

บทความวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา

เจตน์สฤษฏี สังขพันธ์¹ เกิดถวา บุญปราคากร²
ชุตินา หวังเบ็ญหมัด³ Kathylene Remegio⁴
อรุณพร อธิมาตรไมตรี⁵

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์องค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ (3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิศึกษา รายได้ และความถี่ในการเที่ยวตลาดน้ำคลองแห กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห จำนวน 394 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเน่ ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้

¹ นักวิจัย คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

E-mail : sapichai@yahoo.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail : kettawa@hotmail.com

³ อาจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

E-mail: drchutima@hu.ac.th

⁴ อาจารย์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติดิษยะศรินทร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

E-mail: kathylene@hu.ac.th

⁵ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

E-mail: arunporn@hu.ac.th

ได้แก่ วิเคราะห์องค์ประกอบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าเอฟ ผลการวิจัย พบว่า

1. ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่ามากกว่า .30 ทุกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ ค่า Kaiser-Meyer-Olkin รวม เท่ากับ .9153 และค่า Eigenvalue มีค่ามากกว่า 1 ทุกตัวแปร และได้จัดกลุ่มองค์ประกอบความพึงพอใจการใช้บริการ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด

2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด ด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง

3. นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นหน่วยงานเทศบาลและชุมชนควรคำนึงถึงการให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การท่องเที่ยว ตลาดน้ำ

RESEARCH ARTICLE

Tourist Satisfaction towards Klong Hae Floating Market, Hat Yai District, Songkhla Province

Jedsarid Sangkapan¹

Kettawa Boonprakarn²

Chutima Wangbenmat³

Kathylene Remegio⁴

Arunporn Atimatmaitree⁵

Abstract

This research aims to: (1) analyze the component of tourist satisfaction visit, (2) study the satisfaction of the tourists who visited Klong Hae Floating Market, and (3) compare the satisfaction of the tourists who visited Klong Hae Floating Market by gender, age, education, salary and frequency of visit. A sample of 394 tourists was selected using an accidental sampling method. Questionnaires were used to collect the

¹ Researcher, Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University,

E-mail : sapichai@yahoo.com

² Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University,

Email: kettawa@hotmail.com

³ Lecturer, Ph.D., Faculty of Business Administration, Hatyai University,

E-mail: drchutima@hu.ac.th

⁴ Lecturer, Department of International Business English, Didiasarin International College, Hatyai University,

E-mail: kathylene@hu.ac.th

⁵ Lecturer, Faculty of Business Administration, Hatyai University,

E-mail: arunporn@hu.ac.th

data. The data were analyzed by component analysis (Factor Analysis), mean (\bar{X}), standard deviation (SD), t-test and F-test. Data analysis showed the following results:

1. The factor loading score was greater than .30 in all variables of each element, the Kaiser-Mayer-Olkin was 0.9153 and the Eigenvalue was greater than one. These variables were categorized into three factors: service and safety, tourism destination and products, and environment and cleanliness.

2. Tourists were highly satisfied with products and attractions of Klong Hae Floating Market and moderately satisfied with environmental cleanliness, services and safety.

3. Tourists having different frequencies of visit had different levels of satisfaction in terms of service and safety while tourists differing in demographics such as gender, age, education, and salary were not different in terms of satisfaction with all aspects. Thus, the municipal authority and the community should ensure that service quality and safety are provided so that tourist satisfaction can be improved.

Keywords: Satisfaction, Tourism, Floating Market

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมา ซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้ ยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ และสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

ดังจะเห็นได้จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2556 (มกราคม-มิถุนายน) มีทิศทางที่ดีต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13.07 ล้านคน หรือมีอัตราการเติบโตก้าวกระโดดถึงร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 559,425 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เช่นเดียวกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นภาคบริการที่สร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศ และยังคงกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นไปยังภาคธุรกิจต่าง ๆ อย่างกว้างขวางทั้งธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร และบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการสื่อสาร ธุรกิจโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ธุรกิจธนาคาร (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554) สอดคล้องกับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ในปี 2556 โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาสที่สามทั้งสิ้น 6.7 ล้านคน และรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสิ้น 320,894 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 26.1 และร้อยละ 32.7

ตามลำดับ ในขณะที่อัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.5 ในไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นร้อยละ 62.5 ในไตรมาสนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) ดังนั้น อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจหลักในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แม้ประเทศไทยจะประสบกับปัญหามากมาย ทั้งภัยธรรมชาติ สถานการณ์ทางด้านการเมือง และผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกก็ตาม จะเห็นว่าภาคการท่องเที่ยวยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

เดซา ได้สูงเนิน (2543, น. 18 อ้างอิงจาก Adriana, 1997) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือที่มีอำนาจให้มีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ได้เป็นอย่างมาก ถ้าการท่องเที่ยวมีการจัดการและการบริหารที่ดี ก็จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาตินั้นได้ โดยไม่ได้ทำให้มันเสื่อมโทรมลง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการวางแผน วางนโยบายที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นและเหตุผลของคนในท้องถิ่น เพื่อจะให้ได้ให้การส่งเสริมในระดับชาติ นโยบายควรจะเจาะจงลงไปในแต่ละด้านโดยพิจารณาปัจจัยที่สำคัญพื้นฐานของชุมชน ถ้าเป็นไปได้ก็ควรจะให้มีการแข่งขันเพื่อเพิ่มจุดเด่นในตลาด การสร้างแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนตลอดไป การตอบสนองนั้นต้องไม่มีการกีดกันในการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ด้วย

เช่นเดียวกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหซึ่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างตลาดที่จำหน่ายสินค้าในเรือ และตลาดโบราณจำหน่ายสินค้าบนบก ตั้งอยู่ที่ทำน้ำวัดคลองแห ตำบลคลองแห นอกตัวเมืองหาดใหญ่ไปเล็กน้อย เป็นตลาดน้ำแห่งแรกและแห่งเดียวของภาคใต้ แม้เป็นตลาดน้ำเกิดใหม่ แต่ได้รับความนิยม

อย่างรวดเร็ว มีอาหารพื้นบ้านหลากหลาย ทั้งอาหารไทย มุสลิม รวมทั้งผลไม้ และสินค้าพื้นเมืองนานาชนิด มีเรือพายนับร้อยลำพายมาจอดเรียงรายให้บริการ ริมท่าน้ำวัดคลองแหอย่างเป็นระเบียบ และมีร้านค้าที่ริมฝั่งมากมายให้เดินเลือกชม อย่างเพลิดเพลิน สามารถซื้อหาของฝากกลับบ้านหรือจะนั่งรับประทานที่ตลาดน้ำ ตามสะดวก โดยทางตลาดน้ำได้รณรงค์ให้ใช้ภาชนะใส่อาหารจำพวก กะลา กระบอกไม้ไผ่ หม้อดินเผา ที่ไม่เป็นพิษภัยต่อสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557; วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2552; โรหณี ศรีอาหมัด, 2555)

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจ มาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห้ โดย Kotler (2003) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็น ระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหาก จะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของ ผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้า ตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความ พึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึง สิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่น และในงานศึกษาของ มนต์สินี บุญมีศรีสง่า และคณะ (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดจัตุรศิลาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดจัตุรศิลา เกือบทั้งหมดมีความคิด เห็นในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในตลาด คือ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

เช่นเดียวกันปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ในด้านลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ของตลาดจัตุรัสศิลา มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการมาท่องเที่ยวในตลาดระดับมาก

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจอย่างไร เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและหาแนวทางในการปรับปรุงการจัดการตลาดน้ำคลองแห เพื่อให้อยู่ได้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ซึ่งในการเดินทางของคน ๆ หนึ่งหรือกลุ่มคนหนึ่งก็เพื่อต้องการให้เกิดความสนุกสนาน และมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้กับนักเดินทาง ในปัจจุบันได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีทางเลือกในการเดินทาง (พยอมน ธรรมบุตร, 2546)

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีพัฒนาการมาจากการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยมีชุมชนเป็นฐาน (Community Based Sustainable Tourism – CBST) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (เทิดชาย ชัยบำรุง, 2550) โดยนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ และมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจการวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน การมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูก รุ่นหลาน และเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2545)

แนวคิดตลาดน้ำกับการท่องเที่ยว

ตลาดน้ำเป็นปรากฏการณ์ของสังคมไทยภาคกลาง ซึ่งแต่เดิมผู้คนนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ เพราะลำน้ำคือเส้นทางสัญจรที่สำคัญ ตลาดน้ำเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทยที่ส่วนใหญ่แล้วดำเนินชีวิตและหาเลี้ยงชีพด้วยเกษตรกรรม เมื่อเกษตรกรได้ผลผลิตออกมาแล้วก็นำผลผลิตเหล่านั้นมาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวกเหมาะสมต่อการติดต่อเดินทางซึ่งก็คือในท้องถิ่นนั่นเอง ตลาดน้ำบางแห่งจึงเป็นตลาดนัดในวันข้างขึ้น-ข้างแรม เรียกว่า “นัด” เพราะจะมีตลาดน้ำในทุกวันขึ้น และแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ (กิตติพร ใจบุญ, 2549)

การเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำในช่วงระยะ 20-30 ปีหลังมานี้ จึงเป็นไปได้เพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง การศึกษาการเกิดขึ้นของ

ตลาดน้ำตลิ่งชันของประดับ เรียนประยูรพบว่า เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2530 โดยพลตรีจำลอง ศรีเมือง ผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพมหานครในขณะนั้น มีโครงการจะพัฒนาตลาดน้ำแห่งใหม่ให้สมบูรณ์แบบ มีบรรยากาศและลักษณะชนบทแบบไทยๆ เพื่อที่จะลบภาพและข่าวที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศตำหนิตลาดน้ำวัดไทรว่าเป็นตลาดน้ำที่ไม่แท้จริง และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยประยุกต์ให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง คือ พัฒนาจากตลาดบกให้เป็นตลาดน้ำมีการปรับปรุงพื้นที่บริเวณถนนและสวนจัดทรงคณหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชันให้เป็นศูนย์ตลาดนัดเพื่อการเกษตร จัดให้มีการประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัว พร้อมทั้งจัดให้มีนิทรรศการและการบรรยายทางวิชาการด้านการเกษตรจำหน่ายเครื่องอุปโภคบริโภคและสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องที่เขตตลิ่งชันและเขตใกล้เคียง และจัดให้มีการท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อชมวิถีชีวิตสองฝั่งคลอง จัดทำโป๊ะแพเลียบคลองชักพระไปจนถึงทางรถไฟเพื่อเป็นสถานีลงเรือท่องเที่ยวทางน้ำ และเป็นศูนย์อาหารทางน้ำ โดยผู้ค้าต้องใช้เรือเป็นร้านค้า (กิตติพร ใจบุญ, 2549)

การนำตลาดน้ำมาจัดการท่องเที่ยวนั้นมีจุดเน้นที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของชุมชน ต้องการให้ชุมชนเกิดการรวมตัวและมีผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสังคม เช่น การสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านสร้างความสัมพันธ์ต่อกันให้เกิดการติดต่ออย่างสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชน นอกจากนี้ยังสร้างชื่อเสียงและส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวต่อสังคมประเทศชาติให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้คนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลาดน้ำจึงถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โดยเป็นไปในรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตของคนที่อยู่บริเวณลุ่มน้ำ การใช้ชีวิตที่เป็นชาวเกษตรกรรม มีรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีความสัมพันธ์ภายในต่อกัน

เปรียบเทียบอนุญาติน้ำจืดทำให้อ่างน้ำจืดเห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของชุมชนนั้น ซึ่งเมื่อสังคมนั้นถูกสร้างให้เกิดเป็นตลาดน้ำจึงถูกจัดเป็นการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

ตลาดน้ำคลองแหเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวที่อิงวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมชุมชนที่สามารถดึงดูดให้เป็นการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ตลาดน้ำคลองแหจึงถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งนี้ ก็ด้วยรูปแบบการปฏิบัติที่ให้ประชาชนในชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน และเป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทางของตลาดน้ำคลองแห เช่น การกำหนดรูปแบบการจัดสถานที่ ทั้งการค้าขายบนบก และการค้าขายอาหารในเรือ การมีส่วนร่วมในการใช้วัสดุธรรมชาติในการใช้เป็นภาชนะรองอาหาร เช่น ใบตอง กะลา กระบอกไม้ไผ่ ทำให้นักท่องเที่ยวตื่นตาตื่นใจกับบรรยากาศ การให้แม่ค้า พ่อค้า แต่งกายแบบไทยๆ เพื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนในอดีตกาล จนถึงวันนี้ เห็นได้ว่าพื้นที่ว่างพื้นที่หนึ่ง ที่เป็นเพียงพื้นที่ที่ผู้คนในชุมชนใช้เป็นพื้นที่สาธารณะทั่วไปได้ถูกนำมาประดิษฐ์ให้กลายเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าสำหรับชุมชนและคนในชุมชน เป็นพื้นที่ที่มีค่าสำหรับคนนอกพื้นที่ ด้วยการสร้างให้เป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ (โรหิต ศิริอาหมัด, 2555)

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (2003) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

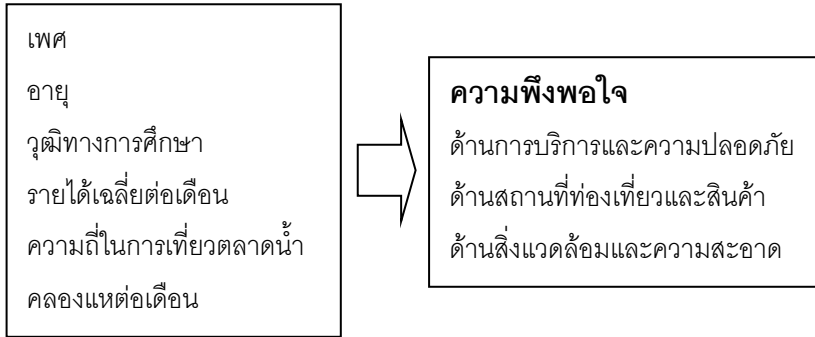
สร้อยจุลชี อินทศร (2546) ศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีผลต่อการบริการ คือ

(1) ผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความ

ต้องการ การออกแบบผลิตภัณฑ์สนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องใช้ในชีวิตประจำวัน (2) ราคาค่าบริการ ขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ (3) สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ เช่น ท่าเล ที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงให้ความสะดวกแก่ลูกค้า (4) การส่งเสริมแนะนำให้ข้อมูล ข่าวสาร ถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก (5) วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก (6) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (7) กระบวนการบริการ มีความคล่องตัว และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

นอกจากนั้นบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) ยังนำเสนอว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ความต้องการผจญภัย ต้องการลองผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ (2) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเอง เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ (3) ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นผลทางใจที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว คือได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้นหรือความประทับใจจากการเดินทาง ความคุ้มค่า (4) การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างแดนที่สำคัญและน่าสนใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลด้วยการศึกษาเชิงปริมาณจากแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานะ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งคณะผู้วิจัยประยุกต์แบบสอบถามจากอรุณพร อธิมาตรีไมตรี (2556) และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ (2556) มาเป็นแนวคำถาม เพื่อสร้างแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นผ่านวิธีการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อความถามกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยค่า IOC ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ตลอดจนปรับปรุงข้อความถามให้มีความชัดเจน และกระชับไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากร แต่มีใช้ตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายในของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมของทุกข้อความถามเป็นรายข้อ ซึ่งมีค่า .30 ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยนำคำถามที่ผ่านเกณฑ์ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งค่าความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

1. วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อสำรวจหรือค้นหาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้สถิติ t-test และ F-test

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อสำรวจหรือค้นหาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยการใช้เทคนิค Factor Analysis เพื่อทำการวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห เนื่องจากปัจจัยที่ได้อบรมรวมข้อมูลมานั้นมีความหลากหลาย ซึ่งข้อคำถามหรือปัจจัยอาจมีความสัมพันธ์กันเอง จึงต้องมีการวิเคราะห์หาโครงสร้างองค์ประกอบที่แท้จริง ซึ่งผู้วิจัยได้นำโครงสร้างดังกล่าวมาออกแบบสอบถามได้จำนวน 17 คำถาม โดยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของกรวิเคราะห์องค์ประกอบการหาโครงสร้างที่แท้จริงจากค่า (KMO (Kaiser-Mayer-Olkin) โดยข้อมูลที่มีความเหมาะสมที่จะใช้ Factor Analysis จะต้องมามีค่า KMO ไม่ต่ำกว่า 0.5 และเมื่อค่า KMO มีค่าเข้าใกล้ 1 มากขึ้น ก็หมายความว่าข้อมูลชุดนั้นมีความเหมาะสมที่จะทำ Factor Analysis มากเท่านั้น (ศิริพงศ์ พุทธิพันธุ์, 2551)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบการหาโครงสร้างที่แท้จริงด้วยวิธี Principal Component Analysis เพื่อหาองค์ประกอบที่เกิดจากตัวแปรต่าง ๆ ว่าจะประกอบด้วยกี่องค์ประกอบ (Factor) โดยกำหนดค่า Eigenvalue เท่ากับ 1 ซึ่งเป็นค่าต่ำสุดที่ใช้ในการควบคุมจำนวนองค์ประกอบ จากนั้นจึงกำหนดในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของปัจจัยในแต่ละองค์ประกอบ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่า Communalities ซึ่งเป็นความแปรปรวนที่เกิดจากองค์ประกอบร่วมและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) และค่า Barlett's Test of Sphericity มีค่า Significant เท่ากับ 0.000 ทุกตัว ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลของการใช้เทคนิค Factor Analysis โดยกลุ่มผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบต่าง ๆ ว่าตัวแปรใดมีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ได้จัดเป็นตัวแปรไว้ในองค์ประกอบนั้นแต่ต้องมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบตั้งแต่ .30 ขึ้นไป

(วิยะดา ต้นวัฒนาภูล, 2532 อ้างถึงใน ยุทธ ไกรวรรณ, 2551) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความเที่ยงตรงผลของการวัดความเที่ยงตรงของตัวแปรมี ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และผลค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Eigenvalues	Factor		
		1	2	3
1. การได้รับข้อมูล ข่าวสารของตลาดน้ำ	46.649	.741		
2. ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	10.700	.688		
3. สถานที่จอดรถ	6.163	.767		
4. การต้อนรับและดูแลจากเจ้าหน้าที่	4.767	.768		
5. การดูแลรักษาความปลอดภัย	4.294	.674		
6. ความสวยงามและบรรยากาศของตลาดน้ำ คลองแห	3.601	.548		
7. ความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแห	3.431	.744		
8. เพียงพอของร้านค้าที่ขายสินค้า	3.383	.798		
9. ความหลากหลายของสินค้า	2.854	.778		
10. คุณภาพของสินค้าที่ระลึกและของฝาก	2.586	.710		
11. ความสมเหตุสมผลของราคากับคุณภาพ ของสินค้า	2.144	.624		

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และผลค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Eigenvalues	Factor		
		1	2	3
12. การมีอัตราค้ายไม้ตรี ยิมแยมแจ่มใส และเป็นกันเองของผู้ขายสินค้า	2.043	.655		
13. ความสะอาด สด ใหม่ของสินค้า	1.781			.680
14. เลือกลงใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	1.693			.686
15. ความเพียงพอของถังขยะ	1.457			.754
16. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ	1.333			.673
17. การจูงใจนักท่องเที่ยวเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ใช้กล่องโฟม การเฝ้าระวังคุณภาพน้ำ การคัดแยกขยะ	1.121			.738
Kaiser-Mayer-Olkin รวม .915				

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่ามากกว่า 0.30 ทุกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ และค่า Kaiser-Mayer-Olkin รวม เท่ากับ .9153 โดยไม่มีการตัดตัวแปรข้อใดออก แสดงว่าสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการจัดกลุ่มขององค์ประกอบได้เพียง 3 องค์ประกอบ และสามารถนำไปอธิบายหรือหาความสัมพันธ์กับตัวแปรตามได้อย่างมีความเชื่อถือและค่า Eigenvalue เท่ากับ 1 ซึ่งเป็นค่าต่ำสุดที่ใช้ในการควบคุมจำนวนองค์ประกอบจากการวิจัยมีค่ามากกว่า 1 ทุกตัวแปรถือว่าอยู่ในระดับที่เชื่อมั่นได้ และผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มองค์ประกอบโดยศึกษาจาก

แนวคิด ทฤษฎีความพึงพอใจการให้บริการ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด เพื่อนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนต่อไป

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด ด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 3.15 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือน

3.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ และความปลอดภัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า และด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดด้านการบริการและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ผลจากการวิจัยปรากฏเช่นนี้ เพราะตลาดน้ำคลองแหเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างตลาดที่จำหน่ายสินค้าในเรือ และตลาดโบราณจำหน่ายสินค้าบนบก มีอาหารพื้นบ้านหลากหลายทั้งอาหารไทย มุสลิม รวมทั้งผลไม้ และสินค้าพื้นเมืองนานาชนิด มีเรือพายนำร้อยลำพายมาจอดเรียงรายให้บริการรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระเบียบ สร้างความสวยงามและบรรยากาศของตลาดน้ำคลองแหได้เป็นอย่างดี และมีร้านค้าที่ริมฝั่งมากมายให้เดินเลือกชมอย่างเพลิดเพลิน นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาของฝากกลับบ้านหรือจะนั่งรับประทานที่ตลาดน้ำตามสะดวก โดยเฉพาะแม่ค้า พ่อค้ามีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว ประกอบกับทางตลาดน้ำได้รณรงค์ให้ใช้ภาชนะใส่อาหารจำพวกกระดาษ กระบอกไม้ไผ่ หม้อดินเผา สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแหได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจตลาดน้ำคลองแหด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวัจชัย เสมมา (2550) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งในงานศึกษาของธนวัต คงประเสริฐ สมชนก ภาสกรจรัส พันธุมดี เกตะวันดี (2557) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย เนื่องจากความต้องการค้นหาความแปลกใหม่ ความต้องการเติมเต็มความต้องการของตน ภูมิประเทศหรือทำเลที่ตั้ง และปัจจัยสถานที่พักอาศัย โดยรายได้ของนักท่องเที่ยว 90,000 บาท ลงมา จะเป็นนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะสั้น

ในขณะที่ปัจจัยการมีรายได้สูงมากกว่า 90,001 บาท ขึ้นไปจะมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

2. นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกัน ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ผลจากการวิจัยปรากฏเช่นนี้เพราะว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองแหเป็นประจำโดยเฉพาะมาเที่ยวตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไปจะมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการและความปลอดภัยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองแหนานๆครั้ง หรือมาท่องเที่ยวไม่แน่นอน เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเป็นประจำส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ใกล้เคียงมากกว่านักท่องเที่ยวต่างจังหวัดต่างอำเภอจึงทำให้มีความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว และเห็นสภาพการดูแลรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ อีกทั้งสถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวจะรู้ว่าสถานที่จอดรถมีให้บริการจุดใดบ้างจึงได้รับความสะดวกกับการจอดรถ ทั้งนี้จะมีการได้รับข้อมูล ข่าวสารของตลาดน้ำ และการต้อนรับและดูแลจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนมากขึ้นจะมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนน้อยครั้งหรือสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไม่แน่นอน อีกทั้งทางหน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นอย่างดีเพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Kotler, (2003) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้า

ว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้ำระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ และถ้ำหากตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้ำผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่น

นอกจากนั้นในงานศึกษาของภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร (2555) พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวของคนนอกจากจะคำนึงถึงภูมิประเทศ รายได้ แล้วยังเป็นเรื่องของแรงปรารถนาภายในของแต่ละบุคคลของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความจํา ความต้องการพักผ่อน ความต้องการผจญภัย เป็นต้น โดยแรงผลักดันเป็นแรงที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านสังคมและจิตวิทยา (Socio-psychological) รวมไปถึงสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่จูงใจให้บุคคลเดินทางท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

สรุปการวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้านคือ ด้านอาคารสถานที่และสินค้า ซึ่งหมายความว่า ตลาดน้ำคลองแหมีความสวยงาม บรรยากาศของตลาดน้ำที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีสินค้าที่หลากหลาย คุณภาพของสินค้าที่เป็นของฝากเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ค้ายิ้มแย้มแจ่มใส ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดพบว่า สิ่งที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจคือการเลือกใช้บริการจุกัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ใช้กล่องโฟม การเฝ้าระวังคุณภาพน้ำ ความเพียงพอของถังขยะ ความสะอาดของห้องน้ำ สำหรับด้านการบริการและความปลอดภัย

พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจคือการต้อนรับดูแลจากเจ้าหน้าที่ให้ได้รับความปลอดภัย และในเรื่องที่จอดรถ การได้รับข่าวสารข้อมูล และความสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ วุฒิทางการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจบริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยน้อยกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นเทศบาลเมืองคลองแหควรให้ความสำคัญกับการบริการและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการต้อนรับและดูแลจากเจ้าหน้าที่ จัดเวรยามดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความถี่ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจมาใช้บริการตลาดน้ำคลองแหด้านการบริการและความปลอดภัยแตกต่างกัน ดังนั้นเทศบาลเมืองคลองแหควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกเป็นกรณีพิเศษทั้งในเรื่องการดูแลรักษาความปลอดภัยและการต้อนรับ จัดเจ้าหน้าที่คอยระวังเหตุร้ายที่อาจเกิดขึ้น หรือเตือนนักท่องเที่ยวให้ระวังทรัพย์สินมีค่าขณะเดินชมบรรยากาศ เพื่อที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด และหันมาท่องเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่สองต่อไป

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงเปรียบเทียบความพึงพอใจของการใช้บริการตลาดน้ำคลองแห กับตลาดน้ำอื่นในพื้นที่ภาคใต้เพื่อจะได้หาแนวทางในการบริการที่เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **ตลาดน้ำคลองแห**. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org/>
- กิตติพร ใจบุญ. (2549). ตลาดกับวิถีชีวิต: บทสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องตลาดในสังคมไทย. ใน สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (บรรณาธิการ), **ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด** (น.19-102). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). **การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**. ค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). **การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ธนวัต คองประเสริฐ, สมชนก ภาสกรจรัส และพันธุมดี เกตะวันดี. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภทนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่**. **วารสารวิทยาการจัดการ**, 31(2), 1-33.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). **การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.**

เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พยอม ธรรมบุตร. (2546). **เอกสารประกอบการสอนหลักการท่องเที่ยว**

เชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาณุวัฒน์ ภัคดีอักษร. (2555). ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยว
เชิงอาหาร. **วารสารวิทยาการจัดการ**, 29(2), 143.

มันัสสินี บุญมีศรีสง่า, ภาพิมล ปิ่นแก้ว และปาณิณี สกุลตั้งมณีรัตน์. (2556).

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีต่อตลาดจัดเทศกาลในอำเภอหัวหิน**

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. เพชรบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยุทท ไทยวรรณ. (2551). **วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.** กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน**

พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.

โรจน์ป ศรีอาหมัด. (2555). **ตลาดน้ำคลองแห: พื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการ**

ท่องเที่ยวและการบริโภค. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

รุ่งจันทร์ เพ็ชรสุกใส. (2547). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อกรบริการ**

ของ ธนาคารยูโอบีรัตนสิน จำกัด (มหาชน) สาขาแจ้งวัฒนะ.

ภาคินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- วริศรา คักดีสิทธิ์พรชัย. (2557). **วิถีชีวิตของคนไทย ตั้งแต่ พ.ศ.2547 ถึงปัจจุบัน**. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/mhutooo/with-chiwit-khxng-khn-thiy-tangtae-ph-s-2547-thung-paccuban>
- วิยะดา ต้นวัฒนากุล. (2532). **การใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ในการสอนวิชาสถิติ**. เชียงใหม่: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพงศ์ พฤทธิพันธุ์. (2551). **ระเบียบวิธีการวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ฮาซัน พรินต์ติ้ง จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สร้อยรุจี อินทศร. (2546). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556) **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555 – 2558**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สินธุ์ สโรบล, อุดร วงษ์ทับทิม และสุภาวินี ทรงพรวาณิชย์. (2545). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์**. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุวัจชัย เสมา. (2550). **ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพืชยาและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย**. การศึกษาหลักสูตรปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น มหาวิทยาลัยบูรพา.

อรุณพร อธิมาตรีไมตรี. (2556). การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลใน
เชิงท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.