

ความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

วันที่รับบทความ : 06/07/2563
วันที่แก้ไขบทความ : 29/01/2564
วันที่ตอบรับบทความ : 13/07/2564

จริยา ตันติวราชัย¹
พัทธนันท์ มั่งมี²

บทคัดย่อ

การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี จำนวน 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามในรูปของ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งสัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นไว้ใจ และด้านการเอาใจใส่ โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นไว้ใจ เนื่องจากเจ้าหน้าที่นั้นสามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ถึงแม้จะมีจำนวนเจ้าหน้าที่ได้ดำนนี้้น้อยแต่นักท่องเที่ยว นั้นยังรับรู้ถึงความปลอดภัยที่เจ้าหน้าที่ที่จะพร้อมให้ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี และมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยมีความปลอดภัยที่ดี ส่วนเรื่องอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ 2) ปัจจัยต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า ให้ความสำคัญต่ปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านราคา สินค้า และบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความต้องการส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการมากที่สุด และ 3) แนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า ควรมีการพัฒนาในเรื่องรถประจำทางสาธารณะในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพและราคาของสินค้า และจำนวนของเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ปัจจัยการตัดสินใจ, นักท่องเที่ยวไทย ตลาดคลองสวน 100 ปี

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ อีเมล jariya.t@dru.ac.th

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ

Satisfaction Affecting Thai Tourists' Decision Making on Travelling to 100 Years Klong Suan Market, Bang Bo District, Samutprakarn Province

Received : 06/07/2020

Revised : 29/01/2021

Accepted : 13/07/2021

Jariya Tantiwaracha³

Patthanan Mungmeepaisarnku⁴

Abstract

The research objectives were to 1) study the Thai tourists' satisfactions travelling to 100 Years Klong Suan Market 2) study factors of Thai tourists' decision making on travelling to the market 3) study the guidelines for the development of 100 Years Klong Suan Market. The sample group was 400 Thai tourists travelling to 100 Years Klong Suan Market. The sample group was selected by accidental sampling. Data was collected through questionnaires and analyzed in forms of percentage, mean, and standard deviation.

The results of the study were found that 1) the tourists' satisfactions of 100 Years Klong Suan Market included 5 aspects i.e. touchable, reliable, responsive, confident aspects and hospitality. The most satisfaction was confidence, since a few staffs could control safety for numerous tourists and they felt safe with the staffs' readiness to take care the tourists and their safety arrangements. Foods, drinks, miscellaneous products and souvenirs at the market were clean, safe and hygienic; 2) factors concerning Thai tourists' decision making on travelling to the market were found that the sample group gave precedence to 6 factors i.e. place and approaches, facilities, natural resources and environment, products pricing, marketing promotion services and personal requirements. The sample group gave the first priority to products and services pricing factors which showed that the products and services prices were reasonable and fair, there were varieties of products and souvenirs which were interesting and clean, together with additional services for tourists; and 3) concerning the approach to the development of the market, it was found that there should be a

³ Lecturer, Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University. Email: jariya.t@dru.ac.th

⁴ Lecturer, Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University.

development of public buses to access tourist attractions, quality and price of products and the number of security personnel for tourists.

keywords: decision making factor, Thai tourists in 100 Years Klong Suan Market

บทนำ

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างตลาดท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วโลก กอปรกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่เน้นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเติบโต โดยต้องเริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งจากชุมชน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนต่างๆในเขตพื้นที่สมุทรปราการ เช่น ตลาดซึ่งตลาดเป็นวิถีชีวิตคู่คนไทยมาช้านาน และยังเป็นเอกลักษณ์ชาวไทยที่สะท้อนความเป็นอยู่ แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวไทยให้กับนักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นอีกหนึ่งตลาดที่เก่าแก่ ในอดีตตลาดคลองสวนแห่งนี้ ยังเป็นจุดแวะพักและเป็นศูนย์รวมของชุมชน จุดแลกเปลี่ยนสินค้า รวมถึงเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญและสะดวกที่สุดในแถบภาคตะวันออกสู่เมืองหลวง เป็นตลาดที่มีมนต์เสน่ห์ด้านสถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่า บ้านเรือนทุกหลังรวมทั้งสิ่งปลูกสร้าง ยังคงมีกลิ่นอายในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 พร้อมกับบรรยากาศเก่าๆ แบบโบราณ รวมถึงวิถีชีวิตร่วมสมัยย้อนยุคกว่า 100 ปี (ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย,ออนไลน์) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัสได้จริง และชิมอาหารอร่อยทั้งอาหารคาวหวาน ที่มีสูตรเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ ขนมหวาน กาแฟสูตรโบราณดั้งเดิม ชมของเก่า ร้านโชห่วย หรือร้านค้าขายปลีกขนาดเล็กๆ ซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน ซึ่งทั้งหมดนี้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปชมได้ในตลาดแห่งนี้แห่งนี้

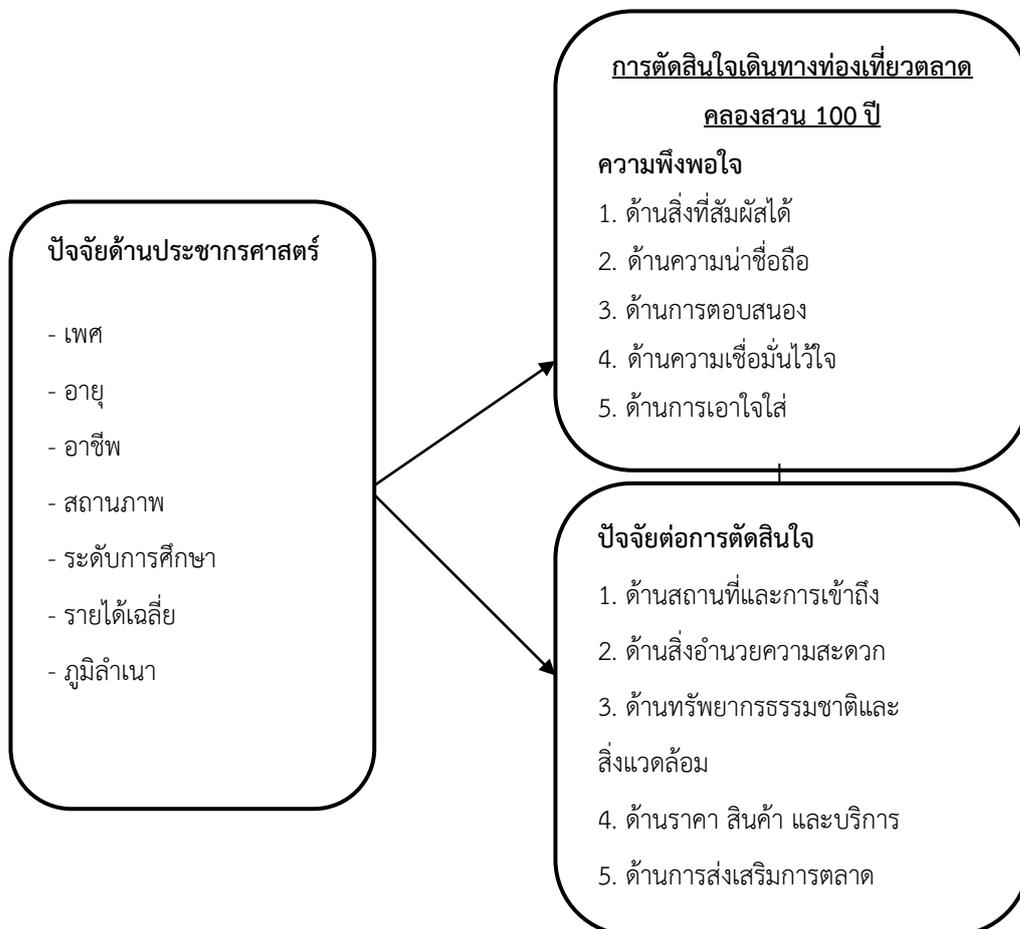
ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ขณะเดียวกันก็จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงในการกำหนดแผนพัฒนาศักยภาพของตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น และจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ตรงเป้าหมาย รวมถึงตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี

3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของคอกแรน (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างจากประชากร 50% จึงได้กำหนดสัดส่วนของประชากร = 0.50 ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% และผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดตามเกณฑ์ของสูตรคำนวณไม่ทราบจำนวน ซึ่งจากการคำนวณ สามารถใช้ขนาดตัวอย่างได้อย่างน้อย 385 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และเก็บกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ Cronbach's Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach มีค่าเท่ากับ 0.95 และเครื่องมือได้แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมข้อมูล

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบในแต่ละด้านได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบตามระดับความคิดเห็นของตน

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลงสำรวจพื้นที่ที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในเบื้องต้น เพื่อให้ทราบถึงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
2. ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจสถิติเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขข้อบกพร่องแล้วไปดำเนินการแจกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. จัดรวบรวมแบบสอบถามและนำไปตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องแล้วนำไปวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ แปลผล และสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยข้อมูลดังกล่าวจะออกมาในรูปแบบของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ โดยการสังเคราะห์เนื้อหา Content Analysis

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และเพศชายซึ่งมีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา คือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ /รับราชการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และเจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โสด จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 18 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ส่วนทางด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือจบการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 127 คน คิด เป็นร้อยละ 31.8 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมีการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ และมีรายได้ต่อเดือนสูงสุด 3 อันดับแรกคือ 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 121, 91 และ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2, 22.8 และ 22.5 ตามลำดับ และรายได้ต่ำสุดคือมีรายได้มากกว่า 60,001 บาทต่อเดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้านพบว่า (1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไป – กลับ ร้อย 39.6 และสาธารณูปโภคพื้นฐานมีความเพียงพอและใช้งานได้ดี มีเพียงร้อยละ 5.8 (2) ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องการให้บริการของเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความถูกต้อง เช่น การตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวร้อยละ 53.5 ซึ่งความพึงพอใจในด้านราคาของสินค้ามีเพียงร้อยละ 5.8 (3) ด้านการตอบสนอง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความกระตือรือร้นในการให้บริการสูงร้อยละ 67.9 ซึ่งที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและรักษาความปลอดภัย โดยมีเพียงร้อยละ 3 (4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่สามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวร้อยละ 85.2 ซึ่งความพึงพอใจในด้านเรื่องอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะร้อยละ 7.8 (5) ด้านการเอาใจใส่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวร้อยละ 69.8 ซึ่งความพึงพอใจเรื่องเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวร้อยละ 4.6

ส่วนปัจจัยการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ด้านราคาสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือด้านความต้องการส่วนบุคคล และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.47$ และ $\bar{X} = 4.39$) ตามลำดับ

ส่วนด้านที่มีระดับการตัดสินใจเท่ากันคือด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.36$) โดยด้านที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.31$)

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 66 พบว่าเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 -40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.2 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 33.2 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.5

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามรายด้าน ได้แก่

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไป – กลับ สูงถึงสัดส่วนร้อยละ 39.6 และความพึงพอใจในเรื่องป้ายสัญลักษณ์บอกทาง สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และสาธารณูปโภคพื้นฐานมีความเพียงพอและใช้งานได้ดีมีเพียงร้อยละ 26.3, 26.1, 11.3, 5.8 ตามลำดับ
2. ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องการให้บริการของเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความถูกต้อง เช่น การตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวสูงถึงสัดส่วนร้อยละ 53.5 ซึ่งความพึงพอใจในเรื่องของวันและเวลาเปิด-ปิด และราคาของสินค้ามีเพียงร้อยละ 36.2, 5.8 ตามลำดับ
3. ด้านการตอบสนอง พบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความกระตือรือร้นในการให้บริการร้อยละ 67.9 ในเรื่องเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความเต็มใจในการให้บริการเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความพร้อมในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ทันทีเมื่อต้องการความช่วยเหลือ เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและรักษาความปลอดภัย มีร้อยละที่ 26.3, 4.5, 3.0 ตามลำดับ
4. ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ พบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่สามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้สูงถึงสัดส่วนร้อยละ 85.2 ซึ่งในเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยมีความปลอดภัยที่ดี เรื่องอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาดปลอดภัย และถูกสุขลักษณะเพียงร้อยละ 8.3, 7.8

5. ด้านการเอาใจใส่ พบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในเรื่องเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวสูงถึงสัดส่วนร้อยละ 69.8 ซึ่งในเรื่องเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ ในเกียรติต่อยกนักท่องเที่ยว เรื่องเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ต่อยกนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 26.4, 4.6

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในด้านราคาสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือด้านความต้องการส่วนบุคคล และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.47$ และ $\bar{X} = 4.39$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีระดับการตัดสินใจเท่ากันคือด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.36$) โดยด้านที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.31$)

ข้อมูลแนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี ได้แก่

1. พัฒนาในเรื่องสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ การเดินทางประจำทางยังไม่มีความสะดวกเท่าที่ควร และยังเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวเท่านั้น จึงทำให้ยังขาดในเรื่องของการบริการด้านรถประจำทาง จึงควรมีการประชุมในการจัดหารถสาธารณะมาเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวได้

2. พัฒนาในเรื่องของราคาสินค้าที่มีจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวภายในตลาดคลองสวน 100 ปี เพราะในแต่ละร้านค้าภายในตลาดคลองสวน 100 ปีนั้น ส่วนมากจะไม่มีป้ายแสดงราคาให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันแต่คนละร้านค้ากลับมีราคาที่แตกต่างกันอย่างมาก ควรมีการจัดทำป้ายแสดงราคา และปรับราคาให้มีความเสมอในสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น

3. พัฒนาในเรื่องของคุณภาพสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่จัดจำหน่ายภายในตลาดคลองสวน 100 ปี เพราะเนื่องมาจากความสะอาด และถูกสุขลักษณะ บางร้านค้า ร้านอาหาร ไม่ได้ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ ที่มาควบคุมดูแลความสะอาด ปลอดภัยควรมีการติดต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นมาตรวจสอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายใจในการเลือกซื้อสิ่งต่างๆ กลับไปยังที่ของตนเอง

4. พัฒนาในเรื่องของการจัดสรรกำลังพลในด้านการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพราะในช่วงเวลาที่เป็นวันหยุดต่างๆ จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าปกติ และเจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนที่ไม่เพียงพอ ควรมีการจัดสรรกำลังพลในด้านความปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้น เพื่อจะตอบสนองความต้องการในด้านของความปลอดภัยของตัวนักท่องเที่ยว

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จะใช้ประเด็นของวัตถุประสงค์ในการอภิปรายผล ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยัง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการเข้าถึงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านราคา สินค้า และบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความต้องการส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม ยุติธรรม สินค้า ของฝากของที่ระลึกมีความหลากหลายและน่าสนใจ สะอาด รวมถึงมีการบริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น นั่งเรือเพื่อเพลิดเพลินไปกับชมวิถีชีวิตริมน้ำ รองลงมาคือด้านความต้องการส่วนบุคคล เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยววันนั้นเป็นการเพิ่มประสบการณ์และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้สัมผัสเห็นถึงวิถีชีวิตและบรรยากาศที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำกับที่อื่น อีกทั้งได้ใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับครอบครัว/เพื่อน/คนรัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ อันได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ด้านสาธารณูปโภค ที่พัก ร้านอาหารที่จอดรถ ฯลฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อผู้พิการ(อารยสถาปัตย์) มีจุดบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อความต้องการ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม บรรยากาศที่ดี และมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ลำคลอง สวนผลไม้ ฯลฯ รวมไปถึงคนในท้องถิ่นนั้นมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดีต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ได้มีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์/วิทยุ/สื่อ สิ่งพิมพ์/อินเทอร์เน็ต มีการประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และยังได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่เคยไปมาแล้ว ซึ่งก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น และในด้านการเข้าถึง แม้เป็นปัจจัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้านต่างๆ ซึ่งตลาดคลองสวน 100 ปีนั้นมีการคมนาคมที่ยังเข้าถึงได้สะดวก มีป้ายบอกเส้นทางชัดเจนมากเพียงไร หรือเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างไร ซึ่งนักท่องเที่ยววันนี้อาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการเข้าถึงมากเท่าไร เพราะถ้านักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ด้านการเข้าถึงอาจจะไม่สำคัญ เพราะกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจะเลือกที่จะต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่จากสินค้าและบริการของสถานที่นั้น ๆ มากกว่า แต่โดยรวมแล้วทั้งปัจจัยทั้ง 6 ด้านนี้ก็ยังนับเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี

จึงทำให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Middleton (1994, p.418), กุลวดี ละม้ายจีน (2552, หน้า 5) และทฤษฎีของมาสโลว์ ธรณูชนก เพชรานนท์ (2559, หน้า 42) โดยสรุปได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยววันนั้นจะนำปัจจัยต่างๆ มาประกอบการพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางที่ตอบสนองความต้องการ

และความพึงพอใจสูงสุดของตนเอง โดยปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจนั้น ได้แก่ ความต้องการส่วนบุคคล ทรัพยากรของสถานที่ที่ดึงดูดใจ การเข้าถึงสถานที่ สินค้าและราคา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยดังกล่าวมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี

นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 31 -40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง สถานภาพสมรส และมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี โดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสิ่งสัมผัสตลาดคลองสวน 100 ปี เกี่ยวกับความสะดวกในเรื่องการเดินทางไป-กลับ เพราะในเส้นทางการเดินทางไปนั้นมีถนนหนทางที่สะดวก ป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน และที่จอดรถที่สามารถรองรับปริมาณรถ แต่ส่วนที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การให้บริการของรถสาธารณะในการเข้าถึงตลาดน้ำตลาดคลองสวน 100 ปี ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือและในเรื่องที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดนั้นคือเรื่องของการมีเจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความถูกต้อง อันเนื่องมาจากความต้องการได้รับความแนะนำในการเดินชมตลาดคลองสวน 100 ปี ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ความพึงพอใจในเรื่องของวันและเวลาเปิด-ปิด แต่ในเรื่องของราคาของสินค้านั้น นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจน้อยที่สุด เนื่องจากร้านค้าในแต่ละร้านส่วนมากไม่ได้มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนบ่อยครั้ง ด้านการตอบสนอง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการตอบสนองในเรื่องที่พึงพอใจสูงสุดคือ เจ้าหน้าที่จุดบริการข้อมูลมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เนื่องจากเจ้าหน้าที่นั้นส่วนมากเป็นคนในพื้นที่จึงมีความพร้อมที่จะให้การบริการได้อย่างรวดเร็ว และเต็มใจที่จะให้ข้อมูลต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว แต่ยังขาดเรื่องของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่ยังมีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำที่สุด ส่วนด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจในเรื่องที่มีความพึงพอใจในระดับสูงที่สุดคือเรื่องของเจ้าหน้าที่นั้นสามารถดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวได้ถึงแม้จะมีจำนวนเจ้าหน้าที่ได้ดำนิน้อยแต่นักท่องเที่ยวก็ยังรับรู้ถึงความปลอดภัยที่เจ้าหน้าที่ที่จะพร้อมให้ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี และมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยมีความปลอดภัยที่ดี ส่วนเรื่องอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่ขายในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะยังอยู่ในระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด รวมไปถึงด้านการเอาใจใส่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเอาใจใส่ ในเรื่องที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่เรื่องเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากเจ้าหน้าที่นั้นที่สามารถให้คำแนะนำและช่วยเหลือให้กับนักท่องเที่ยวได้ในทุกสถานการณ์เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดปัญหา รวมไปถึงยังพึงพอใจในเรื่องของเจ้าหน้าที่ที่อยู่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสุภาพ ให้เกียรติ และมีความเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวเสมอในทุกครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จึงทำให้ผลการศึกษานี้สอดคล้องตามทฤษฎีของ Zeithaml, Parasuraman, and Berry (ธนภุต สุทธินันท์ โชติ, 2559, น.31) ได้กล่าวถึงคุณภาพบริการไว้ทั้งหมด 5 ด้าน เพื่อวัดความพึงพอใจผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการจะสามารถคาดคะเนการ บริการที่จะได้รับได้อย่างชัดเจนโดยลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถจับต้องได้เช่น ป้าย สัญลักษณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้การแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น 2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ ตามที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องเที่ยงตรงและสม่ำเสมอ 3) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการที่จะให้บริการผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงทีตามความต้องการของผู้ใช้บริการ 4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจในการบริการขององค์กร และ5) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ รวมถึงให้ความสำคัญและให้เกียรติต่อผู้ใช้บริการต่างๆ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวได้แสดงให้เห็นถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ความคิดเห็นอันจะเป็นแนวทางการพัฒนา ปรับปรุง บริหารจัดการตลาดคลองสวน 100 ปีให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้า และนำมาซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย พัฒนาในเรื่องสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ การมีเดินรถประจำทาง เพราะในตลาดคลองสวน 100 ปีนั้น ยังคงความเก่าแก่ของพื้นที่ไว้ค่อนข้างสมบูรณ์ บางร้านค้านั้นก็ยังเป็นที่อยู่อาศัยของคนในชุมชน และยังเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวเท่านั้น จึงทำให้ยังขาดในเรื่องของการบริการด้านรถประจำทาง จึงควรมีการประชุมในการจัดการรถสาธารณะมาเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวได้ และพัฒนาในเรื่องของราคาสินค้าที่มีจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวภายในตลาดคลองสวน 100 ปี เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังมีความสับสนในด้านราคา เพราะในแต่ละร้านค้าภายในตลาดคลองสวน 100 ปีนั้น โดยกำหนดให้มีป้ายแสดงราคาให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันแต่ และปรับราคาให้มีความเสมอในสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น รวมทั้ง พัฒนาในเรื่องของคุณภาพสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าเบ็ดเตล็ด และของฝากที่จัดจำหน่ายภายในตลาดคลองสวน 100 ปี และการติดต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นมาตรวจสอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายใจในการเลือกซื้อสิ่งต่างๆ กลับไปยังที่ของตนเอง และพัฒนาในเรื่องของการจัดสรรกำลังพลในด้านการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น รองรับในช่วงเวลาที่เป็นวันหยุดต่างๆ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมายังตลาดคลองสวน 100 ปีจะมีจำนวนมากกว่า โดยมีการจัดสรรกำลังพลในด้านความปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้น เพื่อจะตอบสนองความต้องการในด้านของความปลอดภัยของตัวนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

ผู้นำชุมชน ผู้บริหารระดับสูง องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรร่วมประชุมและรับฟังปัญหาและความต้องการของคนในชุมชนที่อยู่ในแหล่งท้องถิ่นเพื่อช่วยผลักดันให้เป็นนโยบายในการที่จะพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปีให้สำเร็จ หาจุดเด่น และเอกลักษณ์ ตลอดจนพัฒนากระบวนการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาเรื่องผลกระทบของสถานที่ท่องเที่ยว ที่เกิดจากการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และรวมไปถึงแนวทางการจัดการตลาดคลองสวน 100 ปี ให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต
2. การศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปี ให้เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เนื่องจากตลาดคลองสวน 100 ปี นั้น เป็นหนึ่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม จะเป็นตัวสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวสืบไป
3. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงกับกิจการตลาดคลองสวน 100 ปี สมุทรปราการ

เอกสารอ้างอิง

- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2552). เอกสารประกอบการสอน องค์ประกอบของการท่องเที่ยว. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย. (2555). พิพิธภัณฑ์ตลาดคลองสวน. ค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2560, จาก http://www.sac.or.th/databases/museumdatabase/review_inside_ByMember_Detail.php?id=335&CID=40372
- ชนกฤต สุทธินันท์โชติ. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ - เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย. กรุงเทพมหานคร : สุทธิปริทัศน์
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- สำนักปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจ. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว *tourism economic review*. 59 (4), น. 46–57.
- สถิติทางการ ประเทศไทย. (2555). ประเภทการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, จาก http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. **สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564.** ค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2560, จาก <https://www.nesdb.go.th/download/plan12/สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉ.12.pdf>

Middleton, Victor T.C. (1994). **Marketing in Travel and Tourism.** 2nd Ed. Oxford: Heinemann Professional Publishing.