

หัวข้อสารนิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุภัตรา นิยมไทย
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐมมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม 2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.5) มีอายุ 26-35 ปี (ร้อยละ 34.5) ส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบัน คือ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 73.5) มีการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 36.5) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 20.0) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท (ร้อยละ 33.5)

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตลาดน้ำลำพญา 3 - 5 ครั้ง (ร้อยละ 41.5) โดยมีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวได้แก่ การซื้อสินค้า (ร้อยละ 36.5) รับประทานอาหาร (ร้อยละ 28.5) ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำลำพญาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล (ร้อยละ 80.0) ในการเดินทางมาครั้งนี้ส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 61.0)

3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมต่อส่วนผสมทางการตลาดของตลาดน้ำลำพญา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.63$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

เรื่องที่พึงพอใจในระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ ด้านเวลา ( $\bar{x}=3.98$ ) ด้านจิตวิทยา ( $\bar{x}=3.87$ ) ด้านราคา ( $\bar{x}=3.77$ ) ด้านนโยบายทางการเมือง ( $\bar{x}=3.65$ ) ด้านบุคลากร ( $\bar{x}=3.66$ ) ด้านประชาคติ ( $\bar{x}=3.64$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=3.58$ ) ด้านสถานที่ ( $\bar{x}=3.47$ ) เรื่องที่พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x}=3.11$ ) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า เรื่องที่พึงพอใจโดยรวมในระดับมาก มีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสวยงามของแม่น้ำทำเงินหน้าตลาดน้ำลำพญา รสชาติของอาหารในตลาดน้ำลำพญา

ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาสินค้าและราคาอาหาร

ด้านสถานที่ ได้แก่ ความใกล้ - ใกล้ในการเดินทางมาตลาดน้ำลำพญา และความสะดวกของเส้นทางในการมาเที่ยว

ด้านนโยบายทางการเมือง ได้แก่ การอนุรักษ์ธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำลำพญา

ด้านประชาคติ ได้แก่ ความร่วมมือร่วมใจของคนในท้องถิ่น

ด้านบุคลากร ได้แก่ การบริการของคนขายสินค้า และการบริการของคนขาย

บัตรล่องเรือ

ด้านเวลา ได้แก่ ความเหมาะสมของเวลาที่เปิดให้บริการตลาดน้ำลำพญา (8.00 - 16.00) และความเหมาะสมของวันที่เปิดให้บริการตลาดน้ำลำพญา (เสาร์ - อาทิตย์ - วันหยุดนักขัตฤกษ์)

ด้านจิตวิทยา ได้แก่ การนำผัก - ผลไม้ไร้สารพิษมาจำหน่าย และความประทับใจที่ได้มาเที่ยวตลาดน้ำลำพญา

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ การลดราคาสินค้าของแม่ค้า และความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล

4. เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาดของตลาดน้ำลำพญา

5. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายควรมีความหลากหลายมากกว่านี้ (ร้อยละ 17.5) รองลงมาได้แก่ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (ร้อยละ 15.0) และควรรักษาความสะอาดบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวและห้องน้ำให้สะอาดให้มากขึ้น (ร้อยละ 14.5)