

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว นับเป็นสาขาหนึ่งของภาคบริการที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศอีกทั้งยังเป็นแหล่งที่มาที่สำคัญ ของการจ้างงานซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่มีการขยายตัวสูงที่สุดนอกจากนี้ยังถูกจัดให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการค้าทั่วโลก สำหรับกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาการท่องเที่ยวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญอย่างมากเนื่องจากนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2555) ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีการขยายตัวสูง อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะสามารถสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก รวมทั้งการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งได้ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น นอกจากนี้เมื่อประเทศเกิดภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศโดยสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วกว่าภาคการผลิตและบริการอื่นๆ โดยในแต่ละปีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวเมืองไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 ได้วิเคราะห์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในระยะใกล้ๆ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังเกิดกระแสความนิยมจากนักท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม ดังนั้นแนวความคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับ และกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่การจัดการที่จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน โดยมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นสำคัญ สำหรับสถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

อนึ่งจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยภาครัฐได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวให้มีการบริหารที่เป็นรูปธรรม ซึ่งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งจากนโยบายที่ภาครัฐให้ความสำคัญกับชุมชนในการเป็นศูนย์กลางส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยการเปิดโอกาสให้เจ้าของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและดำเนินนโยบายต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวนั้นเป็นการสร้างความตระหนักให้แก่ชุมชนเจ้าของท้องถิ่นเกิดความรู้รักในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษด้วยการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีคนหลายเชื้อชาติอยู่ร่วมกัน อีกทั้งยังมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั้งด้านการแต่งกาย ภาษา อาหาร ประเพณีต่างๆ ประกอบกับการมีแม่น้ำไหลผ่านจังหวัดทำให้พื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์ ดังนั้นอาหาร พืช ผัก ผลไม้ จึงมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อาทิเช่น องค์พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย สวนสามพราน วัดไร่ขิง และตลาดริมน้ำดอนหวาย (เบญจา จันทร, 2545) เป็นต้น ซึ่งตลาดริมน้ำดอนหวายอาจนับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพของความเป็นธรรมชาติทั้งทางด้านวิถีชุมชนและวัฒนธรรม โดยตลาดริมน้ำดอนหวายถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม ทั้งยังเป็นตลาดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 โดยหมู่ที่ 5 ตำบลบางระทิก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นพื้นที่อีกแห่งหนึ่งที่ฟื้นตัวขึ้นมาจากอิทธิพลของ “การท่องเที่ยว” ซึ่งอาศัยปัจจัย 2 ประการมาสร้าง “จุดขาย” อันได้แก่ อดีตอันรุ่งเรือง และบรรยากาศอันสงบสุข ดังนั้นตลาดริมน้ำดอนหวาย ในปัจจุบันจึงเปรียบเสมือนเป็นพื้นที่เพื่อการบริโภคของคนทุกชนชั้นในเมืองซึ่งไม่ต่างไปจากตลาดสดติดแอร์ในห้างสรรพสินค้า หรือตลาดสดกลางแจ้งอย่างเช่นจตุจักร เพียงแต่ว่าตลาดริมน้ำดอนหวายได้อาศัยมายาภาพของลมหายใจในอดีตเพื่อคุณค่า และมีครลองชีวิตที่ตอบสนองนโยบาย “การท่องเที่ยวไทย” อย่างน่าภาคภูมิใจ (ปานวัฒน์ อุทัยเลิศ, 2551)

ในทำนองเดียวกันตลาดริมน้ำดอนหวายยังอาจนับได้ว่าเป็นตลาดริมน้ำที่ได้มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเน้นความสามารถในการผลิตอาหารเป็นหลัก และยังได้นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีพ กล่าวคือเมื่อผลิตอาหารขึ้นมาพอเพียงสำหรับการบริโภคในครัวเรือนแล้วส่วนที่เหลือก็นำออกมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว นอกจากนี้ยังสามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดริมน้ำที่มีความเก่าแก่ อีกทั้งยังถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพแห่งหนึ่ง ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายอย่างต่อเนื่อง และจากการที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ นี้ ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชาวชุมชน คือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการประกอบอาชีพ โดยชาวชุมชนหันมาประกอบอาชีพค้าขายเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการประกอบอาชีพรวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายจึงต้องปรับตัวและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณภาพการบริการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน เช่น ปัญหาการ

ทั้งขยะไม่เป็นที่เป็นทางเพราะมีถังขยะไว้บริการน้อย ปัญหาห้องน้ำ ห้องส้วมที่ไม่สะอาด ปัญหาสถานที่จอดรถไม่เพียงพอทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด ระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่จอดรถยังไม่ดีเท่าที่ควร และยังรวมถึงปัญหาสินค้าบางอย่างราคาสูงจนเกินไป เป็นต้น (ชลธิชา ดิษฐเกษร, 2553) แต่อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจของชาวชุมชนตลาดริมน้ำดอนหาวายังมีความได้เปรียบในเชิงทรัพยากรคือ มีสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านในท้องถิ่น มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของสินค้า มีการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีวิธีการประชาสัมพันธ์สินค้าและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีสามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ชิมและซื้อสินค้ากันอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนประสมทางการตลาดช่วยให้สามารถบรรลุเป้าหมายทางด้านการตลาดได้ คือสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจจำแนกออกได้เป็นกิจกรรมที่เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่เน้นการแสดงออกหรือเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ นั้นอาจมีความเหลื่อมซ้อนหรือสามารถปฏิบัติร่วมกันได้ (McGregor, 1996 อ้างถึงในสุรชาติพิทย์ เข็มน้อย, 2554 หน้า 15) แต่อย่างไรก็ตามกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวต้องไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับการที่จะบรรลุเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการทางการท่องเที่ยว นั้นจะขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (Kozak & Rimmington, 2000; Wong & Law, 2003) เพราะความพึงพอใจจะนำมาซึ่งการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและนำไปสู่ความภักดี (Loyalty) ดังนั้นหากองค์กรธุรกิจสามารถนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการและเป็นไปตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มที่จะเกิดความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ รวมทั้งแนะนำให้บุคคลอื่นมาเที่ยวด้วยการบอกต่อ

ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำนับเป็นสภาวะการรู้คิดที่สะท้อนให้เห็นถึงแผนการของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเดิมซ้ำอีกภายในกรอบเวลาที่กำหนดโดยบุคคลจะมีการพิจารณาตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใดๆ และพฤติกรรมส่วนมากของบุคคลนั้นจะอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นสามารถทำนายได้จากการวัดหรือทำนายความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรม สำหรับการทำนายพฤติกรรมระดับบุคคล คือการถามความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลโดยให้มีความสอดคล้องตรงกันของเกณฑ์ระหว่างความตั้งใจกระทำพฤติกรรมและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงจึงจะมีความแม่นยำในการทำนาย สำหรับวิธีที่ง่ายที่สุดและให้ผลในทางเป็นไปได้มากที่สุดในการวัดหรือทำนายพฤติกรรมก็คือ การศึกษาถึงความตั้งใจที่จะเลือกปฏิบัติหรือกระทำพฤติกรรมของบุคคล ถ้าสามารถวัดความตั้งใจที่จะปฏิบัติหรือกระทำพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมนั้นได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงมากที่สุด (Ajzen & fishbein, 1980 cited in Brown, 1999; Baker & Crompton, 2000)

ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวในวันนั้นจึงเกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน มีเวลาอาจไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าหากไม่มีความตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการท่องเที่ยวนั้นอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ หนึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความพึงพอใจของการท่องเที่ยว และการกลับมาเที่ยวซ้ำ อาทิ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (วิภาวรรณ ดาราฉาย, 2556; มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, ภาพิมล ปิ่นแก้ว, ปาลินี สกุลตั้งมณีรัตน์, 2556; วันทิกา หิรัญเทศ, 2552; ยุงทอง รวมสุข, 2549; เบญจา จันท, 2545; Mai & Nguyen, 2014; Eraqi, 2006)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาบุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผลการวิจัยที่ได้จะนำมาซึ่งแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพบริการการที่ดีขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาจับจ่ายใช้สอยและแหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นจนทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่คล้ายคลึงกันในพื้นที่ใกล้เคียง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความมุ่งมั่นตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 1,852,746 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม
2. ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่
 - 2.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย
 - 1) เพศ
 - 2) อายุ

- 3) ระดับการศึกษา
- 4) สถานภาพ
- 5) อาชีพหลัก
- 6) รายได้ต่อเดือน
- 7) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
- 8) พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว
- 9) ช่วงเวลาการท่องเที่ยว
- 10) เหตุผลที่มาท่องเที่ยว

2.1.2 ปัจจัยที่มีส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย

2.1.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 5) ด้านกระบวนการ
- 6) ด้านบุคลากร
- 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

2.1.2.2 ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
- 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ
- 3) กิจกรรมสืบสานประเพณีไทย

2.1.2.3 ปัจจัยคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) ความเป็นรูปธรรม
- 2) ความเชื่อถือไว้วางใจ
- 3) การตอบสนองความต้องการ
- 4) การให้ความมั่นใจ
- 5) ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น

- 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- 2) ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 3) ปัจจัยคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว
- 4) ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4. ระยะเวลาการทําวิจัย การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่างเดือน ธันวาคม 2558 – ตุลาคม 2559

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

บุพปัจจัย หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) หมายถึง สถานที่ ผลิตภัณฑ์ รวมถึงรูปแบบบริการต่างๆ เพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของจุดพักผ่อน ความมีคุณภาพของสินค้าทางภูมิปัญญาพื้นบ้าน ความมีเอกลักษณ์และความหลากหลายของอาหาร ความสะอาดของร้านอาหาร รวมถึงการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ด้านราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรืออัตราค่าบริการที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาสินค้า อาหาร ของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าบริการเรือโดยสารน้ำเที่ยวและความคุ้มค่าในการเดินทางมาเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง วิธีการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับหรือเอกสารต่างๆ การมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ไว้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมของตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว หรือช่องทางในการเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว เส้นทาง ถนน สะดวกสบายปลอดภัย ความชัดเจนของป้ายบอกทาง ความหลากหลายของช่องทางมาสถานที่ท่องเที่ยว ความเหมาะสมของเวลาเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการพื้นที่ร้านค้ามีความกว้างขวาง ถูกสุขลักษณะและสะดวกต่อการเดินชมสินค้า

ด้านกระบวนการ หมายถึง วิธีการดำเนินงานในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ขั้นตอนในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมของกระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชม ตลาดริมน้ำดอนหวาย

ด้านบุคลากร หมายถึง บุคคลที่แสดงบทบาทต่างๆ ในการส่งมอบการบริการและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่ การมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในที่จอดรถและคอยดูแลให้ความรู้ด้านข้อมูลต่างๆ รวมถึงให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง มีบุคลากรเพียงพอและมีทักษะในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสุภาพต่อนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและดูแลด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความเข้าใจลูกค้า/นักท่องเที่ยว รวมถึงเข้าใจในการให้บริการแก่ลูกค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมหรือสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ได้แก่ ความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวความเพียงพอของสถานที่จอดรถ การมีร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่สะอาดปลอดภัยและเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว การมีห้องสุขาที่สะอาดสะดวกสบายและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติการอันเนื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยเป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หมายถึง การปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลาย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบมาเลือกซื้อสินค้ารับประทานอาหาร ให้อาหารปลา และล่องแพในแม่น้ำท่าจีน

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวประสงค์ที่จะให้ตลาดริมน้ำดอนหวายจัดให้มีขึ้นได้แก่ การขี่จักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านทางบก การชมสวนการเกษตรของผู้ขายสินค้าเกษตร การนั่งเรือชมสวนผลไม้ การตกปลาระหว่างการนั่งเรือท่องเที่ยว เป็นต้น

กิจกรรมสืบสานประเพณีไทย หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทยได้แก่ กิจกรรมตามเทศกาลประเพณีที่ให้ประชาชนมาร่วมทำบุญและการแต่งกายด้วยผ้าไทยในการมาร่วมกิจกรรมการสอนทำขนมไทยโบราณ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง ความพึงพอใจในบริการทางการท่องเที่ยวที่เป็นเลิศเกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ เพื่อใช้เป็นมาตรฐานวัดคุณภาพบริการดังกล่าวนี้มีชื่อเรียกว่า “SERVQUAL” ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ

ด้านความเป็นรูปธรรม หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม โดดเด่นเป็นธรรมชาติ มีป้ายแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆ แผนที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับนักท่องเที่ยวอย่างน่าเชื่อถือถูกต้องและสม่ำเสมอ เช่น ความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว ความสามารถในการให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การรักษาความลับสัญญาตามที่โฆษณาไว้ บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและราคาตามสื่อต่างๆ มีความถูกต้องแม่นยำ และบริการตามเวลาที่ได้ให้สัญญาไว้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการตอบสนองความต้องการ หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และมีความต่อเนื่องในการให้บริการ

ด้านการให้ความมั่นใจ หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน มีความรู้ความสามารถให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว มีความสุภาพต่อผู้มาใช้บริการรวมถึงมีการต้อนรับที่เหมาะสม

ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่แก่นักท่องเที่ยวเช่น ช่วงเวลาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตำแหน่งจุดท่องเที่ยวตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและความสนใจ ดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต่อนักท่องเที่ยว

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ หมายถึง การแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำ โดยมีการบอกเล่าถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีการแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว และมีความยินดีที่จะจ่ายเพิ่มสำหรับการบริการอื่นที่อำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึงบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การทำงานประจำ/การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ในชุมชนบริเวณตลาดริมน้ำดอนหวาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องได้
2. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ กำหนดกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด และปรับปรุงเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป
3. ข้อมูลที่ได้ช่วยให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีและสามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงประเด็นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวไทยและผลดีของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสนใจในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว การใช้ปัจจัยทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการมาท่องเที่ยว ต่อไป
5. ประชาชนชาวไทยเกิดความตระหนักในคุณค่าของความเป็นไทย “ รักเมืองไทย ” ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยและการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย