

ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์

บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

Expectations and Satisfaction of Tourism Influencing Klong Mahasawat

Floating Market, Bann Sala Din in Phutthamonthon District, Nakhon Pathom

♦ ชัยฤทธิ์ ทองรอด

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Chairit Thongrawd

Associate Dean for Research and Development, Collage of Logistics and Supply Chain,
Suan Sunandha Rajabhat University, E-mail: chairit.th@ssru.ac.th

Received: December 26, 2018; Revised: January 22, 2019; Accepted: .February 12, 2019

Abstract

The purpose of this research was to study the influence of tourists' expectations and satisfaction to Tourism of Klong Mahasawat Floating Market, Baan Sala Din in Phutthamonthon District, NakhonPathom. Sample groups used for qualitative research approach were 3 representatives from Government units and from entrepreneurs by in depth interviews. On the other hand, sample groups from quantitative research approach were 400 Thai tourists visiting Klong Mahasawat Floating Market, Baan Sala Din. Statistical data analysis implemented frequency counts, percentage, average, standard deviation, t-test, One - way ANOVA and Pearson correlation coefficient.

The research results found that:

Respondent came to Klong Mahasawat Floating Market, Baan Sala Din on one-day-trip by cars with family members since it was convenient and not far from Bangkok. They learned of the market from websites or social circles. Activities most liked by tourists were seeing lotus farms. Next to that was seeing orchid gardens. In the future, they thought they would certainly come back to visit and would suggest and introduce others to tour the market also.

The tourists had expectations towards touring of Klong Mahasawat Floating Market, Baan Sala Din, on overall, at a medium level while on physical aspect they had an expectation at a high level. On other aspects, the tourists had expectations at a medium level i.e. personnel, products, procedure, promotion, pricing, and location, in that order. Besides, the tourists had satisfaction of tourism of Klong Mahasawat Floating Market,

Baan Sala Din both on overall and each aspect at a high level i.e. personnel, products, promotion, procedure, pricing, physical characteristic, and distribution channels, in that order.

The results of testing hypotheses found that: the tourists with different gender, age, education, profession, and monthly earning had different expectations towards touring Klong Mahasawat Floating Market, Baan Sala Din on overall at a statistically significant at .05 level; the tourists with different gender, age, education, and monthly earning had different satisfaction towards touring Klong Mahasawat Floating Market, Baan Sala Din on overall at a statistically significant at .05 level. Nevertheless, the tourists with different profession did not have different satisfaction towards touring on overall at a statistically significant at .05 level.

Keywords: Satisfaction of Tourism; KlongMahasawat Floating Market; Bann Sala Din; Phutthamonthon District, Nakhon Pathom

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ตัวแทนส่วนราชการ และตัวแทนผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ คลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) One-way ANOVA และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ บ้านศาลาดินด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล มากับครอบครัวแบบไปเช้า - กลับเย็น เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะเดินทางไปมาสะดวก ไม่ไกลกรุงเทพ และทราบข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์/ โซเชียล กิจกรรมภายในตลาดน้ำที่ชอบมากที่สุดคือ นาบัว รองลงมาชอบสวนกล้วยไม้ อนาคตคิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน และจะแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวด้วย

นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านลักษณะทางกายภาพนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านสถานที่ ตามลำดับ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางการจำหน่ายตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม
บทนำ

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวแสดงออกถึงวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของผู้คน และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ “ตลาดน้ำ (Floating Market)” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม โดยเฉพาะตลาดน้ำที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนมีวิถีชีวิตในการดำรงชีวิตที่ไม่เหมือนใคร เป็นการสะท้อนสภาพความเป็นอยู่ของคนไทยกับสายน้ำในอดีตได้เป็นอย่างดี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศเดินทางไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวตลาดน้ำได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิด “สัมผัสแห่งสายน้ำ วิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย” ทำให้มีการพัฒนาตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่หลายแห่ง (Sangsuk, O., 2007, p. 52)

นครปฐม เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเชิงประวัติศาสตร์ มีประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นมายาวนาน มีคลองมหาสวัสดิ์ เป็นคลองประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ตามแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม ปี พ.ศ. 2558 - 2561 กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนาจังหวัด หนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน จากสถิตินักท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 3,679,645 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 3,564,888 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 114,758 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรก ได้แก่ อังกฤษ จีน ฮองกง สิงคโปร์ และญี่ปุ่น มีรายได้กว่า 5,000 ล้านบาท แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (Tourism and Sports Office, Nakhon Pathom Province, 2018)

ในส่วนของตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่อยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นตัวอย่างของการอนุรักษ์และพัฒนาหมู่บ้าน เป็นหนึ่งในหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ถือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ถึงวิถีชุมชนแห่งคลองมหาสวัสดิ์ กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ การจำหน่ายสินค้าชุมชน พืชผัก ผลไม้จากสวน สินค้าทางการเกษตร สินค้า OTOP ของที่ระลึก อาหาร เครื่องดื่ม และของดีตำบลมหาสวัสดิ์ พร้อมทั้งมีทัศนียภาพเป็นธรรมชาติสวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลมหาสวัสดิ์ และการเรียนรู้เรื่องราวของชุมชนแหล่งทุน

ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่มีแหล่งรวมอาหารและสินค้า และเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดของสินค้าทางการเกษตรทำให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น ในการนำผลผลิตทางการเกษตรอาหาร

การที่ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ ริเริ่มก่อตั้งขึ้นมาไม่นาน และศึกษาดูงานจากตลาดน้ำอื่น ๆ เพื่อนำ การจัดการจากตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์แต่นักท่องเที่ยวยังไม่มากพอที่จะทำให้รายได้มากพอที่จะอยู่รอดได้ ทำให้ผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องการพัฒนาตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ให้เป็นที่รู้จักเหมือนตลาดน้ำ อื่น ๆ ที่เกิดมาก่อนหน้านี้ ดังนั้นความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์จึง เป็นคำตอบที่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินการตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ต้องการที่จะรับรู้ ผู้วิจัยเห็นความสำคัญ ของการบริหารการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจใน การทำการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้นำไปพัฒนาตลาดน้ำให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพิ่มช่องทาง การตลาดของสินค้าทางการเกษตรก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้น มีรายได้มั่นคง และกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในและอนาคตพร้อมจะบอกต่อ ๆ กันไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ระดับความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน
2. เพื่อศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

ธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป เพราะธุรกิจบริการมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ส่วนประสมทางการตลาดจึงแตกต่างจากการตลาดอื่น โดยทั่วไปส่วนประสมทาง การตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงมีการจัดจำหน่าย กระจาย สินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบ ในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง โดยทั่วไปแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะปรับ 4P's ไปสู่ 4C's เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า โดยการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า (Customer's Need and Wants) เป็นหลักในการวางแผน ด้านราคาต้องพิจารณาถึงต้นทุน (Cost) และอำนาจซื้อของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

ด้านการจัดจำหน่ายต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย (Convenience) ในการรับบริการ และการส่งเสริมการตลาดต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกวิธีในการติดต่อสื่อสาร (Communication) กับนักท่องเที่ยว (Jittangwattana, B., 2012, pp. 16 - 17)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย 7 ด้านหรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้ (www.thaihotelbusiness.com)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ มีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/ Environment and Presentation) เป็นลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทาง ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้ บริการเกิดความประทับใจ

ทฤษฎีความคาดหวังในบริการท่องเที่ยว

การศึกษาความคาดหวังในบริการท่องเที่ยวได้นำแนวคิดความคาดหวังมาประยุกต์ใช้ โดยทฤษฎีความคาดหวังมีหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 4 ประการ คือ (1) ปัจจัยภายใน (ความต้องการ) และปัจจัยภายนอก (สภาพแวดล้อม) มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล (2) พฤติกรรมใด ๆ เกิดจากการตัดสินใจด้วยตนเองของบุคคล (3) บุคคลมีความแตกต่างกันในความต้องการ ความปรารถนาและเป้าหมาย (4) บุคคลจะเลือกใช้พฤติกรรมใด ย่อมเป็นไปตามการรับรู้ผลต่อเนื่องจากพฤติกรรมนั้น แรงจูงใจตามทฤษฎีนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยตัวแปรสำคัญ คือ ความคาดหวังและคุณค่าของผลลัพธ์ นักวิชาการได้ประยุกต์ทฤษฎีความคาดหวังมาใช้ในการบริการท่องเที่ยว ดังนี้ (Jittangwattana, B. & Wongpantanan P. (2014, pp. 52 - 53)

1. ความคาดหวังในการทำงานบริการท่องเที่ยวของพนักงาน ผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องทราบความคาดหวังของพนักงานแต่ละคนในการทำงานบริการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 ความคาดหวังว่าถ้าพยายามทำงานบริการท่องเที่ยวแล้วจะทำได้ หมายถึง พนักงานที่ให้บริการท่องเที่ยวจะตั้งใจว่างานบริการนี้ยากเกินกำลังความสามารถของตนเองหรือไม่ ก่อนที่จะปฏิบัติงานนี้

1.2 ความคาดหวังว่ากระทำงานบริการท่องเที่ยวแล้วได้ผลลัพธ์ หมายถึง การที่พนักงานให้บริการท่องเที่ยวคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะปฏิบัติงานว่า ถ้าเขาทำงานนี้แล้วจะได้รับผลลัพธ์ที่จะเป็นผลดีหรือผลเสียต่อตัวเขาอย่างไร

1.3 ค่าของผลลัพธ์ในงานบริการท่องเที่ยว หมายถึง คุณค่าหรือความตั้งใจที่ผลลัพธ์มีให้แก่พนักงานให้บริการท่องเที่ยวที่จะต้องทำงานนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้น แต่ละคนก็จะมีรับรู้ต่อผลลัพธ์เดียวกันที่แตกต่างกันไป

2. สิ่งที่พนักงานให้บริการท่องเที่ยวคาดหวัง จำแนกได้ 4 ประการคือ ประการแรก ถ้าทำงานบริการท่องเที่ยวหนักขึ้นแล้วจะได้อะไร ประการที่สอง จะได้รับรางวัลในความสำเร็จของงานบริการท่องเที่ยวหรือไม่ ประการที่สาม รางวัลนั้นคุ้มค่ากับบริการท่องเที่ยวที่ทำหรือไม่ ประการสุดท้าย อะไรคือความน่าจะเป็นแห่งความสำเร็จของงานบริการท่องเที่ยว

3. การสร้างความพึงพอใจให้พนักงานตามที่คาดหวัง ซึ่งตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานบริการท่องเที่ยวคือ ลักษณะงานที่ทำ ทักษะความรู้ความสามารถ การได้รับค่าตอบแทนที่สนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของความพยายามและผลการปฏิบัติงานบริการท่องเที่ยว ผลงานบริการท่องเที่ยวและสิ่งตอบแทนที่ได้รับ และสิ่งตอบแทนและเป้าหมายส่วนบุคคล

ความคาดหวังเป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เป็นการคาดคะเนหรือคาดหวังไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม การบริการที่จะได้รับ และความสะดวกสบายอื่น ๆ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน เมื่อเอาประสบการณ์ที่ได้รับมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งเอาไว้ ส่งผลออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความตั้งใจ (Gratification) ก็หมายถึงว่า นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกไม่เพลิดเพลิน ไม่สบายใจ แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ (Parasakul, L., 2012) สอดคล้องกับ Jittangwattana, B. & Wongpantanan P. (2014) สรุปความหมายของความพึงพอใจในบริการท่องเที่ยว ไว้ว่าหมายถึง ทศนคติทางบวกของลูกค้ำที่มีต่อบริการท่องเที่ยว หรือเป็นความรู้สึกที่ดีต่องานบริการท่องเที่ยวที่ให้บริการได้รับในทางบวกหรือเกินความคาดหมาย หรือเป็นความสุขที่ผู้ใช้บริการได้รับจากการปฏิบัติงานบริการท่องเที่ยว ความพึงพอใจในบริการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ความพึงพอใจในบริการท่องเที่ยว ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นในกระบวนการบริการท่องเที่ยวระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ถ้าบริการท่องเที่ยวที่ได้รับตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ ย่อมมีความพึงพอใจในบริการนั้น แต่หากเป็นไปในทางตรงข้ามสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้ที่คาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อการนำเสนอบริการนั้น แบ่งเป็น การรับรู้คุณภาพของบริการท่องเที่ยว และการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการท่องเที่ยว

2. ประเภทของความพึงพอใจในบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเหมาะสมของการให้บริการ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการ การใช้ภาษาสื่อความหมาย และการปฏิบัติตนในการให้บริการ

การวัดความพึงพอใจในบริการท่องเที่ยวนั้น มีปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. ด้านบุคคล เป็นปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนตัวของบุคคลในงานบริการท่องเที่ยว เช่น ประสบการณ์การทำงาน เพศ อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น
2. ด้านงานบริการ เกี่ยวข้องกับลักษณะของงานบริการท่องเที่ยวที่จะให้แก่ลูกค้ำ เช่น ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น
3. ด้านการจัดการ เป็นปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของงานบริการท่องเที่ยวที่จะดำเนินการสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น ตำแหน่งงาน สภาพการทำงาน ความรับผิดชอบ และโอกาสก้าวหน้า เป็นต้น

Parasakul, L. (2012) กล่าวถึง มิติของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Pizam, Neumann และ Reichel ไว้ว่าประกอบด้วย 2 มิติ คือ (1) มิติทางด้านกายภาพหรือ Instrumental Dimension หมายถึง ความพึงพอใจต่อการกระทำทาง ด้านกายภาพ เช่น ความใส ความสะอาด ความหลากหลาย (2) มิติทางด้านความรู้สึก หรือ Expressive Dimension หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผู้ให้บริการนั้นจะต้องวัดทั้งด้านกายภาพ เช่น รูปร่างลักษณะภายนอก ความฉับไวในการให้บริการ และด้านจิตวิทยา เช่น ความเป็นมิตร เอื้ออาทร เป็นต้น

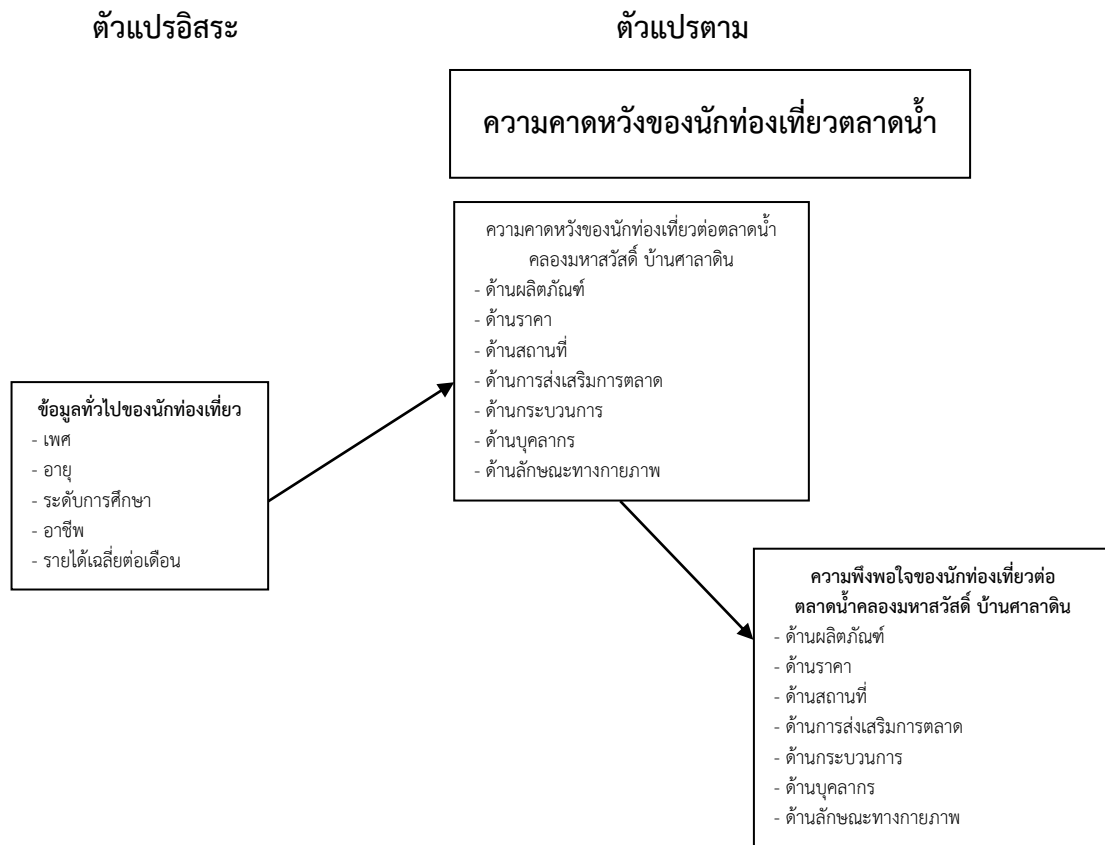
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Na Ayutthaya, S.(2007) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ (homestay) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่มีความคาดหวังไว้มาก่อนไปท่องเที่ยวในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวคาดหวังและพึงพอใจในระดับปานกลาง

Sadhiandhamavit, S. (2011) ศึกษา เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ และความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

Kueseng, T., Sriram, Y., and Buaparo, W. (2012). ศึกษา เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวน้ำตกทรายขาว ผลการ ศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความคาดหวังและพึงพอใจอย่างมากต่อการจัดสภาพด้านการคมนาคม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านสิ่งดึงดูดใจ และความคาดหวังและความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกทั้ง 5 ด้าน

Pankaew, P. (2014) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้รถรางที่จัดโดยเทศบาลเมือง จังหวัดน่าน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นต่อการใช้บริการรถรางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ระดับความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน
2. เพื่อศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความคาดหวังกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อนำผลจากการศึกษามาพัฒนา ปรับปรุงการบริหารจัดการตลาดน้ำเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด กลับมาเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต และพร้อมจะบอกต่อ ๆ กันไป

ขอบเขตการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับตลาดน้ำเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในความคาดหวัง ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และการวิจัยเชิงปริมาณ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake Holder) กับการท่องเที่ยว ตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ และตัวแทนผู้ประกอบการ ส่วนประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran(1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คนเพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

เนื้อหาที่ศึกษา

ทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยศึกษาตามตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

ระยะเวลาเก็บข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2560- เดือนกรกฎาคม 2561

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake Holder) กับการท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ และตัวแทนผู้ประกอบการ และประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เนื่องจากไม่สามารถระบุประชากรที่แน่นอนได้ การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณกรณีไม่ทราบประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% จำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยติดต่อสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake Holder) กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จักทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่

1. ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำบ้านศาลาดินใช้การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เป็นหลัก วิสัยทัศน์ของชุมชนคือ “ชุมชนร่วมสร้าง อย่างจิตอาสา ร่วมมือพัฒนา รากหญ้าแข็งแรง” มีการจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน มีการจัดตั้งคณะกรรมการ และผู้นำชุมชน ประกอบด้วย ผู้แทนกลุ่มสตรี ผู้แทนกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ผู้แทนกลุ่มอาชีพ ผู้แทนศูนย์การประสานงาน องค์กรชุมชนตำบล ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน/ อาสาพัฒนาชุมชน และผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบล

จุดเด่นของสินค้า บริการ และกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว

จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การล่องเรือชมสวน คลองมหาสวัสดิ์ ชมวิถีชีวิตคนริมคลอง ชมนาบัว ชมสวนกล้วยไม้ และแวะชิมผลิตภัณฑ์ OTOP ประจำหมู่บ้านศาลาดิน ได้แก่ ข้าวตัง ซึ่งผลิตจากข้าวหอมมะลิ ตรา GIF CAT นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ชมนิทรรศการชุมชนต้นแบบต่อยอดความดี การแปรรูปผักตบชวาเป็นดินผสมพร้อมปลูก ชมผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP การสาธิตการแปรรูปข้าวตัง การสาธิตการทำไข่เค็มโอโอดิน ชมผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมหาสวัสดิ์ และเยี่ยมชมการจำหน่ายสินค้าตามร้านต่าง ๆ

กิจกรรมล่องเรือชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่และตำบลใกล้เคียง อาทิ นาบัวลุงแจ่ม (Na BUA. Lung jam) ชมการสาธิตวิธีการปลูกดอกบัว ชมสวนส้มโอแหล่งเรียนรู้เกษตรแบบผสมผสาน พร้อมชมวิถีชีวิตชุมชนริมฝั่งคลองมหาสวัสดิ์ทั้งสองฝั่ง ชมผลิตภัณฑ์แปรรูปผักข้าว หมู่ที่ 3 ตำบลมหาสวัสดิ์

ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำ

ส่วนใหญ่เป็นปัญหาการจัดระเบียบภายในตลาด เช่น การตั้งร้านค้าบางครั้งเปิด - ปิดร้านไม่พร้อมเพียงกัน บางร้านเปิด-ปิดเร็วเกินไป ประกอบกับคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ยังขาดคนรุ่นใหม่ที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดน้ำ เนื่องจากประชาชน ร้อยละ 90 มีอาชีพเกษตรกร แต่ในบางครั้งได้รับผลกระทบราคาพืช-ผัก และสินค้าทางการเกษตรตกต่ำ ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเป็นหญิง ร้อยละ 61.0 เป็นชาย ร้อยละ 39.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี ร้อยละ 32.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.5 โดยเป็นนักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 38.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 42.5

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร

73.5) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดินด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล (ร้อยละ โดยมากกับครอบครัว (ร้อยละ 43.0) แบบไปเช้า - กลับเย็น (ร้อยละ 88.5) เหตุผลที่ตัดสินใจเดินทางมาตลาดน้ำบ้านศาลาดินเพราะเดินทางไปมาสะดวก ไม่ไกลกรุงเทพ (ร้อยละ 49.0) ทราบข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์/ โซเชียล (ร้อยละ 62.5) กิจกรรมภายในตลาดน้ำที่ชอบมากที่สุดคือ นาบัว รองลงมา ชอบสวนกล้วยไม้ ในอนาคตคาดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน (ร้อยละ 80) และจะแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวด้วย (ร้อยละ 96.5)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บ้านศาลาดิน

นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดิน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 7 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา/ ด้านสถานที่ ตามลำดับ (ตาราง 1)

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บ้านศาลาดิน

การท่องเที่ยวตลาดน้ำ บ้านศาลาดิน	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลค่า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปลค่า
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.37	.70	ปานกลาง	4.07	.40	มาก
2. ด้านราคา	3.29	.57	ปานกลาง	3.99	.44	มาก
3. ด้านสถานที่	3.29	.61	ปานกลาง	3.89	.55	มาก
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.32	.65	ปานกลาง	4.04	.47	มาก
5. ด้านกระบวนการ	3.33	.61	ปานกลาง	4.02	.38	มาก
6. ด้านบุคลากร	3.38	.71	ปานกลาง	4.19	.47	มาก
7. ด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.41	.63	มาก	3.90	.43	มาก
รวม	3.33	.55	ปานกลาง	4.02	.32	มาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บ้านศาลาดิน

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 7 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งหมด เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางการจำหน่าย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดินในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตามตาราง 2)

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาด น้ำ บ้านศาลาดินกับข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ภาพรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	3.27	.48	3.37	.58	-1.679	.094
ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	3.98	.30	4.07	.33	-2.754	.006*

* $p < .05$

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคะแนนเฉลี่ยของระดับความคาดหวังมีค่าเท่ากับ 3.33 และระดับความพึงพอใจมีค่าเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงกว่าความหวังในทุกด้าน (ตามตาราง 1)

อภิปรายผล

อภิปรายตามวัตถุประสงค์ที่ 1

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบ้านศาลาดินด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล โดยมากับครอบครัว แบบไปเช้า-กลับเย็น เหตุผลที่ตัดสินใจเดินทางมาตลาดน้ำบ้านศาลาดินเพราะเดินทางไปมาสะดวก ไม่ไกลกรุงเทพฯ สอดคล้องกับการศึกษาของ Thongrawd, C. (2017) ที่ทำ การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ทั้งนี้เพราะตลาดน้ำบ้านศาลาดินอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอพุทธมณฑล ประมาณ 8 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้สะดวก ทั้งทางน้ำ คือ คลองมหาสวัสดิ์ ทางรถไฟ สามารถใช้บริการรถไฟสายใต้ และสายตะวันตกได้ที่สถานีวัดสุวรรณ ส่วนทางรถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปตามถนนศาลา-นครชัยศรี ซึ่ง นางวรรณ คำคม (Khomkhon Wanna) สมาชิก อบต. ตำบลมหาสวัสดิ์ ให้สัมภาษณ์ว่า ตลาดน้ำบ้านศาลาดิน เปิดบริการนักท่องเที่ยวเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560 ที่ผ่านมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีพื้นที่ติดกับคลองมหาสวัสดิ์ และความเป็นธรรมชาติของชุมชน โดยเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 ที่ผ่านมา นายกรัฐมนตรี พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และคณะ เยี่ยมชมตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน และบ้านศาลาดินยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมอีกด้วย

จุดเด่นของตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน คือ ความเป็นธรรมชาติ ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมาย เช่น การนั่งเรือพายชมนาบัว การนั่งรถอีแต่นชมสวนเกษตร สาธิตการทำน้ำพริกข้าว และแปรรูปสินค้าทางเกษตรต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของตลาดน้ำบ้านศาลาดิน คือ ข้าวดังหอมมะลิ หน้าหมูหยอง และหน้าธัญพืช (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล วันที่ 22 มิถุนายน 2561) สอดคล้องกับการศึกษาของ Thongrawd, C. (2017) ที่พบว่า กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว ล่องเรือเลียบคลองมหาสวัสดิ์ ที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด คือ การชมนาบัว และสวนกล้วยไม้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนาบัวเป็นจุดเด่นของตลาดน้ำ โดยเฉพาะ “นาบัวลุ่มแจ่ม” (Na BUA. Lung jam) ที่เป็นทุ่งบัวแดง นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือพาย ชมนาบัว สาธิตการพับดอกบัว โดยเสียค่าเรือ 350 บาทต่อลำนั่งได้ 6 ท่าน ค่าหัวบริการ ท่านละ 100 บาท เป็นค่าท่องเที่ยวและบริการ 5 จุด สอดคล้องกับ Proyrungroj, R. (2015,

pp. 57-70). กล่าวถึง สิ่งรื้อทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ความน่าสนใจและ สิ่งดึงดูดใจของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างไปจากที่อื่น

อภิปรายตามวัตถุประสงค์ที่ 2

ผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังทั้งในภาพรวมและรายด้านทั้ง 7 ด้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ Wutisilp, C. & Phasunon, P. (2015) ที่ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูงกว่าระดับความคาดหวังเหมือนกัน เป็นเพราะในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไม่มั่นใจว่าจะทำให้เกิดความพึงพอใจได้อย่างไร เพราะสถานที่แหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการ ผู้บริหารยังไม่เคยดำเนินการมาก่อน แต่กรณีการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม นั้นจะแตกต่างจากที่อื่น เพราะก่อนที่จะเกิดตลาดน้ำนั้น ชุมชนศาลาดินได้ดำเนินการจัดการในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาก่อน ทำให้ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการบริหารงาน ดังนั้นการต่อยอดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ คลองมหาสวัสดิ์ ซึ่งเป็นพื้นที่เดียวกันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผิดกับการดำเนินการสร้างตลาดน้ำที่อื่น ๆ ที่ไม่มีประสบการณ์มาก่อน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มากกว่าความคาดหวังก่อนที่จะมาเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. ผู้บริโภคให้ความคาดหวังในเรื่องสถานที่ควรจะโดดเด่นกว่าที่อื่น ๆ แต่ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีแต่คลองมหาสวัสดิ์อย่างเดียวที่เป็นจุดขายในขณะที่ตลาดน้ำอื่น ๆ ก็มีคลองเหมือนกัน และราคาสินค้าเกษตรที่ชาวบ้านนำมาขาย เช่น ผลไม้ ราคาไม่ได้ถูกกว่าซื้อจากที่อื่นโดยความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับราคาสินค้าเกษตรเพราะคาดหวังว่ามาซื้อโดยไม่ผ่านคนกลางแล้วสินค้าน่าจะมีราคาถูกกว่านี้ ดังนั้นควรสร้างจุดเด่นสำหรับเช็คอินเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ และราคาสินค้าเกษตรควรจะปรับราคาให้ต่ำกว่านี้
2. ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เพราะที่ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ เป็นการจัดการนำเที่ยวหลายสถานที่โดยไม่ต้องเดินทางไปแต่ละที่ การจัดการนำเที่ยวจะพาไปดูทุกรายการที่กำหนดไว้ บางรายการผู้บริโภคมีส่วนร่วมด้วย บางรายการตื่นตื้นแนวผจญภัย มีหลากหลายทำให้เป็นจุดขายของตลาดน้ำจึงเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจน้อยที่สุดจะเป็นสถานที่ที่ยังไม่มีจุดขายที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจได้ ดังนั้นในเรื่องสถานที่ควรเร่งปรับปรุงอย่างเร่งด่วน

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะวิจัยความพึงพอใจของสินค้าที่ขายอยู่ในตลาดน้ำ อะไรที่ควรเพิ่มเติมเข้าไปในตลาดน้ำอาจเป็นสินค้า หรือ
2. กิจกรรมอะไรที่นักท่องเที่ยวอยากได้หรือมีส่วนร่วมกับกิจกรรมนั้น ๆ เช่นทำข้าวตังทอด เรือพายเอง ในคลอง หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้

References

1. Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.
2. Jittangwattana, B. (2012). *Tourist behavior*. Nonthaburi: Fern Kha Luang Printing.
3. Jittangwattana, B. & Wongpantanan P.(2014). *Tourism business plan formulation*. Nonthaburi: Fern Kha Luang Printing.
4. Kueseng, T., Sriram, Y., & Buaparo, W. (2012). *Tourists, Expectation and Satisfaction Regarding On-Site Environment Management in Sai Khao Waterfall*. Yala: Yala Rajabhat University.
5. Na Ayutthaya, S. (2007). *Tourists' Expectation and Satisfaction of Homestay Services in Lower Northeastern Thailand*. Master of Management, Suranaree University of Technology.
6. Parasakul, L. (2012). *Tourist Behavior*. Bangkok. Chulalongkorn University Press
7. Pankaew, P. (2014). *Expectation and Satisfaction of Thai Tourists Towards Cultural Tourism Using Tram Services Provided by NAN Municipality*. Master of Science, Chulalongkorn University.
8. Sadhiandhamavit, S.(2011). *Expectations and Satisfaction of Thai Tourists Influencing Klong Lad Mayom Floating Market in Talingchan District, Bangkok*. The Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
9. Sangsuk, O.(2007). *European Tourists' Satisfaction in Traveling General Management Case study of Damnoensaduak Floating Market, Rachaburi Province*. The Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

10. Tourism and Sports Office, Nakhon Pathom Province (2018). *Travel Information, Nakhon Pathom Province*. Author
11. Thongrawd, C. (2017). Agro - tourism Management Cruise along the Garden, Khlong Mahasawat, Phutthamonthon District, Nakhonpathom Province. *Dusit Thani College Journal*, 12(2), 151 - 131.
12. Wutisilp. C. & Phasunon, P. (2015). Expectation and Satisfaction in Visiting Homestay of Amphawa, Samut Songkram. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, 8(2), 2066 - 2079.



Assistant Professor, Chairit Thongrawd, Ph.D. in Business Administration, Ramkhamhaeng University, Editor of Journal of Logistics and Supply Chain College, Suan Sunandha Rajabhat University.