

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.2 เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.4 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ ดำเนินสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.5 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.6 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจเกี่ยวกับตลาดน้ำ ดำเนินสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.7 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.8 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1.9 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.2 วิธีดำเนินการ

1.2.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 400 คน สุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

1.2.2 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 คือข้อมูลทางประชากร ส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 คือข้อมูลการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนที่ 4 คือข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9566

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองแบบสอบถามที่ส่งไปจำนวน 400 ชุด ได้รับกลับคืนจำนวน 400 ชุด

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เปิดรับข่าวสารการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก และความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยสถิติพรรณนา คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) วิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติ T-test และ F-test และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson Correlation)

1.3 ผลการวิจัย

ผลการวิจัย สรุปได้ว่า

1.3.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 40 ถึง 49 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 ถึง 39 ปี และมีอายุระหว่าง 15 ถึง 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคืออาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือมีการศึกษาระดับ อนุปริญญา หรือ ปวส. และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด

1.3.2 ในรอบสัปดาห์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารในระดับมากจากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ/วารสาร สื่อวิทยุ และมีการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย จากสื่ออินเทอร์เน็ต

1.3.3 ในรอบ 6 เดือน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล มีการเปิดรับข่าวสารในระดับมาก จากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร/วารสาร/หนังสือพิมพ์/ข่าวสาร ททท./คู่มือแนะนำเที่ยว สื่อโปสเตอร์ สื่อวิทยุ เปิดรับในระดับปานกลาง สื่อแผ่นพับ/ใบปลิว และมีการเปิดรับในระดับน้อยจากสื่ออินเทอร์เน็ต

1.3.4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก

- 1) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยว เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 รองลงมาคือโทรทัศน์ช่อง 5 และเคเบิลทีวี มีจำนวนน้อยที่สุด
- 2) สื่อวิทยุ ส่วนใหญ่เปิดรับจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รองลงมาคือสถานีวิทยุ FM 92.5 สถานีวิทยุ อสมท. และ FM 92.75 ตามลำดับ
- 3) สื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่เปิดรับจากหนังสือพิมพ์คมชัดลึก รองลงมาเปิดรับจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และเปิดรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น น้อยที่สุด
- 4) สื่อนิตยสาร ส่วนใหญ่เปิดรับจากนิตยสารเพื่อนเดินทาง รองลงมาจากนิตยสาร Trip แมกกาซีน และเปิดรับอสมท., สกุลไทย น้อยที่สุด
- 5) สื่อวารสาร/จุลสาร ส่วนใหญ่เปิดรับจาก อสมท. รองลงมาจากจุลสารของ อบจ.ราชบุรี และเปิดรับจุลสารเทศบาล น้อยที่สุด
- 6) สื่อเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่เปิดรับจากโปสเตอร์ รองลงมาจากคู่มือแนะนำเที่ยว
- 7) สื่อบุคคล ส่วนใหญ่เปิดรับจากเพื่อน รองลงมาเปิดรับจากญาติ และลูกศิษย์นักเรียน น้อยที่สุด
- 8) สื่อศูนย์บริการการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เปิดรับจากศูนย์บริการการท่องเที่ยวของรัฐเช่น ททท. รองลงมาศูนย์บริการการท่องเที่ยวของเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว และจากชุมชน เช่น อบต. น้อยที่สุด

1.3.5 การรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวม ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

- 1) ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยรวม มีการรับรู้ในระดับมาก โดยแยกเป็นรับรู้ในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ทราบว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกตั้งอยู่ในเขต อ.ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี รองลงมาคือตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือเป็นการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น และ การท่องเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีบริการพาเรือให้เช่าบริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2) ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป มีการรับรู้โดยรวมในระดับมาก โดยแยกเป็นรับรู้ในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นสภาพอากาศที่ไม่เป็นพิษ รongลงมาคือตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังคงสภาพเป็นสถานที่มีต้นไม้ร่มรื่นและตลาดน้ำดำเนินสะดวก ยังคงมีสภาพน้ำที่ใสสะอาด

3) ด้านความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยรวม มีการรับรู้ในระดับมาก โดยแยกเป็นรับรู้ในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ชาวบ้าน / ผู้ค้าขายมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส รongลงมาคือการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น ยังคงผูกพัน และการพึ่งพาสายน้ำในการดำเนินชีวิต และ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกวิถีชีวิตดั้งเดิมของไทยที่ยังผูกพันและพึ่งพาสายน้ำในการดำเนินชีวิต

4) ด้านบริการด้านการคมนาคมขนส่ง โดยรวมมีการรับรู้ในระดับมาก โดยแยกเป็นรับรู้ในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ เส้นทางในการมาตลาดน้ำมีความสะดวกและปลอดภัย รongลงมาคือรู้เวลาที่ใช้ในการเดินทางมาตลาดน้ำ และ รู้ระยะทางในการเดินทางมาตลาดน้ำ

5) ด้านบริการด้านสาธารณูปโภค โดยรวมมีการรับรู้ในระดับมาก โดยแยกเป็นรับรู้ในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ พื้นที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ รongลงมาคือถังขยะสะดวกและเพียงพอ และ โทรศัพท์สะดวกและเพียงพอ

6) ด้านบริการเรือที่ขายสินค้าอาหารพืชผักผลไม้และสินค้าที่ระลึก โดยรวมมีการรับรู้ในระดับมาก โดยแยกเป็นรับรู้ในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่สินค้าที่ระลึก อาหารพืชผักผลไม้มีความหลากหลาย รongลงมาคือราคาของสินค้าที่ระลึก อาหารและพืชผักผลไม้มีความยุติธรรมต่อผู้ซื้อ และพ่อค้า แม่ค้ามีความซื่อสัตย์และอัธยาศัยดี

1.3.6 ความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกในภาพรวมทั้งหมดในระดับมาก โดยแยกเป็น

1) ด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมากในส่วนของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ รongลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกเหมาะสมเพียงพอ และความต่อเนื่องของการให้ข้อมูลข่าวสาร

2) ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในส่วนของสภาพอากาศของตลาดน้ำ รongลงมาคือสภาพน้ำในตลาดน้ำ และมีความพึงพอใจในระดับมากในส่วนของ ความร่มรื่นของตลาดน้ำดำเนินสะดวก

3) ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำดำเนินสะดวกในส่วนต่าง ๆ ความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในส่วนของการขายเรือขายสินค้า รองลงมาคือสภาพบ้านเรือนที่มีเอกลักษณ์ไทย และการรักษาสภาพเดิมตามวิถีไทยดั้งเดิม

4) ด้านบริการคมนาคมขนส่ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ในส่วนของการเดินทางสะดวกสบายและปลอดภัย รองลงมาคือ เวลาที่ใช้ในการเดินทางมาตลาดน้ำ และ ระยะทางในการเดินทางมาตลาดน้ำ ด้านการบริการด้านสาธารณูปโภคในด้านความเพียงพอและความสะดวกที่ได้รับ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ในส่วนของพื้นที่จอดรถ รองลงมาคือโทรศัพท์ และ ถังขยะ

5) ด้านการบริการขายของเรือขายสินค้าที่ระลึก อาหาร และพืชผักผลไม้ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในส่วนของความหลากหลายของสินค้าที่ระลึกอาหาร พืชผัก ผลไม้ รองลงมาคือปริมาณของสินค้าที่ระลึกอาหาร พืชผัก ผลไม้ และ คุณภาพของสินค้าที่ระลึกอาหาร พืชผัก ผลไม้

6) ด้านอรรถาธิบายของคนในชุมชนท้องถิ่น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดย 3 อันดับแรกได้แก่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ในส่วนของความเป็นมิตรและยิ้มแย้มแจ่มใสของชาวบ้าน / ผู้ค้าขาย รองลงมาคือการพูดจา และมารยาทของชาวบ้าน / ผู้ค้าขาย และการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวของชาวบ้าน / ผู้ค้าขาย

1.3.7 การวิเคราะห์สมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกัน

1) เพศมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่าเพศชายมีการรับรู้ในด้านบริการเรือที่ขายสินค้าอาหารพืชผักผลไม้และสินค้าที่ระลึก สูงกว่าเพศหญิง

2) อายุที่แตกต่างมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างกันแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่ามีความแตกต่างกันในด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านบริการด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านบริการด้านสาธารณูปโภค และด้านบริการเรือที่ขายสินค้าอาหารพืชผักผลไม้และสินค้าที่ระลึก

3) อาชีพที่แตกต่างมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างกันแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านบริการด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านบริการด้านสาธารณูปโภค แตกต่างกัน

4) การศึกษาที่แตกต่างมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมแตกต่างกันแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านบริการด้านการคมนาคมขนส่ง และและด้านบริการเรือที่ขายสินค้าอาหารพืชผักผลไม้และสินค้าที่ระลึก แตกต่างกัน

5) ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกในภาพรวมแตกต่างกันโดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านบริการด้านสาธารณูปโภค และด้านบริการเรือที่ขายสินค้าอาหารพืชผักผลไม้และสินค้าที่ระลึก แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกัน

เพศที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแตกต่างกันโดยเพศชายมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อนิตยสาร และสื่อบุคคลมากกว่าเพศหญิง แต่เพศหญิงมีการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสาร จุลสาร สื่อเฉพาะกิจ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสูงกว่าเพศชาย

อายุที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร แตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสาร จุลสาร สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ไม่แตกต่างกัน

ที่อยู่ที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ วารสาร จุลสาร สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกัน

เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างกันแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันใน 2 ด้าน คือด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำดำเนินสะดวก และด้านบริการขายของเรือขายสินค้าที่ระลึก อาหารและพืชผักผลไม้

อายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านสาธารณูปโภค ด้านบริการขายของเรือขายสินค้า อาหารและพืชผักผลไม้ และด้านอสังหาริมทรัพย์ของคนในชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านบริการคมนาคมขนส่งไม่มีความแตกต่างกัน

อาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมแตกต่างกันในทุกด้าน

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านบริการขายของเรือขายสินค้าที่ระลึก อาหารและพืชผักผลไม้ และด้านอสังหาริมทรัพย์ของคนในชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านบริการคมนาคมขนส่ง ด้านสาธารณูปโภค ไม่แตกต่างกัน

ที่อยู่ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสาธารณูปโภค ด้านบริการขายของเรือขายสินค้าที่ระลึก อาหารและพืชผักผลไม้

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านบริการขายของเรือขายสินค้าที่ระลึก อาหารและพืชผักผลไม้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้โดยรวม

สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม

1.4 การอภิปรายผลการวิจัย

1.4.1 การเปิดรับข่าวสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากสื่อต่าง ๆ ประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต ไปสเตอร์ แผ่นพับ/ใบปลิว และ ศูนย์บริการการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการจำแนกเพศ อายุ อาชีพ และการศึกษากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์ เปิดรับอยู่ในระดับมากที่สุด เปิดรับสื่อวิทยุเปิดรับในระดับมาก เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับมากที่สุด และเปิดรับสื่อวิทยุหรือวารสารในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกอย่างจริงจังเข้มแข็งและต่อเนื่อง และตลาดน้ำดำเนินสะดวกถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมานานจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นในระดับประเทศ จึงทำให้นักท่องเที่ยวทราบและแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลายและมีความง่ายในการแสวงหาข้อมูลในการที่จะตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ สมชาติ สุกฤตยานันท์ (2533) ที่ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจ เพื่อเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆ มากกว่า 1 แหล่ง และให้ความสนใจกับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว หรือข้อมูลที่มีอยู่ก่อน ดังนั้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงเป็นความจำเป็นต้องสร้างแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจพิเศษต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเภทต่าง ๆ และเหตุผลของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงทัศนคติ ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับมธุวรรณ พลวัน(2546) ที่ได้กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) สัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือเมื่อมีข่าวสารแล้วจะต้องทำให้ข่าวสารนั้นเคลื่อนที่ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอดังคำที่ว่า A proper information must to in motion หมายถึง การแปลงข่าวสารให้เป็นสาร และใช้สื่อสารนั้นไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในบางครั้ง

กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ผลงานหรือการดำเนินงานขององค์กรในด้านความรู้ ความดี และความมั่นคง หรือการดำเนินงานขององค์กรในด้านความรู้

นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่างกันซึ่งสอดคล้องกับ เดอเฟลอ Defleur(1966) กล่าวว่า การรับสารคือความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสถานภาพทางจิตวิทยาเป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน และบุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันก็ได้รับการเรียนรู้สภาพแวดล้อมต่างกันไป โดยการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันไป จึงทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกันด้วย และยังสอดคล้องกับชเรมมส์Schramm(1973) ที่กล่าวว่า ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไป และภูมิหลังที่แตกต่างกันก็ทำให้มีความสนใจต่างกัน บุคลิกภาพ จึงทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสารรวมทั้งอารมณ์และสภาพของทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจจะเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับมากที่สุด ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากหนังสือพิมพ์ในระดับมากที่สุด ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากวารสารจุลสารในระดับมากที่สุด และผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากสื่อเฉพาะกิจ ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าลักษณะของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน จึงตอบสนองผู้รับสารไปคนละอย่าง รวมถึงความสามารถ ความใกล้ชิดและการเข้าถึงสื่อแตกต่างกันไป นอกจากนั้นระดับความรู้ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเปิดรับและรับรู้แตกต่างกันไปด้วย(พิมลวรรณ ก้านนก, 2523)และสอดคล้องกับ พิระ จิระ โสภณ (2529) ที่กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาทั้งหมด แต่จะเลือกรับข่าวสารเพียงบางส่วนที่มีประโยชน์ แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสื่อนั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้สมัครในด้านต่าง ๆ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี และลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สภาพทางสังคม โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่ไม่มีความสัมพันธ์กับทุกด้าน อาจเป็นเพราะว่า ลักษณะทางประชากรบางด้านมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารข้อมูลบางด้าน ก็ไม่มีความสัมพันธ์กัน แสดงให้เห็นว่าอาจมีบางปัจจัยที่เป็นตัวแปรทำให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น สถานการณ์ในขณะนั้นความสนใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และแนวคิดเกี่ยวกับการ

เปิดรับข่าวสาร หรือ “กระบวนการในการเปิดรับข่าวสาร” อันประกอบด้วย การเปิดรับ ความสนใจ การตีความ และการจดจำของกลุ่มตัวอย่าง ล้วนเป็นตัวแปรสำคัญทั้งสิ้น

1.4.2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก

จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก และมีประเด็นการรับรู้ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ รับรู้ว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกตั้งอยู่ในเขตอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี รับรู้ว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น และรับรู้ว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีบริการพาเรือให้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีนโยบายที่ชัดเจนต่อข่าวสารการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่รับผิดชอบ จึงทำให้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีการใช้สื่อที่หลากหลายทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม ประกอบกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมานานและได้รับการส่งเสริมว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งในเชิงที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมในระดับชาติที่มีชื่อเสียงมานาน จึงส่งผลต่อการรับรู้อย่างถูกต้องดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับศิรสา สอนศรี(2541) ที่กล่าวว่า การเกิดซ้ำบ่อยๆซึ่งในที่นี้หมายถึงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ทำให้กระตุ้นการรับรู้ได้ดีและรวดเร็ว นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้นน่าจะมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกมาก่อนแล้ว ซึ่งเป็นผลมาจากการเลือกที่จะรับรู้ แสวงหาข้อมูลและเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังที่ทั้งพระ จิระ โสภณ(2529)และสิทธิโชค วราวุฒินิคุล(2531) ที่ได้กล่าวว่า กระบวนการรับรู้ที่ประกอบด้วยการเลือกรับรู้ การรวบรวมและตีความหมายให้ตรงกับความต้องการของตนเอง

1.4.3 ความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็อยู่ในระดับมากเช่นกันโดยพึงพอใจในสื่อการประชาสัมพันธ์ พอใจที่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความเหมาะสมเพียงพอและความต่อเนื่องของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งแสดงว่าข้อมูลข่าวสารต่างๆที่มีอยู่ได้ส่งผลต่อการรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หรืออาจกล่าวได้ว่าข้อมูลข่าวสารสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ความพร้อม ความเพียงพอและความต่อเนื่องของข้อมูลข่าวสารดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวก(สำราญ เกษกุล,2538) แก่นักท่องเที่ยวได้

อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง ส่งผลกับความพึงพอใจด้านอื่นๆของตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้วย เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวเปิดรับ รับรู้

ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเมื่อมาท่องเที่ยวแล้วพบสภาพตลาดน้ำดำเนินสะดวกด้านต่าง ๆ ตรงกับที่นำเสนอผ่านสื่อ ก็ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน

1.4.4 ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารการรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ผลการศึกษาที่พบว่า ระดับการศึกษาและที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกัน

เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่างกัน

และ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่างกัน

จากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าลักษณะของประชากรซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และที่อยู่ของนักท่องเที่ยวไทยนั้นถือว่าเป็นความแตกต่างระหว่างบุคคล รวมทั้งภูมิหลังต่าง ๆ เช่น ลักษณะทางจิตวิทยา ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับ การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันไปด้วย

โดยการเปิดรับของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีการแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ และมีการเลือกเปิดรับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของตน ซึ่งในที่นี้นักท่องเที่ยวจะเปิดรับสื่อต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตรงตามที่เคยเฟลอ (DeFleur, 1966) ที่กล่าวว่า บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยา และมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมต่างกันไป และส่งผลต่อทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อที่ต่างกัน และสอดคล้องกับชเรมปี (Schramm, 1973) ที่กล่าวว่า ภูมิหลัง ประสบการณ์การศึกษาและสภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับข่าวสาร นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่ต่างกันอาจเกิดจากกระบวนการเปิดรับการเลือกสนใจ เลือกรับรู้หรือเลือกตีความ ตลอดจนการเลือกจดจำสิ่งที่แตกต่างกัน (พิระ จิระโสภณ, 2529)

จากผลศึกษานี้พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างระหว่างบุคคลที่อาจมีประสบการณ์หรือภูมิหลังต่างกัน ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ต่างกัน โดยการรับรู้จะเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่างกัน จึงส่งผลให้มีการรับรู้ต่างกันไปด้วย ทั้งนี้การรับรู้ถือว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการกลั่นกรองและตีความจากความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่แตกต่างกันของแต่ละคน ดังนั้น

การรับรู้หรือความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ของแต่ละคนจะแตกต่างกันตามประสบการณ์ และส่งผลต่อความคาดหวังและแรงจูงใจของแต่ละคน (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2536) ซึ่งในการวิจัยนี้นอกจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันไปดังที่กล่าวแล้ว จึงอาจเกิดจากลักษณะพื้นฐานหรือการเปิดรับสื่อ อาจมีปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ที่แตกต่างกันไปในนั้นคือการรับรู้ก่อนหน้าที่จะเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกกับการรับรู้เมื่อมาพบสภาพความเป็นจริงว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาถึงความหลากหลายของสื่อ ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งข้อมูลที่จะเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ที่ถูกต้องนั้นจะต้องสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงด้วย

ส่วนด้านความพึงพอใจพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของเหตุผลเดียวกันกับการเปิดรับและการรับรู้ โดยความพึงพอใจนั้นกล่าวได้ว่าเป็นผลสุดท้ายจากการได้เปิดรับและรับรู้นำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่พบเห็นซึ่งในที่นี้คือความพึงพอใจของตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ โดยการเปรียบเทียบดังกล่าวจะเกิดการแปลเป็นความหมายในด้านความพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับวิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2536) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่างกัน รวมทั้งสำรวย เกษกุล (2538) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

จากความแตกต่างของลักษณะของประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และที่อยู่ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปิดรับ การรับรู้ และความพึงพอใจที่ต่างกัน จึงเป็นที่น่าพิจารณาได้ว่าการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องให้ความสำคัญกับลักษณะทางประชากร เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเปิดรับ รับรู้ และมีความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

1.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสื่อเฉพาะกิจ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้โดยรวม และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม

จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงว่า สื่อที่เกี่ยวข้องและมีความใกล้ชิดกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยตรง คือสื่อเฉพาะกิจซึ่งมีเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยตรงและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลได้โดยตรงและให้ข้อมูลได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ

สำหรับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่อาจมีการให้ข้อมูลในลักษณะของการจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจ ส่วนสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลอาจมีส่วนในการช่วยโน้มน้าวใจและสามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้มากขึ้น จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับสำราญ เกษกุล (2538) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองตามต้องการ

ส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม อาจเนื่องมาจากผลการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากอยู่แล้ว ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพราะตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมานานจนทำให้เห็นเป็นเรื่องปกติ ส่งผลให้ไม่เกิดความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องให้ความสนใจในการพิจารณาหรือสร้างวิธีการใหม่ๆ ในการให้ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแปลกใหม่ควบคู่กันไป

2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร

จากผลการวิจัยในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้รู้จักตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งได้ข้อสรุปว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากแหล่งข้อมูลประเภทสื่อบุคคลนั้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวรู้จักมากยิ่งขึ้น โดยนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ทั้งในระดับประเทศ และท้องถิ่น เห็นสมควร เร่งรัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยอาจทำเป็นแผ่นพับ ป้ายโฆษณา หนังสือ นิตยสาร เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และทำเป็นปฏิทินประจำปี เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนและบุคคลทั่วไปได้ทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพราะพบว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่จะปรากฏทางสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นต้น หากนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ติดตามจากสื่อดังกล่าวก็จะได้ทราบ และเห็นสมควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยเผยแพร่ไปสู่กลุ่มต่างๆ ในสังคมให้

กว้างขวางมากที่สุด และพิจารณาจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยให้ความสำคัญไปที่กลุ่มสื่อมวลชนก่อนเป็นกลุ่มแรก เพราะเป็นกลุ่มที่จะช่วยทำหน้าที่ขยายแนวความคิดใหม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปสังคมไทยให้มากขึ้น และดำเนินการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มนักวิชาการไปพร้อมกัน เพราะเป็นกลุ่มที่ต่อต้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและยังนำเสนอแนวคิดของตนให้กลุ่มต่างๆ ในสังคมเห็นคล้อยตาม ซึ่งเป็นการสร้างกระแสด้านงานการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้งานการท่องเที่ยวประสบกับอุปสรรคได้ในอนาคต นอกจากนี้ ยังเห็นสมควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มหน่วยงานรัฐ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มคนในท้องถิ่น และกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน ตามลำดับ เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป หากจะให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลคือสารซึ่ง เป็นนวัตกรรมเป็นที่รับรู้ ผู้รับข่าวสารเกิดความเข้าใจและยอมรับในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พร้อมกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก จนถึงขั้นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสอดคล้องกับ แนวทางการท่องเที่ยวใหม่นี้ ก็จะช่วยให้เห็นหนทางว่าจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ในอนาคต

2.2 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

เนื่องจาก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตั้งอยู่ในความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล ดำเนินสะดวกและเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก ดังนั้น การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงอยู่ภายใต้การบริหารและการจัดการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กิจกรรมอันเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ทั้งในเชิงนโยบาย เชิงงบประมาณ และเชิงบริหารจัดการในทางปฏิบัติจึงต้องอาศัยการดำเนินการและการให้การสนับสนุนจาก อบต. ดำเนินสะดวก ซึ่งสามารถผลักดันให้เกิดขึ้นในทางปฏิบัติได้ เพราะพบว่า ในปัจจุบันนี้รถยนต์เริ่มมีบทบาทมากขึ้น การค้าขายทางน้ำหรือร้านค้าที่บ้านอยู่ริมน้ำก็ค่อยๆ หายไปเพราะพ่อค้าแม่ค้าขึ้นไปค้าขายทางบกเป็นส่วนใหญ่ เรือพ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำดำเนินสะดวกค่อย ๆ หายไปในที่สุด ประเทศไทยอาจจะสูญเสียตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยที่น่าเสียดาย ทั้งนี้ อบต. ดำเนินสะดวก และเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก ควรประสานไปยังผู้นำท้องถิ่นและผู้ใหญ่บ้านในหมู่บ้านต่าง ๆ ในการชักจูงให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เกิดความรู้สึกและเกิดสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามและทรงคุณค่าของชุมชนริมน้ำที่นับวันจะเลือนหายไปตามกาลเวลา และร่วมสืบทอดวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้คงอยู่สืบไป ดังนั้น โดยการจัดกิจกรรมให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการรำลึกและตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของตน เช่น กิจกรรมการตักบาตรทางน้ำ และงานริดาอู่น

2.2.1 การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการจัดการประชุม เพื่อทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหมู่ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงประโยชน์ของโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหมู่ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงประโยชน์ของโครงการและแนวทางในการเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และในเรื่องอื่น ๆ ด้วย

2.2.2 การจัดอบรมเยาวชนและประชาชนผู้สนใจ รวมถึงผู้ค้าขายด้วยเพื่อให้เป็นภาคีเครือข่ายประจำชุมชน ซึ่งควรเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกิดความห่วงแหนและตระหนักถึงความสำคัญของอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีของชุมชนริมน้ำอันงดงาม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนดำเนินสะดวก ในแง่ของการมีภาคีเครือข่ายท้องถิ่น ผู้ซึ่งสามารถให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมได้เป็นอย่างดี

2.2.3 การสนับสนุนในด้านงบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารและจัดการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในด้านการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเพิ่มมากขึ้น

2.2.4 การจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างหมู่บ้านต่าง ๆ โดยนำกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแต่ละหมู่บ้านมาจัดเป็นตารางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นทางเลือกและเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้ทราบเพราะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อาจจะไม่ทราบว่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงที่ใดบ้าง หรือมีประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้างในชุมชนดำเนินสะดวก ดังนั้น การจัดทำตารางการนำเที่ยว น่าจะช่วยประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวได้ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม ยังสามารถล่องเรือเพื่อชมทัศนียภาพของชุมชนริมน้ำได้ทุกวัน นอกจากนี้ ยังเปิดบริการนวดตัว คลายเส้น แก้ปวดเมื่อย และการอบสมุนไพร ขับผัดด้วยสมุนไพรไว้บริการให้นักท่องเที่ยวทั่วไปที่นิยมและชื่นชอบกิจกรรมประเภทนี้อีกด้วย

2.3 การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม

2.3.1 การเผยแพร่และเหตุผลเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไป รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ทราบ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนให้เกิดแก่คนทั่วไป

2.3.2 การอนุรักษ์รูปแบบการนำดำเนินสะดวก ยังคงสภาพวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนและจัดการตลาดน้ำในแบบดั้งเดิม อันเป็นจุดขายที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์นี้

เอาไว้ นักท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาสได้เข้ามารู้จักและสัมผัสบรรยากาศเกิดการรับรู้ว่าคุณค่าด้านนิเวศวัฒนธรรมมีวิถีชีวิตความเรียบง่ายและมีรูปแบบคล้ายคลึงกับตลาดน้ำในอดีต เพราะพบว่า การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ประชาชนในท้องถิ่นไม่ได้ตระหนักถึงขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนับวันจะเลือนหายไป

2.3.3 เนื่องจาก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม และยังเป็นสถานที่เชิงการค้าพาณิชย์อีกด้วย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพราะเป็นตลาดน้ำที่มีรูปแบบดั้งเดิมคล้ายกับในอดีต ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีความพึงพอใจจะมีอายุระหว่าง 40-49 ปี และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจ ในด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านคุณลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำอาทิเช่น การล่องเรือขายสินค้าไปตามแม่น้ำลำคลอง การที่พ่อค้าแม่ค้าขายเป็นชาวบ้านที่นำสินค้าประเภทผลผลิตทางการเกษตรจากสวนของตนเองมาขาย สภาพวิถีชีวิตของผู้คนและชุมชนริมน้ำที่ยังคงความผูกพันและการพึ่งพาสายน้ำในการดำเนินชีวิต เป็นต้น ดังนั้นความคาดหวังต่อการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำดำเนินสะดวก จึงควรตระหนักถึงความโดดเด่นในแง่วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันเป็นจุดขายที่สำคัญและน่าสนใจสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะถึงแม้ว่า ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผ่านมา จะมองเห็นและตระหนักถึงจุดขายของการท่องเที่ยวในแง่นี้ แต่ก็เป็นไปเพราะกระแสของการพัฒนาการท่องเที่ยวตามที่ได้รับการกระตุ้นจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนภายนอกชุมชนเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในแง่วัฒนธรรมและวิถีชีวิตย่อมประสบความสำเร็จไปไม่ได้ หากประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ มิได้ตระหนักความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม เพื่อสืบทอดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่นับวันจะเลือนหายไปตามกาลเวลา

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาในด้านการวางแผน กลยุทธ์ และประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก

3.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างชาวไทยและชาวต่างชาติ