

บทความการวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ตลาดน้ำ 4 ภาค(พัทยา) จังหวัดชลบุรี

Satisfaction of Thai Tourists Visiting the Pattaya Floating Market,
Chon Buri.

วาริดา แซ่อึ้ง

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะนักท่องเที่ยวและระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี 2) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและทดสอบค่าเอฟ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.26$) และด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี กลุ่มตัวอย่างมีเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) To study the personal characteristics and the level of satisfaction of tourist visiting the Pattaya Floating Market in Bang Lamung District, Chon Buri. 2) To compare the level of satisfaction of tourists visiting the Pattya Floating Market based on different personal characteristics. The sample used for this research was 400 tourists visiting the Pattaya Floating Market. The tools used to collect data were

questionnaires with a 5-point scale rating system. Statistics used to analyze the data included the frequency distribution, percentage, average mean, the standard deviation, t-test, and the one way analysis of variance (ANOVA) f-test. Whenever a statistically significance was found, a Multiple Comparison Test was conducted at the 0.05 level of significance.

The results showed that within the selected sample, the overall satisfaction of tourists visiting the Pattaya Floating Market was at a very good level ($\bar{X} = 4.20$), when considering each aspect separately, it was found that “Natural Tourism Resources” had the highest average ($\bar{X} = 4.29$), followed by “Safety” ($\bar{X} = 4.26$) and “Advertisement” with the lowest average ($\bar{X} = 4.12$). The comparison between different personal characteristics revealed that different genders, marital status, age, education level, occupation, and income level did not have different effects on the level of satisfaction in visiting the Pattaya Floating Market.

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคเพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ และเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพ ยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก คณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2552 มอบหมายให้กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำยุทธศาสตร์แผนงานฟื้นฟูวิกฤตการท่องเที่ยวระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติที่จะต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงได้จัดทำร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืนและเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขันการสร้างรายได้และการกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวขึ้น จากรายได้รวมของภาคการท่องเที่ยวปี 2559 กว่า 2.51 ล้านล้านบาท ได้สร้างมูลค่าเพิ่มแก่เศรษฐกิจไทยหรือมีความสำคัญคิดเป็น 17.7% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) โดยภาคธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ สदनพักแรม 580,000 ล้านบาท ธุรกิจอาหารเครื่องดื่ม 445,800 ล้านบาท ธุรกิจขนส่งโดยสารทางบก 136,000 ล้านบาท ธุรกิจการขนส่งโดยสารทางอากาศ 122,000 ล้านบาท และ ธุรกิจบริการที่พักนันทนาการ 100,000 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้ ธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการและกระจายตัวตามภูมิภาคต่างๆ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งสร้างการจ้างงานสำคัญกว่า

4,230,000 คน สร้างรายได้ภาษีแก่รัฐ 64,200 ล้านบาท และก่อให้เกิดมูลค่าการลงทุนในประเทศ 93,600 ล้านบาท ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระปรโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภูมิภาคต่างๆ โดยปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางตรงและทางอ้อมในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่ง รวม 407,000 ล้านบาท โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวสูงสุด 2 อันดับแรกคือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน และเขตพัฒนาฝั่งทะเลตะวันออก นอกจากนี้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่มากที่สุด 2 อันดับแรก คือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึง 43.3% และพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา 10.5% (นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2559)

สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวเดือน มกราคม 2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 3.19 ล้านคน ขยายตัว 6.52% เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจากเกือบทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ อเมริกา และ เอเชียใต้ที่ขยายตัวกว่า 16.87% และ 14.31% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และยุโรป ซึ่งเป็นตลาดหลักก็ขยายตัวเช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ จีน มาเลเซีย เกาหลี ญี่ปุ่น และ ลาว ส่วนรายได้ จากการท่องเที่ยวมีมูลค่า 169,000 ล้านบาท ขยายตัว 10.26% ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวสร้างรายได้ 5 อันดับแรก คือ จีน รัสเซีย สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และ เกาหลี(www.thairath.co.th/content/860228)

ในยุคปัจจุบัน การแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากโดยนำมาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมีคำถามว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ให้ความสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเทศต่างๆ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศของตนอย่างมหาศาล จึงนำวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ของประเทศเช่น ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานอิสระที่สนับสนุนภาคเอกชนในการส่งออกวัฒนธรรมซึ่งเราจะเห็นการโฆษณาการท่องเที่ยวของเกาหลีที่เน้นการสัมผัสวัฒนธรรมและเทคโนโลยีรวมถึงการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์หรือละครต่างๆ ของเกาหลี ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์ก็พยายามใช้ความหลากหลายของเชื้อชาติเป็นจุดขายในการท่องเที่ยวเช่นกันภายใต้แนวคิดที่ว่า Uniquely Singapore ซึ่ง ประเทศสิงคโปร์ได้มีการฟื้นฟูแหล่งวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนสิงคโปร์เชื้อชาติจีน อินเดีย และมลายูภายในประเทศให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนในประเทศมาเลเซียการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเน้นความเป็นมุสลิมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสมิติต่างๆ ของมุสลิมนอกจากนี้ยังมีประเทศอื่นๆ อีกมากมายที่มีการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ เช่น จีน และ ประเทศในยุโรป ในขณะที่บางประเทศมีศักยภาพจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ยังมีปัญหาในด้านการเมืองภายในประเทศ หรือยังไม่มีนโยบายที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เช่น พม่า เวียดนาม ประเทศในแถบแอฟริกา และตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, มปป:online)

การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในเชิงพาณิชย์ การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง ที่มุ่งเน้นความสนุกสนาน

ความเพลิดเพลินที่ได้รับความพอใจจากความสวยงามของภูมิทัศน์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบสำคัญทางการค้าในลักษณะของตลาดผู้ค้า และสรรพสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ด้วยท้องถิ่นเป็นบ่อเกิดทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม และวิถีประชาชนของผู้คนในถิ่นนั้นๆ (ศรีธัญญา วรากุลวิทย์,2546:2)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นจุดขายที่นำรายได้มาสู่ประเทศการท่องเที่ยวจึงได้มาได้รับการพัฒนา และ ส่งเสริมให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทางธรรมชาติในประเทศภาคเหนือ ภาคอีสาน หรือภาคใต้จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้บางช่วงฤดูกาลเท่านั้น การท่องเที่ยวสถานที่ในประเทศไทยจึงให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่จะเป็นจุดขายที่สำคัญในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เรื่องราวทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมนั้นยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสังคมอย่างมาก โดยในแง่เศรษฐกิจนั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศซึ่งจะช่วยในการปรับดุลการชำระเงินของประเทศสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่างๆซึ่งนำมาสู่การจ้างงานและการสร้างอาชีพทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรงและการจ้างงานในภาคอื่นๆที่เกี่ยวข้องเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน และท้องถิ่นซึ่งในภาพรวมแล้วจะนำไปสู่การสร้างเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและควมมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับในด้านสังคมนั้น การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะทำให้เกิดการพัฒนาสาธารณสุขและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆให้ดีขึ้น

รวมทั้งช่วยปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน นอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้นำความรู้และประสบการณ์จากการเดินทางมาปรับใช้ในการพัฒนาชีวิตและสังคมให้ดีขึ้น (ฉันทิช วรรณถนอม,2552:101)

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากอีกจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยซึ่งบริเวณ ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จากเดิมเป็นพื้นที่ ที่ปกคลุมไปด้วยป่ากร้าง ไม่มีใครเหลียวแลและยังเป็นจุดเส้นทางผ่านที่เปลี่ยวที่สุดในแถบถนนสุขุมวิทตั้งอยู่ในเขตเมืองพัทยาแถบติดต่ออำเภอสัตหีบ(ก่อนสุดเขตเมืองพัทยา)และมักจะเป็นทำเลที่เกิดปัญหาอาชญากรรมมาโดยตลอด ทางผู้ก่อสร้าง ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ได้เล็งเห็นว่าป่ากร้างแห่งนี้จะเป็นพื้นที่ที่จะสร้างความแปลกใหม่ให้กับเมืองพัทยาได้ด้วยภูมิประเทศเป็นพื้นนาเก่ากร้าง หลายสิบปีมีระบบนิเวศที่ดีและยังเป็นพื้นที่รองรับน้ำจากธรรมชาติได้ระดับหนึ่ง (แก้มลิง) จึงได้ระดมสมองและกำลังให้คงสภาพเดิมเหมือนของเก่า เพื่อรักษาความเป็นธรรมชาติมากที่สุด ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านเดินตามรอยพ่อหลวง ด้วยการเก็บกักน้ำจากธรรมชาติที่ไหลจากที่สูงมารวมกัน ณ ที่แห่งนี้และอาศัยแนวถนนสุขุมวิทเป็นสันเขื่อน โดยสร้างประตูน้ำกักเก็บน้ำจากธรรมชาติสามารถปรับระดับน้ำให้สูง

หรือต่ำ 1-2 เมตร ได้ตามความต้องการ และยังสามารถนำน้ำมาผลิตเป็นน้ำประปาใช้ในโครงการตลาดน้ำ ๔ ภาค (พัทยา) ได้พอสมควร และต่อมาผู้ก่อตั้งโครงการ ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ได้ตั้งวิถีชีวิตที่เคยสัมผัสมาเมื่อครั้งเยาว์วัย มาสร้างสรรค์ให้อยู่ ณ ที่แห่งนี้ เพื่อช่วยให้เป็นสิ่งมหัศจรรย์ ซึ่ง ตลาดน้ำ ๔ ภาค (พัทยา) เกิดจากธรรมชาติด้วยการสร้าง และ ปรับปรุงให้ใกล้เคียงกับสภาพเดิมมากที่สุดพร้อมด้วยการสร้างรายได้ให้กับชุมชนคนท้องถิ่น โดยโครงการตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ได้ให้โอกาสพ่อค้าแม่ขาย มารับเรือฟรี เพื่อนำไป พายเรือขายของโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ให้แก่ผู้ยากจนในพื้นที่และเพื่อนำความเป็นวัฒนธรรมวิถีพื้นบ้านที่ผูกพันกับธรรมชาติในรูปแบบสิ่งปลูกสร้างอาคารไม้ รูปแบบต่าง ๆ ของแต่ละภูมิภาคของไทย วิธีการดำรงชีพ การค้าขายของคนสมัยก่อน อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆมารวมไว้ในที่นี้ เพื่อให้ประจักษ์แก่สายตาของนักท่องเที่ยวทั่วโลก และลูกหลานไทยที่ยังไม่เคยสัมผัสวิถีชีวิตแบบนี้มาก่อน ยกตัวอย่างเช่น การทำนาด้วยการใช้แรงงานคนและสัตว์ (วัว,ควาย) ในการไถนา คราดนาเพื่อทำการปักดำข้าว ,สินค้าทั้ง 4 ภาคของไทย,การแต่งกาย,การค้าขายแบบคนสมัยก่อน, บ่งบอกถึงวิถีชีวิตของตลาดน้ำอย่างแท้จริง ฉะนั้นที่แห่งนี้จึงทำให้เพื่อเข้าถึงความเป็นตลาดน้ำจริงๆ โดยมีคำนิยามว่า “4ภาค 4ภาษา 4วัฒนธรรม 4ภูมิปัญญาไทย”

ปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีต้องประสบปัญหา ชบเซา อันเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจ การเมือง สภาพภูมิอากาศและกิจกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวทำกำไรได้น้อยเป็นผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจภายในจังหวัด รวมถึง ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ด้วย

ดังนั้น ในการทำวิจัย ผู้วิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาปรับปรุง ให้ได้มาซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี
2. เพื่อการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยการสุ่มสุทธการคำนวณ ของยามาเน่ (Yamane, 1970) โดย

กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) จำนวน 400 คน

สรุปผล

1. ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล สรุปการวิจัยได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30 -50 ปี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี สรุปการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.26$) และด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ

2.1 ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเป็นศิลปวัฒนธรรมไทย ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของ ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ($\bar{X} = 4.27$) และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเพียงพอของห้องสุขา ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ พื้นที่ทิ้งขยะหรือถังขยะบริเวณที่เที่ยว ($\bar{X} = 4.23$) และการให้บริการร้านค้า/ร้านอาหาร/ร้านค้า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

2.3 ด้านความปลอดภัย พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.27$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มาตรฐานการดูแลและรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือ ศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.28$) และป้ายเตือนภัยบริเวณต่างๆ ของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

2.4 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อประเภทต่างๆ ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ มีการจัดเอกสาร/แผ่นพับแนะนำสถานที่

ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.32$) และประชาสัมพันธ์จากบริษัททัวร์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามเพศโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 จำแนกตามอายุ พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามอายุโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 จำแนกตามอาชีพ พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย ดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอ บางละมุง จังหวัด ชลบุรี ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ชื่อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความเป็นศิลปวัฒนธรรมไทย รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของ ตลาดน้ำ 4 ภาค(พัทยา) และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุรวิทย์ สาเรือง (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของศูนย์บริการ

ลูกค้า สาขาบางแค บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ โดยภาพรวม ค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจมาก แสดงว่าผู้ให้บริการไม่ได้เกิดความพึงพอใจในระดับสูงหรือต่ำ ซึ่งจากแนวความคิดของ Philip Kotler (อ้างในอดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543, หน้า 37) ได้กล่าวว่า บริษัทส่วนมากมุ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ “สูง” เพราะถ้าเพียงแต่พอใจแล้วลูกค้าอาจเปลี่ยนไปหาสิ่งเสนอขายที่ดีกว่าโดยง่าย ความพึงพอใจสูงทำให้ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงตราสินค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความ “ซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า” ดังนั้นแสดงว่าลูกค้ามีโอกาที่จะเปลี่ยนไปใช้ตราอื่นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ผลจากการวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี อยู่ในระดับสูงมากทั้งหมด แต่คะแนนยังอยู่ในระดับที่ยังพัฒนาและปรับปรุง เพื่อความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

1.1 ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ควรพัฒนาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่อง ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ควรพัฒนาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่อง การให้บริการร้านค้า/ร้านอาหาร/ร้านค้า

1.3 ด้านความปลอดภัย ในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ควรพัฒนาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่อง ป้ายเตือนภัยบริเวณต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

1.4 ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) อำเภอบางละมุง จังหวัด ชลบุรี ควรพัฒนาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่อง ประชาสัมพันธ์จากบริษัททัวร์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพทำการศึกษาแบบการสัมภาษณ์โดยตรงเพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบอย่างสมบูรณ์ ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างจากผลการศึกษานี้มากน้อยเพียงใด