

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
MARKETING MIX FACTORS AFFECTING SATISFACTION ON THAI TOURISTS: A CASE
STUDY OF WAT LAM PHAYA FLOATING MARKET, LAM PHAYA, BANG LEN,
NAKHON PATHOM

ธานินทร์ โมกขพันธ์¹ ผศ.ดร.วรศักดิ์ ทองศิริ²

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข¹

อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข²

ผู้รับผิดชอบบทความ: ntawan@hotmail.com

Tanin. Makapan. ¹ Asst.Prof.Dr.Worasak Thongsiri ²

Student-Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Thongsuk College ¹

Advisor-Master of Business Administration Program Faculty of Business Administration Thongsuk College ²

Corresponding author: ntawan@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 12 มิถุนายน 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 15 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 1 สิงหาคม 2566

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยมีปัจจัยที่ศึกษาคือ 1.) ด้านผลิตภัณฑ์ 2.) ด้านราคา 3.) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4.) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5.) ด้านบุคลากร 6.) ด้านกระบวนการ 7.) ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน สถิติ

ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ใช้บริการได้ดีที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตรงตามสมมุติฐานทุกประการและสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้ประมาณร้อยละ 66.1

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด,ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย,ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

Abstract

Independent study on marketing mix factors affecting the satisfaction of Thai tourists: a case study of Wat Lam Phaya Floating Market, Lam Phaya, Bang Len, Nakhon Pathom. The objective of this study was to study the marketing mix factors affecting the satisfaction of Thai tourists: a case study of Wat Lam Phaya Floating Market, Lam Phaya, Bang Len, Nakhon Pathom. The factors studied were 1) products, 2) prices, 3) distribution channels, 4) marketing promotions, 5) personnel, 6) processes, and 7) physical characteristics by using online questionnaires as a tool to collect data. The sample group was Thai tourists who traveled to Wat Lam Phaya Floating Market, Bang Len, Nakhon Pathom. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient analysis, and multiple regression analysis

The results of the study of marketing mix factors affecting the satisfaction of Thai tourists: a case study: Wat Lam Phaya Floating Market, Lam

Phaya, Bang Len, Nakhon Pathom. Overall was at the highest level. The most variables affecting the satisfaction of Thai tourists: a case study of Wat Lam Phaya Floating Market, Lam Phaya, Bang Len, Nakhon Pathom was the product, followed by the price, the marketing, and the promotion. Process, personnel, distribution channels sales, and physical met every hypothesis and was able to explain the variation of marketing mix factors affecting the satisfaction of Thai tourists: a case study of Wat Lam Phaya Floating Market, Lam Phaya District, Bang Len, Nakhon Pathom about a percentage at 66.1.

Keywords: The marketing mix, the satisfaction of Thai tourists, Wat Lam Phaya Floating Market, Lam Phaya, Bang Len, Nakhon Pathom

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ สังคม ศิลปะวัฒนธรรม โบราณวัตถุ โบราณสถาน ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีการสืบสานอย่างต่อเนื่องยาวนาน มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งการขยายตัวของการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเป็นผลมาจากการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ที่เล็งเห็นถึง

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนา การท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงเกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว: 2561)

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีน เป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ เท่ากับร้อยละ 0.42 ของประเทศ และมีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทาง ถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี (ถนน ปิ่นเกล้า – นครชัยศรี) 51 กิโลเมตรและตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอนครชัยศรี อำเภอพุทธมณฑล อำเภอสามปราชญ์ อำเภอกำแพงแสน อำเภอดอนตูม และอำเภอบางเลน มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางการเกษตร และการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวตลาดน้ำถือเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ถึงแม้ปัจจุบันตลาดน้ำได้มีจุดประสงค์เพื่อซื้อขายสินค้าของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ เหมือนในอดีต แต่ก็ยังมีการดำเนินวิถีชีวิตบางส่วนที่คงเดิมและหลงเหลือไว้ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดน้ำ ซึ่งยัง

สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วย

ตลาดน้ำวัดลำพญา ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ริมน้ำนครชัยศรีหรือที่เรียกว่าแม่น้ำท่าจีน หมู่ 5 ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เดิม “ลำพญา” เป็นชื่อของหมู่บ้านเมื่อครั้งที่ยังเป็นอำเภอบางปลา มณฑลนครชัยศรี ซึ่งเส้นของตลาดน้ำวัดลำพญา คือ ที่ตั้งที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เรือกสวนไร่นาเขียวขจี และบรรยากาศที่ค่อนข้างสงบร่มเย็น เป็นแหล่งรวมผลิตผลทางการเกษตร อาหารไทย คาวหวาน และงานฝีมือพวกผ้าทอ ผ้าเย็บเครื่องจักรสาน ให้เลือกซื้อไปเป็นของฝาก ที่สำคัญสินค้าราคาถูกเมื่อเทียบกับตลาดน้ำหลายๆ แห่ง โดยพืชผักผลไม้ส่วนใหญ่ที่นำมาขายนั้นจะเป็นผลิตผลที่คนในท้องถิ่นนำมาจากเรือกสวนไร่นาของตนเอง ตลาดน้ำวัดลำพญาตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดลำพญา เป็นวัดเก่าแก่ที่สร้างขึ้นราวปี พ.ศ. 2400 และอยู่คู่กับชุมชนมานานกว่า 100 ปี และได้รับการบูรณะเป็นอย่างดี บรรยากาศภายในวัดสวยงามสงบ ร่มเย็น ภายในวัดมีหลวงพ่อมงคลมณีนิมิต พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลงพอกปูนและปิดทองทับที่เป็นที่เคารพนับถือของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำนิยมมากราบสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้ที่วัดลำพญายังมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดลำพญา เป็นศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ตำบลลำพญา ซึ่งเป็นอาคารทรงไทยใต้ถุนสูง สร้างติดแม่น้ำท่าจีนอยู่ภายในบริเวณวัด เปิดให้เข้าชมครั้งแรกในปี 2543 ชั้นล่างจัดแสดงเรือพื้นบ้านต่าง ๆ เครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตร อาทิ เครื่องสีข้าว คันไถ รูปปั้นควายจำลอง ส่วนชั้นบนจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ โดยของที่จัดแสดงได้มาจากการ

บริจาคของชาวบ้านและผู้มีจิตศรัทธา พิพิธภัณฑ์
แห่งนี้เปิดเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และ
วันหยุดราชการ เช่นเดียวกันกับตลาดน้ำวัดลำพญา
นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางน้ำที่ทางวัดมีให้บริการ
คือ เรือล่องแม่น้ำท่าจีน โดยมีเรือและเส้นทางให้
เลือกตามความพอใจ เช่น เรือแจวโบราณ ออกจาก
หน้าวัดลำพญาไปนมัสการศาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็น
เส้นทางธรรมชาติ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา
ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา และปัจจัยด้านส่วน
ประสมทางการตลาด เพื่อทราบถึงความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทาง
การตลาด ของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการ
พัฒนาการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ให้กับตลาดน้ำ
วัดลำพญาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่
ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้
แบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อเป็น
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับกลุ่ม
ตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ โดยมีวิธีการเก็บ
รวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แจกแบบสอบถาม และชี้แจงพร้อม
อธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องให้

ผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงชี้แจงให้ทราบถึง
วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้

2. เก็บรวบรวมข้อมูลจาก
แบบสอบถามด้วยตนเอง เดือนมีนาคม 2565 เป็น
ต้นไป

3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบดู
ความถูกต้องและนับจำนวนให้เท่ากับจำนวนกลุ่ม
ตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ กรณีแบบสอบถามไม่
ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการแจก
แบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์
ตามวิธีการทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
คอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for
Windows ซึ่งดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูล
ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการแจกแจง
ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ
(Percentage) โดยบรรยายประกอบตาราง

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล
เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา
ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
โดยหาค่าสถิติพื้นฐานด้วยค่าความถี่ (Frequency)
ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยมี
ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)
โดยผู้ศึกษาใช้มาตราวัด 5 ระดับ ซึ่งแปลผลคะแนน
เฉลี่ย แปลความหมายตามช่วงของค่าเฉลี่ย (ปราณ
ปรียา นพคุณ.2561: 28)

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูล
เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน

จังหวัดนครปฐม โดยหาค่าสถิติพื้นฐานด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยผู้ศึกษาใช้มาตราวัด 5 ระดับ ซึ่งแปลผลคะแนนเฉลี่ย แปลความหมายตามช่วงของค่าเฉลี่ย (ปราณปรียา นพคุณ.2561: 28)

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฤทธิ์เจตน์ รินแก้ว กาญจน์. 2561: 146) ดังนี้

สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) (ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. 2561: 146)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม คือ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistics) (วิจิตร บุญแล. 2563: 138)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) (น้ำลิน เทียมแก้ว. 2561: 58) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (People) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน

จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) รองลงมา คือ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) และการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา โดยการวิเคราะห์ค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.680 และสามารถอธิบายความผันแปรของการศึกษาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 66.1 ($R^2 = 0.661$)

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการ

ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รณกร สุริยมงคล (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) รองลงมา คือ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) และการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญจมาศ สีหนาม, ศักดิ์สิทธิ์ ดวงกรมนา และอริวัฒน์ จงภักกลาง (2561) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลวังชัย อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ในด้านความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลวังชัย อำเภอน้ำพอง จังหวัด

ขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลวังชัย อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่นในแต่ละด้าน พบว่าด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วและตรงต่อเวลา อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ใช้บริการได้ดีที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตรงตามสมมติฐานทุกประการและสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้ประมาณร้อยละ 66.1

1. ข้อเสนอแนะจากผู้ศึกษา

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความเป็นเอกลักษณ์และสื่อถึงตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ควรส่งเสริมการขายสินค้าจากท้องถิ่น ที่ผลิตโดยสมาชิกชุมชนโดยรอบตลาดน้ำวัดลำพญา เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพ สร้าง

รายได้ และส่งเสริมเอกลักษณ์สินค้าของตลาดน้ำวัดลำพญา รองลงมา คือ คุณภาพสินค้านำมาจำหน่าย สินค้าเกษตรกรรมเป็นสินค้าที่ชาวบ้านเก็บมาขายที่สดใหม่และมีรางวัลการันตีความอร่อยในสินค้าแปรรูป

1.2 ด้านราคา คือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูกกว่าตลาดน้ำแห่งอื่นๆ เพราะชาวบ้านในชุมชนนำสินค้ามาขายเองไม่ต้องเดินทางไกล ลดต้นทุนราคาสินค้าจึงถูกเพราะไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง รองลงมา คือ สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความเหมาะสม ควรควบคุมราคาสินค้าที่จำหน่ายภายในตลาดน้ำวัดลำพญาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีตัวเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้ให้บริการมากที่สุด

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาจังหวัดนครปฐม ควรมีป้ายบอกเส้นทางการเดินทางมายังตลาดน้ำวัดลำพญาอย่างเพียงพอ เพื่อสะดวกต่อผู้ให้บริการ รองลงมา คือ ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่ไม่ไกลสามารถเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับได้ เพราะอยู่ใกล้กรุงเทพ พุทธมณฑล สาย 5 เดินทางสะดวกโดยรถยนต์ เรือ จากตลาดน้ำห้วยถึงตลาดน้ำลำพญา

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากตัวแปรที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด มีทั้งหมด 7 ด้าน ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ เพิ่มเติมเพื่อเป็นการขยายผลการศึกษาต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาความคาดหวังในการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน

จังหวัดนครปฐม เพิ่มเติม เพื่อนำมาปรับปรุง
พัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว.(2561).แผนยุทธศาสตร์

พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 .

กรมการท่องเที่ยว.

น้ำลีน เทียมแก้ว.(2561).การศึกษาความพึงพอใจต่อ

คุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปี

การศึกษา 2560. รายงานวิชาการสำนัก

วิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เบญจมาศ สีหานามและคณะ.(2561).ความพึงพอใจ

ของประชาชนต่อการให้บริการของ

องค์การบริหารส่วนตำบลวังชัย อำเภอน้ำ

พอง จังหวัดขอนแก่น. งานวิจัยหลักสูตร

ปริญญารัฐศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัย

มหาเมฆราชวิทยาลัย.

ปราณปรียา นพคุณ.(2561).ปัจจัยทางการตลาด

ท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศ

ไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. สารนิพนธ์

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รณกร สุริยมงคล.(2563).ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจ

บริการท่องเที่ยวรูปแบบพัคทัวร์ ของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. สารนิพนธ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

กรุงเทพ.

ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์.(2561).ปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการ

ให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ

ผู้ใช้บริการคลินิกแพทย์แผนจีนหัวเฉียว

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย

สยาม.

วิจิตร บุญแล.(2563). แนวทางการพัฒนาการ

สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ

จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยพะเยา.