



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี



โดย
นางสาวอภิญญา สุดสายธง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 765 443 สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 765 443 สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัยเรื่อง “ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัด
ราชบุรี” เสนอโดย นางสาวอภิญา สุดสายธง มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาใน
รายวิชาสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์เกตุวดี สมบูรณ์ทวี

คณะกรรมการสอบสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์เกตุวดี สมบูรณ์ทวี)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

...../...../.....

12500774 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ/ตลาดน้ำดำเนินสะดวก/นักท่องเที่ยว

อภิธาน ศัพท์ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์เกตุวดี สมบูรณ์ทวี.57หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในด้านต่างๆ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ และด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 35-50 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและมีธุรกิจส่วนตัวมีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมาจากจังหวัดในภาคกลางและทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกมาจากคนรู้จัก และเดินทางท่องเที่ยวในประเทศด้วยตนเองกับกลุ่มเพื่อนที่เรียน/ที่ทำงาน เดินทางด้วยรถยนต์และเดินทางมาที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้วยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นเงิน 1,001-3,000 บาท

เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้เป็นด้านต่างๆ ได้ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสถานที่ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับมาก
2. ด้านกิจกรรมในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับมาก
3. ด้านค่าใช้จ่ายต่างๆ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
4. ด้านการให้บริการของผู้จำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
5. ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับมาก

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะวิทยาการจัดการทุกท่าน ที่วางรากฐานและถ่ายทอดวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ อาจารย์เกตุวดี สมบูรณ์ทวี อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษา แนะนำในการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย ตลอดจนให้กำลังใจในการทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ อาจารย์สิริชัย ดีเลิศ อาจารย์จิตพนธ์ ชุมเกต และคณาจารย์ทุกท่านที่กรุณาช่วยสละเวลาให้คำปรึกษาตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนคอยช่วยเหลือผู้ศึกษาด้วยความเต็มใจ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยเป็นกำลังใจช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วง และขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกๆ ท่านที่มีได้เอื้อนามไว้ ณ ที่นี้ และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดผู้ศึกษาขอมอบการวิจัยฉบับนี้ให้เป็นวิทยาทานสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาในเรื่องเดียวกันหรือในเรื่องที่ใกล้เคียงกัน



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	2
กรอบแนวคิด.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	13
ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	25
การทดสอบแบบสอบถาม.....	26
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	27

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยว.....	29
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	32
ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	35
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ.....	40
5 สรุปอภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา.....	41
อภิปรายผลการศึกษา.....	43
ข้อเสนอแนะ.....	44
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	51
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	52
ประวัติผู้วิจัย.....	57

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	ข้อมูลของนักท่องเที่ยง.....	29
2	ข้อมูลพฤติกรรมกรรทงเที่ยง.....	32
3	ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ในภาพรวมที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	35
4	ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านสถานที่.....	36
5	ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านกิจกรรม.....	37
6	ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านค่าใช้จ่าย.....	38
7	ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ.....	39
8	ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	40

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตกที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ว่าราชบุรีเป็นหัวเมืองที่เจริญรุ่งเรืองมากแห่งหนึ่งของแคว้นสุวรรณภูมิ ราชบุรียังเป็นแหล่งพบปะของพ่อค้าวานิชตั้งแต่ครั้งโบราณ ทั้งยังเป็นเมืองหน้าด่านที่ติดต่อกับพม่า ราชบุรีจึงเป็นดินแดนที่หลากหลายชาติพันธุ์และกลุ่มชนมากที่สุดแห่งหนึ่ง

จังหวัดราชบุรีมีประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมที่สำคัญและธรรมชาติที่งดงาม เพราะจังหวัดราชบุรีมีภูมิประเทศที่หลากหลาย จึงทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักหลายแห่ง ทำให้จังหวัดราชบุรีมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะจังหวัดราชบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีอำเภอหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวเปรียบเสมือนจุดเด่นของจังหวัดราชบุรี คือ ที่อำเภอดำเนินสะดวก ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวทั่วทุกมุมของโลกเดินทางมาเพื่อชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกแห่งนี้

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หรือที่รู้จักกันทั่วไปในนามตลาดน้ำคลองต้นเจ้ม หรือที่ชาวบ้านในละแวกนั้นนิยมเรียกกันว่าตลาดน้ำคลองลัดพลีซึ่งมีมานานกว่า 100 ปีเศษ และเกิดขึ้นควบคู่กับคลองดำเนินสะดวกที่ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าให้ขุดคลองดำเนินสะดวก เมื่อปี พ.ศ. 2409 เพื่อเชื่อมแม่น้ำท่าจีนกับแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งมีระยะทางกว่า 35 กิโลเมตร แต่เดิมตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นจุดที่พ่อค้าแม่ขายมารวมกันเพื่อค้าขายและผู้คนในชุมชนบริเวณนั้นเองที่มาจับจ่ายใช้สอย ในปี พ.ศ. 2510 เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตและการค้าขายในตลาดน้ำแห่งนี้ ต่อมาได้มีบริษัทนำเที่ยวจัดนำนักท่องเที่ยวมาชมโดยตรงจึงทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันตั้งแต่นั้นมา

ปัจจุบันได้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกกันมากขึ้นทุกปี ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าไปจากเดิม ในอดีตตลาดน้ำนั้นเป็นเพียงสถานที่ที่มีการแลกเปลี่ยน ซื้อ ขาย สินค้าการทางเกษตรของชาวบ้านเท่านั้น

ในปัจจุบันมีการขายสินค้าที่มีภายในท้องถิ่น ของที่ระลึกและมีการบริการเพิ่มเข้ามา เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว เช่น บริการนั่งเรือชมวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมฝั่ง คลองและสามารถจับจ่ายซื้อของทางน้ำได้ ซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศที่มาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากและยังมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี ซึ่งสร้างชื่อเสียง ให้กับอำเภอดำเนินสะดวกและจังหวัดราชบุรี

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สนใจและเดินทางมา เพื่อมาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก กรณี นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉพาะ เพื่อเป็น การศึกษาถึงความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวคนไทยรู้สึกต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะ ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกในด้านต่างต่อไปนี้ คือ ในด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านอัตราค่าบริการต่างๆ ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้า และผู้ให้บริการ และด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจในการให้บริการที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพื่อที่จะทราบถึงความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำแห่ง นี้ และเพื่อที่ทางตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะสามารถนำข้อมูลที่ทราบจากผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการ พัฒนาและปรับปรุงตลาดน้ำดำเนินสะดวก ให้มี รูปแบบและการบริการที่ได้ระดับมาตรฐาน เหมาะสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่าง เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัด ราชบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยศึกษา เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยขอความร่วมมือ จากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดย สอบถามในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านค่าใช้จ่าย

ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่าย และด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ดำเนินการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง เดือนสิงหาคม 2553

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้หลักต่อเดือน

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

- สถานที่
- กิจกรรม
- ค่าใช้จ่าย
- การให้บริการของผู้จัดจำหน่าย
สินค้าและผู้ให้บริการ
- ภาพโดยรวมของ
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อ
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี
2. การวิจัยครั้งนี้จะเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปปรับปรุงและส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการค้าขายกันในเรือที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นชาวไทย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

บริการนั่งเรือ หมายถึง การนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกและชมวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมฝั่งคลองดำเนิน

สะดวก

ผู้จัดจำหน่าย หมายถึง พ่อค้า แม่ค้า ที่ขายสินค้า อาหาร และเครื่องดื่ม

ให้แก่นักท่องเที่ยว

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ที่ดูแลลูกค้าทั้งพนักงานท่าเรือ คนขับเรือ จนถึง

ผู้ให้บริการเพื่อความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกรอบแนวคิดและเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5. ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำดำเนินสะดวก
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจนั้นได้มีผู้ให้ความหมายที่คล้ายคลึงกันไว้หลายท่าน ดังนี้ Mores (1955 : 27, อ้างถึงใน บุญฤทธิ์ ลิ้มบุญ 2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ใครก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง และความตึงเครียดนี้เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง ความตึงเครียดก็จะลดน้อยลงหรือหมดไป และก่อให้เกิดความพึงพอใจได้

ซริณี เดชจินดา (2535 : 14) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545 : 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

หลุยส์ จาปาเทศ (2533 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังกัดได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

โดยสรุปแล้วความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกยินดี ชอบใจ และเป็นสุข เป็นการแสดงความรู้สึกในทางบวกต่อสิ่งที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการของมนุษย์ ด้วยการแสดงพฤติกรรมออกมาทางสายตา คำพูด ระหว่างบุคคลกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตได้จากการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงวัดความพึงพอใจโดยตรงได้ยาก แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงจะสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

Shelly (1975 : 252, อ้างถึงใน จุมพล ฟ้าดวง 2546) กล่าวว่า คือทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกของมนุษย์จะตกอยู่ในความรู้สึกสองแบบนี้

ความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางลบอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุข สามารถทำให้เกิดความรู้สึกหรือความรู้สึกบวกเพิ่มขึ้นอีกดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางลบอื่นๆ

ความรู้สึกด้านลบ ความรู้สึกด้านบวกและความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางด้านลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปแบบต่างๆได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นได้อีก โดยแท้จริงแล้วความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” (Satisfaction) นั้นเป็นความหมาย

เดียวกับ ทักษะคติ (Attitude) ซึ่งทักษะคติ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่ได้จากการเรียนรู้ และประสบการณ์แล้วแสดงสภาวะของร่างกายและจิตใจในด้านความพร้อมที่จะตอบสนองต่อบุคคลหรือสิ่งต่างๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือในสองลักษณะ

ทฤษฎีความพึงพอใจของ Herzberg (1959 : 154, อ้างถึงใน อภิชาติ ศิริสวัสดิชัย 2537) สาระสำคัญของทฤษฎีนี้ คือ

1. ความต้องการของคนที่จะหลีกเลี่ยงความไม่สบาย และความเจ็บปวด (Animalistic Needs) สิ่งเหล่านี้เรียกว่า Hygiene factors

2. ความต้องการที่จะเจริญเติบโตและพัฒนาทางด้านจิตความต้องการนี้จะสานสัมพันธ์กับสาระของงาน เช่น ความสามารถ สิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการเรียกว่า Motivators และเมื่อเกิดขึ้นย่อมทำให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาสรุปได้ว่า ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น หมายถึง ความรู้สึกของมนุษย์ทั้งสองแบบ คือ ความรู้สึกพึงพอใจหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกไม่พึงพอใจหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกพึงพอใจ คือ การที่มนุษย์รู้จักยินดี มีความสุข และความพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ความรู้สึกไม่พึงพอใจ คือ การที่มนุษย์รู้สึกไม่มีความสุข ไม่ยินดี และการที่ความต้องการของมนุษย์ไม่ได้รับการตอบสนอง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค เปรียบประดุจเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงชีวิตบริษัททางด้านธุรกิจทุกแห่งให้ยืนยงดำรงอยู่ได้ ดังนั้น กลุ่มผู้บริโภคจึงเป็นเป้าหมายหลักสำคัญที่บริษัทธุรกิจจะสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อนำเอารายได้และผลกำไรจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้มาใช้เป็นทุนรอนหมุนเวียน เพื่อดำเนินงานประกอบการธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าสืบต่อไป ซึ่งปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจดังกล่าว ก็คือ ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของ ผู้บริโภค เพื่อเป็นการปรับกลยุทธ์การตลาดให้ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

อองอาจ ปะทะวานิช (2525) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งสาเหตุที่

ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าและบริการอาจเป็นเพราะสินค้าและบริการนั้นๆ มีสิ่งจูงใจบางประการที่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค

ดาร์รงค์ คี ซัยสนิท (2537) ได้ศึกษาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้บริโภค (Consumer Analysis) ถือเป็นการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมทางการตลาดที่ผู้บริหารการตลาดใช้ความพยายามทางการตลาด (Market Effort) เพื่อเอาชนะคู่แข่งขั้นธุรกิจในแต่ละประเภทต่างก็ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากจนเกิดมีคำที่พูดกันอย่างคุ้นหูว่า ลูกค้ายิ่งเป็นพระเจ้า (Customer is a King)

Stanton (1981 , อ้างถึงใน จุมพล ผู้ผดุง 2546) ได้ศึกษา วิธีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคว่า จำต้องอาศัยวิชาการทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Sciences) ซึ่งประกอบด้วยสังคมวิทยา มานุษยวิทยา และจิตวิทยา ผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคนี้ เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อเพื่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside Stimulus) ที่แบ่งเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นทางด้านสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย การเมือง และวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ จะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคได้ โดยความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคนี้ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางจิตวิทยา รวมทั้งขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหาของผู้บริโภคเอง
2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น
3. การประเมินผลทางเลือกจากคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์
4. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด
5. การได้รับความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้บริโภคด้านความพึงพอใจ หรือไม่พอใจ

หลังจากที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้น ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ของการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) ทางด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้และพฤติกรรมผู้บริโภค

พิบูล ทีปะปาล (2537) ได้กล่าวถึงกระบวนการของพฤติกรรมมี 3 ขั้นตอน

1. พฤติกรรมที่จะเกิดได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is Caused) หมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุ คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนคนนั้นนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is Motivated) นั่นคือ เมื่อคนมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งสู่เป้าหมาย (Behavior is Goal-directed) คือ การที่คนแสดงพฤติกรรมใดๆ ออกมานั้น มิได้กระทำโดยเลื่อนลอยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือ ไร้ทิศทางหากแต่กลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อบรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ในการศึกษาจะนำทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นต้นแบบ เพื่อศึกษากระบวนการของพฤติกรรมที่นำไปสู่การตัดสินใจ “คำว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น ในความหมายที่ถูกต่อนั้นมิใช่หมายถึง การบริโภค (Consumption) หากแต่ศึกษาถึงการซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค ในที่นี้เราจึงเน้นถึงตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญและที่ถูกต้องแล้ว การซื้อเป็นเพียงจุดหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ และไม่สามารถแยกออกไปจากการบริโภค สินค้าที่กระทำโดยตัวผู้บริโภคเองหรือการบริโภคโดยสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว ผู้ซื้อจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของผู้ที่จะบริโภคอีกต่อหนึ่ง ด้วย เหตุนี้เองผู้วิเคราะห์การตลาดจึงต้องระวังอยู่เสมอถึงความสัมพันธ์เหล่านี้”

คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า “พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้” แบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ

1. พฤติกรรมของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้า และการบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (The Ultimate Consumer) เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเองและ/หรือเพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น

ครอบครัวหรือเพื่อน รวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนของการจัดซื้อในครอบครัว และบุคคลบางคนที่ซื้อของขำขึงให้บุคคลอื่นด้วย อย่างไรก็ตามไม่พิจารณาถึงการที่บุคคลทำการซื้อให้กับองค์กรหรือธุรกิจหรือสถาบันต่างๆ

3. กระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งก่อนเกิด และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อปฏิกิริยาทางการตลาดที่เราสังเกตได้ เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย การสื่อสารโฆษณาและการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการกับญาติมิตร

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

ความหมายของการบริการนั้นได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้
 ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2549 : 9) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบร่วมหรือไม่ก็ได้

พัฒนา สิริโชติบัณฑิต (2548 : 25) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการคือ การกระทำด้านใดด้านหนึ่งที่กลุ่มบุคคลหนึ่งๆ ได้นำเอาไปเสนอขายแก่บุคคลอื่นโดยทั่วไปที่มีลักษณะ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้

Bender (1976 : 1, อ้างถึงใน กฤษณา พิทักษ์ 2545) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมต่างๆที่บริษัทจัดให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทนั้นๆ ซึ่งการให้บริการจะต้องประกอบด้วยพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน อุปกรณ์ วิธีการดำเนินงาน ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่จำเป็นต่อลูกค้า

วิระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2538 : 6) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการคือ กระบวนการหรือกิจกรรมในการส่งมอบกิจการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ

จิรพร สุเมธีประสิทธิ์ (2537 : 4) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการเป็นกระบวนการดำเนินการที่กระทำโดยบุคคลธรรมดาหรือกระทำโดยนิติบุคคล องค์กรธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดอรรถประโยชน์หรือคุณค่าแก่ลูกค้าที่อาจจะเป็นบุคคลธรรมดา หรือเป็นนิติบุคคล องค์กรธุรกิจตามที่ต้องการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 10) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ นั้น หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จัดทำเพื่อเสนอขายหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า

ประเภทของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 334-343) ได้กล่าวไว้ว่าการบริการ (Service) เป็น กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้าธุรกิจบริการ สามารถจัดแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ เป็นต้น
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้แก่ผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
3. เป็นการบริการและสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการ โดยไม่มีตัวสินค้านั้นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันนวดแผนโบราณ ร้านทำฟัน จิตแพทย์ และธนาคาร เป็นต้น

หลักการให้บริการ

กุลชน ธนาพงศธร (2530 : 303-304) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการ เพื่อประโยชน์ของผู้ที่นั้นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่การให้ความช่วยเหลือหรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะทำได้โดยตามใจ โดยทั่วไปหลักการให้มีการบริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ คือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และบริการแล้วไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ
2. หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการจะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอมิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริการ หรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดตั้งนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มคนใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลื้องทรัพยากรธรรมชาติไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากให้แก่ผู้บริการหรือผู้ให้บริการมากเกินไป

นพคุณ ดิลกภากรณ์ (2546 : 12) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงบริการ และได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการ ดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างการบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ

2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง

3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ความสามารถของผู้รับบริการ (Acceptability) ซึ่งในที่นี้ รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

การวัดความพึงพอใจในบริการ

ผลงานวิจัยนันทศึกษา ระดับปริญญาตรี

Milliet (1994 : 397-400, อ้างถึงใน นพวรรณ บุนนาคประเสริฐ 2549 : 21-22) ได้กล่าว เกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจในการบริการไว้ว่า การบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือไม่ โดยสามารถวัดจาก สิ่งต่อไปนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม คือ การให้บริการที่มีความยุติธรรมและเสมอภาคไม่ว่า ผู้ใช้บริการจะเป็นใคร

2. การให้บริการที่รวดเร็วทันต่อเวลา คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน และตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

3. การให้บริการอย่างพอเพียง คือ ความพอเพียงในด้านสถานที่ บุคลากร และวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง คือ ให้บริการตั้งแต่ต้นจนบรรลุผลสำเร็จของงานที่ ผู้ใช้บริการต้องการ
5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า คือ การพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ โดยการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเสริม

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในเรื่องของแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น ได้แก่ ความคาดหวัง และความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ด้วย ซึ่งทั้ง 2 สิ่งนี้ส่งผลในด้านบวกและลบขององค์กรต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการต่อไปได้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปการท่องเที่ยวหมายถึง ผู้คนหรือประชาชนที่ได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจจะหมายรวมถึง บุคคลที่เข้าไปร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือการเดินทางเพื่อทำวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยที่มาเหล่านี้สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ นอกจากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังมีนักวิชาการท่านอื่นๆ ได้ให้ความสนใจและให้ความหมายของคำว่าท่องเที่ยวไว้ดังนี้

กรุณา เดชาดิวงส์ ณ อยุธยา (2537 : 1) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

เบญจมาศ อุทกศิริ (2551) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำโดยปกติ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของคนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์

ประสงค์เพื่อการพักผ่อน หาความรู้ หรือการเดินทางเพื่อธุรกิจ トラブที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง โดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพ ซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว มิได้ประกอบอาชีพ

จากความหมายของการท่องเที่ยวทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาสรุปว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางไปสู่สถานที่ต่างๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางศิลปวัฒนธรรม ธุรกิจ การประชุม การแสดงและอื่นๆ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 3-1) ได้พิจารณาการท่องเที่ยวในเชิงระบบแบ่งเป็นองค์ประกอบหลักหรือองค์ประกอบย่อยของการท่องเที่ยว ได้ 2 ส่วน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริการท่องเที่ยว โดยมีการแบ่งองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนใหญ่หมายถึง สภาพทางกายภาพของทรัพยากรนั้นๆ ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งโดยทั่วไปมักแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตท้องถิ่น

ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ดึงดูดใจที่สำคัญ ซึ่งมักเป็นแหล่งที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม หรือเป็นแหล่งที่มีธรรมชาติสวยงาม และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวต้องพิจารณาจากที่ตั้ง ขนาด ความดึงดูด และความสะดวกในการเข้าถึง ความพร้อมในด้านบริการ ศักยภาพการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาหรือความต้องการ ในการพัฒนานี้ สภาพทรัพยากรยังมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้ความดึงดูดใจในทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยว จึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยว ว่าเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมีได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่าย

สินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว

สุทธิธิ์ ชูชาติ (2538 : 39) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 3 ประการคือ

1. สิ่งดึงดูด (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากการที่มนุษย์มีประสาทสัมผัสที่ดีเยี่ยมเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้มนุษย์เกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับในปัจจุบันความเจริญทาง ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ได้พัฒนาได้เกิดความก้าวหน้าทางการขนส่ง การสื่อสารมวลชน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญให้มนุษย์เกิดการรับรู้และต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น สิ่งดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆ พื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศ และความสวยงามตามธรรมชาติ ฯลฯ สภาพธรรมชาติเหล่านี้ เป็นแหล่งดึงดูดใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ภายใต้เงื่อนไขของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการคือ สถานที่ที่น่าสนใจและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ ในบางฤดูกาลจะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งให้สอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจ และดึงดูดคนมาท่องเที่ยว

1.2 ด้านวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้นๆ ซึ่งอาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของประชาชน และจารีตประเพณี ทั้งอดีตและปัจจุบัน

1.3 ชาติพันธุ์เหตุผลอย่างหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนก็เพื่อต้องการเชื่อมเพื่อนและญาติมิตร ออกไป เช่นเดียวกับคนจีนในประเทศไทยที่ต้องการเดินทางไปเมืองจีน เหตุผลอย่างหนึ่งคือ ต้องการไปเยี่ยมเยียนมาตุภูมิลำเนาเดิม

1.4 แหล่งบันเทิง นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวก็เพราะมีแหล่งบันเทิงเป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจจัดไว้ให้ แหล่งบันเทิงนั้นมีใช้หมายถึง สถานเริงรมย์ ยามราตรีเพียงอย่างเดียว แต่อาจจะหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ แหล่งบันเทิง

ที่ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นด้วย มิใช่เป็นฝ่ายนั่งชมเพียงอย่างเดียว เช่น ให้ร่วมกิจกรรมกับการแสดงของสัตว์ขึ้นในสวนสัตว์ ซึ่งพิจารณาแล้วว่าปลอดภัย

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวได้นำประชาชนไปยังแหล่งท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงสถานที่ดังกล่าวแล้ว จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีบริการอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เพราะนักท่องเที่ยวยามเดินทางไกลบ้าน ต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ

2.1 ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทางนักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งต้องการที่พักซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายค่าอาหารและค่าเครื่องดื่มมากกว่าปกติเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยว การจัดอาหารในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีทั้งอาหารประจำชาติของนักท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่น เพราะอาหารทั้งสองประเภทนั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่นักท่องเที่ยวต้องการในปัจจุบัน ธุรกิจร้านอาหารได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ ฯลฯ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวต้องจัดขึ้นเพียงพอกับความต้องการ การลงทุนกิจกรรมด้านนันทนาการบางอย่างก็ลงทุนไม่มากนักจึงนับว่าเป็นการสร้างงาน และกระจายรายได้ อย่างหนึ่งแก่บุคคลในท้องถิ่นในด้านร้านขายของที่ระลึก นอกจากเป็นการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นแก่ประเทศชาติอีกด้วย

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ในแหล่งท่องเที่ยว มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพราะทำให้เกิดความสะดวกในการจองที่พัก การติดต่อกับครอบครัว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความเพลิดเพลินในการพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนาและส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นอีกด้วย

3. การขนส่ง (Transportation) การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไป

จากประสบการณ์เดิม ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย

ประเภทการท่องเที่ยว

เนวารัตน์ พลายน้อยและคณะ (2536 : 45) กล่าวว่า การท่องเที่ยว นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งกีฬา เล่นกีฬา เช่นน้ำพุรักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Intensive Tour) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น เพื่อเป็นรางวัล แก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อดูงาน การสันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด
3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (History Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิชภัณฑ์สถานและโบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรู้เรื่องในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร หรือวัง เพื่อชมการแสดงแสง เสียง เหตุการณ์เด่นๆ ในอดีตกาล
4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุม สัมมนา หรือพบปะกัน ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย
5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่าๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่าๆ เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเร่กระบ่าพื้นบ้าน การแสดงศิลปหัตถกรรม โบราณ เป็นต้น
6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีพืชมร่า และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่างๆ
7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวชาติพันธุ์แต่นับสิ่งดึงดูดใจเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าเน้นที่ชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ซึ่งรวมทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์

การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว นักอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในแต่ละกิจกรรมนั้นเป็นพิเศษ เพื่อความพึงพอใจความสนุกสนาน ตื่นเต้น รื่นเริง บันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการบริการที่เหมาะสม

2. การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อหาความเพลิดเพลิน เสาะหาความสนุกสนานตื่นเต้น และพักผ่อนหย่อนใจ

3. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักธุรกิจและผู้มีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจ หรือเพื่อประชุม การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่างๆ ก่อนการประชุมมีการจัดรายการท่องเที่ยว อาจเป็นรายการทัศนศึกษาหรือหลังการประชุมมีการจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

4. การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งโบราณคดี ประวัติศาสตร์ งานประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้แก่ความรู้เกี่ยวกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น

ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ประวัติและความเป็นมา

คลองต้นเข็ม หมู่ที่ 9 ตำบลดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นตัวแทนตลาดน้ำของเมืองไทยที่ดังไปทั่วโลก คือ “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก” ตลาดน้ำแห่งนี้ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าขายหรือสภาพเดิมของตลาดไปแล้วก็ตาม แต่คงความมีชีวิตชีวาและความหลากหลายภายในตลาดน้ำแห่งนี้ ก็ยังเป็นทีกล่าวขวัญถึงอยู่เสมอมา การเกิดของตลาดน้ำ เมื่อพิจารณาจากหลักฐานในช่วงสมัยนั้นจะพบว่าเกิดในเวลาไล่เลี่ยกับการขุดคลองดำเนินสะดวก ดังในพระราชหัตถเลขาของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อคราวเสด็จประพาส มณฑลราชบุรี พ.ศ.2452 ว่า “ในลำคลองระยะหลัก 1 หลัก 2 จนกระทั่งหลัก 3 เดิมเป็นจากและปรัง เดียวนี้มีจาก และปรังเข้าไปไม่ถึงหลัก 1 เป็นไร่นาไปหมด ได้ความว่าดีมาก ตามลำคลองมีตลาดเกิดขึ้นใหม่ถึงสามระยะนับว่าไม่มีที่ว่างว่าคนราชบุรียกลงมาตั้งแถบคลองดำเนินสะดวกนี้มาก” ตลาดน้ำที่เกิดขึ้นเป็นแห่งแรกบนสายคลองขุด (คลองดำเนินสะดวก) นี้คือ “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก” ปาก

คลองลัดราชบุรี หรือที่ชาวบ้านนิยมเรียกกันสั้นๆ ว่า คลองลัดพลี แต่เดิมมีชื่อเรียกกันติดปากว่า ตลาดนัด ศาลาห้าห้องบ้าง ตลาดนัดศาลาแดงบ้าง หรือตลาดนัดหลักแปดบ้าง ที่เรียนตั้งนี้ก็ด้วยตรงจุดอันเป็นตลาคน้ำเดิมที่สมเด็จพระเจ้าพระยาฯ (ช่วง บุนนาค) ได้ให้ปลูกศาลาเป็นไม้มี 5 ห้อง หลังคา มุงด้วยกระเบื้องสีแดง สร้างให้เป็นที่พักคนงาน จุดนี้จึงมีผู้คนหนาแน่นกว่าที่อื่นๆ ต่อมาจึงกลายเป็นตลาดนัดสำคัญแห่งหนึ่งคู่กับตลาดนัดปากคลอง ซึ่งมีมาเก่าแก่ก่อนยุคคลองดำเนินสะดวก ซึ่งในอดีตนั้น พ่อค้าแม่ขายจะนำสินค้าบรรทุกเรือขึ้นล่องอยู่ระหว่างตลาดนัดดำเนินสะดวกที่คลองลัดพลี และที่ตลาดนัดปากคลอง ซึ่งหมุนเวียนสับวัน เวลาที่เปิดตลาดไม่ให้ชนกัน สำหรับตลาดนัดดำเนินสะดวกนั้น จะมีพ่อค้าแม่ขายมาขายของกันในวันนัด คือ วัน 2 คำ 7 คำ และ 12 คำ ทั้งข้างขึ้นและข้างแรม ส่วนบริเวณพื้นที่ของตลาคน้ำนั้นขยายไปกว้างขวางมาก โดยในช่วงปี พ.ศ. 2500 ขยายกินบริเวณตั้งแต่ ปากคลองลัดพลีไปตามคลองชุดดำเนินสะดวก ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า คลองใหญ่ ไปถึงบริเวณปากคลองทองหลวง และบริเวณหน้าวิกภาพยนตร์ดำเนินเรียดอร์ ในวันนัดท้องถิ่นก็จะคลาคลำไปด้วยเรือสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรือสำปั้น หรือเรือสำปั้นจ้าง จอดเรียงรายกันยาวนานเป็นกิโลเมตร แต่ตลาคน้ำดำเนินสะดวกยังคงมีในจุดอื่นๆ นอกเหนือจากคลองลัดพลีด้วยนั้น เพราะชุมชนสองฝั่งคลองดำเนินสะดวก เป็นชุมชนที่เติบโตคู่มากับแม่น้ำลำคลอง มีการใช้คลองต่างถนนในการสัญจรไปมา ตลอดสายคลองมีคลองลัดเชื่อมพื้นที่ภายในกับคลองใหญ่ไม่ต่ำกว่า 200 คลอง ในจำนวนนี้มีไม่น้อยที่ตัดถึงกันเกิดเป็นเครือข่ายสายน้ำเชื่อมหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดเข้าด้วยกัน ในจุดที่มีชุมชนกระจุกตัวหนาแน่นก็จะเปิดเป็นตลาคน้ำขึ้น ในสมัยนั้นตลาคน้ำดำเนินสะดวก มีจุดใหญ่ที่พ่อค้าแม่ขายมารวมกันอยู่ 3 จุด คือ ที่ปากคลองลัดพลี ปากคลองโพหัก หรือที่เรียกว่าคลองบัวงาม เขตตำบลคอนไผ่ หลักห้า และที่ปากคลองศรีสุราษฎร์ ซึ่งเป็นตลาคที่ไม่ใหญ่มากนักมีพ่อค้าแม่ขายไม่ค่อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นผู้คนในชุมชนบริเวณนั้นๆ เองที่มาจับจ่ายใช้สอยและค้าขายกัน ด้วยความเรียบง่ายและมีเสน่ห์ของตลาคน้ำดำเนินสะดวก ทำให้ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวชมชีวิต และการค้าขายในตลาคน้ำแห่งนี้กันอยู่บ้าง ส่วนใหญ่มาได้ด้วยคำบอกเล่าและกิตติศัพท์ที่ร่ำลือ และต่อมาได้มีบริษัทนำเที่ยวจัดนำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมตลาคโดยตรง ตลาคน้ำดำเนินสะดวกเริ่มได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2514 เป็นต้นมา โดยการส่งเสริมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากจำนวนบทความนำเที่ยวทั้งที่เป็นภาษาไทยตีพิมพ์ในนิตยสาร อ.ส.ท.และบทความภาษาอังกฤษที่ลงพิมพ์ใน Holiday Time in Thailand และรวมถึงแผ่นพับการโฆษณาลงในหนังสือท่องเที่ยวต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก

ตลาคน้ำดำเนินสะดวก เกิดจากกระบวนการพัฒนาตัวเองของสังคมไทยที่มีคลองเป็นตัวแปรประสานเป็นวัฒนธรรมที่คู่แปลกสำหรับคนต่างถิ่น เนื่องจากคนไทยแต่ครั้งโบราณมีความ

ชำนาญและเคยชินกับการติดต่อสัญจรกันทางน้ำ การพัฒนาการติดต่อ จึงมุ่งใช้ทางน้ำเป็นสำคัญ โดยเฉพาะคลองดำเนินสะดวก ซึ่งพิเศษกว่าคลองอื่นๆ เพราะเกิดจากการพัฒนาตนเองของระบบ สังคมอย่างแท้จริง เนื่องจากมิได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่ถูกขุดขึ้นจากฝีมือของมนุษย์ทั้งสิ้น ดังนั้น คงจะเป็นการกล่าวที่ไม่เกินจริงว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ถือเป็นวัฒนธรรมอันเก่าแก่ อันทรงคุณค่าไม่ใช่เพียงแต่เฉพาะเพียงคนดำเนินสะดวก หรือคนไทยทุกคนเท่านั้นแต่ถือได้ว่าเป็นคนทั้งโลกเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จึงนับเป็นความภาคภูมิใจของชาวดำเนินสะดวก เปรียบประจักษ์ของมีค่าจนประเมินค่าราคามีได้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการดำรงชีวิตประจำวันของชาวดำเนินสะดวก ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีใช่เป็นหนึ่งในจังหวัดราชบุรี แต่ยังเป็นหนึ่งในประเทศไทย เพราะจังหวัดอื่นๆ ที่จะมีการค้าขายทางเรือสำปั้น หรือเรืออื่นๆของพ่อค้า แม่ค้า ที่นำเอาสิ่งของต่างๆ มาขายกัน ส่วนมากจะเป็น พืช ผัก ผลไม้ในสวน มาขายเหมือนอย่างตลาด น้ำดำเนินสะดวกไม่มีอีกแล้ว และสามารถพูดได้ว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีอยู่แห่งเดียวในโลก ที่อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี การเดินทางโดยรถยนต์จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไปตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ 2 เส้นทางคือ

1. เดินทางไปตามถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ผ่านบางแค สวนสามพราน นครชัยศรี นครปฐม เลยกิโลเมตรที่ 83 ไปเล็กน้อยจะพบแยกบางแพ เลี้ยวซ้ายมือไปตามทางหลวงหมายเลข 325 อีกประมาณ 25 กิโลเมตร แยกขวาอีก 1 กิโลเมตร

2. เดินทางไปตามสายธนบุรี-ปากท่อ (ทางหลวงหมายเลข 35) ระยะทาง 63 กิโลเมตร เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 326 ผ่านตัวเมืองสมุทรสงคราม เลี้ยวเข้าสู่ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 325 ไปประมาณ 12 กิโลเมตรถึงทางเข้าตลาดน้ำซึ่งอยู่ก่อนถึงสะพานพระราชต์ 200 เมตรและแยกซ้ายไปอีก 1 กิโลเมตร

การเดินทางโดยรถประจำทาง มีรถโดยสารปรับอากาศสายกรุงเทพฯ - ดำเนินสะดวก ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี เที้ยวแรก รถจะออกตั้งแต่วันที่ 05.00 น. ลงตรงปากทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง จากนั้นสามารถโดยสารรถสองแถวเข้าไปถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นระยะทางอีก 1 กิโลเมตร สอบถามสถานีขนส่งสายใต้ โทร. 435-119, 435-1200

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปกับรถโดยสารสายอื่นๆ ได้ เช่น สาย กรุงเทพฯ -ราชบุรี, กรุงเทพฯ -เพชรบุรี (สายเก่า) แล้วลงตรงสี่แยกบางแพ ต่อจากนั้นต่อรถสองแถว ซึ่งวิ่งระหว่างทางแยกบางแพไปดำเนินสะดวก มีรถออกทุก 10 นาที

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรุฒิ เฟื่องพันธ์และกรรณิการ์ สัจกุล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ คุณค่าและบทบาทตลาดน้ำในฐานะแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1. ตลาดน้ำคลองต้นเข็มเป็นตลาดน้ำที่ยังคงมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอยู่และปัจจุบันตลาดน้ำแห่งนี้รู้จักกันในชื่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก 2. คุณค่าและบทบาทของตลาดน้ำในอดีตทั้ง 3 แห่งเหมือนกัน คือ มีบทบาทในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว และมีคุณค่าในด้านจิตใจ ร่างกาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ท่องเที่ยวและแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน 3. ตลาดน้ำมีคุณค่าและบทบาทในฐานะแหล่งการเรียนรู้ของประเภทบุคคล ประเภทสื่อ วัสดุ อุปกรณ์ ประเภทกิจกรรมและประเภทสถานที่และแหล่งทรัพยากร ธรรมชาติ 4. ผู้ขายสินค้าในตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงหรือที่เรียกว่าแม่ค้าตลาดน้ำ ซึ่งมีลักษณะนิสัยและการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนที่จะทำให้ตลาดน้ำดำรงอยู่หรือสูญหายไป

พัชรา ลาภลือชัย (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีและตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาเที่ยวมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. อาชีพเป็นพนักงานเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่ต้องการพักผ่อนเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีโอกาสท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวจะร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาอยู่ในระดับมาก

สุรเดช พลเรืองและคณะ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการวางแผนกิจกรรมเพื่อนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมของตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดคือ การชมวิถีชีวิตของชาวบ้านริมสองฝั่งคลองโดยการล่องเรือ ชมสวน ชมทัศนียภาพ แต่กิจกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นมาพร้อมกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกจึงเป็นกิจกรรมที่มี

มาช้านาน จึงคิดกิจกรรมในอนาคตขึ้นมา คือ คลองขนมหวาน สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ โครงการชิมทุกไร่อร่อยทุกสวน ซึ่งนอกจากจะเป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ชาวบ้านมี รายได้จากการประกอบอาชีพ และเป็นการพัฒนาตลาดน้ำดำเนินสะดวกในอีกด้านหนึ่ง โดยเป็นที่ รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

มณีวรรณ ผิวนิม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการพัฒนาการและผลกระทบ ของการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ ผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำ ดำเนินสะดวก ราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงพัฒนาการและความ เปลี่ยนแปลง การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้ง 2 แห่งทั้งด้านบวกและลบ ผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียง และอากาศ ผลกระทบทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน มีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มขึ้น ที่ ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนแต่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกรายได้ส่วนใหญ่ตก อยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ผลกระทบทางสังคมการท่องเที่ยวมีทั้งความร่วมมือ และความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์ สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ ประกอบการ ด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูก กีดกันด้านการค้า ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นไปในทางบวกเป็นส่วน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เพื่อมุ่งเน้นศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งมีวิธีการดำเนิน การศึกษาดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การทดสอบแบบสอบถาม
5. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยคำนวณการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่รู้จำนวนประชากร (องอาจ นัยวัฒน์ 2548 : 122)

สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่รู้จำนวนประชากร

$$n = \frac{Z^2 \cdot \infty/2 \cdot pq}{d^2}$$

แทนค่าสูตรดังนี้

$Z^2 \propto / 2$ แทน คะแนนมาตรฐาน ณ ระดับช่วงความเชื่อมั่น หรือ ณ ระดับนัยสำคัญ
หนึ่งๆ ซึ่งได้จากการเปิดตารางได้โค้งปกติที่เบี่ยงเบนไปทั้ง 2 ด้าน (2-sided normal deviate)

p แทน ค่าประมาณสัดส่วนของประชากรที่สนใจศึกษา

q แทน 1- p

d แทน ระดับความแม่นยำ (Precision Level) หรือขอบเขตความคลาดเคลื่อนของ
ค่าประมาณ (Margin of Error)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.21) (0.79)}{(0.05)^2}$$

$$n = 254.93$$

โดยค่า p หาได้จากการสัมภาษณ์โดยวิธี Pilot Survey ในจุดที่มีนักท่องเที่ยวมาเป็น
จำนวนมาก ได้แก่ ตลาดไต้รุ่งหัวหิน ห้างมาร์เก็ตวิลเลจ ตลาดนัดเปิดท้ายแกรนด์ ชายหาดหัวหิน
และเพลินวาน

การทำ Pilot Survey ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 100 คน ผล
การสัมภาษณ์พบว่ามียกท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางไปเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 21
คน ดังนั้น ค่า p จึงมีค่าเท่ากับ 21 %

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่จะศึกษา 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง คือ การ
ลงพื้นที่ขอความร่วมมือกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี โดยแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนดังที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวม โดยการ
ศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานทางวิชาการ และงานวิจัย
ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาถึงความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้หลักต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในด้านต่างๆ ได้แก่

1. ด้านสถานที่

- ป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก
- สภาพเส้นทางของทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก
- สถานที่จอดรถ
- สภาพของน้ำในคลองดำเนินสะดวก
- ความสะอาดของห้องน้ำ
- สภาพแวดล้อมโดยรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวก

2. ด้านกิจกรรม

- การนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก
- ระยะเวลาการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก
- ความปลอดภัยในการนั่งเรือ
- จำนวนร้านค้าที่ให้บริการ

- ประเภทของสินค้า
- การจัดวางสินค้า

3. ด้านค่าใช้จ่าย

- ราคาที่นั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก
- ราคาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
- ราคาจำหน่ายสินค้าของฝาก
- ราคาค่าบริการห้องน้ำ
- ราคาค่าบริการที่จอดรถ

4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ

- การบริการต้อนรับ
- มนุษยสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ
- มารยาทของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ
- บุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ

5. ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

โดยกำหนดเกณฑ์คะแนนไว้ 5 ระดับ (Likert Scale) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	1

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถามในส่วนนี้ได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนจากระดับชั้นเท่ากับ 5 ชั้น (คะแนน 1-5) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลของคำถามไว้ดังนี้

1.00 – 1.80	อยู่ในเกณฑ์	มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	อยู่ในเกณฑ์	มีความพึงพอใจระดับน้อย
2.61 – 3.40	อยู่ในเกณฑ์	มีความพึงพอใจระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	อยู่ในเกณฑ์	มีความพึงพอใจระดับมาก
4.21 – 5.00	อยู่ในเกณฑ์	มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การทดสอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ เพื่อวัดประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำคำถามในแบบสอบถามที่ต้องการใช้เก็บข้อมูลเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพ แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ หลังจากแก้ไขปรับปรุง

แบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรที่เคยไปเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 40 คนและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2553 โดยมีระยะการดำเนินงาน ดังนี้

เดือนตุลาคม 2552 ถึง มิถุนายน 2553 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

เดือนกรกฎาคม 2553 ถึง สิงหาคม 2553 เก็บข้อมูลครั้งสุดท้าย วิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล สรุปผลการศึกษา และเก็บรายละเอียดต่างๆ ให้ครบถ้วน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 - 3 จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยวิเคราะห์หาข้อมูลค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเอาค่าทางสถิติเหล่านั้นมาอ่านค่าตีความและอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ในรูปแบบของสถิติแบบพรรณนา (Description Statistics) และในส่วนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการบรรยาย

สถิติที่ใช้ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ได้ใช้สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนสิงหาคม 2553 จำนวน 255 คน ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบแล้วว่าแบบสอบถามทุกฉบับได้รับการกรอกแบบสอบถามครบทุกคำถาม จึงได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ และด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก และความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ข้อมูลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้หลัก ต่อเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลนักท่องเที่ยว

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน) (n = 255)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	99	38.80
หญิง	156	61.20
2. อายุ		
15 - 25 ปี	63	24.70
26 - 34 ปี	66	25.90
35 - 50 ปี	102	40.00
51 - 60 ปี	24	9.40
3. สถานภาพ		
โสด	130	51.00
สมรส	121	47.50
ม่าย/หย่า	4	1.60
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	15	5.90
มัธยมศึกษาตอนต้น	38	14.90
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	67	26.30
อนุปริญญา/ปวส.	34	13.30
ปริญญาตรี	87	34.10
สูงกว่าปริญญาตรี	14	5.50
5. อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	51	20.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	37	14.50

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน) (n = 255)	ร้อยละ (%)
5. อาชีพ (ต่อ)		
พนักงานบริษัทเอกชน	34	13.30
ธุรกิจส่วนตัว	81	31.80
รับจ้างทั่วไป	43	16.90
เกษตรกร	9	3.50
6. รายได้หลักต่อเดือน		
ไม่เกิน 5,000 บาท	32	12.50
5,001 – 10,000 บาท	61	23.90
10,001 – 15,000 บาท	27	10.60
15,001 – 20,000 บาท	46	18.00
20,001 – 25,000 บาท	26	10.20
25,000 บาทขึ้นไป	63	24.70

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.20) รองลงมาเป็นเพศชาย (ร้อยละ 38.80) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะมีช่วงอายุ 35–50 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 40.00) รองลงมามีช่วงอายุ 26–34 ปี (ร้อยละ 25.90) ช่วงอายุ 15–25 ปี (ร้อยละ 24.70) และ 51 – 60 ปี (ร้อยละ 9.40) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีสถานภาพโสดมากที่สุด (ร้อยละ 51.00) รองลงมาเป็นสถานภาพสมรส (ร้อยละ 47.50) และสถานภาพมีคู่และหย่าร้าง (ร้อยละ 1.60) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 34.10) รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 26.30) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 14.90) ระดับอนุปริญญา /ปวส. (ร้อยละ 13.30) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 5.90) และสูงกว่าระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 5.50) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 31.80) รองลงมาเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 20.00) รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 16.90) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 14.50) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 13.30) และเกษตรกร (ร้อยละ 3.50) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนมากมีรายได้หลักต่อเดือนเดือนละ 25,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 24.70) รองลงมาเดือนละ 5,001–10,000 บาท (ร้อยละ 23.90) เดือนละ 15,001–20,000 บาท (ร้อยละ 18.00) ไม่เกินเดือนละ 5,000 บาท (ร้อยละ 12.50) เดือนละ 10,001–15,000 บาท (ร้อยละ 10.60) และเดือนละ 20,001–25,000 บาท (ร้อยละ 10.20) ตามลำดับ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน) (n = 255)	ร้อยละ (%)
1. ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว		
กรุงเทพมหานคร	49	19.20
จังหวัดในภาคเหนือ	5	2.00
จังหวัดในภาคกลาง	115	45.10
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	7.80
จังหวัดในภาคใต้	57	22.40
จังหวัดในภาคตะวันออก	9	3.50
2. การทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก		
โทรทัศน์	45	17.60
วิทยุ	0	0
หนังสือพิมพ์	23	9.0
วารสาร สิ่งพิมพ์	28	11.00
อินเทอร์เน็ต	21	8.30
คนรู้จัก	138	54.10
3. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่วนใหญ่		
เดินทางด้วยตัวเอง	144	56.50
ไปกับบริษัทนำเที่ยว	55	21.50
ซื้อทัวร์บ้างบางครั้ง	56	22.00
4. พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	131	51.40
รถทัวร์/รถโดยสาร	115	45.10
รถไฟ	0	0
เครื่องบิน	4	1.50
รถตู้/รถเช่า	5	2.00

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน) (n = 255)	ร้อยละ (%)
5. กลุ่มคนที่เดินทางด้วยบ่อยที่สุด		
เดินทางคนเดียว	4	1.60
ครอบครัว	79	31.00
ญาติ	28	11.00
คู่รัก	50	19.60
เพื่อนที่เรียน/ที่ทำงาน	94	36.90
6. การเดินทางมาตลาดน้ำดำเนินสะดวก		
รถยนต์ส่วนตัว	113	44.30
รถทัวร์/รถโดยสาร	104	40.80
รถตู้/รถเช่า	22	8.60
รถจักรยานยนต์	16	6.30
7. ค่าใช้จ่ายในการมาที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		
ไม่เกิน 1,000 บาท	59	23.10
1,001 – 3,000 บาท	130	51.00
3,001 – 5,000 บาท	53	20.80
5,001 บาทขึ้นไป	13	5.10

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 2 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (ร้อยละ 45.10) รองลงมาอยู่ในภาคใต้ (ร้อยละ 22.40) กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 19.20) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 7.80) ภาคตะวันออก (ร้อยละ 3.50) และภาคเหนือ (ร้อยละ 2.00) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกมาจากคนรู้จักมากที่สุด (ร้อยละ 54.10) รองลงมาทราบมาจากโทรทัศน์ (ร้อยละ 17.60) จากวารสาร สิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 11.00) จากหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 9.00) และจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 8.30) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยจัดการเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด (ร้อยละ 56.50) รองลงมาโดยการซื้อทัวร์บ้างเป็นบางครั้ง (ร้อยละ 22.00) และไปกับบริษัทนำเที่ยวทุกครั้ง (ร้อยละ 21.50) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีการใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว โดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 51.40) รองลงมาโดยการใช้รถทัวร์/รถโดยสาร (ร้อยละ 45.10) รถตู้/รถเช่า (ร้อยละ 2.00) และเครื่องบิน (ร้อยละ 1.60) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนที่ เรียน/ที่ทำงานมากที่สุด (ร้อยละ 36.90) รองลงมาเดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 31.00) เดินทางกับ คู่รัก (ร้อยละ 19.60) เดินทางกับญาติ (ร้อยละ 11.00) และเดินทางคนเดียว (ร้อยละ 1.60) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเดินทางมาที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดย รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 44.30) รองลงมาโดยมาที่รถทัวร์/รถโดยสาร (ร้อยละ 40.80) รถตู้ /รถเช่า (ร้อยละ 8.60) และรถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 6.30) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวที่ตลาดน้ำ ดำเนินสะดวกอยู่ที่ 1,001-3,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 51.00) รองลงมามีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท (ร้อยละ 23.10) ค่าใช้จ่าย 3,001-5,000 บาท (ร้อยละ 20.80) และมากกว่า 5,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 5.10) ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ และด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ตารางที่ 3 ตารางแสดงข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกทั้ง 5 ด้าน

ข้อมูลความพึงพอใจนักท่องเที่ยว ในภาพรวมที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านสถานที่	3.45	0.82	มาก
2. ด้านกิจกรรม	3.46	0.80	มาก
3. ด้านค่าใช้จ่าย	3.10	0.78	ปานกลาง
4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้า และผู้ให้บริการ	3.38	0.93	ปานกลาง
5. ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.71	0.71	มาก
รวม	3.42	0.81	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$)

พิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.71$) ด้านกิจกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระดับรองลงมา ($\bar{x} = 3.46$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.45$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.38$) และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{x} = 3.10$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก
ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.45	0.88	มาก
2. สภาพเส้นทางของทางเข้าตลาดน้ำดำเนิน สะดวก	3.70	0.67	มาก
3. สถานที่จอดรถ	3.69	0.70	มาก
4. สภาพของน้ำในคลองดำเนินสะดวก	3.46	0.83	มาก
5. ความสะอาดของห้องน้ำ	2.96	0.98	ปานกลาง
6. สภาพแวดล้อมโดยรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.42	0.87	มาก
รวม	3.45	0.82	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.45$)

พิจารณาในรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อสภาพเส้นทางของทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.70$) นักท่องเที่ยวที่มาที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถรองลงมา ($\bar{x} = 3.69$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อสภาพน้ำในคลองดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.46$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.45$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมโดยรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.42$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{x} = 2.96$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ตารางแสดงข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้าน
กิจกรรม

ด้านกิจกรรม	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. การนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.49	0.79	มาก
2. ระยะเวลาการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.22	0.77	ปานกลาง
3. ความปลอดภัยในการนั่งเรือ	3.18	0.80	ปานกลาง
4. จำนวนร้านค้าที่ให้บริการ	3.74	0.79	มาก
5. ประเภทของสินค้า	3.62	0.80	มาก
6. การจัดวางสินค้า	3.48	0.86	มาก
รวม	3.46	0.80	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกในด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.46$)

พิจารณาในรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในจำนวนร้านค้าให้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 3.74$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อประเภทของสินค้าน่าสนใจ ($\bar{x} = 3.62$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.49$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในการจัดวางสินค้า ($\bar{x} = 3.48$) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในระยะเวลาการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.22$) และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการนั่งเรือ ($\bar{x} = 3.18$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ตารางแสดงข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้าน
ค่าใช้จ่าย

ด้านค่าใช้จ่าย	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ราคาที่นั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.09	0.86	ปานกลาง
2. ราคาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	3.23	0.61	ปานกลาง
3. ราคาจำหน่ายสินค้าของฝาก	3.20	0.86	ปานกลาง
4. ราคาค่าบริการห้องน้ำ	2.98	0.79	ปานกลาง
5. ราคาค่าบริการที่จอดรถ	3.02	0.80	ปานกลาง
รวม	3.10	0.78	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.10$)

พิจารณาในรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อราคาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ($\bar{x} = 3.23$) นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อราคาจำหน่ายสินค้าของฝากรองลงมา ($\bar{x} = 3.20$) นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อราคานั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.09$) นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อราคาค่าบริการที่จอดรถ ($\bar{x} = 3.02$) นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจต่อราคาค่าบริการห้องน้ำ ($\bar{x} = 2.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ตารางแสดงข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ

ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การบริการต้อนรับ	3.47	0.92	มาก
2. มนุษยสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ	3.60	0.83	มาก
3. มารยาทและความสุภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ	3.35	1.06	ปานกลาง
4. บุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ	3.10	0.89	ปานกลาง
รวม	3.38	0.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.42$)

พิจารณาในรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในมนุษยสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 3.60$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการต้อนรับรองลงมา ($\bar{x} = 3.47$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมารยาทและความสุภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.35$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.10$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ตารางแสดงข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านภาพ โดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	3.71	0.71	มาก
รวม	3.71	0.71	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$)

พิจารณาในรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวได้ให้ความเห็นว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดี และมีธรรมชาติที่สวยงามและวิถีชีวิตของคนไทยที่น่าสนใจและยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย มีการเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่ด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบ ควรมีการปลูกต้นไม้เพื่อสร้างร่มเงาและคูเป็นธรรมชาติให้กับตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพิ่มขึ้น และมีสถานที่พักผ่อนเพิ่มขึ้น เช่น จัดโต๊ะพักผ่อนเพื่อนั่งชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกและผ่อนคลายจากการเดินชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวเสนอมากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพราะปัจจุบันความปลอดภัยในการนั่งเรื่อนั้นมีความปลอดภัยน้อยมากมีความเสี่ยงจากการกระแทกกันของเรือ หรือในช่วงที่เรือสัญจรกันอย่างแออัด นักท่องเที่ยวอาจได้รับอันตรายจากท่อไอเสียของเรือลำอื่นที่อยู่ในระยะใกล้เคียงได้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้ศึกษามีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยการใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จำนวน 255 คน สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเป็นข้อมูลส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35-50 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และอาชีพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากจังหวัดในภาคกลาง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกมาจากคนรู้จัก จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศส่วนใหญ่่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเอง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และพาหนะที่ใช้ในเดินทางส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 ส่วนใหญ่กลุ่มคนที่เดินทางด้วยบอยที่สุดคือ เพื่อนที่เรียน/ที่ทำงาน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ส่วนใหญ่เดินทางมาที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่ใช้ 1,001-3,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

โดยภาพโดยรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$) ความพึงพอใจในด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.45$) ความพึงพอใจในด้านกิจกรรม ($\bar{x} = 3.46$) ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{x} = 3.10$) ความพึงพอใจในการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.38$) และความพึงพอใจในด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.71$) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายละเอียดในแต่ละด้าน สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านสถานที่ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสภาพเส้นทางของทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.70$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความสะอาดของห้องน้ำน้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.96$)

2. ด้านกิจกรรม ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจำนวนร้านค้าที่ให้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 3.74$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความปลอดภัยในการนั่งเรือน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.18$)

3. ด้านค่าใช้จ่าย ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในราคาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ($\bar{x} = 3.23$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในราคาค่าบริการห้องน้ำน้อยที่สุด ($\bar{x} = 2.98$)

4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในมนุษยสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 3.60$) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.10$)

5. ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์แต่ยังขาดต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่จึงควรปรับปรุงทัศนียภาพโดยการปลูกต้นไม้ขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นเพื่อความร่มรื่นและควรเพิ่มสถานที่สำหรับการพักผ่อนให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็ต้องการที่นั่งสำหรับการชมบรรยากาศการค้าขายริมฝั่งคลองและพักหายเหนื่อย

จากการเดินชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ควรเพิ่มความปลอดภัยในการให้บริการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้มากขึ้น เนื่องจากเรือที่บริการที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีทั้งเรือพายและเรือยนต์ จึงอาจเกิดอันตรายจากท่อไอเสียของเรือยนต์ เรือมีการกระแทกหรือชนกันจึงมีโอกาสโดนท่อไอเสีย หรือได้รับอันตรายจากการกระแทกของเรือ จึงควรหาทางป้องกันอันตรายจากการโดยสารเรือของนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 255 คน พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้าน สถานที่ ($\bar{x} = 3.45$) ความพึงพอใจด้านกิจกรรม ($\bar{x} = 3.46$) ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{x} = 3.10$) ความพึงพอใจในการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 3.38$) ความพึงพอใจด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ($\bar{x} = 3.71$) โดยความพึงพอใจด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงออกถึงความมีมาตรฐานของตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับที่ดีมีการดูแลและรักษาให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยในสมัยอดีตได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้คนไทยที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจในตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับที่ดี

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษากับทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ที่อ้างถึงไว้ในบทที่ 2 พบว่าทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Shelly นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกที่เป็นบวกมากกว่าความรู้สึกที่เป็นลบ ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับที่มากกว่าความไม่พึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้านแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคมีความต้องการที่ต่างกัน จึงมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้เต็มที่ ด้านแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ พบว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีมาตรฐานที่ดีเหมาะสมแก่การบริการนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจของการบริการ คือ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ เช่น บริการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่สามารถให้บริการลูกค้าได้เต็มที่ด้วยจำนวนเรือที่ให้บริการนักท่องเที่ยวนั้นมีจำนวนมากพอแก่การบริการ สามารถให้บริการได้ทันที และท่าเทียบเรือมีความสะดวกสบายแก่การบริการนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ ด้านแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีการจัดการการท่องเที่ยวที่ดีมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก คือ สภาพของธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์

อยู่ซึ่งเหมาะแก่การนั่งเรือชม และมีการค้าขายที่คงความดั้งเดิมไว้ทั้งลักษณะการค้าขายและประเภทของสินค้า

ผลการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพัชรา ลาภลือชัย (2546) คือนักท่องเที่ยวเพศหญิงมาเที่ยวมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มานั้นมีความคล้ายคลึงกัน และนักท่องเที่ยวเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคา อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความเป็นมาตรฐานซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นผลการศึกษาดังกล่าวจึงมีคล้ายคลึงกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี นั้นสามารถแบ่งการพิจารณาเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับผู้เกี่ยวข้อง และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้าต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี สามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเสริมสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ทั้งนี้สามารถสรุปข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาโดยแบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

1. ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ในด้านสถานที่ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจในด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ทั้งนี้ทางตลาดน้ำดำเนินสะดวก ควรมีการดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อเป็นการเสริมสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มที่นั่งรับประทานอาหาร จัดสถานที่จอดรถที่เหมาะสม มากกว่าลานโล่งธรรมดาที่จัดไว้ให้จอดรถ และปลูกต้นไม้ยืนต้นเพิ่มความร่มรื่นและความสวยงามให้กับสถานที่เพื่อความสะอาดสบายแก่นักท่องเที่ยว

2. ด้านกิจกรรม

จากการศึกษาพบว่า ทางตลาดน้ำดำเนินสะดวก ควรมีการปรับปรุงความปลอดภัยในการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีป้ายแสดงข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามของการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และมีแผนที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

3. ด้านค่าใช้จ่าย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากราคาค่าบริการหรือราคาสินค้าส่วนใหญ่เป็นราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าสินค้าหรือการบริการนั้นมีราคาสูงกว่าปกติของสินค้าหรือบริการที่เคยรับบริการ ทางตลาดน้ำดำเนินสะดวก ควรมีการปรับปรุ้ราคาเป็นกลางให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้วย

4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการบริการต้อนรับที่เต็มใจเสนอสินค้าหรือการบริการแก่ลูกค้า ความมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาท ความสุภาพและบุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวพอใจ อีกทั้งผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการมีทักษะความสามารถในด้านภาษาอังกฤษ สื่อสารได้ตอบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้อย่างดี แต่นักท่องเที่ยวบางคนไม่มีทักษะทางด้านภาษาอังกฤษที่ดี จึงไม่สามารถได้ตอบสื่อสารกัน ได้ ทางตลาดน้ำดำเนินสะดวกควรจัดอบรมสอนทักษะภาษาอื่นๆที่มีความสำคัญแก่ผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ เพื่อการสื่อสารที่ดีขึ้น

5. ด้านภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานที่มีมาตรฐานของตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้เป็นอย่างดี และทางตลาดน้ำดำเนินสะดวกต้องรักษามาตรฐานนี้เอาไว้พร้อมทั้งพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เพื่อจะได้เป็นข้อมูลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่ละเอียดมากขึ้นในการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2. ควรเพิ่มตัวแปรอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เนื่องจากข้อมูลที่ได้อาจจะไม่มีน้ำหนักเพียงพอที่จะอธิบายถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ชัดเจนขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กฤษณา พิทักษ์. “ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน บุคลิกภาพและค่านิยมกับคุณภาพการให้บริการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.
- กรัณย์ สุทธารมณ. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมรอยัล โดมอน จังหวัดเพชรบุรี.” สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- กรรณา เดชาวงศ์ ณ อยุธยา. “Homestay” รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- กฤษณ ชนาพงศธร. ประโยชน์และการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- คณะทำงานปรับปรุงคู่มือวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ. คู่มือการทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระ. พิมพ์ครั้งที่ 3. ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ , 2550.
- จิรภา แสนเกษมและคณะ. การวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร, 2545.
- จุมพล ฟ้าผดุง. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. รายงานขั้นสุดท้าย: โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติตะรุเตา. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2545.
- นิตยาพร เสมอใจ. การตลาดธุรกิจบริการ Service Marketing. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2545.
- ชรีณี เดชจินดา. “ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการจำกัด ภาควิชาอุตสาหกรรม แขวงสามเด้า เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- สุทธิศรี ชูชาติ. องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท. , 2538.
- ดำรง ทิพย์โยธา. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี. อินเทอร์เน็ต จำกัด, 2548.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. การจัดจำหน่ายสินค้าเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร : วังอักษร, 2537.

เดือนจิต เหมพงศ์พันธุ์. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา.

นครราชสีมา : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครราชสีมา, 2539.

ธีระวิทย์ พรายเข้ม. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในการมาท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2545.

นพคุณ ดิลกภากรณ์. “การประเมินผลการบริการประชาชน : ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบล
แหลมฟ้าผ่า จังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา
รัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.

นราศรี ไหวนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2536.

บุญฤทธิ์ ลิ้มฉุน. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่า
ไม้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.

บุษบา สุธีธร. เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. นนทบุรี :
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2542.

เบญจมาศ อุตกศิริ. การท่องเที่ยว. (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อ 25 มกราคม 2553. เข้าถึงได้จาก
<http://www.thaigoodview.com>

พัชรา ลากลือชัย. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนิน
สะดวก จังหวัดราชบุรีและตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.

พัฒนา ศรีโชติบัณฑิต. การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร : แม็ค, 2548.

พิบูล ทิปะปาล. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์, 2537.

มณีวรรณ ผิวนิม. “โครงการพัฒนาการและผลกระทบการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ”,
2546.

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.

วรวิภา เพ็งพันธ์ และ กรรณิการ์ สัจกุล. “การวิเคราะห์คุณค่าและบทบาทของตลาดน้ำในฐานะแหล่ง
การเรียนรู้ของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี”, 2548.

วิทย์ เทียงบุญธรรม. พจนานุกรมศัพท์บัญญัติ (พร้อมคำอธิบาย). กรุงเทพมหานคร : ดวงกมล,
2532.

วิมลรัตน์ ภมรสวรรณ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ภูมิบัณฑิต.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. คุณภาพในการบริการ. กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
ไทย-ญี่ปุ่น, 2548.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อ
กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.

ศรัณยา ศรีรัตนะ. การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนัก ของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ศิริพร ศรีพลากิจ. “พฤติกรรมการศึกษาความสะอาดของนักท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก
อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี.” กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร : เอส เอ็ม เซอร์คิ
เพรส, 2537.

ศุภร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : เอ อาร์ บีซิเนส เพรส, 2545.

สมิต สัมภูกร. การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สายธาร,
2543.

หลุย จำปาเทศ. จิตวิทยาสัมพันธ = Encountering Psychology. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสามัคคี
สาสน์ จำกัด, 2533.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 4 : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

อภิชาติ ตีรสวัสดิ์ชัย. “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะขององค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองสกลนคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

องอาจ นัยพัฒน์. วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และ
สังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สามลดา, 2548.

องอาจ ปะทะวานิช. การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย. 2525

อุทัยพรรณ สุดใจ. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์กรโทรศัพท์แห่ง
ประเทศไทย จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

เสกสิทธิ์. ความพึงพอใจต่อการมารับบริการแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล.
สมุทรปราการ, 2544.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษารายวิชาสัมมนาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2. ผู้ศึกษาขอทราบข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น จึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

3. แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณทุกท่าน

อภิญญา สุดสายธง

ผู้ศึกษา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 15 - 25 ปี

() 26 - 34 ปี

() 35 - 50 ปี

() 51 - 60 ปี

() มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส

() ม่าย/หย่า

4. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญา/ปวส.

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() ธุรกิจส่วนตัว

() รับจ้าง

() เกษตรกร

() เกษียณอายุ () อื่นๆระบุ.....

6. รายได้หลักต่อเดือน

() ไม่เกิน

5,000 บาท ()

5,001 - 10,000 บาท

() 10,001 - 15,000 บาท ()

15,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 25,000 บาท ()

25,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงข้อเดียว

1. ท่านเป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใด

- () กรุงเทพมหานคร () จังหวัดในภาคเหนือ
() จังหวัดในภาคกลาง () จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
() จังหวัดในภาคใต้ () จังหวัดในภาคตะวันออก

2. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากสื่อใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () โทรทัศน์ () วิทยุ
() หนังสือพิมพ์ () วารสาร สิ่งพิมพ์
() อินเทอร์เน็ต () คนรู้จัก
() อื่นๆ ระบุ.....

3. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ส่วนใหญ่

- () เดินทางด้วยตัวเอง () ไปกับบริษัททัวร์
() ซื้อทัวร์บ้างบาง ครั้ง

4. พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

- () รถยนต์ส่วนตัว () รถทัวร์/รถโดยสาร
() รถไฟ () เครื่องบิน
() รถตู้/รถเช่า () อื่นๆ ระบุ.....

5. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในประเทศกับคนกลุ่มใดบ่อยที่สุด

- () เดินทางคนเดียว () ครอบครัว
()ญาติ () คู่รัก
() เพื่อนที่เรียน/ที่ทำงาน () อื่น ๆ ระบุ.....

6. ท่านเดินทางมาตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้วยวิธีใด

- () รถยนต์ส่วนตัว () รถทัวร์/รถโดยสาร
 () รถตู้/รถเช่า () อื่น ๆ ระบุ.....

7. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้

- () ไม่เกิน 1,000 บาท () 1,001 – 3,000 บาท
 () 3,001 – 5,000 บาท () 5,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี
 โปรดระบุความพึงพอใจของท่านที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในหัวข้อต่างๆ ตามระดับความ
 พึงพอใจและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความพึงพอใจที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

หัวข้อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านสถานที่					
- ป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก					
- สภาพเส้นทางของทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก					
- สถานที่จอดรถ					
- สภาพของน้ำในคลองดำเนินสะดวก					
- ความสะอาดของห้องน้ำ					
- สภาพแวดล้อมโดยรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวก					
2. ด้านกิจกรรม					
- การนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก					
- ระยะเวลาการนั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก					
- ความปลอดภัยในการนั่งเรือ					
- จำนวนร้านค้าที่ให้บริการ					
- ประเภทของสินค้า					
- การจัดวางสินค้า					

หัวข้อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านค่าใช้จ่าย					
- ราคาค่านั่งเรือชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก					
- ราคาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม					
- ราคาจำหน่ายสินค้าของฝาก					
- ราคาค่าบริการห้องน้ำ					
- ราคาค่าบริการที่จอดรถ					
4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ					
- การบริการต้อนรับ					
- มนุษยสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ					
- มารยาทและความสุภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ					
- บุคลิกภาพของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ					
5. ภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

.....

.....

.....

.....

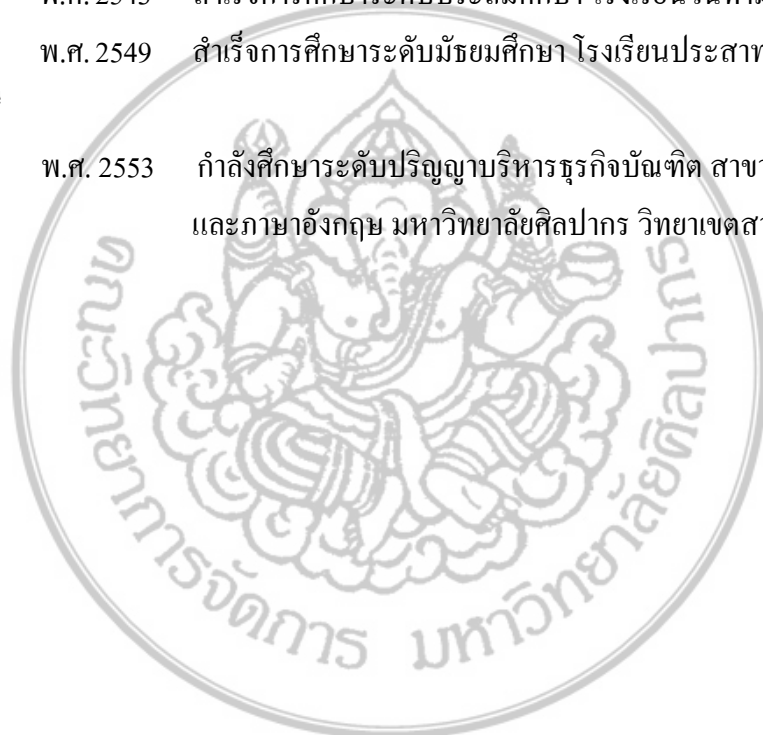
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวอภิญา สุดสายธง
ที่อยู่ 82/2 หมู่ที่ 10 ต.โรงเข้ อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร 74120

ประวัติการศึกษา

- พ.ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนวันทามาริอา จังหวัดราชบุรี
- พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนประสาทรัฐประชากิจ จังหวัดราชบุรี
- พ.ศ. 2553 กำลังศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ และภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี