

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ Behavior and needs of tourists travelling to Bang Hua Suea Riverside Market, Samut Prakan

ชนมธิดา ยศปัน^{1*} ไชยลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล² พลุ ชัยเวฬุ³ ปุณิกา แจ่มจรัส⁴

Chontida Yodpun^{1*} Sojiluk Kamonsakdavikul² Phasu Chaivelu³ Punika Chaemchumrus⁴

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

¹Lecturer in Digital Marketing Program, Faculty of Accountancy and Management Science,
Southeast Bangkok University

²ผู้อำนวยการกลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

²Director of Research and Academic Services Department, Southeast Bangkok University

³อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการจัดการ คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

³Lecturer of Management Program, Faculty of Accounting and Management Science,
Southeast Bangkok University

⁴อาจารย์ประจำ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

⁴Lecturer of Faculty of Law, Southeast Bangkok University

*Corresponding author email : Chontida@southeast.ac.th

วันที่รับ : 6 มกราคม 2568

วันที่แก้ไข : 9 เมษายน 2568

วันที่ตอบรับ : 23 พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ จำนวน 400 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า F-test ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจกับกลุ่มเพื่อนประมาณ 2-3 คน เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท และนักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรม / ความต้องการ / นักท่องเที่ยว / ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ

Abstract

This research aimed to: (1) examine the behaviors and needs of tourists visiting Bang Hua Suea Riverside Market, Samut Prakan, and (2) compare the needs of tourists according to different demographic characteristics. The sample consisted of 400 tourists visiting the market. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and F-test.

The findings revealed that most tourists visited Bang Hua Suea Riverside Market for relaxation, typically in groups of 2–3 friends, traveling by private car, visiting for the first time, and spending approximately 1,001–1,500 baht. Overall, tourists' needs were at a moderate level, with variations observed according to different behaviors. Additionally, significant differences in tourists' behaviors and needs were found based on age, marital status, education level, occupation, and monthly income, with statistical significance at the 0.01 and 0.05 levels.

Keywords : Behavior / Want / Tourist / Bang Hua Suea Riverside Market

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศไทยมาเป็นเวลานานทั้งนี้ รูปแบบของการท่องเที่ยวมีด้วยกันหลายรูปแบบ ทั้งเพื่อการพักผ่อน นันทนาการ การศึกษาหาความรู้ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล ซึ่งประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม “การท่องเที่ยวตลาดน้ำ” ถือเป็นกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ หรือนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง เป็นการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นใกล้หรือไกล จะมีการพักผ่อนค้างคืนหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อการเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพเพื่อสนอง

ความต้องการในการพักผ่อนคลายเครียดในชีวิตประจำวัน และตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น อีกทั้งเป็นกระบวนการพัฒนาในการเรียนรู้ สร้างประสบการณ์และวิสัยทัศน์จากการเดินทางท่องเที่ยวได้อีกด้วย (วรรณมน จันทดิษฐ์, 2552)

ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แต่เดิมเป็นทางเดินไปสู่ท่าน้ำ ท่าเรือของชุมชนที่ใช้เดินทางไปในอำเภอมะขาม และอำเภอมะขามเจียม จังหวัดสมุทรปราการ เป็นตลาดน้ำที่ขายอาหารพื้นเมืองในช่วงเย็น ปัจจุบันชุมชนริมน้ำบางหัวเสือ ได้ใช้พื้นที่ส่วนหนึ่งของวัดเป็นตลาดริมน้ำ ที่มีร้านค้าแบบโบราณ มีร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกกระจายกันอยู่ทั่วไปในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหารที่สร้างชื่อเสียงในตำบลบางหัวเสือ ให้เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ขนมครก ขนมจีน แหนมเนือง ปลาแห้ง ไข่เค็ม และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าว ผลลูกมะพร้าว และลูกตีนเป็ด ซึ่งตลาดริมน้ำของชุมชนบางหัวเสือหรือตลาดน้ำในปัจจุบัน เป็นโครงการของเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย โดยความร่วมมือ ร่วมใจของประชาชนในท้องถิ่น ช่วยกันฟื้นฟูกลับมาอีกครั้งในปี พ.ศ. 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวภูมิปัญญา สามารถเพิ่มรายได้และส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชน โดยคนในชุมชนจะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากสวนในชุมชน หรือพื้นที่ใกล้เคียง รวมทั้งอาหารคาวหวาน มาขายในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.00-15.00 น. (เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย สมุทรปราการ, ออนไลน์)

ภายหลังจากการมีโรคระบาดของโควิด-19 เกิดขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวลดลง อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจของประเทศถดถอย เติบโตช้า ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป มีแนวโน้มที่จะเลือกท่องเที่ยวในประเทศก่อนในระยะทางใกล้ ๆ สั้น ๆ ขับรถไป อีกทั้งนิยมท่องเที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน ด้วยเหตุผลด้านความปลอดภัยและการรักษาระยะห่างทางสังคมด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาและการจัดการ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน อันจะส่งผลให้ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตลอดจนกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran; 1977 อ้างใน ชีรวิทย์ เอกกุล, 2543) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์แบ่งออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

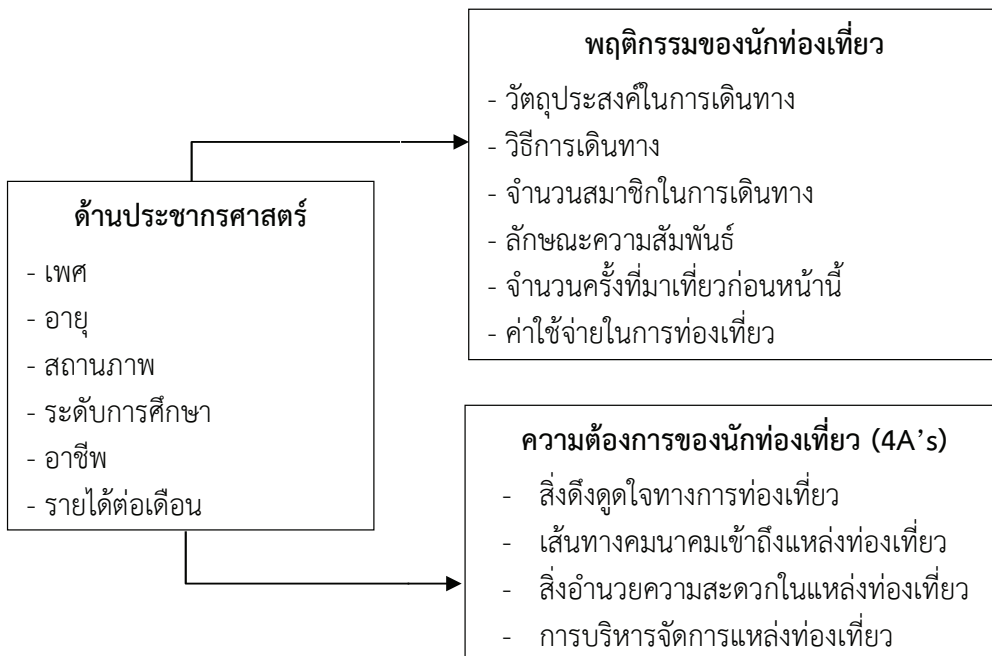
ตัวแปรตาม (Dependent variable) แบ่งออกเป็น

1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ได้แก่วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (ไม่รวมครั้งนี้) และ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้แสดงกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (ไม่รวมครั้งนี้) และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคิร์ท (Likert Scale) ดังนี้

ระดับความต้องการ		ระดับคะแนน
ต้องการมากที่สุด	ให้เท่ากับ	5
ต้องการมาก	ให้เท่ากับ	4
ต้องการปานกลาง	ให้เท่ากับ	3
ต้องการน้อย	ให้เท่ากับ	2
ไม่ต้องการ	ให้เท่ากับ	1

ซึ่งได้นำมากำหนดเป็นเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. (2551))

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความต้องการ อยู่ในระดับ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความต้องการ อยู่ในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความต้องการ อยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความต้องการ อยู่ในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความต้องการ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุง ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาได้ค่าความตรงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่ง พรณี ลีกิจวัฒน์ (2553) กล่าวว่า การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Concurrence: IOC) ข้อคำถามที่ใช้ได้จำเป็นจะต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป หลังจากนั้น นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach, 1970) โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.98

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ จำนวน 400 คน เฉลี่ยวันละ 25 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงแรกเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน - พฤษภาคม พ.ศ. 2566 เวลา 8.00 น. – 14.00 น. และ ช่วงที่สองเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ. 2566 เนื่องจากมีวันหยุดยาว หลายวัน และเป็นช่วงปิดภาคเรียน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentages) เพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ

4. การทดสอบด้วย F-test และ LSD เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือสมุทรปราการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน จำแนกได้ดังนี้

- **เพศ** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 เพศทางเลือก (LGBT) จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และเป็นเพศชาย น้อยที่สุดจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามลำดับ

- **อายุ** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และอายุน้อยกว่า 20 ปี น้อยที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

- **สถานภาพ** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 สมรสแล้ว จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง น้อยที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

- **ระดับการศึกษา** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 ระดับปวส. / อนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ระดับมัธยมปลาย (ม.6) /ปวช. หรือเทียบเท่า จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ระดับต่ำกว่ามัธยมปลาย (ม. 6) จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และสูงกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

- **อาชีพ** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน / ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 เป็นนักเรียน / นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20

ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และเป็นเกษตรกรน้อยที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

- รายได้ต่อเดือน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยที่ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีรายได้เฉลี่ยที่ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท น้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาด ริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ

1) ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ พบว่า

- วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เพื่อเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน-ริมคลอง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 เพื่อรับประทานอาหารพื้นบ้าน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 เพื่อซื้อสินค้าและบริการ จากธรรมชาติ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และวัตถุประสงค์อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.80 ได้แก่ เพื่อการเยี่ยมญาติ พี่-น้อง ที่อาศัยอยู่บริเวณตลาดริมน้ำบางหัวเสือ เป็นต้น

- วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และบริษัทนำเที่ยวพามา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และเดินทางด้วยเรือ เนื่องจาก มีที่พักอยู่บริเวณตลาดริมน้ำ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

- จำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว มากที่สุด 2 – 3 คน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีสมาชิกร่วมเดินทาง 4 – 5 คน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 เดินทางมาคนเดียว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

- ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นลักษณะ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 เดินทางแบบครอบครัว จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 เดินทางมากับแฟน / คนรัก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เดินทาง มากับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และเดินทางมาในลักษณะความสัมพันธ์ อื่น ๆ ได้แก่ เครือญาติ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

- จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ (ซึ่งไม่รวมครั้งนี้) ส่วนใหญ่ไม่เคยมา (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก) จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 เคยมาก่อนหน้านี้ 1 ครั้งแล้ว

จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 เคยมาก่อนหน้านี้ 2 ครั้งแล้ว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และเคยมา 3 ครั้งแล้วจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

- ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และใช้จ่าย 2,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

2) ผลการศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ พบว่า

นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.82) ส่วนด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.91) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.67) และด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.96) นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลางรายละเอียด ดังนี้

- ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.75) จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในราคาย่อมเยา ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.75) และต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.75) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.71) สถานที่ท่องเที่ยวมีการเข้าถึงได้โดยง่าย ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.74) สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.70) และสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.74) นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

- ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.97) จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครและแถบปริมณฑล ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.97) อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพการจราจรสะดวก มีความคล่องตัว ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.98) สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพของถนนที่ได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.97) และลำดับสุดท้ายนักท่องเที่ยวต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 1.06)

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.82) จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ สถานที่ท่องเที่ยวมีบริการร้านขายสินค้าของฝากที่มีความสะอาด สด ใหม่ ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.82) สถานที่ท่องเที่ยวมีร้านอาหาร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.85) สถานที่ท่องเที่ยวมีการแสดงดนตรี การแสดงท้องถิ่น การละเล่น ที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องของการให้สถานที่ท่องเที่ยวมีสถานที่พักผ่อนที่มีมาตรฐาน ให้ความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.94) และต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวมีบริการรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 1.05) นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

- ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.91) จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ สถานที่ท่องเที่ยวมีหน่วยพยาบาลที่ทันสมัย กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.82) และสถานที่ท่องเที่ยวมีการดูแลนักท่องเที่ยวได้รวดเร็ว เมื่อเกิดเหตุร้าย ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวมีธนาคารไว้ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.08) สถานที่ท่องเที่ยวมีตำรวจท่องเที่ยวไว้คอยบริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 1.3) และลำดับสุดท้ายต้องการให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถตอบคำถามของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.06) นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

1) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

- นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ในเรื่องของลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) อีกทั้งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องจำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว, จำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อ 1 คน)

- นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (ไม่รวมครั้งนี้) ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)

- นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (ไม่รวมครั้งนี้)

- นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว (ไม่รวมครั้งนี้) และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อ 1 คน) อีกทั้งมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

2) ผลการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

- นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยภาพรวมและรายด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อีกทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อีกทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

- นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน โดยภาพรวม มีความต้องการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความต้องการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

สรุปผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน / ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว มีสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาด้วย 2 – 3 คน เป็นลักษณะกลุ่มเพื่อน มาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ในทุก ๆ เรื่อง ยกเว้นวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการ โดยภาพรวมและรายด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพแตกต่างกันจะมีความต้องการ โดยภาพรวมแตกต่างกัน และทุกความต้องการด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว, เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว, สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว มีสมาชิกที่ร่วมในการเดินทางมาด้วย 2 – 3 คน เป็นลักษณะกลุ่มเพื่อน มาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือเป็น

ครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของอิสริยาภรณ์ สะอาดเอี่ยม (2562) ศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีสึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีวิธีการเดินทางโดยรถส่วนตัว มีสมาชิกที่ร่วมเดินทาง จำนวน 2-3 คน ซึ่งสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคือเพื่อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทสมน ทองศรี (2563) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นครั้งแรก เดินทางด้วยยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว และเดินทางมากับเพื่อน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุมาศ เสน่หา (2563) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางกล้า จังหวัดสงขลา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีสมาชิกในการร่วมทางมาท่องเที่ยว 2-3 คน กลุ่มคนที่เดินทางมาด้วย คือ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ มีระยะทางที่ใกล้กรุงเทพฯ และเป็นตลาดริมน้ำที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงเดินทางมาเป็นครั้งแรก และมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่า

สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวต้องการให้ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ มีการให้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมร้านขายสินค้าของฝากที่มีความสะอาด สด ใหม่ ให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายไปในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทสมน ทองศรี (2563) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้า โดยมีความหลากหลายของสินค้า ภาพและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทำจากวัสดุธรรมชาติ จำหน่ายสินค้า ตามเทศกาล ฤดูกาลส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยว ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำบางหัวเสือ และเส้นทางคมนาคม สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม เป็นธรรมชาติอยู่แล้ว อีกทั้งนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวสามารถเดินทางได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร รวมถึงกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ก็สามารถเข้าถึงสถานพยาบาล หรือสถานีตำรวจ ไว้คอยบริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ จันทิษฐ์ (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่ง พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ส่วนด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมและความต้องการที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวรพรรณ จันทิษฐ์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า เพศ อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับความต้องการที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศและสถานภาพแตกต่างกัน มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยภาพรวม และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านเส้นทางคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมสน ทองศร (2563) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำ คลองลัดมะยม พบว่าสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้า ปัจจัยด้านการจัดการสถานที่ ปัจจัยด้านวิถีชีวิต ปัจจัยด้านกิจกรรมภายในบริเวณตลาดน้ำ ด้านความปลอดภัย และด้านการอำนวยความสะดวกการจราจร ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาเป็นแนวทางแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์สำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจกับกลุ่มเพื่อน โดยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว ดังนั้น ผู้รับผิดชอบ ดูแลพื้นที่ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ

สมุทรปราการ ควบคุมดูแลและปรับปรุงตลาดริมน้ำบางหัวเสือ ให้ดูสะอาด เรียบร้อย คงความเป็นธรรมชาติและร่มรื่นอยู่เสมอ อีกทั้งควรสร้างที่จอดรถให้เพียงพอ และที่จอดรถควรมีหลังคา หรือมีร่มเงา เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่นักท่องเที่ยวมีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำบางหัวเสือในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น

- ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม เข้าถึงได้โดยง่าย มีความเป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควบคุมดูแล รักษาสภาพภูมิทัศน์ให้คงความสวยงาม คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตลาดน้ำที่มีความโดดเด่นไว้ ควรจัดกิจกรรมการล่องเรือ วิถีชีวิตของคนในชุมชน หรือจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล/วันหยุดยาว และจำหน่ายสินค้า อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการให้มากขึ้น

- ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ มีสภาพการจราจร สะดวก มีความคล่องตัว สภาพของถนนได้มาตรฐาน สามารถเดินทางได้ง่าย สะดวก รวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรจัดทำป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังตลาดริมน้ำบางหัวเสือ ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ดูแลสภาพการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยว ให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่วงวันหยุดยาว หรือมีเทศกาลวันสำคัญ

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ มีบริการร้านขายสินค้าของฝากที่มีความสะอาด สด ใหม่ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพ ราคาเหมาะสม อีกทั้งมีการแสดงดนตรี การแสดงท้องถิ่น การละเล่นที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนารูปแบบการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการร้านค้า ควบคุมดูแลร้านค้า มีความสะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพ รักษามาตรฐานของราคาขายสินค้าให้มีความเหมาะสม รวมถึงมีการจัดกิจกรรม การแสดงต่าง ๆ ไว้คงความเป็นเอกลักษณ์ และน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง

- ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีหน่วยพยาบาลที่ทันสมัย กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน และสถานที่ท่องเที่ยวมีการดูแลนักท่องเที่ยวได้รวดเร็ว เมื่อเกิดเหตุร้าย อยู่ในระดับมาก ดังนั้น

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ ถึงจุดบริการ แจ้งเหตุด่วน เหตุร้ายภายในตลาดริมน้ำบางหัวเสือ ที่เห็นได้ง่าย ชัดเจน อีกทั้งมีสถานที่บริการหน่วยปฐมพยาบาล หรืออุปกรณ์ เครื่องมือในการพยาบาลที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว หรือ อาจจัดการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ผ่านสื่อ Social Media เช่น TikTok, Facebook, YouTube, Instagram อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตลาดริมน้ำบางหัวเสือ สมุทรปราการ มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จารุมาศ เสนหา. (2563). ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางกล้า จังหวัดสงขลา. *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11* (หน้า 490-499). สงขลา: สาขาวิชาการตลาดคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยทักษิณ.
- เทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย. ข้อมูลตลาดริมน้ำบางหัวเสือ. [ออนไลน์] <http://www.poochaosamingprai.go.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2563)
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. สถาบันราชภัฏ อุบลราชธานี.
- ปัทมมน ทองศรี. (2563). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำคลอง ลัดมะยม*. [สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2553). *การวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน เทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. (2551). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น.
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* [ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต], บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อิสริยาภรณ์ สอาดเอี่ยม. (2562). *พฤติกรรมและการรับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัด สมุทรปราการ* [การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3986>