

ชื่อเรื่อง	การเปรียบเทียบปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง
ผู้ศึกษาค้นคว้า	พรนภา ธนโพธิ์วิรัตน์
ที่ปรึกษา	ดร. ละเอียด ศิลาน้อย
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและ การท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2551
คำสำคัญ	

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบถึงปัจจัยดึงดูดต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน และนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้เป็นที่รู้จักและส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นนั้น และนำมาเป็นสู่ทางในการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีศักยภาพให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่อไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ การทดสอบ T - Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยโปรแกรม SPSS for Windows

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงมากที่สุดเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาจะอยู่ในช่วงปริญญาตรีมากที่สุด และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง รายได้จะอยู่ที่ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท/เดือน และที่พักอาศัยอยู่ที่กรุงเทพมหานคร/บริเวณทลมากที่สุด พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวายพบว่า ส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยว/พักผ่อนมากที่สุด คือ การเดินทางจะเป็นรถยนต์ส่วนตัว กลุ่มบุคคลที่เดินทางมาด้วยกันจะเป็นกลุ่มญาติมิตร/คนในครอบครัว ส่วนมากจะเดินทางมาแล้ว 2 - 3 ครั้ง กิจกรรมที่ทำบ่อยจะเป็นการซื้ออาหาร/ผักและผลไม้ โอกาสในการเดินทางมากที่สุดคือวันเสาร์ – อาทิตย์ และการรับรู้ข่าวสารมากที่สุดทางเพื่อนสนิท/บุคคลในครอบครัว ส่วนนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงส่วนใหญ่จะมาเพื่อทำบุญและไหว้พระที่วัดและเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว กลุ่มบุคคลที่เดินทางมาด้วยกัน

จะเป็น ญาติมิตร/คนในครอบครัว ความถี่ในการเดินทางจะมากกว่า 3 ครั้ง มากที่สุด กิจกรรมที่ทำส่วนมากจะเป็นการทำบุญและไหว้พระที่วัด โอกาสในการเดินทางมากที่สุด จะเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ และการรับรู้ข่าวสารจะมาจากคำบอกเล่ามากที่สุด

ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวายให้ระดับความคิดเห็นในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การคมนาคม กิจกรรมการท่องเที่ยว คุณภาพของการบริการทางการท่องเที่ยว ในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้ระดับความคิดเห็นด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การคมนาคม กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง

การทดสอบสมมติฐานแล้วพบว่าปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงแตกต่างกัน โดยปัจจัยดึงดูดที่ตลาดน้ำดอนหวายมีมากกว่าตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง โดยนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวายให้ความเห็นในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา กิจกรรมที่ทำขณะท่องเที่ยวตลาดน้ำ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมทางการท่องเที่ยว คุณภาพของการบริการทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยครั้งนี้ คือ การให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน รวมทั้งชาวบ้านช่วยกันส่งเสริมให้ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเป็นที่รู้จักของคนไทยและพร้อมทั้งนำจุดเด่นของวัดกลางคูเวียงมาเป็นส่วนช่วยเสริมอีกแรงเพื่อให้ชาวบ้านมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเพื่อการดำรงชีพและยังเป็นการรักษาอนุรักษ์วิถีชีวิตของชาวตลาดน้ำด้วย