

พัชรา ลากลิ้อย. (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
ดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. ปรินญาณินท์ บช.ม.
(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม
รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ดร.ศิริอร ไข่มุกุฬรัตน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ
การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาด
น้ำท่าคา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้
วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ t - test
Independent การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์
อย่างง่าย ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS For Windows Version 10

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มากกว่า
เพศชาย ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 15 - 24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา
หรือปวช. อาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท ลักษณะการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มีความคล้ายคลึงกัน โดยพบว่า ส่วน
ใหญ่ ต้องการพักผ่อน เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีโอกาสท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นัก
ท่องเที่ยวจะร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว
ได้รับข้อมูลข่าวสารของตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากกว่า ตลาดน้ำท่าคา และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นัก
ท่องเที่ยวได้รับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
ดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคาอยู่ในระดับมาก โดยด้านการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
ดำเนินสะดวก ให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นมากที่สุด ส่วนตลาดน้ำท่าคาให้
ความสำคัญกับ สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำมากที่สุด และด้านการจัดการบริการทางการ
ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญเหมือนกัน คือ ผู้
ขายควรมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว การทดสอบสมมติฐานระดับความพึงพอใจและ
ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก
และตลาดน้ำท่าคาแตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา
มากกว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และให้ความสำคัญกับ สภาพชีวิต
ความเป็นอยู่ของชุมชนในตลาดน้ำมากที่สุด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษา, อาชีพ, พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ที่แตกต่างกัน ส่วนการ
รับรู้ข่าวสารจากนิตยสาร/วารสาร บุคคลในครอบครัว เพื่อนเพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีความ
สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา

ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีอายุมาก การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อนเพื่อนบ้าน และความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ ในเรื่องการปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ ห้องสุขา สถานที่จอดรถ ทางเดินริมน้ำให้เหมาะสมกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต สำหรับตลาดน้ำท่าคา ควรได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านสื่อนิตยสาร หรือวารสารการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมทางน้ำ และวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา ส่วนสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนผลิตสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในตลาดน้ำ และควรแสดงอัตราค่าบริการต่างๆ ไว้อย่างเปิดเผยให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับรู้

Patchara Lapluechai (2003): *Thai tourists' satisfaction with Tourism management of Damnoen Saduak Floating Market, Ratchaburi Province ; and Tha Kha Floating Market, Samut Songkhram Province*. Master thesis , M.B.A. (Management). Bangkok; Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Sirivan Serirat, Dr. Sirion Chaipupirat.

The purpose of this research was to study levels of satisfaction of the Thai tourists towards the arrangement of the tours to Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating market, as well as factors affecting the tourists satisfaction. The subjects for this research were 400 Thai tourists who visited Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating market. The questionnaires were used for collecting data while the statistics using for the data analysis were percentage, mean, standard deviation. The analysis of differences was carried out through t-test independent, one-way variance and simple correlation. The statistical analysis of data was conducted through program SPSS for Windows Version 10.

The results of the research showed that most Thai tourists who visited Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating markets were more female than male tourists, aged 15-24 years, single, education level of secondary or lower vocational education levels, working as private sectors, employees, and earnings lower than 6,500 baht per month. The characteristic of tourism of the tourists visiting Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating markets was similar as it was found that most were motivated by desiring for rest and leisure. The opportunity was on weekends, and most of the tourists travelled together with their family using their own cars for transportation. The tourists obtained the information about Damnoen Saduak floating market than about Tha Kha floating market and most of the information sources were received through the television. The tourists' expectation on the arrangement of the tours to Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating market was of high level.

The arrangement of tourism resource at Damnoen Saduak floating market emphasized on local profession for living the most, while at Tha Kha emphasized on the daily life of floating market community the most. Concerning the tourism services, the tourists to both Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating markets gave the similar emphasis: that the sellers should be friendly and not take advantage of the tourists. The hypothetical examination on satisfactory levels and factors affecting tourists' satisfaction revealed as follows:

1. The satisfactory level of the Thai tourists towards the arrangement of tours to Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating market was different. The level of satisfaction towards Tha Kha's arrangement was higher than that of Damnoen Saduak floating market; and, the emphasis was placed on the daily life of floating market community the most.

2. The factors affecting the tourists' satisfaction at Damnoen Saduak floating market : included – education level, profession, vehicle used for travelling which were different. Whereas, the knowledge of information from magazines/journals, family members, friends/neighbours, and government officers was related in the same direction. The factors affecting the tourists' satisfaction at Tha Kha floating market : included – ages, which were different. The younger tourists would have more satisfaction than the older tourists. The information obtaining from friends/neighbours and the expectation on tourism arrangement at Tha Kha floating market was related in the same direction with satisfaction.

The findings of this research provided suggestions for the improvement of fundamental factors on facilities both at Damnoen Saduak floating market and Tha Kha floating markets; including toilets, parking lots, pathway near the water edge to be suitable for the growing numbers of tourists in the future. As for Tha Kha floating market, tourism promotion should be made to inform and make the place wellknown to the tourists through the media of magazines or journals on tourism continually. Moreover, in order to increase more tourism value, there should be the preservation of river left's culture and the daily life of floating market community both at Damnoen Sadua and at Tha Kha. As for the products and tourism services, support should be given for people in the community so that they produced the handicrafts which were genuine and signifying the community of the floating market. Rates of the services should also be shown openly for the tourists to see and be informed.