

การท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี
ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย

The Opinions of Tourists and Entrepreneurs
on the Rangsit Floating Market in Patumtani

ตระกูล จิตวัฒนากร¹ บังอร โกศลปริญญานันท์² และนพรัตน์ น้อยเจริญ^{2*}

Trakun Jittawattanakon¹ Bungorn Kosonparinyananta² and Nopparat Nayjarean^{2*}

¹ คณบดีคณะศิลปศาสตร์² อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

พหลโยธิน 52 ถนนพหลโยธิน แขวงคลองจั่น เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

*Corresponding author, E-mail: nopparat.no@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทยด้านการอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพ สินค้าและราคา ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่มีต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี คณะวิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 200 คน และผู้ประกอบการค้า จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย รวมทุกด้าน ในภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D.=0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวก มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D.=0.41) และตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ รวมทุกด้าน ในภาพรวม มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D.=0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านคุณภาพสินค้าและราคา มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D.=0.26) สำหรับผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่มีต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพสินค้าและราคา และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียงด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ผลกระทบ การท่องเที่ยว ตลาดน้ำเมืองรังสิต

Abstract

The purpose of this research is to study the tourism problems related to facilities, quality, goods, price information about customer service, atmosphere, environment and compare the opinions of tourists to entrepreneurs at Rangsit Floating Market in Patumtani. The sample for this research is 200 tourists who visit the floating market and 100 entrepreneurs that are selected using Convenience Sampling. The statistical analysis is by average, t-test and content analysis. The results of this research show there were many tourism related problems at Rangsit Floating Market ($\bar{X} = 4.42$, S.D.=0.20). Facilities were found to cause the most problems ($\bar{X} = 4.49$, S.D.=0.41). The entrepreneurs from all fields, also agreed that there were many problems ($\bar{X} = 4.45$, S.D.=0.20). It was found that quality and price were the cause of most problems ($\bar{X} = 4.48$, S.D.=0.26). Furthermore, the results of the comparison of opinions between tourists and entrepreneurs showed little difference. Considering various factors, it was found that facilities, quality, price and information about customer service were not very different. However, atmosphere and environment were significantly different at 0.05.

Keywords: the problems, tourism, and floating Market in Rangsit

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย กำลังถูกจับตามองจากหลายประเทศทั้งในยุโรป และ เอเชีย กระแสการเติบโตก้าวหน้าของการท่องเที่ยวไทย อาจกล่าวได้ว่ามีลักษณะก้าวกระโดดทั้งนี้ จะ สังเกตเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยว ที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนเพิ่มขึ้น ไม่เพียงเท่านั้น การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลยังมีส่วนผลักดันให้มีการ จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาขึ้นเป็นการเฉพาะรับผิดชอบ ด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวของ ประเทศจึงมีความชัดเจนมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

นอกจากนี้ผลจากการสัมมนาระดมความคิด เกี่ยวกับ การให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของทวีปเอเชีย มีข้อสรุปตรงกันว่าต้องเริ่มต้นจากการ ขจัดปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม การค้าขายที่ตั้งราคาไม่เป็นธรรม การหลอกลวง

ข่มขู่นักท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจากต่างประเทศ การเชื่อมโยงภายในประเทศ และการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ความจริงแล้วข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับแนวโน้มของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่พบว่า บรรดานักท่องเที่ยวจำนวนมากเริ่มหันไปให้ความสนใจกับ ธรรมชาติ และสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวชนบทที่อยู่กับธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น และตลาดน้ำ ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับความนิยมของนักท่องเที่ยวดังกล่าวเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

ตลาดน้ำถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร เป็นภาพสะท้อนการดำเนินชีวิตแบบไทย ที่มีความผูกพันกับแม่น้ำลำคลอง ตลาดน้ำจึงเป็นภาพจำลองชีวิตของคนไทยในอดีตที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเที่ยวชมอย่างต่อเนื่องเป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ มี

ลักษณะเฉพาะต่างจากตลาดประเภทอื่นๆ กล่าวคือ เป็นตัวแทนของสังคมไทยที่อุดมสมบูรณ์ มีการสัญจรไปมาใช้เส้นทางน้ำเป็นทางคมนาคม และมีเรือใหญ่น้อยมากมายหลายชนิดเป็นพาหนะขณะที่การติดต่อระหว่างกันในชุมชนใช้สะพานเล็กใหญ่เชื่อมต่อกัน รวมทั้งมีการสร้างสะพานข้ามลำน้ำเชื่อมบ้านเรือนและร้านค้าสองฝั่งน้ำให้สัมพันธ์กัน ประชาชนมีชีวิตอย่างสงบเรียบง่ายตามครรลองของธรรมชาติที่มีสายน้ำเป็นตัวกำหนด มีการผลิตเพื่อการกินอยู่และใช้สอยภายในครอบครัว (จุฑาทิพย์ วัฒนธรรมนันท, 2551)

ตลาดน้ำเมืองรังสิต ตั้งอยู่ริมคลองรังสิต คลอง 1 ถนนรังสิต-นครนายก อำเภอธัญบุรี ห่างจากศูนย์การค้าฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต เพียง 1 กิโลเมตร ที่ตลาดน้ำมีทั้งหมด 11 แผงด้วยกัน และแต่ละแผงได้ตั้งชื่อแผงเป็นดอกบัวพันธุ์ต่าง ๆ อาทิ ปทุมมา บุษบาริก เป็นต้น มีทั้งหมด 11 แผงด้วยกัน (สำนักงานเทศบาลนครรังสิต, 2556)

แพที่ 1-2 จัดแสดงนิทรรศการการบอกเล่าเรื่องราวตั้งแต่อดีต ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งคลองรังสิตประจวบคฤกษิ์

แพที่ 3 จัดจำหน่ายสินค้าโอท็อป จากชุมชนในเขตเทศบาลเมืองรังสิต อาทิ น้ำมันมะพร้าว ขี้ผึ้งสมุนไพร

แพที่ 4-10 จำหน่ายอาหารคาวหวานมากมาย โดยเฉพาะกล้วยเรือเมืองรังสิตที่ขึ้นชื่อมานาน และ

แพที่ 11 เป็นการบริการนวดแผนไทย โดยกลุ่มแม่บ้านในเขตเทศบาลเมืองรังสิตที่ได้ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี

เมื่อกล่าวถึงตลาดน้ำต่างๆ (floating market) ตลาดน้ำที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในปัจจุบันมักจะมีผู้กล่าวถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ (จุฑาทิพย์

วัฒนธรรมนันท, 2551) แต่ในขณะที่เดียวกันตลาดน้ำรังสิต จังหวัดปทุมธานี ได้เปิดตัว เมื่อปี พ.ศ. 2551 กลับเป็นที่ไม่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนักทั้งที่การเดินทางสะดวก ซึ่งในช่วงแรกๆ ที่เปิดตัว มีนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก นับจากวันนั้นถึงวันนี้บรรยากาศเปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก บรรยากาศค่อนข้างเงียบเหงาพอสมควร ร้านค้าเงียบไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเหมือนช่วงแรกที่เปิดใหม่ สิ่งก่อสร้างค่อนข้างทรุดโทรม

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทยด้านการอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพ สินค้าและราคา ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร และ ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่มีต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี และผู้ประกอบการ คือ

ผู้ประกอบการค้าในเรือทั้งหมด กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี คณะวิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ได้ตัวอย่าง จำนวน 200 คน และผู้ประกอบการค้า ทำการสุ่มกลุ่ม ตัวอย่างแบบการสุ่มแบบชั้นภูมิ จำนวน 100 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ในรอบปีที่ผ่านมา

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการอำนวยความสะดวก 2) ด้านคุณภาพสินค้าและราคา 3) ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร และ 4) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) ของ Phillip Kotler (1997) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด และเป็นค่าเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ร้านค้า ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างให้ตอบแบบสอบถาม

2. ทำการเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการร้านค้า ด้วยตนเอง โดยการสอบถาม และเก็บคืนทันที ได้รับแบบ จำนวน 300 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งเป็นข้อมูลที่สมบูรณ์ทุกฉบับ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการบรรยายข้อมูล และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการบรรยายข้อมูลและนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ใช้การทดสอบค่าที (t-test)

4. ผลการวิจัย

การศึกษาผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย มีผลสรุปดังตารางที่ 1-4

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องในสถานที่ต่าง ๆ ในรอบปีที่ผ่านมา

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	111	37.00
หญิง	189	63.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	24	8.00
20-29 ปี	65	21.67
30-39 ปี	89	29.67
40-49 ปี	99	33.00
50 ปีขึ้นไป	23	7.67
อาชีพ		
เกษตรกร	11	3.67
รับจ้างทั่วไป	25	8.33
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	128	42.67
พนักงานบริษัท	43	14.33
รับราชการ	34	11.33
รัฐวิสาหกิจ	33	11.00
นักเรียน/นักศึกษา	26	8.67
สถานภาพสมรส		
โสด	146	48.67
สมรส	139	46.33
อยู่ร้าง	15	5.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	18	6.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	68	22.67
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	37	12.33
อนุปริญญา/ปวส.	85	28.33
ปริญญาตรี	70	23.33
สูงกว่าปริญญาตรี	22	7.33
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	21	7.00
10,000-15,000 บาท	63	21.00
15,001-20,000 บาท	68	22.67

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
20,001-25,000 บาท	74	24.67
25,001-30,000 บาท	43	14.33
มากกว่า 30,000 บาท	31	10.33
ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องในสถานที่ต่าง ๆ ในรอบปีที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 5 ครั้ง	176	58.67
5- 10 ครั้ง	72	24.00
มากกว่า 10 ครั้ง	52	17.33

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 300 คน พบว่า มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.00 มีอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มากที่สุด ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.67 สถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่ยังโสด คิดเป็นร้อยละ 48.67 มีระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.33 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.67 ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องในสถานที่ต่าง ๆ มากกว่าครึ่งตอบว่าน้อยกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.67

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย

สภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการอำนวยความสะดวก	4.49	0.41	มาก
2. ด้านคุณภาพสินค้าและราคา	4.45	0.23	มาก
3. ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร	4.44	0.34	มาก
4. ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	4.30	0.37	มาก
รวม	4.42	0.20	มาก

จากตารางที่ 2 ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย รวมทุกด้าน ในภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.42,

S.D.=0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวก มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.49, S.D.=0.41) รองลงมาได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้าและราคา มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D.=0.23) และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44, S.D.=0.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย

สภาพปัญหาที่กระทบต่อการ ท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานี	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
1. ด้านการอำนวยความสะดวก	4.50	0.39	มาก
2. ด้านคุณภาพสินค้าและราคา	4.48	0.26	มาก
3. ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร	4.44	0.31	มาก
4. ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	4.37	0.34	มาก
รวม	4.45	0.20	มาก

จากตารางที่ 3 ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย รวมทุกด้าน ในภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D.=0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านคุณภาพสินค้าและราคา มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.48, S.D.=0.26) รองลงมาได้แก่ ด้านการอำนวยความสะดวก มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D.=0.23) และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44, S.D.=0.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่มีต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย

สภาพปัญหา	นักท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการ		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ด้านการอำนวยความสะดวก	4.49	0.41	4.50	0.39	0.292	298	0.565
2. ด้านคุณภาพสินค้าและราคา	4.45	0.23	4.48	0.26	0.975	298	0.185
3. ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร	4.44	0.34	4.44	0.31	0.041	298	0.071
4. ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	4.30	0.37	4.37	0.34	1.475	298	0.041*
รวม	4.42	0.20	4.45	0.20	1.049	298	0.496

จากตารางที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่มีต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพสินค้า

และราคา และ ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียงด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การอภิปรายผล

ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย ในภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวก มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้าและราคา มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย ในภาพรวมมีผลกระทบอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านคุณภาพสินค้าและราคา มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ด้านการอำนวยความสะดวก มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีผลกระทบอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรณีการ์ ดันดิวนิช (2550) ได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาและเปรียบเทียบสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นสอดคล้องกันต่อสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในภาพรวมระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า และราคา และด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกันต่อสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร โดยนักท่องเที่ยวมีความเห็นในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการมีความเห็นในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัครพร ลือทองศักดิ์ (2552) ได้ทำการศึกษาปัญหาและ

อุปสรรคทางการตลาดของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง และปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่มีต่อผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเมืองรังสิต จังหวัดปทุมธานีตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไทย ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพสินค้าและราคา และ ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียงด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกรณีการ์ ดันดิวนิช (2550) ได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาและเปรียบเทียบสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านคุณภาพสินค้าและราคา และด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกัน

6. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี 2553. <http://www.etatjournal.com/web/etat->

- journal/2011/2011-apr-jun/319 situation-travel-2010 เข้าถึงเมื่อ 8 กันยายน 2556.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กรณีการ์ ดันตวนิช. (2550). ศึกษาสภาพปัญหาและเปรียบเทียบสภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ. ชลบุรี: สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- จุฑาทิพย์ วัฒนะธรรมนนท์. (2551). การรับรู้ข่าวสารและประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: สถาบันการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพื่องฟ้าปิ่นดั่ง.
- อัศพร ลือทองศักดิ์. (2552) การศึกษาปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดของตลาดน้ำดำเนินสะดวก. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

Phillip Kotler. (1997). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.