

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ซึ่งในอดีตการท่องเที่ยวจะแฝงตัวกับการล่าอาณานิคม การเจริญสัมพันธไมตรี การติดต่อค้าขาย ฯลฯ แต่เมื่อความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ พัฒนาขึ้นทำให้ผู้คนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวก เกิดการไหลเวียนของเงินตรา เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่เชื่อมโยงกับธุรกิจอุตสาหกรรมอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง การจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึงการบริการด้านต่างๆ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังช่วยพัฒนาสังคม เมื่อพื้นที่ใดมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น พื้นที่นั้นย่อมมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ นานาประเทศทั่วโลกจึงต่างหันมาให้ความสนใจกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2555)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ สังคม ศิลปวัฒนธรรม โบราณวัตถุ โบราณสถาน ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีการสืบสานต่อเนื่องมายาวนาน มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งการขยายตัวของการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยนำแผนการท่องเที่ยวบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้สมดุลและยั่งยืนบนพื้นฐานของความโดดเด่นและความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเน้นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย นอกจากนี้รัฐบาลยังได้กำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2555 เพื่อให้ได้ตามมาตรฐานสากล ทั้งในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว การบริการรวมถึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :2555)

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นความสนใจที่เกิดขึ้นพร้อมกับความรู้สึกระหว่างที่ต้องการช่วยอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวเริ่มที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น โดยเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ

ต้องการที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวเฉพาะเจาะจงหลายรูปแบบที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงการเกษตร เป็นต้น

กรุงเทพมหานครนับได้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนงานหัตถกรรมท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งได้รับการตอบรับด้านการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างดีมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดน้ำซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ เพราะตลาดน้ำมีความเป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมความเป็นมาและวิถีชีวิตของผู้คนในสมัยก่อนที่ผูกพันกับวิถีชีวิตริมน้ำ ในอดีตตลาดน้ำเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรและสินค้าต่าง ๆ โดยชาวบ้านจะบรรทุกสินค้าลงเรือมาขาย ปัจจุบันการใช้ตลาดน้ำเป็นที่จับจ่ายซื้อของมีเหลือน้อยจนแทบจะเลือนหายไป ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ตลาดน้ำยังคงอยู่และรักษาวิถีชีวิตของชุมชน ถึงแม้ปัจจุบันตลาดน้ำไม่ได้มีความสำคัญเพื่อซื้อขายสินค้าของผู้คนในชุมชนนั้นๆ เหมือนในอดีต แต่ก็ยังมีการดำเนินวิถีชีวิตบางส่วนที่คงเดิมและหลงเหลือไว้ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ของตลาดน้ำ ก็ยังได้รับความนิยมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและยังสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในเขตตลิ่งชันและอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ถึงแม้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่แต่ก็ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดน้ำตลิ่งชันถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้นำเสนอวิถีชีวิตชาวบ้านที่มีมาแต่โบราณ สะท้อนความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นของตลาดน้ำตลิ่งชันต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด นอกจากนี้ยังเป็นการเตรียมความพร้อมใน

การเพิ่มบทบาทของการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจเสรีอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 อีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

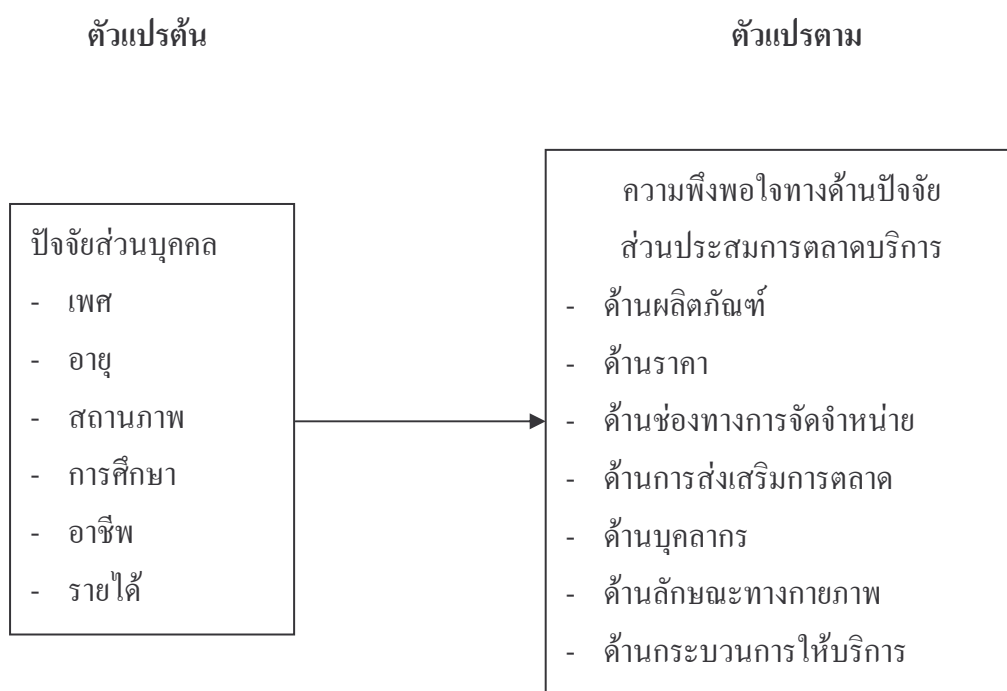
1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน

## 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันให้มีความเหมาะสมและเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุดจากการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. หน่วยงานในระดับท้องถิ่นที่ดูแลตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนหน่วยงานที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในกำหนดกลยุทธ์และวางแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 1.6 ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ในเดือนมกราคม 2556

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในเดือนมกราคม 2556 และเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling Method) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550 :44) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ชุด รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา : มุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

3. ขอบเขตด้านตัวแปร : ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันทางด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

## 1.7 วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 400 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันทางด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน แบ่งเป็นวันละ 50 ชุด รวมจำนวน 8 วัน เฉพาะช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์เท่านั้น ตั้งแต่เวลา 08.00-16.00 น.

4. นำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ

## 1.8 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2555-มีนาคม 2556

ตารางที่ 1.1 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลาในการทำวิจัย (เดือน)					
	1	2	3	4	5	6
ขออนุมัติหัวข้อเรื่องและทำโครงร่างการวิจัย	↔					
สำรวจพื้นที่เพื่อจัดทำแผนที่รายละเอียดเกี่ยวกับการ กลุ่มตัวอย่าง		↔				
สร้างแบบสอบถามและทดสอบแบบสัมภาษณ์			↔			
คัดและฝึกรวมทีมงานภาคสนาม			↔			
รวบรวมข้อมูลภาคสนาม				↔		
จัดเตรียมข้อมูลและประมวลผลข้อมูล					↔	
วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ					↔	
นำเสนอผลงานวิจัยและปรับปรุงแก้ไข						↔
จัดพิมพ์รูปเล่ม						↔

## 1.9 นิยามศัพท์

1. ตลาดน้ำตลิ่งชัน หมายถึง ตลาดน้ำตลิ่งชันที่ตั้งอยู่ในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
2. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ในเดือนมกราคม 2556
3. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้
4. ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้
  - 4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะของตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น ร้านค้า เป็นต้น
  - 4.2 ด้านราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการของการท่องเที่ยว เช่น ราคาของสินค้าที่จำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นต้น

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ที่สามารถจะซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวได้โดยสะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เช่น ท่าเลที่ตั้ง ช่องทางการให้บริการ เป็นต้น

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

4.5 ด้านบุคลากร หมายถึง บุคคลที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น พ่อค้า แม่ค้า ประชาชนในท้องถิ่น เป็นต้น

4.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถสัมผัสได้และสามารถเพิ่มความมั่นใจในการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น สถานที่ บรรยากาศ สภาพแวดล้อม เป็นต้น

4.7 ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการและการปฏิบัติในการให้บริการ เช่น การให้บริการที่รวดเร็ว เป็นต้น