

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง “ศึกษา สํารวจ วัฒนธรรม ประเพณี เพื่อจัดทำคู่มือท่องเที่ยว ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษา สํารวจ วัฒนธรรม ที่สำคัญของชุมชนตลาดบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษา สํารวจประเพณีที่สำคัญของชุมชนตลาดบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อจัดทำคู่มือท่องเที่ยวด้าน วัฒนธรรม ประเพณี ของชุมชนตลาดบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ผู้ศึกษา ได้แบ่งข้อมูลของผลการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วน เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวง

- 1.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
- 1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 1.3 ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
- 1.4 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

2. ความคิดเห็นของประชาชนตลาดบางหลวงในการจัดทำคู่มือท่องเที่ยว

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวง

จากการที่ผู้ศึกษาได้สอบถามนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม ได้แบ่งข้อมูลเป็น 4 ตอนดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยภายใน		จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	22	44
	หญิง	28	56
	รวม	50	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	4	8
	20-30 ปี	19	38
	31-40 ปี	16	32
	41-50 ปี	6	12
	51-60 ปี	3	6
	มากกว่า 60 ปี	2	4
	รวม	50	100.00
สถานภาพ	โสด	23	46
	สมรส	20	40
	หย่า	2	4
	ม่าย	4	8
	แยกกันอยู่	1	2
	รวม	50	100.00
การศึกษา	ต่ำกว่า ม. 6 หรือ เทียบเท่า	4	8
	ม. 6 หรือ เทียบเท่า	7	14
	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	9	18
	ปริญญาตรี	22	44
	สูงกว่าปริญญาตรี	8	16
	รวม	50	100.00

	ปัจจัยภายใน	จำนวนคน	ร้อยละ
อาชีพ	รับราชการ	11	22
	รัฐวิสาหกิจ	9	18
	รับจ้าง	18	36
	ธุรกิจส่วนตัว	6	12
	เกษตรกร	4	8
	อาชีพอื่น ๆ	2	4
	รวม	50	100.00
รายได้	ต่ำกว่า 6,000 บาท	4	8
	6,000-10,000 บาท	7	14
	10,001-15,000 บาท	9	18
	15,001-20,000 บาท	21	42
	20,001-25,000 บาท	6	12
	25,001-30,000 บาท	2	4
	สูงกว่า 30,000 บาท	1	2
	รวม	50	100.00
ภูมิลำเนา	นครปฐม	5	10
	กรุงเทพมหานคร	29	58
	จังหวัดอื่น ๆ	16	32
	รวม	50	100.00
การทราบข้อมูล ท่องเที่ยว	โทรทัศน์/วิทยุ	9	18
	สื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ/โบชัวร์	5	10
	หนังสือพิมพ์	3	6
	อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	7	14
	มีผู้บอกต่อ	25	50
	อื่น ๆ	1	2
	รวม	50	100.00

	ปัจจัยภายใน	จำนวนคน	ร้อยละ
การเดินทางมา ท่องเที่ยวตลาด บางหลวง	รถส่วนตัว	33	66
	รถรับจ้างทั่วไป	6	12
	รถตู้โดยสาร	6	12
	รถโดยสารประจำทางทั่วไป	2	4
	อื่น ๆ	3	6
	รวม	50	100.00

จากข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน สรุปได้ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหญิง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ของกลุ่มตัวอย่าง และเป็นชาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ของกลุ่มตัวอย่าง

การมีนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวชาย อาจเป็นเพราะว่า เป็นไปตามสัดส่วนพลเมืองของประเทศไทยในปัจจุบันที่จำนวนผู้หญิงมีมากกว่าผู้ชาย หรืออาจจะเป็นเพราะว่าตลาดบางหลวงมีชื่อเสียงในเรื่องของขนมหวาน อาหารอร่อย โดยธรรมชาติของผู้หญิงชอบท่องเที่ยวสนใจในเรื่องของอาหารการกิน จึงทำให้นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

2) อายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38 ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32 ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8 ช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวงมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี สาเหตุเพราะอยู่ในวัยกำลังเริ่มทำงาน หลังจากจบการศึกษาได้ไม่นาน ต้องการหาประสบการณ์ ต้องการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยว แหล่งรับประทาน อาหาร ประกอบกับตลาดบางหลวงอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก จึงมีนักท่องเที่ยวอยู่ในวัยดังกล่าวเดินทางมามากที่สุด และจากการสังเกตของผู้ศึกษา ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน หรือครอบครัว

3) สถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 46 สมรส คิดเป็นร้อยละ 40 ม่าย คิดเป็นร้อยละ 8 หย่า คิดเป็นร้อยละ 4 แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 2 ตามสถิติของประชากรคนไทยมีสถานภาพโสดสูง จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอัตราโสดสูง ประกอบกับคนไทยปัจจุบัน หลังจบการศึกษาระดับปริญญาตรี มักจะทำงานเพื่อความมั่นคง และเก็บเงินก่อนที่จะแต่งงานขณะเดียวกันคนไทยก็มีแนวโน้มแต่งงานช้าเพิ่มขึ้นไปเรื่อย ๆ จึงทำให้ผู้ที่

แต่งงานมีอายุใกล้ 30 หรือมากกว่า จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่

4) การศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 18 ลำดับที่ 3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16 ลำดับที่ 4 ระดับ ม. 6 หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 14 ลำดับที่ 5 ระดับต่ำกว่า ม.6 หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 8 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดบางหลวง ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เพราะปัจจุบันผู้จบปริญญาตรีมีมากขึ้น และหลังจบการศึกษามักจะทำงานเพื่อหาประสบการณ์สักระยะหนึ่งแล้วจึงศึกษาต่อ ประกอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ซึ่งเป็นวัยจบปริญญาตรีและเริ่มทำงานได้สักระยะหนึ่ง จึงทำให้ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีตามไปด้วย

5) อาชีพ การทำงานส่วนใหญ่อาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมารับราชการ คิดเป็นร้อยละ 22 ลำดับที่ 3 รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 18 ลำดับที่ 4 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 12 ลำดับที่ 5 เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 8 ลำดับที่ 6 อาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวงส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง เพราะปัจจุบันคนไทยนิยมทำงานกับบริษัทเอกชนเป็นจำนวนมาก เป็นเพราะได้ค่าตอบแทนสูงกว่าอาชีพอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับแล้ว และผู้จบการศึกษารุ่นใหม่นิยมทำงานกับสถานประกอบการเอกชนส่วนหนึ่งเป็นไปตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งเหมาะสมกับอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

6) รายได้ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 ลำดับที่ 3 ในช่วง 6,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14 ลำดับที่ 4 ในช่วง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12 ลำดับที่ 5 อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8 ลำดับที่ 6 อยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4 ลำดับสุดท้าย สูงกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป จากการเปรียบเทียบผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาที่ซึ่งทำงานของบริษัทเอกชนก็มีรายได้ปานกลางระดับเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ดังนั้นพอจะสันนิษฐานได้ว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ประมาณค่าใช้จ่ายไม่มากนักผู้มีรายได้ปานกลางก็สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ เลือกซื้อสินค้าได้หลายชนิด ราคาไม่แพง ผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางก็มาเที่ยวได้ เลือกซื้อสินค้าได้

7) ภูมิลำเนา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาเป็นจังหวัดอื่นที่อยู่ใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 32 และลำดับที่ 3 มาจากจังหวัดนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 10 สาเหตุที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร เป็นเพราะว่าตลาด

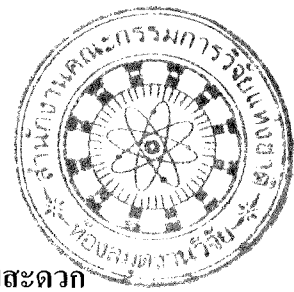
บางหลวง อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง การคมนาคมก็สะดวก มีรถบริการหลายเส้นทาง และประชากรจากกรุงเทพฯ เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีกำลังการซื้อสูงกว่าจังหวัดอื่น ๆ

8) การทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ทราบจากการบอกเล่าของผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่ 2 โทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 18 ลำดับที่ 3 อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 14 ลำดับที่ 4 สื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ/โบชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 10 ลำดับที่ 5 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 6 และลำดับที่ 6 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2 การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาตลาดบางหลวงด้วยคำบอกเล่าของผู้อื่นเป็นส่วนใหญ่ สันนิษฐานได้ว่า คงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวงแล้วเกิดความประทับใจ ชื่นชอบ จึงบอกต่อเพื่อน ๆ ญาติพี่น้อง บุคคลที่รู้จัก ซึ่งการบอกต่อถือว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดี และน่าเชื่อถือกว่าวิธีอื่น เพราะผู้ที่บอกต่อเป็นผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

9) การเดินทางมาตลาดบางหลวง ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาเดินทางด้วยรถรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14 ลำดับที่ 3 รถตู้โดยสาร คิดเป็นร้อยละ 12 ลำดับที่ 4 รถโดยสารประจำทางทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 6 และลำดับที่ 5 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาตลาดบางหลวงโดยรถส่วนตัว เพราะสะดวก รวดเร็ว กว่าการเดินทางด้วยวิธีอื่น และสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการกลับบ้านได้สะดวก ซึ่งก็สอดคล้องเหมาะสมกับรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรายได้ประมาณ 15,000 ขึ้นไป

1.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยว ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ได้แสดงความคิดเห็น ในด้านสิ่งแวดล้อม คิดเป็นค่าเฉลี่ยตามตารางดังนี้



ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ที่	สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1	เส้นทางคมนาคมมาตลาดบางหลวงมีความสะดวก	3.82	0.48	มาก
2	ป้ายบอกเส้นทางมาตลาดบางหลวงมีความชัดเจนถูกต้อง	2.98	0.58	ปานกลาง
3	สถานที่จอดรถมีเพียงพอในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.08	0.52	ปานกลาง
4	มีห้องสุขาไว้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอกับความต้องการ	3.04	0.49	ปานกลาง
5	ห้องสุขามีความสะอาด	3.44	0.50	ปานกลาง
6	บริเวณตลาดมีความสะอาดและกำจัดขยะถูกสุขลักษณะ	3.76	0.43	มาก
7	ตู้โทรศัพท์สาธารณะมีให้บริการเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.92	0.48	ปานกลาง
8	เส้นทางเดินชมและซื้อสินค้าบริเวณตลาดบางหลวงมีความสะดวก	3.76	0.43	มาก
9	การจัดพื้นที่ขายสินค้ามีความเหมาะสม	3.88	0.38	มาก
10	จำนวนร้านขายสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.34	0.51	ปานกลาง
11	ราคาของสินค้ามีความเหมาะสม	4.12	0.47	มาก
12	ผู้ขายสินค้ามีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	4.16	0.50	มาก
13	มีเจ้าหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	2.84	0.54	ปานกลาง
รวม		3.47	0.66	ปานกลาง

จากการประมวลผลด้วยโปรแกรม Microsoft Excel for windows (ตารางที่ 3) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวง เกี่ยวกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สรุปอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ผลจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับมาก ได้แก่

- เส้นทางคมนาคมมาตลาดบางหลวงมีความสะดวก
- บริเวณตลาดมีความสะอาดและกำจัดขยะถูกสุขลักษณะ
- เส้นทางเดินชมและซื้อสินค้าบริเวณตลาดบางหลวงมีความสะดวก
- การจัดพื้นที่ขายสินค้ามีความเหมาะสม ราคาของสินค้ามีความเหมาะสม
- ผู้ขายสินค้ามีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่

- ป้ายบอกเส้นทางมาตลาดบางหลวงมีความชัดเจนถูกต้อง
- สถานที่จอดรถมีเพียงพอในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- มีห้องสุขาไว้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอกับความต้องการ
- ห้องสุขามีความสะอาด
- คู่มือโทรศัพท์สาธารณะมีให้บริการเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- จำนวนร้านขายสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- มีเจ้าหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว

สรุปค่าเฉลี่ยโดยรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวงต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ 3.47 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดบางหลวงในปัจจุบัน มีศักยภาพเพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยว

3. ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

จากการสอบถาม สิ่งที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในการมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ในด้านวัฒนธรรมและประเพณี แยกตามจำนวนความถี่ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 50 คน ได้ดังนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งที่ได้รับนิยมนิยมสูงสุด คือ รูปแบบของสถาปัตยกรรมของตัวตลาด มีความถี่ 18 คน รองลงมา คือ อาหาร มีความถี่ 14 คน ลำดับที่ 3 คือ การชมวิถีชีวิต มีความถี่ 10 คน ลำดับที่ 4 คือ ศาสนสถาน มีความถี่ 8 คน

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางด้านประเพณี สิ่งที่ได้รับคามนิยมสูงสุดคือ ประเพณีแห่ธงฉลองตรุษจีน มีความถี่ 19 คน รองลงมา คือ ประเพณีสงกรานต์ มีความถี่ 14 คน ลำดับที่ 3 คือ ประเพณีลอยกระทง มีความถี่ 11 คน ลำดับที่ 4 คือ ประเพณีแห่เทียนพรรษา มีความถี่ 6 คน

4. ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้เสนอแนะแนวทาง ในการพัฒนาปรับปรุงตลาดบางหลวง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น สรุปได้ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาพื้นที่

- ให้เพิ่มแผนผังหรือป้ายบอกเส้นทางท่องเที่ยว สำหรับผู้มาครั้งแรกไม่รู้เส้นทางว่าจะไปเส้นทางไหนก่อน จะได้ไม่เสียเวลาและมีความชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว
- ต้องการให้มีการขายสินค้าและอาหารในเรือ เหมือนกับตลาดน้ำจะได้บรรยากาศของธรรมชาติริมน้ำ แต่ควรให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด รวมทั้งดูแลบริเวณการขายสินค้าและอาหารไม่ให้ทั้งสิ่งของต่าง ๆ ลงในแม่น้ำ
- ควรมีสินค้ามาขายให้มากกว่านี้ ทั้งของกินของใช้ ของที่ระลึก เป็นต้น รวมทั้งต้องได้มาตรฐานคุณภาพและราคาที่เหมาะสม

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม

- เพิ่มบริการห้องสุขาให้มากขึ้น โดยเฉพาะในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ หรือวันหยุดพิเศษ จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้น การใช้บริการต้องรอคิวไม่ได้รับความสะดวก
- ต้องการที่จอดรถเพิ่มที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยเฉพาะวันหยุดหรือในช่วงเทศกาลต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก
- ตู้โทรศัพท์สาธารณะควรมีหลาย ๆ จุดและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา
- เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) มีน้อย ควรมีหลาย ๆ แห่ง ไว้ให้บริการเมื่อนักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปมีความจำเป็นต้องใช้ เพราะปัจจุบันประชาชนไม่นิยมถือเงินสดไว้กับตัวจำนวนมาก ๆ เพื่อความปลอดภัยในทรัพย์สิน

3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

- ต้องการให้มีจักรยาน ไว้ให้บริการ เพื่อชมวิถีชีวิต หรือท่องเที่ยวบริเวณตลาด หรือสถานที่ใกล้เคียง
- เพิ่มกิจกรรมการแสดง เช่น การแสดงดนตรีจีนหรือการแสดงที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนตลาดบางหลวง เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

4) ด้านความปลอดภัย

- การท่องเที่ยวทางเรือ ในการล่องเรือชมทัศนียภาพ หรือชมวิถีชีวิตชุมชนริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน ควรดูแลความปลอดภัยในการเดินทาง หมั่นตรวจเช็คอุปกรณ์ ชูชีพพร้อมใช้เสมอและมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

- เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย เพื่อดูแลความปลอดภัยต่าง ๆ โดยเฉพาะในเรื่องชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและประชาชน อาจจะเป็นตำรวจหรือ ร.ป.ภ. ก็ได้

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นของประชาชนตลาดบางหลวงต่อการจัดทำคู่มือท่องเที่ยว

ที่	ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1	รูปเล่มดึงดูดใจชวนให้อ่าน	3.25	0.57	ปานกลาง
2	ขนาดของรูปเล่มมีความเหมาะสม	3.02	0.53	ปานกลาง
3	การออกแบบปกหน้า-ปกหลังมีความเหมาะสม	2.97	0.47	ปานกลาง
4	ความสวยงามและสีสรรตลอดทั้งเล่มมีความเหมาะสม	3.07	0.52	ปานกลาง
5	มีความสะดวกต่อการเปิดอ่านและค้นหา	3.52	0.59	มาก
6	ความถูกต้องชัดเจนของเนื้อหา	3.75	0.43	มาก
7	เนื้อหามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	3.85	0.53	มาก
8	ความเหมาะสมในการใช้คำและสำนวนภาษา	3.92	0.47	มาก
9	ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม	3.67	0.57	มาก
10	ลักษณะของตัวอักษรมีความเหมาะสม	3.15	0.53	ปานกลาง
รวม		3.41	0.66	ปานกลาง

จากการประมวลผลด้วยโปรแกรม Microsoft Excel for windows (ตารางที่ 4) ความคิดเห็นของประชาชนตลาดบางหลวง เกี่ยวกับการจัดทำคู่มือท่องเที่ยวตลาดบางหลวง สรุปอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ผลจากความคิดเห็นของประชาชนตลาดบางหลวง เกี่ยวกับ “การจัดทำคู่มือท่องเที่ยวตลาดบางหลวง” ในระดับมาก ได้แก่

- มีความสะดวกต่อการเปิดอ่านและค้นหา
- ความถูกต้องชัดเจนของเนื้อหา
- เนื้อหา มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- ความเหมาะสมในการใช้คำและสำนวนภาษา
- ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม
- ความสวยงามและสีสรรตลอดทั้งเล่มมีความเหมาะสม

ความคิดเห็นของประชาชนตลาดบางหลวง ในระดับปานกลาง ได้แก่

- รูปเล่มดึงดูดใจชวนให้อ่าน
- ขนาดของรูปเล่มมีความเหมาะสม
- การออกแบบปกหน้า-ปกหลังมีความเหมาะสม
- ลักษณะของตัวอักษรมีความเหมาะสม

สรุปค่าเฉลี่ยทั้งหมดของประชาชนตลาดบางหลวง ที่มีความคิดเห็นต่อ “การจัดทำคู่มือท่องเที่ยวตลาดบางหลวง” อยู่ในระดับ ปานกลาง คือค่าเฉลี่ย 3.41 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การจัดทำคู่มือท่องเที่ยวตลาดบางหลวงโดยผู้วิจัย มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง