

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม

The Study of Tourist Behavior and Satisfaction of Visitors Traveling to
The Amphawa Floating Market in Samut Songkhram Province

กนกอร ชมชาติ

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: s67563828007@ssru.ac.th

บัว ศรีคช

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: bua.sr@ssru.ac.th

วีระ วีระโสภณ

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: weera.we@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ google form เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 400 ชุด ผลการ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีอาชีพประกอบอาชีพอิสระเป็นส่วนใหญ่ และพบว่ามีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา 3-4 ครั้งต่อปี และเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลา 16.01 - 18.00 น. ของวันศุกร์ - อาทิตย์ โดยเดินทางมากับครอบครัวบ่อยที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในตลาดน้ำอัมพวา 501-1,000 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านโปรโมชั่น (Promotion) คือ มีกิจกรรมที่น่าสนใจในการมาเที่ยว มากที่สุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา คือ กิจกรรมร้องเรือชมหิ่งห้อย ($\bar{X} = 4.39$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคา (Price) คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.37$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ (Product) คือ บรรยากาศโดยทั่วไปดี อากาศถ่ายเทสะดวก

(\bar{X} = 4.21) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ สถานที่จริงสวยเหมือนภาพที่โฆษณา (\bar{X} = 4.18)

คำสำคัญ: พฤติกรรมและความพึงพอใจ, ตลาดน้ำอัมพวา, สมุทรสงคราม

Abstract

This research aims to study the behavior and satisfaction of tourists visiting the Amphawa Floating Market in Samut Songkhram Province. Google Forms was used as a tool for data collection, gathering a total of 400 responses. The general data analysis of the respondents revealed that the majority were female, aged between 21-30 years, with a bachelor's degree, and mostly self-employed. The majority of respondents had a monthly income between 20,001 - 30,000 THB. Regarding tourist behavior and satisfaction at the Amphawa Floating Market, the study found that tourists typically visit the market 3-4 times a year, during the period from 16:01 to 18:00 on Fridays through Sundays, often traveling with their families. The primary purpose of their visits was relaxation and sightseeing, with an expenditure of 501-1,000 THB at the market. Regarding tourist satisfaction, the findings showed that tourists were most satisfied with the promotions (activities of interest during their visit) (\bar{X} = 4.50). The second most satisfying activity was the firefly boat tour (\bar{X} = 4.39). Tourists were also satisfied with the price (food and beverage pricing was considered appropriate) (\bar{X} = 4.37). In terms of the location, tourists were satisfied with the overall atmosphere and ventilation (\bar{X} = 4.21). Lastly, tourists were satisfied with the distribution channel (the actual place was as beautiful as advertised) (\bar{X} = 4.18).

Keywords: Behavior and Satisfaction, Amphawa Floating Market, Samut Songkhram Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเป็นอีกหนึ่งในภาพรวมจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 1 ของปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวกลับมาใกล้เคียงกับช่วงก่อนโควิดแล้ว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

นายคารม พลพรกลาง รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เปิดเผยว่า รัฐบาล โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระตุ้นการท่องเที่ยวโค้งสุดท้ายของปี 2567 ด้วยการเปิดตัวแคมเปญ "สุขท้าลอง 72 สไตล์" พร้อมจัดทำ E-book รวบรวมกิจกรรม 5 MUST DO สร้างจุดขายมุมมองใหม่กับเส้นทางท่องเที่ยว 72 เส้นทาง 72 สไตล์ จากแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวผ่านแนวคิด 5 Must Do in Thailand ให้ไปทำ ไปดู ไปกิน ไปเห็นด้วยตัวเองอย่างแท้จริง พร้อมเชิญ 5 KOLs ตัวท็อปในแต่ละวงการมาร่วมทำ Travel Vlog นำเสนอ 5 เส้นทางท่องเที่ยว ตามสไตล์ของตนเองเพื่อปลุกกระแสการท่องเที่ยวไทยในช่วงปลายปี เพิ่มแรงส่งให้ เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องไปถึงปี 2568 ซึ่งเป็นปีแห่งความท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มุ่งเน้นการ ส่งเสริม “เสน่ห์ไทย” และ “เมืองน่าเที่ยว” เป็นจุดขายสำคัญเพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ตั้งเป้าหมายรายได้เติบโตร้อยละ 7.5 (สืบค้นจากเว็บไซต์ : <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail>)

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ และสามารถสร้างรายได้เป็นสัดส่วนค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวทุกประเภทที่เกิดขึ้นทั่วโลก ขณะเดียวกัน รัฐบาลไทยก็ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม Soft Power ความเป็นไทยมิติวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีเสน่ห์และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการถ่ายทอดสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยได้รับความนิยมมาก “ตลาดน้ำ” นอกจากเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองไทยแล้ว ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนชาวสวน จากการค้าขายผลผลิตทางเกษตรทางน้ำของชาวบ้านที่หาได้ยากในปัจจุบัน (สืบค้นจากเว็บไซต์ : <https://www.naewna.com/local/710822>)

ตลาดน้ำอัมพวา เป็นหนึ่งในตลาดน้ำยอดนิยมอย่างยาวนานคู่วิถีชีวิตชาวอัมพวากว่าร้อยปี ด้วยเสน่ห์ของเรือนแถวไม้ริมน้ำกับการสัญจรทางน้ำ มีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือมาขายอาหารจำนวนมาก เช่น หอยทอด ผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ขนมกล้วย ขนมใส่ไส้ และอื่น ๆ อีกมากมาย ถือเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำอัมพวา ที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตแบบไทยๆ และได้ย้อนรำลึกถึงเสน่ห์วันวานที่สวยงามอย่างยิ่งนอกจากนี้ มีกิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อยยามค่ำคืน โดยเรือจะล่องไปตามลำน้ำแม่กลองหรือคลองย่อยต่าง ๆ ที่มีต้นลำพู ริมฝั่งและมีพื้นที่ค่อนข้างมืด นักท่องเที่ยวจะพบเห็นหิ่งห้อยจำนวนมากในช่วงฤดูฝน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยศึกษาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านโปรโมชั่น และ 5) ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่มีต่อตลาดน้ำ

อัมพวา โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนส่งเสริมการบริการในระดับท้องถิ่นของตลาดน้ำอัมพวาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร กลุ่มประชากรที่ท่องเที่ยวอยู่ภายในตลาดน้ำอัมพวา แต่ไม่ทราบขนาดของประชากรโดยการศึกษานี้ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน
2. ขอบเขตตัวแปร
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านการเดินทาง เช่น วิธีการเดินทาง, ระยะเวลาในการเดินทาง, ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
 - 2.2 ตัวแปรตาม คือ ตัวแปรที่ได้รับผลกระทบจากตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
3. ขอบเขตเวลา การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม นี้ ใช้ google form แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ ตุลาคม พ.ศ. 2567 – ธันวาคม พ.ศ. 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. ขั้นตอนการวิจัย
 - 2.1 การกำหนดปัญหาการวิจัยและวัตถุประสงค์
 - กำหนดปัญหาการวิจัยที่ต้องการศึกษา คือ การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการในพื้นที่
 - 2.2 การทบทวนวรรณกรรม
 - ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัยก่อนหน้า เช่น การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำหรือในสถานที่ท่องเที่ยวประเภทคล้ายกัน
 - 2.3 การกำหนดขอบเขตการศึกษา
 - ขอบเขตของพื้นที่ : ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

- ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง : นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในช่วงเวลาที่กำหนด

- ขอบเขตด้านเวลา : ระยะเวลาที่จะศึกษาจะสามารถกำหนดได้ตามฤดูกาลท่องเที่ยว

2.4 การออกแบบการวิจัย

- เลือกระเภทของการวิจัย (เชิงปริมาณ)

- เลือกวิธีการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

2.5 การเก็บข้อมูล

- เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา โดยการแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวประเมินผ่าน google form

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์ข้อมูลจะเน้นการใช้ สถิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือเสนอแนะแนวทางการพัฒนาได้อย่างเป็นระบบ

2.7 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

- เขียนรายงานการวิจัยโดยสรุปผลการวิจัย, วิธีการวิจัย, การวิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งจะช่วย
ให้สามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนมากภายในระยะเวลาสั้น ๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ
เพื่อที่จะสรุปผลข้อมูลและทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม google form ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สามารถ
สรุปการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด
สมุทรสงคราม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47, เพศชาย คิดเป็นร้อยละ
40 และ LGBTQ+ คิดเป็นร้อยละ 13

อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42, อายุ 31-40 ปี คิดเป็น
ร้อยละ 20, อายุ มากกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 18, อายุ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 12 และอายุ ต่ำกว่า 15 ปี
คิด เป็นร้อยละ 8

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75, ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 12, ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 8 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 5

อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 28, พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25, นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17, รัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 15, พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8 เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46, รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23, รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15, รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11 และ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

ช่วงวันและเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา ผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 16.01-18.00 น. ของวันศุกร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 70, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 18.01-21.00 น. ของวันศุกร์- อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 12, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 11.01-13.00 น. ของวันจันทร์ – พุธสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 8, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 13.01-15.00 น. ของวันจันทร์ – พุธสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 5, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 10.00-12.00 น. ของวันศุกร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 2, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ของวันศุกร์- อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 1, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 14.01-16.00 น. ของวันศุกร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 1, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 9.00-11.00 น. ของวันจันทร์ – พุธสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 1

นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาบ่อยแค่ไหนภายในระยะเวลาหนึ่งปี ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว 3 – 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 60, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ต่ำกว่า 2 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 28, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว มากกว่า 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 12

นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวากับใคร ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 75, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 10, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวากับคนรักหรือแฟน คิดเป็นร้อยละ 10, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 5

นักท่องเที่ยวมาใช้บริการตลาดน้ำอัมพวา ด้วยเหตุผลใด ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาด้วยเหตุผลเพื่อการพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 70, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาด้วยเหตุผลเพื่อติดต่อกิจการ/ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 15, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาด้วยเหตุผลเพื่อแวะพัก/ทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ 10, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาด้วยเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5

นักท่องเที่ยวจะแนะนำการมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาหรือไม่ ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวจะแนะนำการมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา คิดเป็นร้อยละ 100

นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาอีกหรือไม่ ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา คิดเป็นร้อยละ 98, นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาคิดเป็นร้อยละ 2

นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งกี่บาท ผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีค่าใช้จ่าย 501 - 1,000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีค่าใช้จ่าย 1,001 - 1,500 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5, นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,501 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	
ความพึงพอใจในด้านสถานที่ (Product) คือ บรรยากาศโดยทั่วไป ดี อากาศถ่ายเทสะดวก	4.21	พึงพอใจมากที่สุด
ความพึงพอใจในด้านราคา (Price) คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.37	พึงพอใจมากที่สุด
ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ สถานที่จริงสวยเหมือนภาพที่โฆษณา	4.18	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจในด้านโปรโมชั่น (Promotion) คือ มีกิจกรรมที่น่าสนใจในการมาเที่ยว	4.50	พึงพอใจมากที่สุด
ความพึงพอใจในการมาใช้บริการ ตลาดน้ำอัมพวา คือ กิจกรรมร้องเรือชมหิ่งห้อย	4.39	พึงพอใจมากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านโปรโมชั่น (Promotion) คือ มีกิจกรรมที่น่าสนใจในการมาเที่ยว มากที่สุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา คือ กิจกรรมร้องเรือชมหิ่งห้อย ($\bar{X} = 4.39$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคา (Price) คือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.37$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้าน

สถานที่ (Product) คือ บรรยากาศโดยทั่วไปดี อากาศถ่ายเทสะดวก ($\bar{X} = 4.21$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ สถานที่จริงสวยเหมือนภาพที่โฆษณา ($\bar{X} = 4.18$)

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งมีอาชีพอิสระเป็นส่วนใหญ่และพบว่ามีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ในการการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่า นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 16.01-18.00 น. ของวันศุกร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 70 การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เครื่องมือที่ใช้ ในการศึกษาคือแบบสอบถามเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ในปี พ.ศ. 2562 เก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณด้วยวิธี แบบขั้นตอน (Stepwise) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา โดยใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 60 นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 75 และนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาด้วยเหตุผลเพื่อการพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 70 อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะแนะนำการมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา คิดเป็นร้อยละ 100 จะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาอีก คิดเป็นร้อยละ 98 มีค่าใช้จ่าย 501 - 1,000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ อัมพวา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านโปรโมชั่น (Promotion) มีกิจกรรมที่น่าสนใจในการมาเที่ยว มากที่สุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา กิจกรรมร้องเรือชมหิ่งห้อย ($\bar{X} = 4.39$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคา (Price) ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.37$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ (Product) บรรยากาศโดยทั่วไปดี อากาศถ่ายเทสะดวก ($\bar{X} = 4.21$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สถานที่จริงสวยเหมือนภาพที่โฆษณา ($\bar{X} = 4.18$) ทั้งนี้งานวิจัยของ วีรยา เจริญสุข ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรทาร์โย ยามาเน่ จำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า 1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และ 2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่จำแนกตามเพศ สถานภาพ และอาชีพ ในภาพรวมมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุในภาพรวม มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- ธีราพร ทองปัญญา, (2561), *การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน* : กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรี, วารสารสังคมศาสตร์, 48(2), 2-23
- แนวหน้า, (2566), *คืนชีพ ‘ตลาดน้ำ’ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างรายได้ยั่งยืนให้ชุมชน*, สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.naewna.com/local/710822>
- LIFESTYLE, (2022), *เที่ยวท่องล่องตลาดน้ำ สัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตไทย*, สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2567 จาก <https://powermag.kingpower.com/th/power-mag-th/power-lifestyle2-th/>
- sasikan phlykhumphol, (2564), *การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน*, วารสารสหศาสตร์, 21(2), 117-192
- SAWASDEE THAILAND, (2023), *ทำไมตลาดน้ำถึงเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว*, สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2567 จาก https://thailand.go.th/issue-focus-detail/001_02_066?hl=th
- Trueid ที่เที่ยว, (2567), *ตลาดน้ำอัมพวา เที่ยวใกล้กรุงเทพ สมุทรสงคราม ล่องเรือชมหิ่งห้อย*, สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://travel.trueid.net/detail/ND2mlGmLP2K>