

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของ
ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
**Tourism Component Factor Influencing the Tourists' Revisit
to Lumphaya Floating Market, Bang Len District,
Nakorn Pathom Province**

ภักศิริ เผือกผ่อง¹

Phaksiri Phuakpong¹

แสงแข บุญศิริ²

Sangkae Punyasiri²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นการเก็บข้อมูล และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการทดสอบสมมติฐาน สถิติเชิงอ้างอิง ใช้ค่า Multiple Regression Analysis เพื่อหาค่า t-test, F-test ค่า Sig สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) สัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square) และหาค่าการกระจาย ความคลาดเคลื่อน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

¹นักศึกษาคณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ภูมิลาเนาอยู่ในภาคกลาง อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001–20,000 บาท

สมมติฐานในครั้งนี้ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลเชิงบวกซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแห่งนี้อีกครั้ง ได้แก่ ปัจจัยด้าน สิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึง และปัจจัยด้านกิจกรรม โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ตลาดน้ำวัดลำพญา

Abstract

The study entitled “Tourism Component Factor Influencing the Tourists’ Revisit to Lumphaya Floating Market, Bang Len District, Nakorn Pathom Province” investigated tourism factors affected the tourists’ visit at this floating market again. The sample was 400 tourists who used to visit this floating market. The questionnaire was employed for collecting data. It was validated from the experts before being used. The descriptive analysis was used: percentage, mean, and standard deviation. In addition, other statistical analyses were used: Multiple Regression analysis, t-test, F-test, Sig, R-Square, at the level of significance at 0.05.

The findings revealed that, most participants were 31-40 year-female. Their education was bachelor's degree. They got married and lived in the central part of Thailand. Most participants worked for government offices or state-owned companies. The income is 10,001–20,000 baht.

The hypothesis was five factors that influenced the tourists' Revisit to Lumphaya Floating Market, Bang Len District, Nakorn Pathom Province : accommodation, attraction, access, facility, and activity. It showed that attraction, access, and activity were three factors that affected the tourists' Revisit at the level of significance of 0.05.

Keywords : Tourism Component Factor, Revisit, Lumphaya Floating Market

บทนำ

การท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไรที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดการองค์กร และการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ รวมถึงการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่

นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและ จะช่วยให้เกิดงาน อาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวยังเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งการท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศ มาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง โดยผู้อยู่ในท้องถิ่นได้นำประโยชน์จากท้องถิ่น มาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) “นครปฐม” เป็นอู่อารยธรรม สำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ จังหวัดนครปฐม เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีน ซึ่งเป็น พื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง” สภาพภูมิประเทศของจังหวัดนครปฐมโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นที่ราบถึงค่อนข้างราบเรียบ ไม่มีภูเขาและป่าไม้ มีคลอง ธรรมชาติและคลองข่อยที่ขุดขึ้นเพื่อการเกษตรและคมนาคมอยู่มาก และยังมี สถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งในแต่ละอำเภอมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้ วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร ตั้งอยู่อำเภอเมืองนครปฐม พุทธมณฑล (พุทธานุสรณียสถาน) ตั้งอยู่อำเภอพุทธมณฑล พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย ตั้งอยู่ อำเภอนครชัยศรี ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้ สามพราน ตั้งอยู่อำเภอ สามพราน วัดกงลาด ตั้งอยู่อำเภอดอนตูม อุทยานแมลงเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ตั้งอยู่อำเภอกำแพงแสน และตลาดน้ำวัดลำพญา ตั้งอยู่อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2559) ลำพญาคือนามเดิมของหมู่บ้านในครั้งที่การปกครองยังเป็นอำเภอบางปลา มณฑลนครชัยศรี มีประวัติว่าสมัยรัชกาลที่ 5 พระยากรมท่า ทำการขุดคลอง บริเวณท้ายตลาดในปัจจุบัน เพื่อทำการจับจองที่นา ชุมชนแห่งนี้มีชาวบ้านสอง กลุ่ม คือ ปลายสมัยรัชกาลที่ 3 ชาวมอญอพยพมาจากสามโคก ตั้งบ้านเรือนอยู่

ทางแม่น้ำฝั่งตะวันตก ทำการเกษตร ส่วนชุมชนชาวจีนตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันออก ทำการค้าขาย กลายเป็นตลาดริมน้ำที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนภาคกลาง เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์และจากการบอกต่อ และชักชวนให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (ThaiTambon.com, 2558) ตลาดน้ำวัดลำพญาจัดตั้งขึ้นด้วยความร่วมมือของสภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา วัดลำพญา และชาวตำบลลำพญา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและเกษตรกรในท้องถิ่น ให้เป็นแหล่งชุมนุมสินค้าเกษตรกรรม หัตถกรรม และสินค้าพื้นเมือง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาวิถีชีวิตของชาวบ้านสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน โดยปัจจุบันตลาดน้ำวัดลำพญาได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำเปิดให้บริการวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทางตลาดน้ำยังได้จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลายอย่าง เช่น บริการล่องเรือแจวโบราณ บริการล่องเรือไหว้พระและชมวิถีชีวิตชุมชน นอกจากนี้ตลาดน้ำวัดลำพญายังมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิดมากกว่า 300 ร้านค้า ซึ่งเป็นร้านค้าบริเวณ ชุมต่าง ๆ ร้านค้าเรือเช่า ร้านค้าในเรือส่วนตัว ร้านค้าแพขนาดใหญ่ ร้อยละ 80 ของชาวตำบลลำพญาประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้สินค้าส่วนใหญ่ที่วางจำหน่ายในตลาดน้ำวัดลำพญาเป็นสินค้าทางการเกษตร ผักพื้นบ้าน ผลไม้ต่าง ๆ ที่เป็นผลผลิตมาจากสวนที่ชาวบ้านปลูกเอง นอกจากนี้ยังมีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ขนมพื้นบ้าน และเครื่องจักรสาน ฯลฯ โดยการรวมกลุ่มของแม่บ้านตำบลลำพญา มีการผลิตข้าวซ้อมมือ การนวดแผนโบราณ ซึ่งในแต่ละวันจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดลำพญาประมาณวันละ 3,000 คน โดยขึ้นอยู่กับวันหยุดนักขัตฤกษ์ของแต่ละเดือน (Lumphaya, 2554)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความคาดหวังว่า การศึกษาปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จะได้นำผลการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับ ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวส่วนมากที่รู้จักตลาดน้ำลำพญา เพราะได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อชักชวนกัน โดยพูดถึงประสบการณ์ที่น่าสนใจ โดยมีปัจจัยหลายด้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา ทั้งนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมา และนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษา ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยจึงมีความคาดหวังว่า ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยว เกิดการกระจายรายได้ให้กับชุมชน และนักท่องเที่ยวยังมีความประทับใจในการท่องเที่ยวที่ดีอีกด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยใช้จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ศึกษา ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในช่วงเดือนมีนาคม 2561–พฤษภาคม 2561

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจในรายละเอียด
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมาย และรอจนกระทั่งตอบคำถามครบถ้วนซึ่ง ระหว่างนั้นถ้าผู้ตอบมีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม ผู้วิจัยจะตอบข้อสงสัยนั้น
3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ใน วันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของ คำตอบที่ได้รับ
4. จัดหมวดหมู่ข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

139

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยที่ อิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

- 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 263 คน และเป็นชาย 137 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 และ 34.30 อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.00 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70

มีอาชีพ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001–20,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีสถานภาพโสดจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคภาคกลาง จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50

2) ข้อมูลผลการศึกษาปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำ วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ

2.1 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านที่พัก พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านที่พัก พบว่า ที่พักในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทันสมัย มีหลายรูปแบบให้เลือก และราคาที่พักในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีให้เลือกหลายราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ข้อมูลที่พักในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีเพียงพอและที่พักในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2.2 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก สรุปผลการศึกษาในปัจจัยดึงดูด พบว่า อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารพร้อมทานผัก ผลไม้ เครื่องดื่มต่าง ๆ) มีความหลากหลายให้เลือกสรร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การขายของริมแม่น้ำท่าจีนมี

ความน่าสนใจ และวิถีชีวิตชุมชนในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านการเข้าถึง พบว่า ด้านการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 อยู่ในระดับมาก สรุปผลการศึกษาปัจจัย การเข้าถึง พบว่า การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลมีความสะดวกมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ เส้นทางรถไปตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมาก และยานพาหนะหลายประเภทสามารถเข้าถึงตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.63 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.4 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับ ปานกลาง สรุปผลการศึกษาปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ตลาดน้ำ วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีบริการห้องสุขาอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง และตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีระบบรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2.5 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ปัจจัยด้านกิจกรรม ต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับมาก สรุปผลการศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า กิจกรรมที่จัดภายในตลาดน้ำ

วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีระยะเวลาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ กิจกรรมที่จัดตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 อยู่ในระดับมาก และกิจกรรมที่จัดภายในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับมาก ลำดับต่อมาคือ ปัจจัยด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.63 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
การกลับมาเที่ยวซ้ำ	1.56	.282	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านที่พัก	3.15	.798	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูด	3.94	.662	มาก
ปัจจัยด้านการเข้าถึง	2.29	.672	น้อย
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.63	.582	ปานกลาง
ปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ	2.06	.441	น้อย
เฉลี่ย	2.61	.570	ปานกลาง

3) การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 อยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ ท่านตั้งใจจะบอกต่อ

และชักชวนผู้อื่นมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซ้ำในครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การกลับมาเที่ยวซ้ำ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซ้ำในครั้งต่อไป	3.86	.751	มาก
2. ท่านตั้งใจจะบอกต่อและชักชวนผู้อื่นมาเที่ยวตลาดน้ำ วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	3.94	.737	มาก
เฉลี่ย	3.90	.744	มาก

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของปัจจัยทางการท่องเที่ยว 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ

การทดสอบสมมติฐานของปัจจัยทางการท่องเที่ยว 5 ตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ พบว่า ตัวแปรปัจจัยทางการท่องเที่ยว จำนวน 5 ตัวแปร ได้ร้อยละ 41.50 โดยตัวแปรปัจจัยทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ($B = .137$, Sig. = .000) ปัจจัยการเข้าถึง ($B = .050$, Sig. = .003) ปัจจัยด้านกิจกรรม ต่าง ๆ ($B = .145$, Sig. = .000) โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลเชิงบวกและสามารถทำสมการการทำนายการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวจากปัจจัยทางการท่องเที่ยว

ปัจจัยทางการท่องเที่ยว	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ปัจจัยด้านที่พัก	.035	.016	.099	2.151	.032
ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	.137	.019	.321	7.147	.000*
ปัจจัยด้านการเข้าถึง	.050	.017	.120	2.970	.003*
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.056	.027	.116	2.109	.036
ปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ	.145	.036	.226	3.997	.000*

R = .650 R Square = .422 Adj. R Square = .415 S.E. = .215 F = 56.902 Sig. = .000

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” ได้นำผลการศึกษามาพิจารณาประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลการวิเคราะห์ที่ได้จากแบบสอบถาม สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1) ข้อมูลผลการศึกษาปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ

1.1 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านที่พัก พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง สรุปผลการศึกษา พบว่า ที่พักในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ทันสมัย มีหลายรูปแบบให้เลือก และราคาที่พักในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีให้เลือกหลายราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 อยู่ใน ระดับปานกลาง

ข้อมูลที่พักในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีเพียงพอ และที่พักในสะดวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านราคา คือ การกำหนดราคาและแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของอริษา อัยยะศิริ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ พบว่า การตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและชื่อเสียงของที่พัก ส่วนในด้านของราคารักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับราคาที่สมเหตุสมผล สถานบริการแสดงราคาห้องพักชัดเจนและราคาห้องพักมีหลากหลายระดับราคา และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิรุฬห์ ทັນสมัย และสิทธิเดช สิริสุขะ (2559) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศในอำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านที่พัก มีห้องพักให้เลือกหลายระดับ สถานที่ตั้งของที่พักมีความเหมาะสมใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว/แหล่งชุมชน ด้านราคามีการกำหนดราคาที่พักอย่างถูกต้องและชัดเจน เปรียบเทียบราคาห้องพัก/ที่พักถูกกว่าที่อื่น ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมห้องพักได้รับมาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

1.2 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก สรุปผลการศึกษา พบว่า อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารพร้อมทาน ผัก ผลไม้ เครื่องดื่มต่าง ๆ) มีความหลากหลายให้เลือกสรร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก การขายของริมแม่น้ำ

ทำเงินมีความน่าสนใจ และวิถีชีวิตชุมชนในละแวกตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติพร ศรีอารมณ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พบว่า อิทธิพลของปัจจัยสิ่งดึงดูดใจ มี 3 ระดับที่มีค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่ 1.อาหารที่มีรสชาติถูกปาก และอาหารมีความหลากหลาย 2. ความมีน้ำใจและอัธยาศัยดีของคนเชียงใหม่ 3. มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านอาหารนั้นทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสรรอาหารการกินได้ง่ายไม่ซ้ำซากจำเจ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและประทับใจในการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภัตรา ฮวบเจริญ (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในการเลือกชมสินค้าที่หลากหลาย เช่น สินค้า OTOP ของที่ระลึก ผักและผลไม้ประจำฤดูกาล มีสินค้าอาหาร และเครื่องดื่มปลอดสารพิษ เป็นต้น ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอมะเอยีร์ จังหวัดน่าน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ความสวยงามของสถานที่ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และความหลากหลายของสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับมาก

1.3 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านการเข้าถึง พบว่าด้านการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 อยู่ในระดับมาก สรุปผลการศึกษา พบว่าการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลมีความสะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อยู่ใน

ระดับมาก เส้นทางไปตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมาก และยานพาหนะหลายประเภทสามารถเข้าถึงตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.63 อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริเพ็ญดาบเพชร (2559) ศึกษาเรื่อง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวมักจะเลือกเส้นทางการเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและสามารถเดินทางด้วยยานพาหนะได้หลายประเภท ได้แก่ รถยนต์ รถประจำทาง และรถไฟ สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการคือ เส้นทางคมนาคมที่สะดวกทั้งทางน้ำ ทางบก และทางอากาศ มีที่ตั้งสถานี่ขนส่งเป็นหลักแหล่ง สะดวก และเข้าถึงง่าย

1.4 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง สรุปผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 อยู่ในระดับมาก ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีบริการห้องสุขาอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง และตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีระบบรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยา สว่างคง (2558) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว

กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่งนี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ได้แก่ ลาดจอดรถที่เพียงพอ มีห้องน้ำและ ห้องอาบน้ำไว้ให้บริการ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ในขณะที่งานวิจัยของจักรกฤษณ์ แสนพรหม (2556) ศึกษาเรื่อง ความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุในพื้นที่ กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระธาตุบวรารของพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือการติดป้ายแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในอาคาร ที่จอดรถ กับการมีราวจับในห้องน้ำและการมีเก้าอี้แบบนั่งราบสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำอโยธยา เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ความปลอดภัย เส้นทางคมนาคมสะดวก อีกทั้งการบริหารจัดการและมีร้านค้าที่หลากหลายรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจ

1.5 ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ปัจจัยด้านกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับมาก สรุปผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมที่จัดภายในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีระยะเวลาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 อยู่ในระดับมาก กิจกรรมที่จัดตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 อยู่ในระดับมาก และกิจกรรมที่จัดภายในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.36 อยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งกิจกรรมของตลาดน้ำวัดลำพญานั้น คือ

การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านริมแม่น้ำท่าจีน การล่องเรือไหว้พระวัดสำคัญต่าง ๆ เช่น วัดบางปลา วัดบางพระ เป็นต้น และกิจกรรมนวดแผนโบราณ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชุม คงดิษฐ์ และคณะ (2560) ศึกษาเรื่อง รูปแบบและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในบริเวณเกษตรอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระยะเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวคือช่วงเดือนเมษายน ถึงเดือนสิงหาคมของทุกปี โดยกิจกรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ไปพัฒนาตรงกับตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณวิมล ภู่นาค (2558) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา พบว่า ชุมชนมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทั้งหมดเป็นกิจกรรมทางน้ำ ได้แก่ กิจกรรมล่องเรือชมทิวทัศน์ยามค่ำคืน การล่องเรือชมวิถีชีวิต ปลุกป่าชายเลน ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การดำเนินชีวิตร่วมกับธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุถิ เสริฐศรี (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโค่น อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ชุมชนคลองโค่นเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและยังมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น นั่งเรือชมวิถีชีวิต กิจกรรมปลุกป่า เป็นต้น จึงทำให้ชุมชนได้มีการจัดตั้งศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลน และกิจกรรมที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนคลองโค่น

2) การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 อยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ ท่านตั้งใจจะบอกต่อและชักชวนผู้อื่นมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับมาก ท่านตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซ้ำในครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติมา รัตนพงษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่ออธิบายเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1. ด้านการแนะนำต่อคนอื่น 2. ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ แตกต่างกับงานวิจัยของปิยะมาศ ไชยเมืองชื่น (2553) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อำเภอมืองปาน จังหวัดลำปาง พบว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย เกิดความประทับใจพึงพอใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานภาครัฐรวมถึงชาวชุมชนลำพญาควรมีความร่วมมือกันพัฒนาตลาดน้ำลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านที่พัก ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้สามารถที่พักได้หลากหลาย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีสินค้าหลากหลายและได้รับมาตรฐานและคุณภาพ ควรมีราคาที่เหมาะสมที่จะชักจูงนักท่องเที่ยวได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสำคัญ เช่น ห้องน้ำสะอาดมากยิ่งขึ้น ควรมีตู้ถอนเงินอัตโนมัติเพิ่มขึ้นและหลากหลายธนาคาร (ATM) เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว และบริเวณที่รับประทานอาหารในเรือนแพควรมีพัดลมให้กับนักท่องเที่ยวเนื่องจาก

ช่วงเวลากลางวันจะมีอากาศ ร้อนมาก ด้านกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับวิถีชุมชน และควรมีสถานที่หรือสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้ถ่ายภาพคู่เพื่อเป็นที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ด้านที่พักและด้านกิจกรรมในละแวกตลาดน้ำให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อมาพักผ่อนชมวิถีชีวิตชุมชนและมีการทำกิจกรรมควบคู่กัน ระหว่างตลาดน้ำกับชุมชนมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาเรื่องความพร้อมของตลาดน้ำวัดลำพญาในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น การรองรับนักท่องเที่ยว ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และมาตรฐานในการจัดการความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กัลยา สว่างคง. (2558). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ปีที่ 18. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จักรกฤษณ์ แสนพรหม. (2556). ความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุในพื้นที่กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระราชูปถัมภ์ของพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค. สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ฉันทซ์ วรรณณอม. (2552). การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : บริษัทวิรัตน์เอดดูเคชั่น จำกัด. 4 พฤษภาคม 2559

ฐิติพร ศรีอาภรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบพำนักรถในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ฐิติมา รัตนพงษ์. (2558). ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นิยม เจริญศิริ. (2558). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประวัติตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 2560, จาก www.thaitambon.com

ปิยะมาศ ไชยเมืองขึ้น. (2553). การศึกษาการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

- ภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ. (2558). ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยวบัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรรณวิมล ภู่นาค. (2558). ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขานโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิรุฬห์ พันสมัย. (2559). การตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การประชุมวิชาการระดับชาติ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา อำเภอเมืองน่าน. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2559). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. วารสารบริหารธุรกิจ. ภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภัตรา ฮวบเจริญ. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองผดุงกรุงเกษม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 12. ฉบับที่ 2.

สุขุม คงดิษฐ์ และคณะ. (2560). รูปแบบและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในเขตเกษตรอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

สุถี เสริฐศรี. (2557). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการ และการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2559). ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม. สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 2560, จาก www.nakhonpathom.go.th องค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา. “ตลาดน้ำวัดลำพญา.” [http : //www.lumphaya.com/index.php](http://www.lumphaya.com/index.php). สืบค้นวันที่ 10 มีนาคม 2561.

อริษา อัยยะศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา