

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการ
การท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม *
Thai Tourists' Satisfaction Towards
Tourism Management at Thana Market,
Amphor Nakhonchaisri, Nakhonphathom Province

ปิยภาคย์ ภูมิภมร, ปรางฉาย ปรัตคจริยา, ธิชาทร ต้นวัฒนเสรี
และอศิราภรณ์ รัชตะประกร

Piyapak Bhumibhamorn, Prangchay Paratkajariya,
Thichatorn Tunwattanaseree and Akira Rachtaprakorn
โครงการจัดตั้งวิทยาเขตสุพรรณบุรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Suphanburi Campus, Kasetsart University
Corresponding Author, Email: piyapak54@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวตลาดท่านาเป็นจำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทด้านพื้นที่ ตลาดท่านาไม่ค่อยเป็นที่น่าดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดท่านาและสินค้าชื่อดังในตลาดสภาพตลาดมีความเสื่อมโทรม และปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนนี้อาจเป็นสภาพการจราจรติดขัด ในช่วงเวลา

* ได้รับความเห็นชอบ: 10 มิถุนายน 2563; แก้ไขบทความ: 21 สิงหาคม 2563; ตีพิมพ์: 28 สิงหาคม 2563



บายถึงช่วงเย็น ที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับของนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเดินตลาด ห้าง
สุขาไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการ
ท่องเที่ยวของตลาดท่านา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการจัดการการ
ท่องเที่ยวของตลาดท่านา อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ดังนี้ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
(ผิดพลาด! ไม่ได้กำหนดบู๊คมาร์ก $\bar{x} = 3.51$) ในประเด็นมีความเหมาะสมทุกฤดูกาลมีค่าความ
พึงพอใจสูงสุด ($\bar{x} = 3.56$) ด้านเศรษฐกิจและสังคม ($\bar{x} = 3.53$) โดยประเด็นความพอใจใน
ความสะอาดและปลอดภัยมีค่าความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{x} = 3.55$) และ ด้านการรักษาคุณภาพ
สิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 3.51$) โดยในประเด็นการจัดการขยะมูลฝอยมีค่าความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{x} =$
3.56) สำหรับด้านความสมบูรณ์และชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้าน
ธรรมชาติ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านความปลอดภัย
และด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี
ความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; การจัดการการท่องเที่ยว; นักท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this study were to study the context of Thana Market, Amphor Nakhonchaisri, Nakhonpathom Province and to study Thai tourists' satisfaction towards tourism management at Thana Market. The study was a quantitative research and a sample of 400 cases of Thai tourists was drawn from Thana Market using simple random sampling method.

The results of the study were summarized as follows: 1) The context of Thana Market: the study revealed that Thana Market did not attract tourists because of poor promotion of the market and its popular products. Thana Market was not only dilapidated but also in difficulties. Obviously, the problems were as follows: Traffic congestion from afternoon till evening, Inadequate parking spaces and insufficient public toilets. 2) Satisfaction levels: the study revealed that the overall satisfaction



levels toward the tourism management at Thana Market, Amphor Nakhonchaisri, Nakhonpathom Province were at high level. And, when investigating each aspect, there were 3 aspects at high level. The results were as follows: 1) Accessibility, as a whole was at the high level ($\bar{x} = 3.51$). When investigating each aspect, A year-round visiting ($\bar{x} = 3.56$) was at the highest level. 2) Economics and Social, as a whole were at the high level ($\bar{x} = 3.53$). When investigating each aspect, Cleanliness and safety ($\bar{x} = 3.55$) was at the highest level. 3) Environmental quality, as a whole was at the high level ($\bar{x} = 3.51$). When investigating each aspect, Waste management ($\bar{x} = 3.56$) was at the highest level. The other aspects at an average level as follows: Original condition, Uniqueness and Reputation, Art and Culture, Nature, Community Strength, Management, Safety, and Tourism awareness.

Keywords: satisfaction; tourism management; tourists

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เนื่องจากการขยายตัวสูง และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ มีการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาคของประเทศไทย เนื่องด้วยประเทศไทยเต็มไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติทั้งหาดทรายที่สวยงาม ภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ อาหารที่โดดเด่นหลากหลายชนิด และไมตรีจิตของคนไทยที่ใครได้พบเจอก็ล้วนประทับใจ อีกทั้งการเดินทางสะดวก ค่าใช้จ่ายต่ำ ถ้าเทียบกับการไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ ดังนั้นประเทศไทยจึงติดอันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกาและสเปน ในขณะที่การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างรวดเร็วนั้น กลับเป็นการพัฒนาโดยมุ่งเน้นเฉพาะด้านเศรษฐกิจของประเทศเพียงด้านเดียว ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและทรัพยากรทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลกระทบต่อสถานที่ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และส่งผลกระทบต่อสังคมหรือชุมชนนั้นๆ เช่น การมีค่าครองชีพที่สูงขึ้นส่งผลให้วิถีชีวิตของชุมชนที่เปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองและสูญเสียความเป็นตัวตนหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ การได้ฟื้นฟูวิถีชีวิตดั้งเดิม การที่ลูกหลานกลับมาอาศัยอยู่บ้านหรือการที่ชุมชนมีความ



สามัคคีกันมากขึ้นซึ่งกระบวนการที่จะผลักดันให้เกิดสิ่งเหล่านี้ได้คือ การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดี สามารถช่วยสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนท้องถิ่นที่มีสถานะเป็นเจ้าบ้าน ในทุกแหล่งท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องพิจารณาควบคู่กันกับการรักษาวัฒนธรรมเป็นประโยชน์ด้านองค์ความรู้และการให้คุณค่าแก่สังคม ในขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ของชุมชน การจัดหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งนี้แนวคิดหลักเพื่อใช้ในการจัดการทางวัฒนธรรมประกอบด้วยแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแต่ละแนวคิดจะประกอบด้วยกลยุทธ์และแนวทางสนับสนุนที่จะนำไปสู่การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสม (นนทวรรณ ส่งเสริม, 2561) ซึ่งตลาดท่านา หรือตลาดนครชัยศรี ตั้งอยู่ที่อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เป็นตลาดเก่าแก่อายุกว่า 140 ปี ที่ตั้งอยู่เคียงคู่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนริมแม่น้ำ นครชัยศรี มีประวัติความเป็นมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 จากการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของผู้คน จนกระทั่งสมัยรัชกาลที่ 5 จึงกลายเป็นชุมชนค้าขายสำคัญของอำเภอนครชัยศรี เนื่องจากเป็นตลาดที่เก่าแก่ อาคารและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดจึงล้วนถูกสร้างด้วยไม้ที่มีความสวยงามและกลิ่นอายของบรรยากาศในอดีต และด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นนี้เองจึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวจึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมตลาดท่านาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตลาดท่านาเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งวิถีชีวิตริมแม่น้ำนครชัยศรี อาคารบ้านเรือนสร้างจากไม้สมัยเก่าที่มีอายุมาหลายสิบปี ซึ่งมีกลิ่นอายชวนให้คิดถึงสมัยโบราณ แต่ในปัจจุบันชุมชนตลาดท่านาเริ่มมีการเสื่อมโทรม เนื่องจากมีอายุเก่าแก่ ขาดการดูแลรักษาโดยประชาชนในชุมชน ขาดการพัฒนาและช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐและเอกชน ทำให้ไม่มีการปรับปรุงพื้นที่จอดรถ การจราจร การรณรงค์ และการโปรโมทสินค้าต่างๆ และไม่มีการบำรุงรักษาหรือฟื้นฟู ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมเข้ามาเที่ยวมากนัก ซึ่งก่อให้เกิดการขยายพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยการเปลี่ยนอาคารไม้บางแห่งให้กลายเป็นอาคารพาณิชย์ และด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นจำนวนมากทำให้เกิดปัญหาขยะและน้ำเสียตามมา จึงเป็นการทำให้เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ แต่ก็ทำให้เกิดการหมุนเวียนรายได้ของประชาชนในพื้นที่อย่างมหาศาลเช่นกัน จึงทำให้ประชาชนในพื้นที่ไม่สนใจกับผลกระทบที่เกิดขึ้นมากนัก



ดังนั้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาว่าการจัดการท่องเที่ยวของตลาดท่านามีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาในด้านใดบ้าง และนำผลการศึกษาดังกล่าวมาพัฒนาให้ตลาดท่านาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการ อันจะทำให้นักท่องเที่ยวและสภาพเศรษฐกิจของตลาดท่านาได้ฟื้นกลับมาเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนสืบไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยเลือกวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมในปี 2560 จำนวนทั้งหมด 2,667,345 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม, 2562)

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยการเปิดตารางของ (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 384 คน แต่การวิจัยครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนข้อคำถาม 4 ข้อ โดยเป็นข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม มีข้อคำถามให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามประเภทแสดงความคิดเห็น โดยสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

และมีการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมจำนวน 30 คน และนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) (อศวิน แสงพิกุล, 2556) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัคเท่ากับ 0.91

5. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะต่าง ๆ ของตัวแปรที่กำลังศึกษา

การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรกับความพึงพอใจต่อการให้บริการสำหรับคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้กำหนดระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 แสดงว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 แสดงว่า มีความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 แสดงว่า มีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 แสดงว่า มีความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 แสดงว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในชุมชนตลาดท่านาที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้อำนาจวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

1. **บริบทชุมชนตลาดท่านา** จากการสำรวจและเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนตลาดท่านา และการสืบค้นจากเอกสาร ได้ข้อมูลชุมชนดังนี้ ตลาดท่านา หรือตลาดนครชัยศรี อยู่ในตำบลนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่ม



ภาคกลางของประเทศไทย มีความอุดมสมบูรณ์และเหมาะต่อการทำเกษตรและค้าขาย ทำให้ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำตั้งแต่อดีต ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตด้านคมนาคม แหล่งทำมาหากิน แหล่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ทั้งนี้แม่น้ำนครชัยศรี เปรียบได้กับเส้นเลือดหล่อเลี้ยงคนในพื้นที่ บริเวณที่มีการรวมกลุ่มเป็นชุมชนขนาดใหญ่มักเกิดเป็นตลาดชุมชนริมน้ำขึ้น ซึ่งเป็นตลาดบกริมน้ำศูนย์กลางของชุมชน เป็นตลาดสดเก่าแก่อายุกว่า 140 ปีที่ตั้งอยู่เคียงคู่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนริมแม่น้ำ นครชัยศรี มีประวัติความเป็นมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 ในอดีตพื้นที่นี้เคยเป็นท่าขึ้นข้าวและและท่าเรือขนส่งสินค้าแห่งใหญ่ เนื่องจากเป็นเส้นทางสัญจรของชาวสวนและชาวนา หรือผู้ที่ต้องเดินทางจากจังหวัดสุพรรณบุรีไปยังกรุงเทพมหานครเพื่อทำการค้าต้องผ่านพื้นที่บริเวณนี้ ตลาดท่านาจึงเป็นศูนย์กลางความเจริญแห่งหนึ่งของลุ่มน้ำท่าจีน ส่งผลให้ชุมชนมีความเป็นอยู่และสภาพเศรษฐกิจที่ดี จากการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของผู้คน จนกระทั่งสมัยรัชกาลที่ 5 จึงกลายเป็นชุมชนค้าขายสำคัญของย่านนี้ที่มาของชื่อ "ตลาดท่านา" นั้นมาจากพื้นที่บริเวณโดยรอบตลาดเต็มไปด้วยนาข้าวรวมถึงเป็นท่าเรือ ขนส่งสินค้าและท่าขึ้นลงข้าวในอดีต เนื่องจากด้วยทำเลที่อยู่ติดริมแม่น้ำนครชัยศรีจึงสะดวกต่อการคมนาคมค้าขาย

จากการสอบถามข้อมูลชุมชน พบว่า ชุมชนท่านาไม่เป็นที่น่าดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวมากเท่าที่ควร เนื่องจากปัญหาจากหลายๆปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมโดยรอบ สภาพเศรษฐกิจและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากในปัจจุบันมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางกายภาพคล้ายคลึงกันเป็นจำนวนมากไม่ว่าจะเป็น ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดน้ำทุ่งบัวแดง เป็นต้น ขาดการโปรโมทและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดท่านาและสินค้าชื่อดังในตลาด ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยรู้ว่าตลาดท่านามีสินค้าชื่อดังอะไรบ้าง และตัวของตลาดท่านาเองก็ไม่ได้รับการบูรณะฟื้นฟูเนื่องจากตัวอาคารส่วนใหญ่ทำมาจากไม้ จึงทำให้มีการเสื่อมโทรมเร็ว หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่าที่ควร จึงทำให้คนในปัจจุบันไม่ค่อยรู้จักเกี่ยวกับความเป็นมาและความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวนครชัยศรีเท่าที่ควร และปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนคือ สภาพการจราจรที่มีการติดขัดในช่วงเวลาบ่ายถึงช่วงเย็น ที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับของนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเดินตลาด ห้องสุขาไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ไม่ค่อยมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และเนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่ตลาดท่านาส่งผลให้จำนวนร้านค้าภายในตลาดได้ทยอยหายไปหรือปิดชั่วคราวจนเหลือแค่ไม่กี่ร้านในบางวันจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น



2. ด้านข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ

(n=400)		
ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	209	52.2
หญิง	191	47.8
อายุ		
ช่วงอายุ 18-25 ปี	81	20.3
ช่วงอายุ 26-35 ปี	122	30.5
ช่วงอายุ 36-45 ปี	97	24.2
อายุ 46 ปีขึ้นไป	100	25
ระดับการศึกษา		
ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	31	7.8
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	249	62.2
ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	120	30
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	55	13.8
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	56	14
ธุรกิจส่วนตัว	72	18
รับจ้างทั่วไป	94	23.4
อื่น ๆ	123	30.8



จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือเพศหญิง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุ 26–35 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคืออายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ต่อมาคือ ช่วงอายุ 36–45 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และช่วงอายุ 18–25 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีอาชีพอื่นๆ ที่ไม่ระบุ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างทั่วไปจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ต่อมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ตามด้วยอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

3. ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดท่านา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านเศรษฐกิจและสังคม	3.53	1.02	มาก
1. ความพอใจในมิตรไมตรีจากชุมชนท้องถิ่น	3.53	1.06	มาก
2. ความพอใจในความสะอาดและปลอดภัย	3.55	0.99	มาก
3. ความพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว	3.51	1.01	มาก
2. ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	3.51	0.90	มาก
1. การจัดการคุณภาพเสียง	3.53	0.92	มาก
2. การจัดการขยะมูลฝอย	3.56	0.91	มาก
3. การจัดการคุณภาพอากาศ	3.46	0.87	ปานกลาง
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.51	0.90	มาก
1. เหมาะสมทุกฤดูกาล	3.56	0.91	มาก
2. ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.53	0.92	มาก
3. คุณภาพถนน/เส้นทางน้ำใช้ได้ทั้งปี	3.46	0.87	มาก



4. ด้านความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.27	0.99	ปานกลาง
1. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติหรือสภาพดั้งเดิม	3.38	0.88	ปานกลาง
2. มีคุณค่าหรือเอกลักษณ์พิเศษเชิงการท่องเที่ยว	3.31	1.02	ปานกลาง
3 แหล่งท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจ	3.29	1.06	ปานกลาง
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
5. ความเข้มแข็งของชุมชน	3.26	0.91	ปานกลาง
1. มีการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรเพื่อดูแลการท่องเที่ยว	3.28	0.88	ปานกลาง
2. มีกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.28	0.98	ปานกลาง
3. การริเริ่มจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.23	0.91	ปานกลาง
4. มีการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรเพื่อดูแลการท่องเที่ยว	3.28	0.88	ปานกลาง
6. ด้านธรรมชาติ	3.26	0.92	ปานกลาง
1. มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.28	0.88	ปานกลาง
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะตน	3.28	0.98	ปานกลาง
3. มีทัศนียภาพที่สวยงาม	3.23	0.91	ปานกลาง
7. ด้านการบริหารและการจัดการ	3.25	1.01	ปานกลาง
1. มีป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.20	0.93	ปานกลาง
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ	3.24	1.04	ปานกลาง
3. มีห้องสุขาให้บริการอย่างเพียงพอ	3.30	1.05	ปานกลาง
8. ด้านศิลปวัฒนธรรม	3.22	0.98	ปานกลาง
1. มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน	3.28	0.93	ปานกลาง
2. มีความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ที่สืบค้นได้	3.24	0.94	ปานกลาง
3. มีความผูกพันต่อท้องถิ่น	3.14	1.08	ปานกลาง
9. ด้านการให้ความรู้,สร้างจิตสำนึกคุณค่าของการท่องเที่ยว	3.17	0.96	ปานกลาง
1. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.16	0.92	ปานกลาง
2. มีการจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่	3.13	0.93	ปานกลาง
3. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	3.24	1.04	ปานกลาง



10. ด้านความปลอดภัย	3.16	0.95	ปานกลาง
1. มีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง	3.20	0.96	ปานกลาง
2. มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย	3.28	0.88	ปานกลาง
3. มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลอย่างทั่วถึง	3.00	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวในภาพรวมของตลาดท่านา ทั้ง 10 ด้าน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจและสังคม และด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดดังนี้

ด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 1.02) ประเด็นความพอใจในความสะอาดและปลอดภัยมีค่าความพึงพอใจสูงสุด อยู่ในมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 0.99)

ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.90) ประเด็นการจัดการขยะมูลฝอยมีค่าความพึงพอใจสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.91)

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.90) โดยในประเด็นมีความเหมาะสมทุกฤดูกาลมีค่าความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{x} = 3.56$, S.D. = 0.91)

ด้านความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$, S.D. = 0.99) ประเด็นความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติหรือสภาพดั้งเดิมค่าความพึงพอใจสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.88)

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.91) ประเด็น มีการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรเพื่อดูแลการท่องเที่ยวและ ประเด็น กลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมีค่าความพึงพอใจสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 0.88)

ด้านธรรมชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.92) ประเด็นมีเอกลักษณ์เฉพาะตน และประเด็นความสมบูรณ์



ของธรรมชาติ ค่าความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.98) และ ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.88)

ด้านการบริหารและการจัดการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 1.01) ประเด็น มีห้องสุขาให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.93)

ด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 0.98) ประเด็น มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน มีค่าความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.93)

ด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$, S.D. = 0.96) ประเด็น มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่ว มีค่าความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.24$, S.D. = 1.04)

ด้านความปลอดภัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$, S.D. = 0.95) ประเด็น มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย มีค่าความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.93) รองลงมาคือในประเด็นการมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.96)

5. อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการสำรวจและเก็บแบบสอบถามบริบทชุมชน ตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่าไม่ค่อยเป็นที่น่าดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เนื่องจากปัญหาจากหลายๆปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมโดยรอบ สภาพเศรษฐกิจและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากในปัจจุบันมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางกายภาพคล้ายคลึงกันเป็นจำนวนมากไม่ว่าจะเป็น ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดน้ำทุ่งบัวแดง เป็นต้น ขาดการโปรโมทและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดท่านาและสินค้าชื่อดังในตลาด ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยรู้ว่าตลาดท่านามีสินค้าชื่อดังอะไรบ้าง และตัวของตลาดท่านาเองก็ไม่ได้รับการบูรณะฟื้นฟูเนื่องจากตัวอาคารส่วนใหญ่ทำมาจากไม้ จึงทำให้มีการเสื่อมโทรมเร็ว หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่าที่ควร จึงทำให้คนในปัจจุบันไม่ค่อยรู้จักเกี่ยวกับความเป็นมาและความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวนครชัยศรีเท่าที่ควร และปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนคือ สภาพ



การจราจรที่มีการติดขัดในช่วงเวลาบ่ายถึงช่วงเย็น ที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับของนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเดินตลาด ห้องสุขาไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ไม่ค่อยมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและเนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่ตลาดทำนาส่งผลให้จำนวนร้านค้าภายในตลาดได้ทยอยหายไปหรือปิดชั่วคราวจนเหลือแค่ไม่กี่ร้านในบางวันจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยากร แสงผล (2559) พบว่า จุดอ่อนของตลาดน้ำไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี คือ มีการเดินทางค่อนข้างไกลและไม่มีการประจำทางผ่านจะต้องใช้รถส่วนตัวหรือรถรับส่งแทน นอกจากนั้นสถานที่จอดรถยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งยังขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐ ถูกจำกัดด้วยงบประมาณการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จัก ประชากรท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำลำคลองไม่สะอาดเกิดจากการทิ้งขยะ และสิ่งปฏิกูลลงน้ำ แนวทางการแก้ไขปัญหและพัฒนา พบว่าทางอำเภอไทรน้อยควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย โดยมีการเปิดสัมปทานการเดินรถประจำทางให้มาถึงที่อำเภอไทรน้อย มีการเพิ่มสถานที่จอดรถเพิ่มขึ้น และจัดให้มีการบริหารจัดการเรื่องสถานที่จอดรถที่ดี

2. ด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดทำนา ท่องเที่ยวในภาพรวมของตลาดทำนา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มี 3 ด้าน คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมาก ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.90) ด้านเศรษฐกิจและสังคม ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 1.02) และด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.90) สำหรับด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิธาน จินาภักดิ์ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเป็นธรรมชาติและด้านการจัดการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบริการบุคลากรและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี เหมาะสมกับกิจกรรมทางน้ำ การพักผ่อนหย่อนใจ ที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติ ซึ่งจะทำให้รู้สึกที่ผ่อนคลายและได้รับอากาศบริสุทธิ์ อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คงสภาพเป็นธรรมชาติที่สวยงาม จึงมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สำหรับบริการสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก



สะดวกเพื่อบริการนักท่องเที่ยวได้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น ร้านแผงลอย ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยและได้รับบริการที่ไม่ประทับใจ อาจเป็นเหตุทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยเหตุนี้ อาจทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2560*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- กัลยากร แสงผล. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม. *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นนทวรรณ ส่งเสริม. (2561). *CREATIVE TOURISM การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิธาน จินากักดี. (2555). การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. *วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม. (2562). *จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมปี 2560*. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2562, จาก <http://nkpathom.nso.go.th/116-infographic/424>
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมของประเทศ ไทยในรอบทศวรรษ. *BU Academic Review*. 12(1), 85-97.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3), 607-610.