



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา

Behavior and Satisfaction of Thai tourism with Songkhla Walking Street

ญาณิศา เรืองฤทธิ์¹

วีระ วีระโสภณ²

s65563828001@ssru.ac.th¹, weera.we@ssru.ac.th²

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา” โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ทั้งหมด 200 ชุด ได้ดังนี้ เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและเป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลามากกว่าครั้งที่ 3 โดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานเป็นส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และเหตุผลหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวคืออาหารอร่อย และได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ Social media ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลาด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลาด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลาด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, ถนนคนเดินสงขลา

Abstract

The researcher summarizes and discusses the research results on “A study of behavior and satisfaction of Thai tourists towards Songkhla walking street. Songkhla Province” by using an online questionnaire to collect data. with a total of 200 chained sampling methods. Gender: Most of the respondents were female, aged between 21 -30 years old. Most were single. have a bachelor's degree and are a student monthly income 5,000 – 10,000 baht. The results of the analysis of data on the behavior and satisfaction of Thai tourists toward Songkhla Walking Street, Songkhla Province, found that most of the



respondents traveled to Songkhla Walking Street more than the 3rd time. Mostly with friends/colleagues intended for enjoyment and the main reason for traveling is delicious food. and received information through social media. Thai tourists' satisfaction towards Songkhla Walking Street in terms of overall products was at the highest level. The satisfaction of Thai tourists towards Songkhla Walking Street in terms of overall price was at the highest level. The satisfaction of Thai tourists towards Songkhla Walking Street in terms of overall price was at the highest level. The overall satisfaction of Thai tourists towards Songkhla Walking Street in terms of distribution channels was at a high level. The overall satisfaction of Thai tourists towards Songkhla Walking Street in terms of marketing promotion was at a high level.

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ในแก่ประเทศได้อย่างจำนวนมาก หลายภาคส่วนทั้งรัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับธุรกิจและรูปแบบของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพราะนอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นจำนวนมากแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและคนในชุมชนอีกด้วย

จังหวัดสงขลาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลามีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดและมีศักยภาพสูงสุดในภูมิภาคใต้ระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง โดยมีค่า GPP เป็น ร้อยละ 20.45 ของภาคใต้ ขนาดเศรษฐกิจ 241,701.19 ล้านบาทคิดเป็น 1 ใน 5 ของภาค ที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูงสุดของประเทศ จากศักยภาพและความพร้อมด้านต่างๆเมื่อสิ้นแผนพัฒนาจังหวัดในปี 2565 จังหวัดสงขลาจะต้องมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่ง นอกจากจะเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคใต้แล้ว รวมทั้ง เป็นเส้นทางสำคัญในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาค ทั้งฝั่งทะเลอันดามันและอ่าวไทย (แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา (พ.ศ. 2561-256) ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564)

ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอีกหนึ่งรูปแบบคือ การท่องเที่ยวในรูแบบถนนคนเดิน คือพื้นที่สาธารณะเป็นประเด็นสำคัญของการพัฒนาเมือง พื้นที่สาธารณะ มีความหมายเชิงกายภาพว่า เป็นพื้นที่ที่ที่คนใช้ร่วมกัน เป็นสมบัติร่วมของคนใน สังคมนั้น และมีความหมายเชิงนามธรรมว่า เป็นพื้นที่ที่คนแสดงออกทางความคิด ได้อย่างเสรีภายใต้ขอบเขตที่สังคมกำหนด ดังนั้น พื้นที่สาธารณะจึงเป็นเครื่องแสดง สิทธิเสรีภาพ โอกาส ตลอดจนตัวบ่งชี้คุณภาพชีวิตของคนในเมืองที่สำคัญยิ่ง (Habermas, 1989) จังหวัดสงขลาก็ได้มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวถนนคนเดินขึ้น บริเวณกำแพงเมืองเก่า ถนนจะนะ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยถึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา เพื่อนำไปพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา



ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา นี้จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย เห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คนผู้วิจัยใช้ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบสอบถาม
2. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา
3. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา ประชากรของการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา ระหว่างกรกฎาคม พ.ศ. 2565 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2565

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง สามารถสรุปการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 48 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 45 เพศLGBTQ คิดเป็นร้อยละ7ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ42อายุ 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ26อายุ51-60 ปีคิดเป็นร้อยละ4ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ55อนุปริญญาคิดเป็นร้อยละ26ปริญญาเอกร้อยละ0.5อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 36 ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 19 ว่างานคิดเป็นร้อยละ0.5รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน5,000-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ34รายได้ต่อเดือน10,001-15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 27 รายได้ต่อเดือน25,001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 6.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยถนนคนเดินสงขลา



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย	ร้อยละ
เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา สงขลา เป็นครั้งที่เท่าไร	
ครั้งที่ 1	2.5
ครั้งที่ 2	3.5
ครั้งที่ 3	8.5
มากกว่าครั้งที่ 3	85.5
รวม	100

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลาเกี่ยวกับความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ ดังนี้ เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่าครั้งที่ 3 เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมาคือ ครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 8.5 และน้อยที่สุดคือ ครั้งที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่านเดินทางมาถนนคนเดินสงขลา กับใครมากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ร้อยละ
การเดินทางมาถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา กับใครมากที่สุด	
สมาชิกในครอบครัว	29.5
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	35
แฟน/คู่รัก	32.5
เดินทางมาคนเดียว	3
รวม	100

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา กับใครมากที่สุดสามารถอธิบายได้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับแฟน/คู่รัก มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 29.5 และน้อยที่สุด คือ เดินทางมาคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 3



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ร้อยละ
เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา	
ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว	27
เดินทางสะดวก	18
อาหารอร่อย	35
เพื่อนชักชวน	13
การประชาสัมพันธ์และข่าวสาร	7
รวม	100

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลาสามารถอธิบายได้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลอาหารอร่อยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา คือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์และข่าวสารคิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับถนนคนเดินสงขลา ผ่านช่องทางใด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ร้อยละ
การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลาผ่านช่องทางใด	
เพื่อน/ญาติ	21.5
นิตยสาร/คู่มือการท่องเที่ยว	7.5
สื่อ Social	50
สื่อต่างๆ (วิทยุ/โทรทัศน์)	11.5
ป้ายโฆษณา	9.5
รวม	100

จากตารางที่ 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลาผ่านช่องทางใดสามารถอธิบายได้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลมาจากสื่อ Social มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ เพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.5 และน้อยที่สุดคือ นิตยสาร/คู่มือการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.5



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนมนคนเดิน สงขลา

ตารางที่ 5

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}
ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม	4.06
ความอร่อยของอาหารและเครื่องดื่ม	4.54
สินค้าและบริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	4.46
ความหลากหลายของสินค้า	4.44
รวม	4.37

จากตารางที่ 5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.37$) โดยมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ ความอร่อยของอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{x}=4.54$) รองลงมา คือ สินค้าและบริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.46$) ความหลากหลายของสินค้า ($\bar{x}=4.44$) ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{x}=4.06$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านราคา	\bar{x}
ความหลากหลายของราคาสินค้า	4.30
ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวถนมนคนเดิน	4.37
มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน	4.24
รวม	4.30

จากตารางที่ 6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา (Price) ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.30$) โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกคือความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวถนมนคนเดิน ($\bar{x}=4.37$) รองลงมาคือความหลากหลายของราคาสินค้า ($\bar{x}=4.30$) มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ($\bar{x}=4.24$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{x}
การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกสบาย	4.40
มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย	3.51
รวม	3.95



จากตารางที่ 7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$) โดยมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ การเดินทางมาท่องเที่ยว สะดวกสบาย ($\bar{x}=4.40$) รองลงมา คือ มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย ($\bar{x}=3.51$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{x}
การให้ข้อมูลข่าวสารของถนนคนเดิน	4.37
การรับส่วนลดของร้านค้าบริเวณถนนคนเดิน	4.06
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโปสเตอร์/แผ่นพับ/นิตยสาร/สื่ออื่นๆ	4.17
รวม	3.95

จากตารางที่ 8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$) โดยมีความพึงพอใจอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลข่าวสารของถนนคนเดิน ($\bar{x}=4.37$) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโปสเตอร์/แผ่นพับ/นิตยสาร/สื่ออื่นๆ ($\bar{x}=4.17$) การรับส่วนลดของร้านค้าบริเวณถนนคนเดิน ($\bar{x}=4.06$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลา จังหวัดสงขลา” ได้ดังนี้ เพศ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและเป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท สอดคล้องกับ ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ (2554) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดน้ำในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาในระดับปวช. หรือระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชนหรือเป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเมื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับกรกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเดียวกันที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน ส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวถนนคนเดินสงขลา มากกว่าครั้งที่ 3 โดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานเป็นส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และเหตุผลหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวคืออาหารอร่อย และได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ Social media สอดคล้องกับ พิม ศิริสวัสดิ์ และ สรวุฒ อนันตชาติ (2564) วิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดด้านการท่องเที่ยวบนเฟซบุ๊กกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตาม กล่าวว่า ในส่วนของพฤติกรรมของผู้ติดตาม นักการตลาดควรสร้างหรือเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีคุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก คุณลักษณะด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงเป็นลำดับถัดมา

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความ



พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อถนนคนเดินสงขลาด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ นางสาวอภิญญา สุดสายธง (2553) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สามารถสรุปได้เป็นด้านต่างๆ ได้ 5 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านสถานที่ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจใน ระดับมาก 2. ด้านกิจกรรมในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจใน ระดับมาก 3. ด้านค่าใช้จ่ายต่างๆ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง 4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 5. ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจ ในระดับมาก

เอกสารอ้างอิง

- แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา (พ.ศ. 2561-256) ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564. สงขลาศูนย์กลาง เศรษฐกิจภาคใต้ จาก https://www.songkhla.go.th/files/com_news_develop_plan
- Habermas, Jergen. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge:MIT Press. ใน ธีระวิวัฒน์ โอบารัตน์มณี/ วีระ สัจกุล (2555), การใช้พื้นที่สาธารณะเป็นถนนคนเดินแบบตลาดนัดในเมืองของไทย
- ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2554). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการจัดการตลาดน้ำใน เขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรัตนนคร.
- พิม ศิริสวัสดิ์ และสรารุช อนันตชาติ. (2564). คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดด้านการท่องเที่ยวบนเฟซบุ๊ก กับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตาม .
- อภิญญา สุดสายธง. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี.