

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้อย่างไร และอะไรเป็นเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำแห่งนี้ รวมถึงเพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ และการเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงเดือนธันวาคม 2545 – กลางเดือนกุมภาพันธ์ 2546

ผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 215 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง (ร้อยละ 59.1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 16 – 30 ปี (ร้อยละ 42.3) เป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 53.0) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระ (ร้อยละ 27.0) รายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 61.9) และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ (ร้อยละ 42.3)

ผลการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำท่าคาจากแหล่งข้อมูลประเภทสื่อบุคคล (เพื่อน/บุคคลในครอบครัว) (ร้อยละ 55.8) ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำท่าคาเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 65.6) ส่วนเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ส่วนใหญ่จะใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง (ร้อยละ 38.6) นอกจากนี้ เมื่อถามถึงเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจมาเที่ยวที่ตลาดน้ำท่าคา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เพราะตลาดน้ำท่าคาเป็นตลาดน้ำที่มีรูปแบบดั้งเดิมคล้ายคลึงกับในอดีต ส่วนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในขณะที่มาเที่ยวตลาดน้ำมากที่สุด คือ การเดินเที่ยวชมตลาดน้ำและชมชนรมน้ำ (ร้อยละ 38.1) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำด้วยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 67.4)

ส่วนผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณลักษณะทางกายภาพ 2 เรื่อง คือ สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ของตลาดน้ำ และในด้านบริการการท่องเที่ยว 1 เรื่อง คือ อธิษาศัยของคนในชุมชนท้องถิ่น ส่วนการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การจัดการด้านการท่องเที่ยว ในด้านบริการการท่องเที่ยว 1 เรื่อง คือ ความพอเพียงและความสะดวกในการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ถึงขยะและสุขาสาธารณะ ซึ่งเป็นส่วนที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุง

นอกจากนี้ ผลการศึกษา ยังพบว่า ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ความสนใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว แหล่งที่มาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ความสนใจพิเศษต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และ ประสบการณ์ในการมาเที่ยวตลาดน้ำท่าคาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคา โดยจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันไปตามรายละเอียดดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งจะมีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่เดินทางน้อยครั้งกว่า นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากและบ่อยครั้งกว่า จะมีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่ให้ความสนใจและติดตามข่าวสารน้อยและไม่บ่อยครั้ง นักท่องเที่ยวที่มีแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก และให้ข้อมูลที่ครบถ้วน จะมีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงข้อมูลได้ยากและให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนเพียงพอ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคาสูงกว่าผู้ที่มีความสนใจพิเศษต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการมาเที่ยวตลาดน้ำท่าคามากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก

ส่วนข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย อาทิเช่น 1.ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำ ตารางวันทีนัดของตลาดน้ำเพื่อเผยแพร่ให้คนทั่วไปได้ทราบและรู้จักมากยิ่งขึ้น 2.ควรส่งเสริมให้เยาวชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม และคงรูปแบบการจัดการตลาดน้ำในแบบเรียบง่ายคล้ายคลึงกับในอดีตให้คงอยู่สืบไป 3.ควรเพิ่มจำนวนและรักษาความสะอาดถึงขยะและสุขาสาธารณะให้มากขึ้น 4.จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีในหมู่อื่น ๆ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวของหมู่ต่าง ๆ ในตำบลท่าคาเข้าด้วยกัน เป็นตารางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ ฯลฯ เป็นต้น

Abstract

The research's objective is to study factor relating to tourist satisfaction of the Tha-ka floating market located at Thaka District, Amphawa, Samut-Songkram. In particular the research looks at tourism management at Tha-ka to answer certain question ; how are tourists introduce to the tourist attractions and why they decide to travel to the floating market. In addition the research aims to make recommendation to the concerned persons on the improvement of the floating market's tourism management. The research applies quantitative analysis and collect's primary data for the period between December 2002 to the mid of February 2003.

The results obtained from the sample of 215 tourists can be concluded as follows :

Personal Information

The majority of tourists are female (59.1%). Their age mostly range between 16-30 years old (42.3%). Many have bachelor degrees (53%). Their occupation are mainly in the government/state enterprises sector or independent organizations (27%). Their salary range between 5,000-20,000 Bath (61.9%). Many live in Bangkok (42.3%). Touring time around the floating market takes about 1-2 hours (38.6%). When asked about the reason to travel to Tha-ka, most explain that the floating market has a simple structure similar to the past. Tourists enjoy walking around and visiting the floating market and the local community along the river banks (38.1%). Most of them travel by car to the floating market (67.4%).

Personal experience in touring the floating market

In general tourist are satisfied with different areas of tourism management. They have greatest satisfaction in to aspects of the physical area : general environment of tourist places and unique local beauty and interest. In the tourist service area, they have the greatest satisfaction in attitude of local people. However, they are least satisfied in the availability and convenience of public utility infrastructures such as garbage bins and public toilets.

In addition the research finds that travel frequency, interest in tourist information, tourist information sources, special interest in different types of tourist attractions and experience in touring the floating market are correlated to tourist satisfaction in the floating market's tourism management. Those who travel frequently have higher satisfaction than those who don't. Tourists with greater interest in tourist information have higher satisfaction than those with less interest. Tourists who can access tourist information are more satisfied than those who have difficulty in accessing such information. Tourists with special interest in natural and educational and cultural attractions are more satisfied with the floating market's tourism management than those with other special interests. Furthermore, tourists who have traveled to the floating market more than 4 times have greater satisfaction in tourism management than first time visitors. Recommendation drawn from the research are as follows:

1. Increase advertisement and public relations on the floating market and schedule to the general public.
2. Promote youth consciousness in preserving cultures and traditions and maintain simple structure of the floating market that is similar to the past
3. Increase and clean garbage bins and public toilets.
4. Promote tourist activities in other villages and provide a schedule encompassing activities of all villages for visitors.