

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ได้รับกลับคืน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
3. ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว
4. ปัจจัยคุณภาพการบริการ
5. ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. การทดสอบสมมติฐาน
7. ข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 สถานภาพสมรส จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 อาชีพหลักรับจ้างทั่วไป/งานอิสระ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ มาด้วยตนเอง จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.25 พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เหตุผลที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย คือ มาซื้ออาหาร จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1.เพศ		
- ชาย	171	42.75
- หญิง	229	57.25
2.อายุ		
- ไม่เกิน 30 ปี	108	27.00
- 31 - 40 ปี	197	49.25
- 41 - 50 ปี	83	20.75
- 51 - 60 ปี	12	3.00
3.ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	128	32.00
- ปริญญาตรี	169	42.25
- สูงกว่าปริญญาตรี	103	25.75
4.สถานภาพ		
- โสด	88	22.00
- สมรส	190	47.50
- หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	122	30.50
5.อาชีพหลัก		
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23	5.75
- พนักงานบริษัทเอกชน	69	17.25
- ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	69	17.25
- รับจ้างทั่วไป/งานอิสระ	143	35.75
- นักเรียน/นักศึกษา	96	24.00
6.รายได้ต่อเดือน		
- ไม่เกิน15,000 บาท	18	4.50
- 15,000 – 20,000 บาท	156	39.00
- 20,001 –25,000 บาท	146	36.50
- 25,001 – 30,000 บาท	69	17.25
- มากกว่า 30,000 บาท	11	2.75
7.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- มาด้วยตนเอง	305	76.25
- การนำเที่ยวของบริษัททัวร์	95	23.75

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
8.พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว		
- รถยนต์ส่วนตัว	229	57.25
- รถโดยสารประจำทาง	94	23.50
- รถเช่า/(กรู๊ปทัวร์)	77	19.25
9.ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดมากที่สุด		
- วันจันทร์-วันศุกร์	65	16.25
- วันหยุดสุดสัปดาห์	214	53.50
- วันลาพักผ่อนประจำปี	52	13.00
- วันหยุดตามเทศกาล/นักชัตตกซ์	69	17.25
10.เหตุผลที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย		
- มาเที่ยว	112	28.00
- มาซื้ออาหาร	253	63.25
- มาซื้อของโบราณ	35	8.75

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการ) เป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการ)	3.51	0.34	มาก	7
2.ด้านราคา	3.61	0.35	มาก	5
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	0.48	มาก	6
4.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79	0.40	มาก	1
5.ด้านกระบวนการ	3.68	0.61	มาก	3
6.ด้านบุคลากร	3.69	0.42	มาก	2
7.ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.65	0.39	มาก	4
รวม	3.64	0.30	มาก	

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น อันดับแรก คือ ร้านอาหารสะอาดมีอาหารให้เลือกหลากหลาย รองลงมา คือ อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและสร้างชื่อเสียงให้กับตลาดริมน้ำดอนหวาย เช่น เป็ดพะโล้ ขนมไทย ห่อหมก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือชมธรรมชาติเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนความสวยงามของตลาดริมน้ำดอนหวายยังคงสภาพความเป็นธรรมชาติอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น	3.37	0.70	ปานกลาง	6
2.ความสวยงามของตลาดริมน้ำดอนหวายยังคงสภาพความเป็นธรรมชาติ	3.31	0.74	ปานกลาง	8
3.มีจุดพักผ่อนเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3.36	0.69	ปานกลาง	7
4.สินค้าทางภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีอยู่ในท้องถิ่นมีคุณภาพ	3.54	0.58	มาก	4
5.การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือชมธรรมชาติ	3.57	0.83	มาก	3
6.อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและสร้างชื่อเสียงให้กับตลาดริมน้ำดอนหวาย เช่น เป็ดพะโล้ ขนมไทย และห่อหมก เป็นต้น	3.71	0.71	มาก	2
7.ร้านอาหารสะอาดมีอาหารให้เลือกหลากหลาย	3.78	0.62	มาก	1
8.สินค้าอุปโภค บริโภคและของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.46	0.83	มาก	5
รวม	3.51	0.34	มาก	

2.2 ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรกคือ ความคุ้มค่าในการมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย รองลงมา คือ ราคาค่าบริการเรือโดยสารนำเที่ยวมีความเหมาะสม และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่นเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนมีความเหมาะสมของราคาสินค้า อาหาร หรือของที่ระลึกเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความเหมาะสมของราคาสินค้า อาหาร หรือของที่ระลึก	3.48	0.68	มาก	5
2.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมกับการมาท่องเที่ยว	3.53	0.86	มาก	4
3.ความคุ้มค่าในการมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย	3.80	0.74	มาก	1
4.ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่น	3.60	0.61	มาก	3
5.ราคาค่าบริการเรือโดยสารนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.62	0.72	มาก	2
รวม	3.61	0.35	มาก	

2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุก ประเด็น อันดับแรก คือ มีสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ การจัดงานเทศกาล หรือ การจัดกิจกรรมของตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีการ โฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนการให้บริการข้อมูลด้านการ ท่องเที่ยวเพื่อเดินชมสินค้า และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดัง ตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.มีสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.70	0.85	มาก	1
2.มีการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อเดินชม สินค้า และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอื่นๆ	3.41	0.91	มาก	6
3.มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน	3.59	0.93	มาก	3
4.การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ หรือเอกสารต่างๆ	3.52	0.77	มาก	4
5.มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	3.47	0.74	มาก	5
6.การจัดงานเทศกาล หรือการจัดกิจกรรมของตลาด ริมน้ำดอนหวายเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวย่าง น่าสนใจ เช่น งานเทศกาลลอยกระทง งานอาหาร และผลไม้ตลาดดอนหวาย งานรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ใน วันสงกรานต์	3.62	1.73	มาก	2
รวม	3.55	0.48	มาก	

2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุก ประเด็น อันดับแรก คือ ความสะดวกในการมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย รองลงมา คือ การจัดการ พื้นที่ร้านค้ามีความกว้างขวาง ถูกสุขลักษณะและสะดวกต่อการเดินชมสินค้า และเส้นทางถนน มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีป้ายบอกทางชัดเจนเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนมีระบบรักษา ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความสะดวกในการมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย	3.96	0.72	มาก	1
2.เส้นทางถนน มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีป้าย บอกทางชัดเจน	3.88	0.63	มาก	3
3.ความหลากหลายของช่องทางการมาท่องเที่ยวตลาด ริมน้ำดอนหวาย	3.84	0.69	มาก	4
4.ความเหมาะสมของเวลาเปิด- ปิด ของตลาดริมน้ำ ดอนหวาย	3.73	0.68	มาก	5
5.การจัดการพื้นที่ร้านค้ามีความกว้างขวาง ถูก สุขลักษณะและสะดวกต่อการเดินชมสินค้า	3.90	0.69	มาก	2
6.มีระบบรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.45	0.72	มาก	6
รวม	3.79	0.40	มาก	

2.5 ด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ กระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมตลาดริมน้ำดอนหวายมีความเหมาะสม รองลงมา คือ ขั้นตอนในการเที่ยวชมตลาดริมน้ำดอนหวายมีความสะดวก รายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	X	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ขั้นตอนในการเที่ยวชมตลาดริมน้ำดอนหวายมีความสะดวก	3.63	0.68	มาก	2
2.กระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมตลาดริมน้ำดอนหวายมีความเหมาะสม	3.74	0.86	มาก	1
รวม	3.68	0.61	มาก	

2.6 ด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 9 ประเด็น อันดับแรก คือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมา คือ บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสุภาพต่อนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการมีความเข้าใจในการให้บริการแก่ลูกค้า เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและดูแลด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในที่จอดรถ	3.90	0.68	มาก	5
2.มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความรู้ด้านข้อมูลต่างๆและให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	3.45	0.75	มาก	9
3.บุคลากรให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	3.46	0.75	มาก	8
4.บุคลากรมีทักษะในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	3.47	0.91	มาก	7
5.บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.94	0.74	มาก	1
6.บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสุภาพต่อนักท่องเที่ยว	3.93	0.67	มาก	2
7.มีบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอ	3.54	0.79	มาก	6
8.มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและดูแลด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	3.39	0.92	ปานกลาง	10
9.ผู้ประกอบการมีความเข้าใจในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.92	0.68	มาก	3
10.ผู้ประกอบการมีความเข้าใจลูกค้า/นักท่องเที่ยว	3.91	0.67	มาก	4
รวม	3.69	0.42	มาก	

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ ห้องสุขามีความสะอาดและสะดวกสบาย รองลงมา คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่มที่มีความสะดวกปลอดภัยและเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และห้องสุขามีให้บริการเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	3.55	0.75	มาก	5
2.สถานที่จอดรถเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.62	0.88	มาก	4
3.สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่มที่มีความสะดวกปลอดภัยและเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3.71	0.67	มาก	2
4.ห้องสุขามีให้บริการเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.64	0.63	มาก	3
5.ห้องสุขามีความสะอาดและสะดวกสบาย	3.73	0.75	มาก	1
รวม	3.65	0.39	มาก	

3. ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทยเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	3.66	0.44	มาก	1
2.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ	3.64	0.50	มาก	2
3.ด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย	3.52	0.57	มาก	3
รวม	3.61	0.38	มาก	

3.1 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ ชอบกิจกรรมการเลือกซื้อสินค้า รองลงมา คือ ชอบกิจกรรมการให้อาหารปลา และชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจด้วยการรับประทานอาหารเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนชอบกิจกรรมการล่องแพในแม่น้ำท่าจีนเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ท่านชอบกิจกรรมการเลือกซื้อสินค้า	3.80	0.83	มาก	1
2.ท่านชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจด้วยการรับประทานอาหาร	3.60	0.94	มาก	3
3.ท่านชอบกิจกรรมการให้อาหารปลา	3.67	0.78	มาก	2
4.ท่านชอบกิจกรรมการล่องแพในแม่น้ำท่าจีน	3.59	0.68	มาก	4
รวม	3.66	0.44	มาก	

3.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ ความต้องการนั่งเรือชมสวนผลไม้ รองลงมา คือ ความต้องการชมสวนการเกษตรของผู้ขายสินค้าเกษตร และความต้องการกิจกรรมการขี่จักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านทางบกเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนความต้องการการตกปลากระหว่างการนั่งเรือท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ท่านต้องการกิจกรรมการขี่จักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านทางบก	3.55	0.76	มาก	3
2.ท่านต้องการชมสวนการเกษตรของผู้ขายสินค้าเกษตร	3.58	0.93	มาก	2
3.ท่านต้องการนั่งเรือชมสวนผลไม้	3.96	0.66	มาก	1
4.ท่านต้องการการตกปลากระหว่างการนั่งเรือท่องเที่ยว	3.47	0.85	มาก	4
รวม	3.64	0.50	มาก	

3.3 ด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ ความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามเทศกาล ประเพณีที่สำคัญ เช่น การแต่งกายด้วยผ้าไทยในการมาร่วมกิจกรรมการสอนทำขนมไทยโบราณ รองลงมา คือ ความต้องการให้มีกิจกรรมต่างๆ ตามเทศกาลประเพณีที่ให้ประชาชนมาร่วมทำบุญรายละเอียดดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย

ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสืบสาน ประเพณีไทย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ท่านต้องการให้มีกิจกรรมต่างๆตามเทศกาล ประเพณีที่ให้ประชาชนมาร่วมทำบุญ	3.48	0.70	มาก	2
2.ท่านต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามเทศกาล ประเพณีที่สำคัญ เช่น การแต่งกายด้วยผ้าไทยใน การมาร่วมกิจกรรมการสอนทำขนมไทยโบราณ	3.57	0.89	มาก	1
รวม	3.52	0.57	มาก	

4. คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ด้าน อันดับแรก คือ ด้านความเป็นรูปธรรม รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ด้านความเป็นรูปธรรม	3.70	0.60	มาก	1
2.ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	3.67	0.44	มาก	2
3.ด้านการตอบสนองความต้องการ	3.59	0.43	มาก	4
4.ด้านการให้ความมั่นใจ	3.36	0.47	ปานกลาง	5
5.ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ	3.66	0.49	มาก	3
รวม	3.60	0.29	มาก	

4.1 ด้านความเป็นรูปธรรม

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเป็นรูปธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามโดดเด่นเป็นธรรมชาติ รองลงมา คือ ป้ายแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆ แผนที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม รายละเอียดดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเป็นรูปธรรม

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเป็นรูปธรรม	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามโดดเด่นเป็นธรรมชาติ	3.77	0.80	มาก	1
2.ป้ายแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆ แผนที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.63	0.81	มาก	2
รวม	3.70	0.60	มาก	

4.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเชื่อถือไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุก ประเด็น อันดับแรก คือ การรักษาความสัญญาตามที่โฆษณาไว้ รองลงมา คือ การบริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับนักท่องเที่ยว และการบริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจด้านท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจด้านท่องเที่ยว	3.56	0.73	มาก	5
2.บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.60	1.01	มาก	3
3.รักษาความสัญญาตามที่โฆษณาไว้	3.96	0.65	มาก	1
4.บริการข้อมูลทางของแหล่งท่องเที่ยวและราคาตามสื่อต่างๆ มีความถูกต้องแม่นยำ	3.58	0.85	มาก	4
5.บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับนักท่องเที่ยว	3.67	0.78	มาก	2
รวม	3.67	0.44	มาก	

4.3 ด้านการตอบสนองความต้องการ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการตอบสนองความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ การให้บริการอย่างรวดเร็ว รองลงมา คือ ความต่อเนื่องในการให้บริการเป็นอันดับ 2 ส่วนความเต็มใจที่จะให้บริการอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการตอบสนองความต้องการ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการตอบสนองความต้องการ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความเต็มใจที่จะให้บริการ	3.32	0.84	ปานกลาง	3
2.ความต่อเนื่องในการให้บริการ	3.69	0.72	มาก	2
3.การให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.77	0.61	มาก	1
รวม	3.59	0.43	มาก	

4.4 ด้านการให้ความมั่นใจ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการให้ความมั่นใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสามารถในการให้บริการ รองลงมา คือ ความเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นอันดับ 2 ส่วนความพร้อมที่จะให้บริการอย่างทันทั่วถึง และความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับ 3 และอันดับสุดท้าย ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการให้ความมั่นใจ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการให้ความ มั่นใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความพร้อมที่จะให้บริการอย่างทันทั่วถึง	3.22	0.78	ปานกลาง	3
2.ความเพียงพอต่อการให้บริการ	3.51	0.63	มาก	2
3.ความสามารถในการให้บริการ	3.52	0.80	มาก	1
4.ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.19	0.81	ปานกลาง	4
รวม	3.36	0.47	ปานกลาง	

4.5 ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น อันดับแรก คือ การรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน รองลงมา คือ ความเต็มใจในการตอบคำถาม และความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1. ความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับ นักท่องเที่ยว	3.54	0.89	มาก	3
2. ความเต็มใจในการตอบคำถาม	3.65	0.69	มาก	2
3. การรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความ แตกต่างกัน	3.80	0.54	มาก	1
รวม	3.66	0.49	มาก	

5. ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 8 ประเด็น อันดับแรก คือ การบอกเล่าประสบการณ์/ความประทับใจในทางบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ถ้ามีเวลาจะกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้ รวมถึงความประทับใจและความต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนการบอกเล่าถึงสิ่งดี ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้แก่บุคคลรอบข้างเพื่อให้มาท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ท่านบอกต่อ/แนะนำ/แสดงความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย	3.44	0.90	มาก	8
2.ท่านจะบอกเล่าถึงสิ่งดี ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้แก่บุคคลรอบข้างเพื่อให้มาท่องเที่ยว	3.34	0.70	ปานกลาง	10
3.ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์/ความประทับใจในทางบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.80	0.61	มาก	1
4.ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำเพื่อนญาติพี่น้องหรือคนรู้จักมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย	3.39	0.80	ปานกลาง	9
5.ท่านยินดีและพร้อมที่จะนำบุคคลอื่นมาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย	3.51	0.72	มาก	5
6.ท่านเคยแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย	3.47	0.85	มาก	7
7.ท่านคิดว่าจะมาเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้า อาหารจากตลาดริมน้ำดอนหวายบ่อยครั้งขึ้น	3.48	0.70	มาก	6
8.ภายใน 6 เดือนข้างหน้าท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้	3.57	0.89	มาก	4
9.ถ้าท่านมีเวลาท่านจะกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้	3.76	0.80	มาก	2
10.ท่านประทับใจและต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำ	3.63	0.81	มาก	3
รวม	3.54	0.33	มาก	

5. การทดสอบสมมติฐาน

บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปพบว่า สมการประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ กิจกรรมสปีดานประเพณีไทย (X_{20}) ความเป็นรูปธรรม (X_{21}) ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X_{25}) การให้ความมั่นใจ (X_{24}) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ (X_{19}) ลักษณะทางกายภาพ (X_{17}) และด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) (X_{11}) ส่วนตัวแปรอิสระ คือ ด้านราคา (X_{12}) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_{13}) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_{14}) ด้านกระบวนการ (X_{15}) ด้านบุคลากร (X_{16}) กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (X_{18}) ความเชื่อถือไว้วางใจ (X_{22}) และการตอบสนองความต้องการ (X_{23}) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นตัวแปรอิสระพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มี 7 ด้าน เรียงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานจากมากไปน้อยตามลำดับได้ดังนี้ กิจกรรมสปีดานประเพณีไทย (X_{20}) ($B = .275$) ความเป็นรูปธรรม (X_{21}) ($B = .209$) การให้ความมั่นใจ (X_{24}) ($B = .165$) ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X_{25}) ($B = .151$) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ (X_{19}) ($B = .086$) ลักษณะทางกายภาพ (X_{17}) ($B = .071$) และผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) (X_{11}) ($B = .069$) ปัจจัยทั้ง 7 ด้านอธิบายการผันแปรตาม คือ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ร้อยละ 74.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($F = 161.881$, $p = .000$) รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 4.21, 4.22 และ 4.23

ตารางที่ 4.21 สมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำ ดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
1.ค่าคงที่	2.255	0.080	-	28.256	.000***
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.365	0.022	0.633	16.324	.000***
2.ค่าคงที่	1.611	0.085	-	18.971	.000***
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.299	0.020	0.518	15.178	.000***
ความเป็นรูปธรรม (X ₂₁)	0.237	0.019	0.428	12.527	.000***
3.ค่าคงที่	0.848	0.097	-	8.740	.000***
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.303	0.017	0.526	17.933	.000***
ความเป็นรูปธรรม (X ₂₁)	0.215	0.016	0.388	13.159	.000***
ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X ₂₅)	0.227	0.019	0.339	11.946	.000***
4.ค่าคงที่	0.598	0.098	-	6.127	.000***
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.293	0.016	0.508	18.352	.000***
ความเป็นรูปธรรม (X ₂₁)	0.219	0.015	0.394	14.196	.000***
ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X ₂₅)	0.160	0.020	0.240	8.005	.000***
การให้ความมั่นใจ (X ₂₄)	0.154	0.021	0.217	7.246	.000***
5.ค่าคงที่	0.426	0.102	-	4.171	.000***
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.258	0.017	0.448	14.960	.000***
ความเป็นรูปธรรม (X ₂₁)	0.209	0.015	0.377	13.793	.000***
ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X ₂₅)	0.155	0.020	0.232	7.923	.000***
การให้ความมั่นใจ (X ₂₄)	0.158	0.021	0.223	7.650	.000***
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ (X ₁₉)	0.092	0.020	0.138	4.647	.000***
6.ค่าคงที่	0.522	0.110	-	4.742	.000***
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.267	0.018	0.463	15.162	.000***
ความเป็นรูปธรรม (X ₂₁)	0.213	0.015	0.384	14.033	.000***
ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X ₂₅)	0.154	0.019	0.230	7.885	.000***
การให้ความมั่นใจ (X ₂₄)	0.164	0.021	0.232	7.913	.000***
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ (X ₁₉)	0.107	0.021	0.161	5.157	.000***
ลักษณะทางกายภาพ (X ₁₇)	0.059	0.026	0.069	2.263	.024*

ตารางที่ 4.21 สมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำ ดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
7.ค่าคงที่	0.392	0.123	-	3.194	.002**
กิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย (X ₂₀)	0.275	0.018	0.477	15.424	.000***
ความเป็นรูปธรรม (X ₂₁)	0.209	0.015	0.378	13.812	.000***
ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ (X ₂₅)	0.151	0.019	0.227	7.811	.000***
การให้ความมั่นใจ (X ₂₄)	0.165	0.021	0.233	7.984	.000***
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ต้องการ (X ₁₉)	0.086	0.023	0.130	3.838	.000***
ลักษณะทางกายภาพ (X ₁₇)	0.071	0.026	0.084	2.696	.007**
ผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการ ให้บริการ) (X ₁₁)	0.069	0.029	0.071	2.359	.019*

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาด
ริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	p
1	ระหว่างกลุ่ม	17.448	1	17.448	266.488	.000***
	ภายในกลุ่ม	26.058	398	0.065		
	รวม	43.506	399			
2	ระหว่างกลุ่ม	24.830	2	12.415	263.902	.000***
	ภายในกลุ่ม	18.676	397	0.047		
	รวม	43.506	399			
3	ระหว่างกลุ่ม	29.777	3	9.926	286.301	.000***
	ภายในกลุ่ม	13.729	396	0.035		
	รวม	43.506	399			
4	ระหว่างกลุ่ม	31.388	4	7.847	255.777	.000***
	ภายในกลุ่ม	12.118	395	0.031		
	รวม	43.506	399			
5	ระหว่างกลุ่ม	32.017	5	6.403	219.609	.000***
	ภายในกลุ่ม	11.488	394	0.029		
	รวม	43.506	399			
6	ระหว่างกลุ่ม	32.165	6	5.361	185.774	.000***
	ภายในกลุ่ม	11.341	393	0.029		
	รวม	43.506	399			
7	ระหว่างกลุ่ม	32.324	7	4.618	161.881	.000***
	ภายในกลุ่ม	11.182	392	0.029		
	รวม	43.506	399			

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 4.23 สัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมการ	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.633	0.401	0.400	0.25588
2	0.755	0.571	0.569	0.21689
3	0.827	0.684	0.682	0.18620
4	0.849	0.721	0.719	0.17515
5	0.858	0.736	0.733	0.17076
6	0.860	0.739	0.735	0.16987
7	0.862	0.743	0.738	0.16889

นำมาเขียนสมการในรูปคะแนนดิบเพื่ออธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.392 + 0.275 (X_{20}) + 0.209 (X_{21}) + 0.165 (X_{24}) + 0.151 (X_{25}) + 0.086 (X_{19}) + 0.071 (X_{17}) + 0.069 (X_{11})$$

สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$$\begin{aligned}
 &= 0.392 \\
 &+ 0.275 \text{ (ด้านกิจกรรมสันทนาการประเพณีไทย)} \\
 &+ 0.209 \text{ (ด้านความเป็นรูปธรรม)} \\
 &+ 0.165 \text{ (ด้านการให้ความมั่นใจ)} \\
 &+ 0.151 \text{ (ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ)} \\
 &+ 0.086 \text{ (ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ)} \\
 &+ 0.071 \text{ (ด้านลักษณะทางกายภาพ)} \\
 &+ 0.069 \text{ (ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ))}
 \end{aligned}$$

6. ข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ มีผู้ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 23 คน สามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ตามลำดับดังนี้

ตารางที่ 4.24 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ลำดับที่
1. ที่นั่งพักผ่อนน้อยควรเพิ่มบริเวณที่นั่งพักผ่อนให้มากขึ้น	15	1
2. ตลาดริมน้ำดอนหวายในวัน เสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่จอดรถไม่เพียงพอ ควรขยายที่จอดรถ	13	2
3. ควรเพิ่มกล้องวงจรปิดบริเวณที่จอดรถและในตลาดให้มากขึ้นเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	10	3
4. ทุกร้านค้าควรติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน	8	4
5. ควรมีการปรับสื่อประชาสัมพันธ์ ให้มีความเป็นปัจจุบันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง	6	5
6. ควรมีกิจกรรมอื่นๆที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การจัดกิจกรรมย้อนอดีตตลาดริมน้ำดอนหวาย กิจกรรมประกวดของดีตลาดริมน้ำดอนหวาย	5	6
7. ควรมีร้านอาหารมุสลิม อย่างน้อย 1-2 ร้านค้า	4	7

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การดำเนินการวิจัยหลังจากที่ได้ผลการวิจัยเชิงปริมาณแล้ว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย จำนวน 10 คน ได้แก่ผู้ประกอบการ คนที่อยู่ในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และนายกองค้การบริหารส่วนตำบล ซึ่งการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายโดยมีโครงร่างข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ในประเด็นต่างๆ ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากน้อยเพียงใด

2) กิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีไทยมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

3) คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

4) ในทัศนะของท่านมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่ อย่างไร

5) พฤติกรรมอย่างไรที่แสดงออกถึงความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้

ซึ่งผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายทั้ง 10 คน ในประเด็นต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากน้อยเพียงใด

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นพ้องต้องกันว่าภาพลักษณ์ของตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นตลาดโบราณมีของขายจำนวนมากและมีหลากหลายอีกทั้งยังถูกกว่าโดยเฉพาะของสด รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย รวมถึงมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จัก คือ เป็ดพะโล้ ซึ่งเป็นอันดับ 1 ของนครปฐม และขนมตาลป้าไข่ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีอาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิม นอกจากนี้บริเวณตลาดริมน้ำดอนหวายยังมีที่นั่งพักผ่อนน้อย จุดพักคอยน้อย และเก้าอี้ในแพน้อยอีกทั้งยังไม่มีการจัดที่นั่งให้สวยงามเป็นระเบียบเพื่อชมธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....ตลาดริมน้ำดอนหวายมีภาพลักษณ์ของตลาดโบราณ เพราะบรรยากาศของตัวอาคารร้านค้าเป็นเรือนไม้เก่า มีช่องทางเดินแคบๆ ทำให้เห็นบรรยากาศเก่าๆ โบราณซึ่งจะดูขลังในสายตาของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวสวยงามเป็นธรรมชาติ มีร้านค้าและสินค้ามากมายให้เลือกจับจ่าย มีอาหารคาว ขนมหวานหรือขนมไทย ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และของที่ระลึกสำหรับซื้อฝาก มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย ห้องสุขาสะอาด ตลาดน้ำที่มีการจัดร้านค้าเป็นระเบียบไม่มีลำเส้น สามารถเดินซื้อได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังมีแพที่พักให้อาหารปลาซึ่งเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี” (พระเมธีธรรมานันท์, คุณจักรพงษ์ ทิมมณี, คุณอุดม โอษฐ์อัมพราย, คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์, คุณณัชธินี เหลืองศิริพงษ์, คุณศัลป์ชัย กฤตยบันลือ และคุณบาราศ บัญชราศพรณ)

“.....ตลาดริมน้ำดอนหวายมีจุดเด่นที่สินค้า ผลิตภัณฑ์ เป็นของดีมีคุณภาพ” (คุณอุดม โอษฐ์อัมพราย)

ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่ง ได้แสดงความคิดเห็นว่า

“.....นักท่องเที่ยวมุสลิมตลาดริมน้ำดอนหวายยังไม่มีอาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาล สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิม เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมมาท่องเที่ยวค่อนข้างมากและต้องเตรียมอาหารมารับประทานเองซึ่งไม่สะดวก นอกจากนี้ยังไม่มีสถานที่ที่เหมาะสมที่เป็นที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม สำหรับสิ่งที่ต้องปรับปรุงคือนั่งพักผ่อนน้อย จุดพักผ่อนน้อย เก้าอี้ในแพน้อยไม่มีการจัดที่นั่งให้สวยงามเป็นระเบียบเพื่อชมธรรมชาติ” (คุณวิพร รอดเทศ, คุณศศิภัช ฤทธยบันลือ)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีอาหารหลากหลายทั้งคาวหวานที่เป็นขึ้นชื่อของนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามตลาดริมน้ำดอนหวายต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมและการเพิ่มจำนวนจุดนั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า ราคาอาหารปกติ ราคาสินค้าไม่แพง สอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้บางท่านให้ทัศนะว่าราคาของสินค้ามีทั้งราคาถูกและแพงเพราะสินค้าบางอย่างผู้ขายรับมาขายต่อดังคำกล่าวที่ว่า

“.....ที่นี่มีของขายมากและมีหลากหลาย อีกทั้งถูกกว่าตลาดน้ำบางแห่งโดยเฉพาะของสด ผักสด” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“..... ราคาสินค้าสินค้ากลางๆ ไม่แพง สอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า พ่อค้า แม่ค้าบางร้านติดป้ายบอกราคาราคาสินค้าไว้ซึ่งบางร้านที่ไม่ติดป้ายบอกราคาราคาสินค้าก็จะดีในแง่ของการได้พูดคุยกัน” (คุณวิพร รอดเทศ, คุณณิชาณี เหลืองศิริพงษ์, คุณณงลักษณ์ แสงรุ่งโรจน์)

ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งกล่าวว่าเสริมว่า

“..... ด้านราคาสินค้าที่จำหน่ายตลาดริมน้ำดอนหวายจะมีทั้งราคาถูกและแพง เพราะสินค้าบางอย่างผู้ขายรับมาขายต่อจึงบอกได้ว่าทำให้ราคาแพงขึ้น” (คุณบาราศ บัญชาธรรมาศ)

ในทางตรงกันข้ามผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งให้ทัศนะว่าร้านค้าควรมีการติดป้ายราคาทุกร้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบราคาก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

“..... ต้องการให้มีป้ายติดราคาราคาสินค้าทุกร้านบางครั้งสอบถามราคาและไม่ซื้อ พ่อค้า แม่ค้าจะชักสีหน้าและแสดงอาการไม่พอใจ” (ณิชาณี เหลืองศิริพงษ์)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ตลาดริมน้ำดอนหวายมีการประชาสัมพันธ์งาน และกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีศูนย์บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเองยังมีการประชาสัมพันธ์ ออกต่อด้วยการส่งต่อข้อมูลผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ แต่บางทัศนะยังเห็นว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังมีน้อยโดยคนที่มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ที่อยู่ใกล้เคียงดังคำกล่าวที่ว่า

“.....มีการประชาสัมพันธ์ขึ้นป้ายไว้ทำให้รับทราบข้อมูลต่างๆ” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“.....รู้จักที่นี่เพราะนักท่องเที่ยวมาแล้วนำไปลงใน Face และมีการแชร์ต่อกัน” (คุณณัชธินี เหลืองศศิพงษ์)

“.....มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ท้องที่ เช่น งานวัด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว” (คุณอุดม โอษฐ์ยิมพราย)

“.....ตลาดริมน้ำดอนหวายมีศูนย์บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และสำหรับนโยบายที่มีต่อตลาดริมน้ำดอนหวายคือมีการประชาสัมพันธ์งาน กิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ” (คุณราชน มีป้อม)

“..... ด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นทางวัดมิ่งบประมาณในการจัดโฆษณา จัดนิทรรศการต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์อีกด้วยโดยมีการลงข่าวทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเดลินิวส์ แต่อย่างไรก็ตามตลาดริมน้ำดอนหวายยังมีการประชาสัมพันธ์น้อยส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ที่อยู่ใกล้เคียงที่มาเที่ยว การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะคุยผ่าน LINE และ FACE ดังนั้นจะมีการเพิ่มเรื่องการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ” (คุณจักรพงษ์ ทิมมณี)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายยังคงมีการประชาสัมพันธ์งาน และกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดที่ให้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงมีการบอกต่อผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ อีกด้วย

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ตลาดริมน้ำดอนหวายนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้โดยสะดวกมีการเปิดให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด นอกจากนี้ทางเทศบาลตำบลบางกระทึกยังเน้นความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวรวมถึงพยายามปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวดอนหวายให้นักท่องเที่ยวได้เห็นอย่างเด่นชัด มีจอ LCD ขนาดใหญ่บริเวณลานจอดรถ เป็นจุดสังเกต ดังคำกล่าวที่ว่า

“..... นักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยใช้พาหนะทางบกทั้งรถยนต์ ส่วนตัว และรถบัสซึ่งสะดวกมาก ระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมายังตลาดริมน้ำ สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ” (พระเมธีธรรมานันท์)

“..... ตลาดริมน้ำดอนหวายนี้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้โดยสะดวก ระยะทางจากกรุงเทพมหานครมายังตลาดริมน้ำดอนหวายไม่ไกล และทางเข้าตลาดริมน้ำดอนหวายมีถึง 5 ทางด้วยกัน มีการเปิดให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด มีการดูแลเรื่องการจัดการพื้นที่ร้านค้า โดยจะมีการเดินตรวจเพื่อมิให้ร้านค้ารุกล้ำทางเดิน มีการทำสัญญากับพ่อค้า แม่ค้าปีต่อปี ” (คุณอุดม โอษฐ์ยิมพราย, คุณจักรพงษ์ ทิมมณี)

สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์อีกรายหนึ่งที่กล่าวว่า

“.....ปัจจุบันตลาดสะอาดมากขึ้น ทางเดินกว้างขึ้น สะอาดขึ้น” (คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตติลักษณ์)

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง มีความเห็นในทิศทางเดียวกันดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“..... มีเวลาเมื่อใดก็จะมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้ เพราะการเดินทางสะดวก” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“..... ความถี่ในการมาท่องเที่ยวคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง ในวันธรรมดา เพราะเสาร์-อาทิตย์ คนจะเยอะมาก ชอบมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายเพราะการเดินทางสะดวก สิ่งที่น่าสนใจคือตลาดเปิดทุกวันและใกล้ ส่วนตลาดน้ำอื่นๆ มักเปิดเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งจะแออัดมาก” (คุณศิลป์ชัย กฤตยบันลือ คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“..... นโยบายของเทศบาลเน้นความปลอดภัยในทรัพย์สินและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจึงมีแผนซ้อมดับเพลิงให้กับชุมชน นอกจากนี้ในส่วนของนักท่องเที่ยวทางเทศบาลได้จัดทำป้ายบอกทางหนีไฟ มีการเผ่าระวังและ ป้องกันอัคคีภัย รวมถึงมีตู้ดับเพลิง นอกจากนี้เทศบาลพยายามปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวดอนหวายให้นักท่องเที่ยวได้เห็นอย่างเด่นชัด มีจอ LCD ขนาดใหญ่บริเวณลานจอดรถ เป็นจุดสังเกต และบริเวณสถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกสบายเนื่องจากมีการจัดเจ้าหน้าที่ อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) มีกล้องวงจรปิด และยังมีป้อมตำรวจ สำหรับนโยบายที่มีต่อตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ การปรับปรุงสาธารณูปโภคป้ายจราจร ถนนหนทาง โดยทางเทศบาลประสานงานกับทางอำเภอ ทางจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (อุดม โษษุธิมพราย, คุณราชน มีป้อม)

อย่างไรก็ตามยังคงมีสิ่งทีนักท่องเที่ยวต้องการให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเพิ่มเติมหรือพัฒนา คือ

“..... สิ่งที่ต้องการให้ตลาดริมน้ำดอนหวายเพิ่มเติมหรือพัฒนา คือ ป้ายบอกทางบริเวณทางโลดสไลไม่ค่อยชัดเจนหรือเป็นจุดเด่นที่สะดุดตา ซึ่งต้องการให้มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ ที่สามารถสังเกตเห็นได้โดยง่าย” (คุณวิพร รอดเทศ)

“..... สิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมคือป้ายบอกทางมาตลาดริมน้ำดอนหวาย และผังแสดงตำแหน่งร้านค้ารวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย นอกจากนี้ยังต้องเพิ่มกล้องวงจรปิดบริเวณที่จอดรถและในตลาด ให้มากขึ้นเพื่อความปลอดภัยในการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว” (จักรพงษ์ ทิมมณี)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายสามารถเดินทางมาได้โดยสะดวก มีการเปิดให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด ภายในตลาดมีการจัดการพื้นที่ร้านค้าให้มีรูกำทางเดินนอกจากนี้ทางเทศบาลยังเน้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการร้านค้า แต่ทางตลาดริมน้ำดอนหวายยังคงต้องมีการปรับปรุง ป้ายบอกทางที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ทัศนะว่าขั้นตอนในการเที่ยวชมตลาดริมน้ำดอนหวายมีความสะดวกไม่ยุ่งยากโดยนักท่องเที่ยวจะมาทำบุญไหว้พระ และเดินเที่ยว ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....ตลาดริมน้ำดอนหวายมีความสะดวกไม่ยุ่งยากนักท่องเที่ยวจะมาทำบุญไหว้พระและเดินเที่ยว ในอนาคตหากมีงบประมาณเพียงพอทางวัดดอนหวายประสงค์ที่จะสร้างพิพิธภัณฑ์ของวัดดอนหวาย สวนหย่อม และเครื่องออกกำลังกาย ทำเขื่อน สร้างอาคารจอดรถ และจัดทำป้ายบอก

ทางเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้จะมีการจัดเทศกาลกินเจที่วัดดอนหวายอีกด้วย” (จักรพงษ์ ทิมมณี)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร พบว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้า แม่ค้ามีอัธยาศัยที่ดีมีความเต็มใจในการให้บริการ มีความพร้อมที่จะให้บริการ รวมถึงการเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามหากเป็นวันหยุด เสาร์ อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวนนักท่องเที่ยวมากทำให้การบริการล่าช้า ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....ตลาดริมน้ำดอนหวายมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว” (คุณราชน มีป้อม)

“.....พ่อค้า แม่ค้ามีอัธยาศัยที่ดี นักท่องเที่ยวสามารถชิมได้ทุกร้าน ทั้งนี้เนื่องจากการจัดประชุมพ่อค้า แม่ค้า ให้มีการยาทที่ดีทั้งนี้หากมีการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวจะมีการดำเนินการทันที เพราะมีการทำสัญญาปีต่อปี” (คุณจักรพงษ์ ทิมมณี)

“.....มีการให้บริการอย่างรวดเร็วและพ่อค้า แม่ขาย รวมถึงเจ้าหน้าที่เต็มใจที่จะให้บริการ นอกจากนี้ยังเต็มใจที่จะตอบคำถามของนักท่องเที่ยว” (คุณวิพร รอดเทศ)

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งแสดงความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า

“.....สิ่งที่ประทับใจ คือ พ่อค้า แม่ค้าอัธยาศัยดี มีความพร้อมที่จะให้บริการ โดยพนักงาน และเจ้าของร้านจะให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว” (คุณณัฏฐิณี เหลืองศิริพงษ์, คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตลักษณ์, คุณบาราศ บัญชรมาศพรรณ, คุณศิลาบิชัย กฤตย บันลือ)

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวบางคนในทัศนะที่เพิ่มเติม ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....หากมาเที่ยวในวันหยุด เสาร์ อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ นักท่องเที่ยวจะมีเป็นจำนวนมากทำให้การบริการล่าช้า พ่อค้า แม่ค้าและร้านค้าต่างๆ ควรหาพนักงานเพิ่มเพื่อการให้บริการที่รวดเร็ว” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวาย พ่อค้า แม่ค้าให้ความสำคัญกับลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว โดยจะแสดงความเต็มใจในการให้บริการรวมถึงการมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี โดยสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่ควรปรับปรุงการให้บริการในวันหยุด เสาร์ อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งนี้เพื่อให้การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดลักษณะทางกายภาพพบว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายมีพื้นที่กว้างขวางในการรองรับนักท่องเที่ยว อาหารสะอาด ปลอดภัย รวมถึงการให้บริการสุขา มีการดูแลรักษาความสะอาดเช่นเดียวกัน ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....ทางวัดดอนหวายมีโครงการขยายพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม โดยได้จัดซื้อที่ดินไว้เพื่อให้เป็นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว” (พระเมธีธรรมานันท์, คุณจักรพงษ์ ทิมมณี)

“.....ตลาดริมน้ำดอนหวายมีสถานที่จอดรถฟรีและกว้างขวางเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“..... มีการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับของพ่อค้าแม่ค้า ความสะอาดปลอดภัยของอาหาร นอกจากนี้ยังมีผักสด สะอาดจึงชอบมาทานอาหารและซื้อของ” (คุณอุดม โอษฐ์ยิ้มพราย, คุณศิลป์ชัย กฤตยบันลือ)

“..... ทางเทศบาลมีการเข้าไปดูแลความสะอาดและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวโดยมีสาธารณสุขไปตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว” (คุณราชน มีป้อม)

“..... ห้องสุขาจะมีความสะอาด เพราะได้มีการของบประมาณจากท่องเที่ยวจังหวัดโดยได้บรรจุไว้เป็นแผนระยะยาว” (คุณจักรพงษ์ ทิมมณี)

แต่ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวบางคนให้ทัศนะเพิ่มเติม ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“.....ห้องน้ำหากมีคนใช้บริการจำนวนมากน้ำจะไม่ค่อยไหล” (คุณวิพร รอดเกต)

จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายมีการจัดการลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นความกว้างขวาง เพียงพอของสถานที่จอดรถ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงการดูแลความสะอาดของห้องน้ำ แต่อย่างไรก็ตามควรมีการเพิ่มปริมาณน้ำให้เพียงพอในกรณีที่มียกนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

อนึ่งคณะผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญของการสัมภาษณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า ชอบมาซื้ออาหารกลับไปรับประทาน เพราะตลาดริมน้ำดอนหวายมีของขายจำนวนมาก และมีหลากหลาย อีกทั้งยังถูกกว่าโดยเฉพาะของสด ผักสด นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามตลาดริมน้ำดอนหวายยังไม่มีอาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิม เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมมาท่องเที่ยวค่อนข้างมากและต้องเตรียมอาหารมารับประทานเองซึ่งไม่สะดวก นอกจากนี้ภายในบริเวณตลาดริมน้ำดอนหวายมีที่นั่งพักผ่อนน้อย จุดพักคอยน้อย และเก้าอี้ในแพน้อย อีกทั้งยังไม่มีการจัดที่นั่งให้สวยงามเป็นระเบียบเพื่อชมธรรมชาติ ในทำนองเดียวกันยังไม่มีสถานที่ละหมาดที่เป็นที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

1.2 ด้านราคา นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายไม่เก็บเงินคนที่มาเที่ยวราคาสินค้าไม่แพง ราคาอาหารปกติ และ แต่ร้านอาหารบางร้าน โดยเฉพาะอาหารตามสั่งด้วยคุณภาพ และไม่อร่อย นอกจากนี้ยังไม่มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกร้าน

1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายมีการประชาสัมพันธ์ขึ้นป้ายไว้ทำให้รับทราบข้อมูลต่างๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังช่วยประชาสัมพันธ์ด้วยการนำข้อมูลและภาพถ่ายไปลงใน Face ซึ่งจะมีการแชร์ต่อๆ กัน อย่างไรก็ตามควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า สามารถเดินทางมาได้โดยสะดวก ระยะทางจากกรุงเทพมหานครมายังตลาดริมน้ำดอนหวายไม่ไกลมีที่จอดรถฟรี มีทางเข้าตลาดริมน้ำดอนหวายมีถึง 5 ทางด้วยกัน โดยเทศบาลพยายามปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวดอน

ห่วยให้นักท่องเที่ยวได้เห็นอย่างเด่นชัดมีจอ LCD ขนาดใหญ่บริเวณลานจอดรถ เป็นจุดสังเกต นอกจากนี้ตลาดริมน้ำดอนห้วยมีการเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกวันและภายในบริเวณตลาดริมน้ำดอนห้วยมีการจัดร้านค้าเป็นระเบียบไม่มีลำเส้น สามารถเดินซื้อได้อย่างสะดวก

1.5 ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า พ่อค้า แม่ค้ามีอัธยาศัยดี มีการจัดเจ้าหน้าที่อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) มาอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ยังมีกล้องวงจรปิด และมีป้อมตำรวจ มีศูนย์บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ซึ่งมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว

1.6 ลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าสถานที่จอดกว้างขวางเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวนอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังพอใจที่ห้องน้ำสะอาด อย่างไรก็ตามควรเพิ่มกล้องวงจรปิดบริเวณที่จอดรถและในตลาดให้มากขึ้นเพื่อความปลอดภัยในการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว

2) กิจกรรมการท่องเที่ยวอันประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีไทยมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนห้วยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีไทยนั้น มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนห้วยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นั้นชอบกิจกรรมการให้อาหารปลาที่แพ” (คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตลักษณ์)

“.....กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ กิจกรรมการล่องเรือแต่การล่องเรือเป็นเพียงการล่องแม่น้ำเพื่อดูธรรมชาติไม่มีอะไรพิเศษ เพียงแค่ซื้ออาหารไปรับประทานบนเรือได้เท่านั้น” (คุณศิลป์ชัย กฤตยบันลือ)

ส่วนอีกสองท่าน กล่าวเสริมว่า

“.....กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถไปเยี่ยมชมสวนเกษตร สวนผัก ผลไม้ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ เพื่อศึกษาวิธีการปลูก การทำการเกษตรอินทรีย์” (คุณวิพร รอกฤต, คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตลักษณ์)

“.....กิจกรรมสืบสานประเพณีไทยนั้นควรมีกิจกรรมต่างๆตามเทศกาลประเพณีที่ให้ประชาชนมาร่วมทำบุญ และควรจัดให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมการทำขนมไทยโบราณ” (คุณณัชธินี เหลืองศศิพงษ์)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ดังนั้นตลาดริมน้ำดอนห้วยควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

อนึ่งคณะผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญของการสัมภาษณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวอันประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนห้วยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดังนี้

2.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าชอบที่จะพบบุตรหลานมาเที่ยวเพื่อให้อาหารปลา ชอบมาทานอาหารและซื้อของ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชอบกิจกรรมการล่องเรือแต่การล่องเรือเพียงแค่ดูธรรมชาติไม่มีอะไรพิเศษ นอกจากสามารถซื้ออาหารไปรับประทานบนเรือได้เท่านั้น

2.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าต้องการข้ามฝั่งไปชมสวนเกษตร สวนผลไม้ เพื่อศึกษาวิธีการปลูกพืชเกษตรอินทรีย์

2.3 กิจกรรมสืบสานประเพณีไทย นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าควรมีกิจกรรมต่างๆตามเทศกาลประเพณีที่ให้ประชาชนมาร่วมทำบุญ และควรจัดให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมการสันทนาการไทยโบราณ

3) คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจมีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไร

ผลการสัมภาษณ์พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวชอบบรรยากาศภายในตลาดริมน้ำดอนหวายและมีการจัดที่พักให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อน แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวยังต้องการให้มีการจัดสถานที่ให้ถ่ายรูปและมีป้ายบอกตำแหน่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ห้องน้ำ ถึงขยะหรือบริเวณที่นั่งพักผ่อน รวมถึงการจัดทำป้ายต่างๆ เป็นภาษาต่างประเทศเพราะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....บรรยากาศที่นี่จะดีมากซึ่งในสมัยก่อนจะไม่มีที่พักให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อน ต้องการให้มีแผนที่เพราะบางครั้งตั้งใจซื้อของจากบางร้านจะได้ไม่ต้องเดินหา ต้องการให้จัดสถานที่ให้ถ่ายรูป และเขียนป้ายตลาดริมน้ำดอนหวาย ควรมีป้ายบอกห้องน้ำ ถึงขยะ ที่นั่งพักผ่อน” (คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตติลักษณ์)

“.....ควรมีป้ายและผังแสดงตำแหน่งร้านค้าในจุดต่างๆ เพราะนานๆ มาเที่ยวจะจำร้านเดิมที่ต้องการซื้อไม่ค่อยได้ ” (คุณณัฏฐินี เหลืองศศิพงษ์)

“.....ควรจัดทำป้ายต่างๆ เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีน รวมถึงผลิตภัณฑ์ผัก ผลไม้ต่างๆ เพราะมีชาวต่างชาติมาเยือนจำนวนมาก” (คุณวิพร รอดเกตุ)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าด้านความเป็นรูปธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลาดริมน้ำดอนหวายยังคงมีบรรยากาศที่ดีที่นักท่องเที่ยวสามารถนั่งพักผ่อนชมธรรมชาติได้ แต่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องของป้ายแสดงตำแหน่งต่างๆ ภายในตลาดริมน้ำดอนหวายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวสะดวกในการค้นหา

คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเชื่อถือไว้วางใจนั้น มีการทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยวไม่จะเป็นการให้คำมั่นสัญญาตามที่ได้แจ้งไว้กับนักท่องเที่ยวโดยเปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด มีการให้บริการตามเวลาที่กำหนดไว้ รวมถึงมีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....มีการเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกวัน” (คุณจักรพงษ์ ทิมมณี)

“.....ให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังให้บริการตามเวลาที่บอกกล่าวหรือแจ้งไว้กับนักท่องเที่ยว” (คุณศัลป์ชัย กฤตยบันลือ)

“.....มีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว” (คุณณัชธินี เหลืองศิริพงษ์)

“.....ในอนาคตมีแผนจะเพิ่มพื้นที่ขายสินค้าอีก 5 คือ สินค้าที่พ่อค้า แม่ค้าจะมาวางจำหน่ายต้องเป็นสินค้าที่ติดป้ายตรงกับแหล่งที่มาของสินค้าจริงไม่ใช่นำมาจากแหล่งอื่น แต่บอกผู้ซื้อเป็นแหล่งอื่นซึ่งไม่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า” (พระเมธีธรรมานันท์)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายสามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้โดยมีการให้บริการตามเวลาที่แจ้งไว้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถให้บริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ส่วนคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การให้ความมั่นใจและความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจนั้น นักท่องเที่ยวพอใจที่ผู้เกี่ยวข้องเต็มใจให้บริการแต่หากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจะเกิดความล่าช้าในการให้บริการ แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังมั่นใจในการให้บริการ กล่าวคือ พ่อค้า แม่ค้ามีอัธยาศัยดี ความสนใจและมีความพร้อมในการให้บริการ อีกทั้งยังมีความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจนักท่องเที่ยว โดยเต็มใจที่จะตอบคำถามและสามารถรับรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังคำกล่าวที่ว่า

“..... พ่อค้า แม่ขาย รวมถึงเจ้าหน้าที่เต็มใจที่จะให้บริการ” (คุณวิพร รอดเทศ)

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งได้กล่าวเพิ่มเติมว่า

“..... หากมาเที่ยวในวันหยุด เสาร์ อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ นักท่องเที่ยวจะมีเป็นจำนวนมากทำให้การบริการล่าช้า พ่อค้า แม่ค้าและร้านค้าต่างๆ ควรหาพนักงานเพิ่มเพื่อให้บริการที่รวดเร็ว” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“.....สิ่งที่ประทับใจ คือ พ่อค้า แม่ค้าอัธยาศัยดี มีความพร้อมที่จะให้บริการ” (คุณณัชธินี เหลืองศิริพงษ์, คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตลักษณ์)

“..... การให้ความสนใจแก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าเป็นอย่างดี” (คุณศิลป์ ชัย ฤทธยบันลือ)

“..... พ่อค้า แม่ขาย สามารถรับรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังเต็มใจที่จะตอบคำถามของนักท่องเที่ยว” (คุณวิพร รอดเทศ)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ตลาดริมน้ำดอนหวายมีคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจอันเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

อนึ่งคณะผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญของการสัมภาษณ์คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวได้ดังนี้

3.1 ด้านความเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวสวยงามเป็นธรรมชาติ แต่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงป้ายบอกทางมาตลาดริมน้ำดอนหวาย และผังแสดงตำแหน่งร้านค้ารวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย

3.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าตลาดริมน้ำดอนหวายให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังให้บริการตามเวลาที่บอกกล่าวหรือแจ้งไว้กับนักท่องเที่ยว

3.3 ด้านการตอบสนองความต้องการ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่ามีการให้บริการอย่างรวดเร็วและพอคำ แม่ขายเต็มใจที่จะให้บริการ

3.4 ด้านการให้ความมั่นใจ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าพ่อค้า แม่ค้าอัธยาศัยดี มีความพร้อมที่จะให้บริการ

3.5 ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า พ่อค้า แม่ค้า และเจ้าหน้าที่เต็มใจที่จะตอบคำถามของนักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถรับรู้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

4) ในทัศนะของท่านมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์พบว่า การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว นโยบายของเทศบาลบางกระพี้ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น การพัฒนาตลาดให้เกิดความยั่งยืน การประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงสาธารณูปโภคต่างๆ การกำจัดผักตบชวาในแม่น้ำท่าจีน การกำหนดจุดทิ้งขยะ ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....สิ่งที่ตลาดริมน้ำดอนหวายยังต้องการให้เกิดการปรับปรุง คือ มีสะพานข้ามแม่น้ำท่าจีน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถข้ามฝั่งไปชมสวนเกษตร สวนผลไม้ได้ โดยชาวสวนต้องให้ความร่วมมือ” (คุณราชน มีป้อม)

“.....นโยบายของเทศบาลบางกระพี้ที่มีต่อตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ การพัฒนาตลาดให้เกิดความยั่งยืน โดยจัดสรรงบประมาณลงไปทุกปี เนื่องจากตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม การประชาสัมพันธ์งาน กิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบการกำจัดผักตบชวาในแม่น้ำท่าจีน ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้ประกาศเป็นวาระแห่งชาติ รวมถึงการกำหนดจุดทิ้งขยะ โดยมีการวางถังขยะให้เป็นจุดที่ทิ้งขยะสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการฝึกวินัยของชุมชนและนักท่องเที่ยว เพราะถังขยะเป็นแหล่งสะสมเชื้อโรค ส่งกลิ่นเหม็นรบกวน ดังนั้นนายกเทศมนตรี ต.บางกระพี้ จึงได้จัดทำโครงการถนนปลอดถัง โดยกำหนดให้มีการวางถังขยะเป็นจุดๆ เช่น บนเขื่อน บริเวณศูนย์บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และหน้าโบสถ์ ซึ่งไกลจากตัวตลาด และทางเทศบาลจะกำหนดเวลาในการเก็บขยะไปทิ้ง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีและเพื่อให้ตลาดมีขยะน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงสาธารณูปโภค ป้ายจราจร ถนนหนทาง โดยทางเทศบาลประสานงานกับทางอำเภอ ทางจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (คุณราชน มีป้อม)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยอื่นๆ อาทิ ความร่วมมือของชาวสวนในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ รวมทั้งนโยบายของเทศบาลบางกระพี้ที่มีต่อตลาดริมน้ำดอนหวาย ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5) พฤติกรรมอย่างไรที่แสดงออกถึงความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้

ผลการสัมภาษณ์พบว่าพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำ ได้แก่ เมื่อกลับไปแล้วจะมีการบอกเล่าประสบการณ์/ความประทับใจเกี่ยวกับการ

ห้องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้คนใกล้ชิดได้รับรู้ หรือหากมีเวลาวางนักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ดังคำกล่าวที่ว่า

“.....มีความประทับใจและต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำ นอกจากนี้เมื่อกลับบ้านไปแล้วจะบอกเล่าประสบการณ์/ความประทับใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้คนใกล้ชิดได้รับรู้” (คุณวิพร รอกेत)

“.....มีเวลาเมื่อใดก็จะมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายแห่งนี้ เพราะการเดินทางสะดวก” (คุณวิวัฒน์ ศรีสุอารักษ์)

“.....ความถี่ในการมาท่องเที่ยวคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง ในวันธรรมดา เพราะเสาร์ - อาทิตย์ คนจะเยอะมาก ชอบมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย” (คุณศิลาชัย กฤตยบันลือ)

“.....มาเที่ยวเดือนละ 1 ครั้ง ด้วยรถส่วนตัว หากลูกเปิดเรียนจะมาวันธรรมดา และถ้าลูกปิดเทอมจะมาเที่ยวในวันเสาร์- อาทิตย์” (คุณนงลักษณ์ แสงรุ่งจิตลักษณ์)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจและตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำ

แนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายในภาพรวมควรให้ความสำคัญกับด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ตามลำดับ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้จากการทำการศึกษาด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ทั้งนี้มีรายละเอียดดังนี้

1. การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านลักษณะทางกายภาพนั้น บริเวณสถานที่จอดรถควรสร้างที่จอดรถที่มีหลังคาคลุมเพื่อกันแดด กันฝน และควรขยายที่จอดรถให้เพียงพอแก่ความต้องการเนื่องจากในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่จอดรถจะไม่เพียงพอ นอกจากนี้ควรเพิ่มกล้องวงจรปิดบริเวณที่จอดรถและในตลาดให้มากขึ้นเพื่อความปลอดภัยในการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว

2. ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ผู้ประกอบการต้องดูแลร้านอาหารให้สะอาดอยู่เสมอ เนื่องจากตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาซื้ออาหารรับประทานเพราะมีอาหารทั้งคาว หวานรวมทั้งผัก ผลไม้ให้เลือกหลากหลาย และปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดความปลอดภัยของอาหารที่จำหน่ายเป็นอย่างมาก

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว

1. ด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามเทศกาล ประเพณีที่สำคัญ เช่น การแต่งกายด้วยผ้าไทยในการมาร่วมกิจกรรมการสอนทำขนมไทย

โบราณ นอกจากนี้ยังต้องการให้มีกิจกรรมต่างๆตามเทศกาลประเพณีที่ให้ประชาชนมาร่วมทำบุญ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น

2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ นักท่องเที่ยวต้องการนั่งเรือชมสวนผลไม้และต้องการชมสวนการเกษตรของผู้ขายสินค้าเกษตร ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน แต่ละกลุ่ม โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวต้องไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสวนเกษตร

3. การพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

1. ด้านความเป็นรูปธรรม ตลาดริมน้ำดอนหวายต้องรักษาสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงามโดดเด่นเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้ให้ทัศนะว่าควรจัดรูปแบบร้านค้าให้มีความเก่าแก่เหมือนสมัยก่อนที่เป็นตลาดโบราณ ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต (Nostalgia tourism) ไปกับภาพวิถีชีวิตของคนในยุคก่อนที่ปัจจุบันหาชมได้ยาก ดังนั้นจึงต้องการให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีความหมายที่สื่อถึงวิถีชีวิตหรือชุมชนในอดีต นอกจากนี้ตลาดริมน้ำดอนหวายต้องควรจัดทำป้ายบอกทางมาตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นระยะๆ ที่สามารถสังเกตเห็นได้โดยง่าย และควรมีผังแสดงตำแหน่งร้านค้า ห้องน้ำ ถึงขยะ ที่นั่งพักผ่อน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในตลาดริมน้ำดอนหวาย

2. ด้านการให้ความมั่นใจ ตลาดริมน้ำดอนหวายมีความสามารถในการให้บริการและมีความเพียงพอต่อการให้บริการ โดยนักท่องเที่ยวประทับใจพ่อค้า แม่ค้าที่มีอัธยาศัยดี มีความพร้อมที่จะให้บริการ อย่างไรก็ตามควรหาผู้ประกอบการร้านอาหารและมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมุสลิมสามารถบริโภคอาหารได้อย่างมั่นใจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการในตลาดริมน้ำดอนหวายควรปรับปรุงในเรื่องของความพร้อมที่จะให้บริการอย่างทันท่วงที โดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันนักขัตฤกษ์ที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการจำนวนมาก อาจทำให้บริการล่าช้า ดังนั้นจึงควรเพิ่มจำนวนพนักงานในวันดังกล่าวเพื่อให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว

3. ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจนั้น ผู้ประกอบการต้องรับรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันโดยต้องสามารถส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว มีการเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านค้าต้องเต็มใจที่จะตอบคำถามของนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี และไมตรีจิตที่อบอุ่น อย่างเต็มใจและใส่ใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

ตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงเก่าแก่และมีประวัติศาสตร์มายาวนาน และยังคงมีบรรยากาศรวมถึงสภาพแวดล้อมของความเป็นตลาดที่เก่าแก่อยู่ โดยชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายนับเป็นเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งแห่งหนึ่งที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นซึ่งมีความสามารถในการผลิตอาหารเป็นหลัก ดังนั้นจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งหลายที่ชื่นชอบในการมาเลือกซื้ออาหารการกิน ดังนั้นการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดและการพัฒนาคุณภาพบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย