคคล มีจำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.50 และการท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือนำเที่ยวมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 501–1,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001–4,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว 2 คน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ 4–6 คน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50

3. การวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกตามความคาดหวังจำนวน 7 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านราคาและร้านจำหน่ายสินค้า และด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ได้ผลดังตารางที่ 1 – 7

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการคมนาคมขนส่ง

ด้านการคมนาคมขนส่ง	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ความสะดวกในการเดินทาง	4.11	0.81	มาก	3.92	0.84	มาก
ความชัดเจนของป้ายบอกทางบนถนนตลอดการเดินทาง	4.02	0.82	มาก	3.74	0.87	มาก
ความชัดเจนของป้ายบอกทางในตลาดน้ำ	3.99	0.88	มาก	3.71	1.02	มาก
สภาพของถนนก่อนถึงตลาดน้ำทั้งขาเข้าและขาออก	3.98	0.83	มาก	3.69	0.91	มาก
มีการจัดการจราจรภายในตลาดน้ำที่เป็นระเบียบ	4.00	0.81	มาก	3.71	0.88	มาก
การดูแลจราจรของเจ้าหน้าที่ บริเวณที่จอดรถของตลาดน้ำ	3.90	0.83	มาก	3.68	0.95	มาก
ความสะอาดของถนน ทางเดินเท้าภายในตลาดน้ำ	4.00	0.85	มาก	3.84	0.88	มาก
สภาพของทางเดินเท้า บันได มีความกว้างขวาง	3.90	0.86	มาก	3.51	1.03	มาก
รวม	3.99	0.75	มาก	3.72	0.66	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
มีการจัดสรรโซนการขายอาหารแยกประเภทชัดเจน	3.92	0.88	มาก	3.63	0.95	มาก
ความเพียงพอของร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	4.03	0.83	มาก	3.94	0.85	มาก
ความเพียงพอของสถานที่รับประทานอาหาร	3.96	0.86	มาก	3.76	1.01	มาก
ความสะอาดของร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	3.99	0.85	มาก	3.84	0.89	มาก
ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	4.14	0.81	มาก	3.93	0.90	มาก
รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม	4.04	0.79	มาก	3.82	0.90	มาก
การบริการและอรรถาธิบายไม่ตรีจิตของผู้จำหน่ายสินค้า	4.15	0.80	มาก	4.04	0.93	มาก
การให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มในราคาที่เหมาะสม	4.09	0.84	มาก	3.86	0.97	มาก
รวม	4.04	0.71	มาก	3.85	0.77	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านบริการนำเที่ยว

ด้านบริการนำเที่ยว	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ในด้านการให้บริการ	3.95	0.85	มาก	3.62	0.90	มาก
การให้คำแนะนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	3.86	0.81	มาก	3.55	0.88	มาก
การให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	3.81	0.80	มาก	3.58	0.90	มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ และความมีมารยาทของเจ้าหน้าที่	3.95	0.86	มาก	3.87	0.86	มาก
บุคลิกภาพที่ดีและการแต่งกายของเจ้าหน้าที่	3.92	0.86	มาก	3.71	0.89	มาก
มีโปรแกรมการพาชมสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ	3.83	0.95	มาก	3.45	0.96	มาก
พาหนะในการเดินทางมีความปลอดภัย	3.88	0.92	มาก	3.62	0.91	มาก
การให้บริการนำเที่ยวในราคาที่เหมาะสม	3.88	0.91	มาก	3.56	0.95	มาก
รวม	3.88	0.64	มาก	3.62	0.74	มาก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
สภาพของการท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ	4.10	0.80	มาก	3.92	0.84	มาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวกใกล้ที่พักอาศัย	4.12	0.79	มาก	3.99	0.89	มาก
ความสวยงามของทัศนียภาพภายในของตลาดน้ำ	4.09	0.77	มาก	3.90	0.90	มาก
มีสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชาวบ้าน	4.12	0.78	มาก	3.99	0.89	มาก
สินค้าที่จำหน่ายมีราคาถูกและเหมาะสม	4.00	0.92	มาก	3.74	0.93	มาก
มีกิจกรรมที่หลากหลายไว้รองรับนักท่องเที่ยว	3.82	0.96	มาก	3.45	0.97	มาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ	4.11	0.78	มาก	3.95	0.91	มาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทย	4.00	0.89	มาก	3.90	0.93	มาก
รวม	4.04	0.66	มาก	3.85	0.68	มาก

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

ด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
มีการจัดสรรโซนการขายแยกประเภทชัดเจน	3.88	0.96	มาก	3.55	0.96	มาก
ความเพียงพอของร้านค้า	4.00	0.83	มาก	3.86	0.92	มาก
ความสะอาดของร้านค้า	3.96	0.84	มาก	3.81	0.80	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.00	0.83	มาก	3.84	0.98	มาก
ราคาของสินค้าที่เหมาะสม	3.96	0.89	มาก	3.76	0.87	มาก
คุณภาพของสินค้า	3.94	0.87	มาก	3.71	0.86	มาก
การบริการและอัธยาศัยไมตรีจิตของผู้จำหน่ายสินค้า	4.11	0.83	มาก	3.98	0.76	มาก
รูปแบบการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบสะดวกต่อการเลือก	4.04	0.76	มาก	3.76	0.82	มาก
รวม	3.98	0.76	มาก	3.78	0.76	มาก

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ	4.00	0.91	มาก	3.72	0.97	มาก
มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น ตู้ยาม ตู้โทรศัพท์	3.75	1.01	มาก	3.41	1.07	มาก
การดูแลรักษาความปลอดภัยของตำรวจท่องเที่ยว	3.81	1.02	มาก	3.39	1.09	ปานกลาง
สภาพของทางเดินเท้า บันได มีความมั่นคงแข็งแรงไม่ลื่น	3.93	0.86	มาก	3.59	0.85	มาก
มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยเมื่อท่องเที่ยวทางน้ำ	3.79	0.94	มาก	3.43	0.88	มาก
ความปลอดภัยบริเวณถ่ายรูปตามจุดสำคัญของตลาดน้ำ	3.85	0.82	มาก	3.58	0.88	มาก
มีความเหมาะสมของเสียงเรือที่ใช้บริการนักท่องเที่ยว	3.87	0.84	มาก	3.71	0.84	มาก
มีความเหมาะสมของสภาพพาหนะที่ใช้บริการนักท่องเที่ยว	3.93	0.89	มาก	3.67	0.89	มาก
รวม	3.87	0.74	มาก	3.56	0.72	มาก

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการเผยแพร่และโฆษณา

ด้านการเผยแพร่และโฆษณา	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
มีเอกสารเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	3.91	0.93	มาก	3.61	0.99	มาก
เอกสารเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวมีเนื้อหาที่เหมาะสม	3.87	0.94	มาก	3.56	0.94	มาก
ป้ายประชาสัมพันธ์อยู่ในบริเวณที่สามารถมองเห็นได้ง่าย	3.86	0.92	มาก	3.59	0.98	มาก
เจ้าหน้าที่ที่ให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.94	0.90	มาก	3.59	0.95	มาก
ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ	3.98	0.90	มาก	3.79	0.88	มาก
มีการรับเรื่องร้องเรียนผ่านทางเจ้าหน้าที่	3.94	0.94	มาก	3.65	0.96	มาก
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ	4.02	0.94	มาก	3.68	1.07	มาก
มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ	3.99	0.92	มาก	3.69	1.07	มาก
รวม	3.94	0.85	มาก	3.64	0.87	มาก

ตารางที่ 8 สรุปความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	ความคาดหวัง (ค่าเฉลี่ย)	ความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย)	t-statistics	Sig.	ทดสอบ สมมติฐาน
ด้านการคมนาคม	3.986	3.724	9.594	0.000	แตกต่าง
ด้านราคาและร้านจำหน่ายสินค้า	4.039	3.852	5.996	0.000	แตกต่าง
ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่	3.882	3.618	7.683	0.000	แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.043	3.854	6.726	0.000	แตกต่าง
ด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก	3.984	3.782	7.973	0.000	แตกต่าง
ด้านความปลอดภัย	3.866	3.562	8.187	0.000	แตกต่าง
ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	3.939	3.644	8.786	0.000	แตกต่าง

จากตารางที่ 8 พบว่า ระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว พบว่า ทุกด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสูงกว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังและพึงพอใจกับองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดและให้ความคาดหวังและพึงพอใจกับองค์ประกอบด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านบริการนำเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ด้านความปลอดภัยและด้านการแพร่และโฆษณาอยู่ในระดับมากทั้งหมด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรวิ กั้นเงิน (2550) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ 1. ด้านการประชาสัมพันธ์ 2. ด้านการบริการต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ 3. ด้านระยะทาง 4. ด้านที่พัก 5. ด้านความปลอดภัย 6. ด้านร้านจำหน่ายอาหาร 7. ด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า พึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาด

น้ำบางน้ำผึ้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านบริการนำเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว ด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ด้านความปลอดภัยและด้านการแพร่และโฆษณาอยู่ในระดับระดับมากทั้งหมด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ กรรวิ กั้นเงิน (2550) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งปรับปรุงด้านต่างๆ ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งดังนี้

ด้านการคมนาคมขนส่ง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งและความสะอาดของถนน ทางเดินเท้าภายในตลาดน้ำมากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องสภาพของทางเดินเท้า บันไดมีความกว้างขวางและการดูแลจราจรของเจ้าหน้าที่บริเวณที่จอดรถของตลาดน้ำน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องของสภาพของทางเดินเท้า บันไดให้มีความกว้างขวางและมีความปลอดภัย ควรเพิ่มการดูแลจราจรของเจ้าหน้าที่บริเวณที่จอดรถของตลาดน้ำ

ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับการบริการและอัธยาศัยไมตรีจิตของผู้จำหน่ายสินค้าและความเพียงพอของร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องการจัดสรรโซนการขายอาหารแยกประเภทชัดเจนและความเพียงพอของสถานที่รับประทานอาหารน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องการจัดสรรโซนการขายอาหารแยกประเภทชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มได้อย่างง่ายและรวดเร็ว ควรเพิ่มสถานที่รับประทานอาหารให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

ด้านบริการนำเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพและความมี

มารยาทของเจ้าหน้าที่และบุคลิกภาพที่ดีและการแต่งกายของเจ้าหน้าที่มากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องมีโปรแกรมการพาชมสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจและการให้คำแนะนำข้อมูลพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายโปรแกรมให้นักท่องเที่ยวเลือกได้อย่างเหมาะสมและควรฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้แนะนำข้อมูลพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวและเทคนิคการบริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดการประทับใจเมื่อได้มีการติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่

ด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชาวบ้านจากชุมชนจำนวนมาก และตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางสะดวกใกล้ที่พักอาศัยมากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องมีกิจกรรมที่หลากหลายไว้รองรับนักท่องเที่ยวและสินค้าที่จำหน่ายมีราคาถูกและเหมาะสมน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องการจัดกิจกรรมที่หลากหลายไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น จัดกิจกรรมแสดงดนตรีหรือการแสดงศิลปะพื้นบ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมขณะมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำและควรมีการจำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

ด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับการบริการและอัธยาศัยไมตรีจิตของผู้จำหน่ายสินค้าและความเพียงพอของร้านค้ามากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องการจัดสรรโซนการขายแยกประเภทชัดเจนและคุณภาพของสินค้าน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องการจัดสรรแบ่งโซนการขายอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสะดวกและมีความรวดเร็วในการซื้อสินค้าและสินค้าที่นำมาขายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรมีการตรวจเช็คจากผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพของสินค้าก่อนที่จะวางจำหน่ายในบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ด้านความปลอดภัย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความเหมาะสมของเสียงเรือที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยของสถานที่จอดรถมากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องการดูแลรักษาความปลอดภัยของตำรวจท่องเที่ยวและมีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น การแจ้งเหตุฉุกเฉิน ตู้ยาม ตู้โทรศัพท์น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องเพิ่มการรักษาความปลอดภัยของตำรวจท่องเที่ยวและมีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น จุดแจ้งเหตุ ตู้ยาม ตู้โทรศัพท์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

ด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพและความมีมารยาทของเจ้าหน้าที่และมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำมากที่สุด มีความพึงพอใจในเรื่องเอกสารเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีเนื้อหาที่เหมาะสมและมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ไว้ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้ง่าย เจ้าหน้าที่

ที่ปฏิบัติงานในการให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องและชัดเจนน้อยที่สุด ดังนั้น จึงควรปรับปรุงในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้มีเนื้อหาที่เหมาะสมอ่านง่ายและควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนเห็นง่ายตลอดจนควรจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ของตลาดน้ำเพื่อสามารถให้คำแนะนำหรือตอบข้อคำถามของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิจัย เรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ” พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวและด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มในระดับมากที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งหมด 7 ด้าน ขณะที่การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งสูงกว่าความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป คือ 1) ปัจจุบันตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังไม่ใช่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก ควรจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และ 2) ควรศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยวเพื่อผู้ประกอบการได้ทราบถึงแนวทางการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้ใช้เป็นแผนในการกำหนดกลยุทธ์ในการขายสินค้า

เอกสารอ้างอิง

กรรวิ กันเงิน. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). แผนการตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2551. (ตุลาคม 2550 - กันยายน 2551). สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2553 จาก www.tat.or.th

ชลสิทธิ์ ชูชาติ. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. จุลสารการท่องเที่ยว. 18, 2 (เมษายน-มิถุนายน 2545).

วิโรจน์ สารัตนะ. (2543). *การบริหาร: หลักการ ทฤษฎี และประเด็นทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: อักษราพัฒนา.

องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง. (2550). *องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว*. 20, 4 (เมษายน-มิถุนายน 2550).