



พฤติกรรมกรรทอ่งเท่ยวเซ่งเสรมสุภภของประชชน  
นการทอ่งเท่ยวตลادن้าวัดล้าพญา อ้าเภอบางเลน

จ้งหวัดนครปฐม

โดย

ศรرسูข นาคะเสนรีย

ลขสัทรฐัฒหาวรทยาลัฒเทคโนโลยรราชมงคลรัฒนโกสอรนทร

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

ส่นบสนุนงบประมาณโดย

มหาวรทยาลัฒเทคโนโลยรราชมงคลรัฒนโกสอรนทร

ประจ้าปีงบประมาณ 2554



**Health Promotion Tourism Behavior of people in  
Lamphaya Floating Market, Banglen District  
Nakhon Pathom Province**

**by**

**Sirisuk Nakasaney**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

Granted by

**Rajamangala University of Technology Rattanakosin**

**Fiscal year 2011**

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก คณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้การสนับสนุนเงินงบประมาณในการวิจัย และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณนางเอกหญิง เนาวรัตน์ นาคะเสนีย์ ที่ให้คำแนะนำในการจัดทำทศด้อย ภาษาอังกฤษ และขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้รายงานการวิจัยเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ และหวังว่าการวิจัยคงจะมีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยตามสมควร

ศิริสุข นาคะเสนีย์

กันยายน 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RD 0117/2554

ชื่อโครงการ : พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยว  
ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ชื่อนักวิจัย : นางสาวศิริสุข นาคะเสนีย์

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่น 0.9609 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบ และรู้จักตลาดน้ำวัดลำพญา จากสื่อบุคคล มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มาเที่ยวกับครอบครัว วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และเลือกซื้อสินค้าและบริการ กิจกรรมที่ทำในขณะที่มาเที่ยวตลาดน้ำ คือ เลือกซื้อ/รับประทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร และพักผ่อนไม่ปลอดสารพิษ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 600 บาท และจะกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอีก

3. ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก

---

E-mail Address : sirisuk\_naka@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : ตุลาคม 2553 - กันยายน 2554

## Abstract

**Code of project** : RD 0117/2554

**Project name** : **Health Promotion Tourism Behavior of people in Lamphaya Floating Market, Banglen District Nakhon Pathom Province**

**Researcher name** : Miss Sirisuk Nakasaney

The purposes of this research were to study health promotion tourism behavior of people and factors that affected the health promotion tourism behavior of people in Lamphaya Floating Market, Banglen District, Nakhon Pathom Province. The sample of 200 tourists who were selected by convenience sampling method.

The instrument used for collecting data was questionnaires which had reliability 0.9609. Data were analyzed by using the percentage, mean and standard deviation.

The research findings were as follows:

1. Most of samples were female, aged between 21-30 years old, lower than undergraduates, working in companies and had income lower than or equal to 10,000 baht per month.

2. Most of samples knew Lamphaya Floating Market through personal media. They occasionally came to the market by cars with their families. The main purposes of the traveling were to relax and buy products and services. The most activities were buying or eating herbal food, beverage and toxin-free vegetable and fruit. They spent more than 600 baht and tended to come back again.

3. The factors of products and services, prices, places and market promotion affected the health tourism behavior of people in Lamphaya Floating Market at much level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์  
Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

---

**E-mail Address** : sirisuk\_naka@hotmail.com

**Period of project** : October 2010 - September 2011

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	15
วัดลำพญาและตลาดน้ำวัดลำพญา.....	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	35

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	
วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
4	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ ประชาชนในตลาคน้ำวัดคำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	41
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ ประชาชนในตลาคน้ำวัดคำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	45
5	
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	49
สรุปผลการวิจัย.....	49
อภิปรายผล.....	49
ข้อเสนอแนะ.....	52
บรรณานุกรม.....	53
ภาคผนวก.....	57
ประวัติผู้วิจัย.....	64

All rights reserved

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	38
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	39
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	39
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	40
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	40
6 จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวทราบและรู้จัก ตลาดน้ำวัดลำพญา.....	41
7 จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่อเดือน	41
8 จำนวนและร้อยละของวิธีการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา.....	42
9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา.....	42
10 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ วัดลำพญา.....	43
11 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมที่ทำให้ขึ้นมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา.....	43
12 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา.....	44
13 จำนวนและร้อยละของการกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา.....	44
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว เพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา.....	45
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีอิทธิพล ต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา.....	46
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา.....	46
17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา.....	47
18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา.....	48



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ อยู่ในอันดับต้นๆ ทำให้ประชาชนในชุมชนมีงานทำ มีรายได้ สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้เป็นอย่างดี และมีส่วนช่วยในการสร้างความเจริญ และพัฒนาชุมชนอีกด้วย

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 2.53 แสนล้านบาท ในปี พ.ศ. 2542 เพิ่มขึ้นเป็น 5.10 แสนล้านบาทในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ ร้อยละ 10.07 และการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2553 นี้ มีอัตราเพิ่มขึ้นที่ดูสดใสคือ เพิ่มขึ้นมาร้อยละ 13.70 และเกือบครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นใจของนักท่องเที่ยว คาดว่าจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.72 แสนล้านบาท ทั้งนี้ จากความพยายามในการดำเนินการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จะทำให้มีการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น (ข้อมูลจาก [www.thainews.psr.d.go.th](http://www.thainews.psr.d.go.th)) ขณะเดียวกันการส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศมีการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ก็มีเพิ่มขึ้น โดยมีหน่วยงานหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำโครงการณรงค์เที่ยวไทยครีกครั้ง เศรษฐกิจไทยคึกคัก “12 เดือน 7 ดาว 9 ตะวัน มหัศจรรย์เมืองไทยต้องไปสัมผัส” เป็นต้น ซึ่งทำให้ประชาชนสนใจท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จังหวัดนครปฐมนับว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ในใกล้กรุงเทพมหานคร มีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทที่สวยงามไม่แพ้จังหวัดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านี้เป็นที่รู้จักและยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจอีกแห่งหนึ่งก็คือ ตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งเป็นตลาดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา โดยตลาดน้ำวัดลำพญาแห่งนี้ริเริ่มโดยสภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา ร่วมกับวัดลำพญา เป็นแห่งรวมพืชผักผลไม้ผลผลิตทางการเกษตร เช่น เครื่องจักสาน ฝ้ายทอ และอาหารต่างๆ หน้าวัดยังมีปลานานาชนิด นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อน โดยมีบริการนวดแผนไทย มีบริการเรือล่องแม่น้ำท่าจีนอีกหลายประเภท เช่น เรือแจวโบราณ เรือลาก และเรือกระแซง เป็นต้น ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่ตลาดน้ำวัดลำพญา มีไว้บริการประชาชนนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการ

เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนแห่งนี้แล้ว และยังถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจท่ามกลางธรรมชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสดชื่น เป็นการเพิ่มพูนกำลังให้มีความสมบูรณ์แข็งแรงมากยิ่งขึ้น จึงจัดได้ว่าการท่องเที่ยวในตลาดน้ำวัดลำพญา เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยแท้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชน ตลอดจนมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์ชุมชนแห่งนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และยังเป็นส่งเสริมสุขภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

### ปัญหานำการวิจัย

1. ประชาชนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างไร
2. มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง  
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ มีประมาณวันละ 2,000 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 จำนวน 200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้จะครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

### 3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้อต่อเดือน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and service) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัด  
ลำพญา เพื่อซื้อสินค้า และหรือใช้บริการกิจกรรมต่างๆ อันเป็นการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่ และการส่งเสริม  
การตลาด

ผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง รูปแบบของสินค้าและการให้บริการที่มีในตลาดน้ำซึ่ง  
ประชาชนที่มาท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อ และหรือเลือกใช้บริการ ได้แก่ ผักและผลไม้ปลอดสารพิษ  
อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน นวดแผนไทย นวดหน้า  
นวดเท้า ประคบ/อบสมุนไพร การนั่งเรือชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน/การทำบุญไหว้พระ การ  
ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ซึ่งมีคุณภาพ มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน มีความหลากหลาย มีรูปแบบ  
สวยงาม และมีรสชาติดี/อร่อย

ราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าและหรืออัตราค่าใช้บริการของกิจกรรมต่างๆ ในการ  
เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ซึ่งมีความเหมาะสมกับปริมาณ คุณภาพ และมีป้ายบอกราคาของสินค้า  
และบริการอย่างชัดเจน

สถานที่ หมายถึง ที่ตั้งของตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งมีความเหมาะสม สะดวกในการเดินทาง มี  
การแบ่งประเภทสินค้าและบริการอย่างชัดเจน และจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ มีที่จอดรถอย่าง  
เพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน มีการดูแลรักษาความสะอาด และมีบรรยากาศ/  
สภาพแวดล้อมที่ดี

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ตลาดน้ำมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และดำเนินจัด  
กิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนที่มาท่องเที่ยว โดยมีการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ผู้ชาย/พนักงานมีอัธยาศัยดี มีความรู้ และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

ประชาชน หมายถึง ประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเลือกซื้อสินค้า และหรือบริการ เพื่อพักผ่อนคลายเครียด เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ทำให้ประชาชนที่มาท่องเที่ยวเกิดความสดชื่น เป็นการเพิ่มพูนกำลังให้มีความสมบูรณ์แข็งแรง และมีสุขภาพดีขึ้น

### ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชน ในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
3. เป็นแนวทางในการพัฒนา หรือปรับปรุงการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์ชุมชนแห่งนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร วัฒนธรรม และส่งเสริมสุขภาพของประชาชนอย่างยั่งยืนต่อไป

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา ทำให้เกิดคุณค่าและเป็นการส่งเสริมบทบาทของตลาดน้ำวัดลำพญาในฐานะที่เป็นแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. เป็นการสร้างคุณค่าและเพิ่มศักยภาพให้แก่ชุมชน โดยการร่วมกันศึกษา ค้นคว้า สิ่งที่เป็นประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน และร่วมกันเผยแพร่ภูมิปัญญาของท้องถิ่นอีกด้วย

### แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เนื่องจากเป็นชุมชนซึ่งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัย ในการสร้างเครือข่ายในการจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำท่าจีน การให้ความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนลำพญา เป็นต้น

2. จังหวัดนครปฐม ในการวางแผนจัดรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพให้กับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย เช่น ผู้สูงอายุ เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ สุขภาพร่างกายให้เข้มแข็ง และยังเป็น การส่งเสริมการใช้เวลาว่างได้อย่างเหมาะสม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. ตลาดน้ำวัดลำพญา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อารัญ บุญชัย และจินตนา ต้นศราวิพุธ (อ้างถึง ใน ลลิตา ขุนทอง, 2550) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงาม สงบงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีชีพลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล และสามารถกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

วรรณ วรขำนิช (อ้างถึงใน นิถุมน คำเอี่ยม, 2553) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ในปัจจุบันนิยมกันมากในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ โดยมีหลักสำคัญ คือ

1. สถานที่นั้นควรมีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม รมรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษต่าง ๆ
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย

3. มีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิต ที่พร้อมจะช่วยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา

4. มีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัย โดยจัดแบ่งเวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจ

5. มีแพทย์และพยาบาลคอยดูแล และพร้อมที่จะปฏิบัติการได้ทันที

6. นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ ความรู้ ประสบการณ์ด้านต่างๆ ความประทับใจพร้อมที่จะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

ลลิตา ขุนทอง (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางไปยังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ และเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน

วารัชต์ มัชฌมบุรุษ (2552) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้ บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ผสมผสานการดูแลสุขภาพร่างกาย จิตใจ รวมถึงสุขภาพการรับประทาน เนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ เพราะสภาพแวดล้อมในปัจจุบันอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่เสื่อมโทรม มลพิษ ความเครียดจากการทำงานหรือเคร่งเครียดในด้านอื่นๆ ทำให้สุขภาพร่างกายและจิตใจถดถอยเสื่อมโทรมลง (<http://scratchpad.exteen.com/20071218/health-tourism>, สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2553)

สุรเกียรติ์ อาชานานุภาพ (2545) ได้กล่าวถึง การสร้างเสริมหรือส่งเสริมสุขภาพ (health promotion) สรุปได้ว่า การที่แพทย์และบุคลากรสาธารณสุข ให้ความรู้แก่ประชาชนให้รู้จักป้องกันโรคและมีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง เช่น ออกกำลังกาย กินอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ หลีกเลี่ยงสิ่งเสพติดให้โทษ มีสุขนิสัยที่ดี นั้น การสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน จะต้องเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชน และความร่วมมือระหว่างภาคีทุกส่วนของสังคม ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ 5 ประการ คือ การสร้างนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพทั้งทางด้านกายภาพและทางด้านสังคม การส่งเสริมให้ชุมชนรวมตัวกันทำกิจกรรมอย่างแข็งขัน การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ของบุคคลแต่ละคนให้

สามารถสร้างสุขภาพของตนเอง และการปรับเปลี่ยนบทบาทของระบบบริการและบุคลากร สาธารณสุขให้หันมาสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแนวใหม่

สุวัฒน์ จูชากรณ์ และ จริญญา เจริญสุกใส (2544) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการ ท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ เป็นการสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ การปรับ และเพิ่มมูลค่าการค้าและบริการของประเทศ การเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการ กระจายรายได้และการจ้างงาน

2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นการสร้างสันติภาพให้แก่โลก ช่วยฟื้นฟูและ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทำให้ประชาชนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ส่งเสริมให้ ประชาชนมีสุขภาพจิตที่ดี ช่วยให้ประชาชนรู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และเสริมสร้าง พื้นฐานของสังคมที่ดี

3. ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ อยู่ในสภาพที่ดี มีการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและ ธรรมชาติในท้องถิ่นให้น่าอยู่มากขึ้น รวมทั้งออกมาตรการต่างๆ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

## 2. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สมฤดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ และคณะ (อ้างถึงใน สถิตดา ขุนทอง, 2550) ได้แบ่งประเภท ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยแบ่งตามคุณประโยชน์หลักที่ลูกค้าต้องการ ดังนี้

1. บริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด เช่น นวดบำบัด วารีบำบัด สุวคนธบำบัด และการบำบัดด้วยเสียง

2. บริการที่บำรุงรักษาสุขภาพ เช่น การตรวจสุขภาพ นวดบำบัด วารีบำบัด สุวคนธบำบัด การบำบัดด้วยอาหาร การบำบัดด้วยเสียง การบำบัดทางจิตใจ และการบำบัดทาง การแพทย์อื่นๆ

3. บริการที่บำรุงรักษาเพื่อเสริมความงาม เช่น การดูแลรักษาหน้า การบำบัด ร่างกาย และการเสริมสวย

ปัทมา ตันติเวชกุล (อ้างถึงใน นิถมน คำเอี่ยม, 2553) ได้แบ่งประเภทของการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและ ความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ ท่องเที่ยวที่สวายนามให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อน หย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวมและ นอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสุวคนธบำบัด และวารี



บำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีคัดคน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธ ศาสน์ การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและ พักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการ รักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย (Health Tourism in Thailand) ได้แบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่รวมเอาการบำบัดรักษาโรค หรือฟื้นฟูสุขภาพเข้าไว้กับการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการทำฟัน การ ผ่าตัดเสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล

2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปใน แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักในโรงแรม หรือรีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริม สุขภาพที่สถานที่นั้นๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการสுகนธบำบัด (Aroma Therapy) บริการ อาบน้ำแร่ (Spa) การอบสมุนไพรไทย (<http://scratchpad.exteen.com/20071218/health-tourism> , สืบค้น 28 ตุลาคม 2553)

### 3. รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สุวรรณ จุฑากรณ์ และ จริญญา เจริญสุขใส (2544 : 124) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของ นักท่องเที่ยว โดยแบ่งตามลักษณะสุขภาพของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อการรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย เนื่องจากคำรักษาพยาบาลภายในประเทศไทยที่ ถูกกว่าต่างประเทศและประเทศไทยมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญและมีฝีมือ

2. การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรือการอยู่ในระยะพักฟื้น โดยนักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สดใสดอาหารเพื่อสุขภาพ และการ ออกกำลังกายอย่างเบาๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ

3. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่คืออยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การ ท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ย่ำแย่ โดยการหันมา

ออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ ไทเก๊ก การพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติมากขึ้น การอาบน้ำแร่ การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

วารินทร์ มัชฌมบุรุษ (2552) ได้กล่าวถึง รูปแบบการท่องเที่ยวผ่านทางองค์การท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบหลักๆ คือ

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวฟาร์มกระชวย การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

ปัทิตตา ตันติเวชกุล (อ้างถึงใน นิถมน คำเอี่ยม, 2553) ได้กล่าวถึง รูปแบบกิจกรรมการให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่บรรจุไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มีดังนี้

1. การนวดแผนไทย เป็นวิธีบำบัดรักษาโรคของไทยที่มีมานาน เพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย ฟกช้ำ ด้วยการสัมผัสจับต้องหรือกดบริเวณที่เจ็บ เริ่มจากการนวดตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือบุคคลในครอบครัว และกระจายไปยังชุมชน หรือแม้แต่ในค่ายมวย ซึ่งมักเกิดอุบัติเหตุจากการต่อสู้ เช่น ไหล่หลุด เคล็ด ขัดขอก มีการบำบัดขั้นต้นด้วยการกด จับ ดัด ดึง เพื่อให้เข้าที่ ทำให้เรียนรู้สืบทอดกันมาและพัฒนาเป็นท่าต่างๆ ประโยชน์ของการนวดแผนไทย คือ ทำให้ระบบหมุนเวียนของโลหิตดี สุขภาพแข็งแรง ทำให้การเคลื่อนไหวของสรีระคล่องแคล่วอย่างธรรมชาติ บรรเทาโรคและอาการปวดต่างๆ ของข้อต่อและกล้ามเนื้อ และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและถ่ายทอดความเอื้ออาทรต่อผู้ถูกนวด อีกด้วย

2. การนวดเท้า เนื่องจากอวัยวะส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับบริเวณส้นเท้า และกระจายไปยังปลายเท้า การนวดเท้าแบบไทยจึงมีวิธีการนวดและการกดจุดบนเท้า ซึ่งมีผลที่อวัยวะอื่นๆ ที่อยู่ไกลได้ การนวดเท้าโดยรวมเพื่อกระตุ้นเส้นสายให้ลมเดินสะดวก โดยเริ่มจากฝ่าเท้า หลังเท้า แล้วไปที่ขา ประโยชน์ของการนวดเท้า คือ ส่งเสริมสุขภาพโดยกระตุ้นการไหลเวียน

ของโลหิต น้ำเหลือง และการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกายให้ทำงานสมดุล ป้องกันโรค  
ท้องผูก หืด ปวดหัว ใจ เกรียด ไมเกรน และยังส่งผลดีต่อสุขภาพจิต รู้สึกสบายลดความตึงเครียด

3. การอบ/ประคบสมุนไพร เป็นกระบวนการและวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพ  
และการบำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ด้วยกรรมวิธีอบไอน้ำผสมกลิ่นหอมจากพืช  
สมุนไพร มีทั้งแบบอบแห้ง เรียกว่า เซาน่า โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา และการอบเปียก  
โดยใช้หม้อต้มสมุนไพรที่มีท่อส่งไอน้ำเข้าไปภายในห้องอบ และกรรมวิธีประคบร้อนจากพืช  
สมุนไพร โดยการนำสมุนไพรสดเช่น หัวไพล ขมิ้นอ้อย ตะไคร้ ผิวมะกรูด ฯลฯ ห่อใส่ผ้ารวมกัน  
โดยวิธีหนึ่งให้ร้อนเพื่อให้เกิดน้ำมันหอมระเหยเป็นสารในการออกฤทธิ์ เมื่อผสมกับความร้อน  
ด้วยตัวยาสมุนไพรจะซึมผ่านผิวหนังด้วยการประคบสัมผัสไปตามบริเวณที่ต้องการ ประโยชน์  
ของการอบ/ประคบสมุนไพร คือ ช่วยให้การไหลเวียนของโลหิตดีขึ้น ทำให้ร่างกายสดชื่น  
ผิวพรรณเปล่งปลั่ง

4. สูดดมบำบัด เป็นกระบวนการและวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพและการ  
บำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ด้วยกลิ่นหอม จากน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากพืชสมุนไพร  
และกลิ่นหอมที่ได้มาจากสัตว์ ในการใช้สูดดมบำบัดมีอยู่ 3 วิธี คือ 1) การสูดดมโดยตรง โดยนำ  
น้ำมันหอมระเหยหยดบนสำลีหรือกระดาษทิชชู หรือสูดดมไอรระเหยจากน้ำมันหอมระเหยที่หลด  
ลงในเตาต้มน้ำร้อน กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยจะช่วยบำบัดอาการต่างๆ ตามแต่ชนิดของ  
น้ำมันหอมระเหย 2) การผสมน้ำ โดยการเติมน้ำมันหอมระเหยลงในอ่างอาบน้ำ กลิ่นหอมของ  
น้ำมันหอมระเหยนี้จะเข้าสู่ร่างกายได้ 2 ทาง คือการสูดดมกลิ่นจากน้ำ หรือการแทรกซึมเข้าทาง  
ผิวหนัง จะช่วยผ่อนคลายอารมณ์และจิตใจ 3) การใช้กับผิวหนังโดยตรง ด้วยการทาน้ำมันหอม  
ระเหยบนผิวหนังแล้วนวดด้วยมือเปล่าถูไปมาด้วยน้ำหนักที่สม่ำเสมอ จะช่วยคลายเครียดและ  
ลดความปวดเมื่อยได้

5. การบริการอาบน้ำแร่ เป็นแหล่งน้ำแร่ที่พบในรูปของน้ำพุร้อน หรือบ่อน้ำร้อน  
เนื่องจากน้ำแร่มีคุณค่าทางการบำบัดรักษาและส่งเสริมสุขภาพ โดยการอาบน้ำ หรือดื่ม ในประเทศ  
ไทยยังไม่ได้มีการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทันสมัยเท่าที่ควร  
เหมือนในต่างประเทศ

6. วารีบำบัด เป็นกิจกรรมสร้างเสริมและบำบัดรักษาสุขภาพโดยวิธีการสร้าง  
ความสมบูรณ์แข็งแรงและเพิ่มสมรรถภาพที่ดีของร่างกาย ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การออกกำลังกาย  
ในน้ำ การอาบน้ำร้อนน้ำเย็นสลับกัน ประโยชน์ของวารีบำบัด คือ ช่วยสร้างเสริมและบำบัดรักษา  
สุขภาพได้ ช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อได้เร็วขึ้น ทำให้ร่างกายเกิดความกระปรี้กระเปร่าขึ้น ช่วยสร้าง  
ภูมิคุ้มกันต้านต่อโรคต่างๆ ช่วยปรับฮอร์โมน และช่วยผ่อนคลายของระบบประสาทที่มีอาการตึง  
เครียดได้

7. การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีตัดตน เป็นวิธีการที่ทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวที่เหมาะสม เกิดการใช้พลังงานขับเหงื่อออกมา โดยมีความสัมพันธ์กับส่วนต่างๆ ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นกระดูกข้อต่อ กล้ามเนื้อ และอวัยวะภายในต่างๆ ของร่างกาย การตัดตนยังอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างท่าทางการเคลื่อนไหวกับการหายใจเป็นหลักสำคัญ จึงต้องมีการนั่งสมาธิด้วย จะช่วยให้จิตใจสงบคลายเครียด ประโยชน์ของการฝึกกายบริหารท่าฤๅษีตัดตน คือ ช่วยให้เกิดความเคลื่อนไหวตามธรรมชาติของแขนขาหรือข้อต่อต่างๆ รวมทั้งฝึกลมหายใจเข้าออกอย่างลึกๆ และช้าๆ การใช้สมาธิร่วมจะช่วยยกระดับจิตใจให้พ้นอารมณ์ขุ่นมัว หงุดหงิด เพิ่มประสิทธิภาพของการหายใจ ทำให้โลหิตมีการหมุนเวียน เลือดลมเดินได้สะดวก และเป็นการต่อต้านโรคร้าย บำรุงรักษาสุขภาพให้มีอายุยืนยาว

8. การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่รุ่มร้อน งดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขึ้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ มีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน ศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก ทำให้เกิดความมั่นคงทางอารมณ์ มีภูมิคุ้มกันโรคทางจิต เสริมสุขภาพกาย ใช้แก้ไขโรคได้ ทำให้มีจิตใจผ่องใส เบิกบาน ผิพรรณ สุขภาพกายดี เป็นภูมิต้านทานโรคได้ด้วย

9. การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เป็นการนำสมุนไพรมาปรุงเป็นอาหารและเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกายและจิตใจในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากพืชสมุนไพรมีสารอาหารที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของร่างกายอยู่ครบถ้วน ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน เกลือแร่ กรดอินทรีย์ วิตามิน และน้ำย่อย เป็นต้น การรับประทานอาหารตามธาตุจะเป็นประโยชน์ต่อร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยธาตุ 4 คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ ธาตุทั้ง 4 นี้ต้องมีความสมดุลกัน จะทำให้สุขภาพเป็นปกติ ไม่เจ็บป่วย

10. การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม เป็นการนำสารสกัดจากธรรมชาติและสมุนไพรมาใช้ในการผลิตเครื่องสำอางเพื่อลดอันตรายและการแพ้สารสังเคราะห์ เพราะปัจจุบันนี้มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงขึ้น และสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในสถานบริการที่พักแรมได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งตามลักษณะสุขภาพของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลภายในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญและมีฝีมือ

2. การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรือการอยู่ในระยะพักฟื้น โดยนักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สดใส อาหารเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายอย่างเบาๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานบริการในลักษณะนี้ ได้แก่ ชิวาครม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเอง ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ย่ำแย่ในปัจจุบัน โดยการหันมาออกกำลังกายที่ถูกต้อง การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ ไทเก๊ก การพักผ่อนในที่อากาศบริสุทธิ์ใกล้ธรรมชาติมากขึ้น รวมทั้งการอาบน้ำแร่ การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งประเทศไทยมีสถานให้บริการและสินค้าที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เช่น การนวดแผนโบราณที่วัดโพธิ์ การนั่งสมาธิที่สวนโมกขดาราม เป็นต้น (<http://cyberclass.msu.ac.th/cyberclass> , สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2553)

รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปถึง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ว่า มีรูปแบบการจัดโปรแกรมทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย ดังนี้

1. ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้ที่มีความสามารถ เปรียบเทียบวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่นๆ ของโลก

2. ทัวร์อาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์โรงวัฒนธรรมทางด้านอาหารสมุนไพร ไร่พืชที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสน์/ฝึกโยคะ/ฝึกกายบริหารท่าฤาษีตัดตน และชมการผลิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3. ทัวร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่ม ชมรมสมาคม และผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้าน โดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรุป รวบรวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่มชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4. ทัวร์เกษตรธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร่ปุ๋ย ไร่ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษา พบปะสนทนาและพูดคุยกับนักวิชาการพื้นบ้าน เกษตรกรกรมไทย

5. ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ที่มีอยู่ในจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักในโรงแรมและรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่นั้น

6. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยสดงดงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7. ทัวร์แหล่งธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินทางป่าสมุนไพรหรือขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลายในสถานที่พักแรมประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการได้

(<http://www.thaitravelhealth.com>, สืบค้น 28 ตุลาคม 2553)

#### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นิตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2546: 11) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผล การใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

อคุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550: 5) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย

นอกจากนี้ อคุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550: 3) ยังได้กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาด สรุปได้ว่า พฤติกรรมบุคคลในการซื้อสินค้าจะเริ่มตั้งแต่การ

ตัดสินใจโดยรวมได้แก่ ชื่อหรือไม่ ชื่ออะไร ทำไม อย่างไร เมื่อไร ที่ไหน มากเท่าใด บ่อยครั้งเท่าใด และนานเท่าใด ในการบริโภคและใช้สินค้ามีวิธีการตัดสินใจมา การใช้ และการทิ้งเมื่อใช้เสร็จ สิ่งที่บริษัทเสนอขาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม และความคิดเห็น ส่วนผู้ตัดสินใจได้แก่ ผู้รวบรวมข่าวสาร ผู้มีอิทธิพล ผู้ตรวจอนุมัติ ผู้ซื้อและผู้ใช้ สำหรับช่วงเวลา ได้แก่ ชั่วโมง วัน สัปดาห์ เดือน และปี

### แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ คลยา จาตุรงค์กุล (2550:24) ได้กล่าวถึงการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ในฐานะที่เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลบซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลบซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจแบบเต็มรูปแบบ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนหีบห่อ และป้ายฉลาก ก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดุดตาอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อ ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

2. ราคา (Pricing) ราคาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงการประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงพยายามที่จะลดต้นทุนการซื้อ และเสนอขายในราคาที่ไม่แพง และใช้ลักษณะอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place-Channel of Distribution) การนำเสนอและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อระดับการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค นอกจากนี้ ประเภทของช่องทางการจำหน่ายสินค้าก่อให้เกิดอิทธิพลต่อภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ในสายตาผู้บริโภคด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion-Marketing Communication) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจผู้บริโภคให้รู้ว่า สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไข ปัญหา และส่งมอบคุณค่าให้ได้มากกว่าสินค้าของกลุ่มคู่แข่ง ดังนั้นเมื่อได้ข่าวสารหลังการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

สิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2547: 12-16) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจทั่วไป ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) แต่ถ้าเป็นธุรกิจบริการ จะมีส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้น คือ พนักงาน (people) กระบวนการให้บริการ (process) และสิ่งต่างๆ ภายในสำนักงาน (physical evidence) โดยมีรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

P ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ (product) ได้แก่ สินค้าและบริการ ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการนั้น มีทั้งที่จับต้องได้ และไม่สามารถจับต้องได้ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ การรับประกัน คุณภาพผลิตภัณฑ์ และอาจรวมถึงบริการเสริมด้วย

P ที่ 2 ราคา (price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ โดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ การกำหนดราคารานั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระดับที่ธุรกิจยังคงมีกำไร และลูกค้าสามารถซื้อได้

P ที่ 3 การจัดจำหน่าย (place) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจ และที่ตั้งของลูกค้า

P ที่ 4 การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่นๆ ของสินค้าและบริการ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยการประสมประสานส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรงและการใช้พนักงานขาย

P ที่ 5 พนักงาน (people) หมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของกิจการโดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ด้านทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การทักทายลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ



P ที่ 6 กระบวนการ (process) หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด

P ที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน (physical evidence) หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ภายในสำนักงาน ฯลฯ ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบที่เหมาะสมกับลักษณะของบริษัท ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของกิจการจากสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากเมื่อลูกค้าติดต่อบริษัท ลูกค้าจะมองไปรอบๆ ตัว บริษัทใดมีการตกแต่งสถานที่ได้อย่างเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น

นอกจากนี้ สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547: 69) ยังได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยเริ่มจากสิ่งกระตุ้น ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ สินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด นักการตลาดต้องออกแบบและพัฒนาเพื่อกระตุ้นและจูงใจผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ด้วยการนำเสนอสิ่งที่ตรงกับความชอบ ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่ไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง และวัฒนธรรม สิ่งกระตุ้นอื่นๆ นี้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคว่า จะซื้ออะไร ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อเท่าไร เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มาเป็นแนวทางในการวิจัย

## วัดลำพญา และตลาดน้ำวัดลำพญา

### 1. ประวัติวัดลำพญา

วัดลำพญา เดิมชื่อ ลำพระยา ซึ่งเป็นนามเดิมของหมู่บ้านในครั้งที่การปกครองยังเป็นอำเภอบางปลา มณฑลนครชัยศรี มีประวัติเล่ากันว่า สมัยรัชกาลที่ 5 พระยากรมท่าทำการขุดคลองบริเวณท้ายตลาดในปัจจุบัน เพื่อทำการจับจองที่นา ชุมชนแห่งนี้มีชาวบ้านสองกลุ่มคือ ปลายรัชกาลที่ 3 ชาวมอญอพยพมาจากสามโคก ตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งแม่น้ำด้านตะวันตก ทำ

การเกษตร และชาวจีนซึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำทำการค้าขาย กลายเป็นตลาดริมน้ำ จนเมื่อครั้งหนึ่งได้มีพระยาจากพระนครลงเรือมาบวชกันเต็มลำเรือที่วัดในชุมชนแห่งนี้ จึงกลายเป็นตำนานแห่งลำพระยา ชุมชนเล็กๆ ริมน้ำอันสงบร่มเย็นอยู่ทางตอนใต้ของอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในปัจจุบัน

วัดลำพญาเป็นศาสนสถานอันเก่าแก่ ถือกำเนิดในราวปี พ.ศ. 2400 (เศษ) กลุ่มชนแห่งนี้มาช้านานนับ 100 ปี มีการบูรณะและพัฒนาให้สวยงามสงบร่มเย็นท่ามกลางหมู่แมกไม้ใหญ่หน้อย นานาพันธุ์ริมแม่น้ำนครชัยศรี(ท่าจีน) เป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ อันได้แก่ หลวงพ่อมงคลมาลานิมิตร ซึ่งเป็นที่สักการบูชา และเคารพนับถือของพุทธศาสนิกชนเป็นจำนวนมาก เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลง ปอกปูนและปิดทองทับไว้ มีงานนมัสการในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 4 ถึง ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 รวม 3 วัน เป็นประจำทุกปี

## 2. ตลาดน้ำวัดลำพญา

ตลาดน้ำวัดลำพญา เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ โดยเดินทางมาจากพุทธมณฑล ศูนย์กลางพระพุทธศาสนา เป็นระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตร ตลาดแห่งนี้ริเริ่มโดยสภาวัฒนธรรมตำบลลำพญาร่วมกับวัดลำพญา เป็นตลาดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม นักท่องเที่ยวจะได้พบกับวัดลำพญา พุทธสถานอันร่มรื่นด้วยแมกไม้นานาพันธุ์ที่สวยงาม บรรยากาศสงบร่มเย็น และนมัสการหลวงพ่อมงคลมาลานิมิตร พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองในอุโบสถ ร่วมถวายสังฆทานเพื่อความเป็นสิริมงคล พร้อมกับเลือกชมสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นบริเวณซุ้มที่เรียงรายรอบวัด หรือจะพักผ่อนชมสวนไพรโบราณ และซื้อข้าวซ้อมมือภูมิปัญญาไทยของชาวบ้านที่ควรสนับสนุน หรือจะย้อนรอยวิถีชีวิตชุมชนด้วยการชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน และศึกษาค้นคว้าสิ่งท้องถิ่นกับศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน

เมื่อเข้าสู่บริเวณริมน้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา นักท่องเที่ยวจะได้พบกับเรือสินค้าที่ชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรหลากชนิด มาจำหน่ายด้วยราคาข่อมเยา ทั้งสดและสะอาด พร้อมด้วยแพอาหารคาว หวาน ที่ทอดด้วยาวเรียงรายในแม่น้ำถึง 11 แพ เป็นระยะทางประมาณ 200 เมตร สามารถเลือกรับประทานอาหารได้หลากหลายตามความต้องการ หรือจะนั่งพักผ่อนชมบรรยากาศริมน้ำให้อาหารปลาธรรมชาตินับแสนตัวบริเวณหน้าวัด ซึ่งเป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงความสะอาดและบริสุทธิ์ของธรรมชาติโดยแท้จริง ตลาดน้ำวัดลำพญาเป็นแหล่งอารยธรรมความรุ่งเรืองของกิจกรรมบนสายน้ำร่องรอยวิถีไทยในอดีต และบรรยากาศชนบท ที่ยังคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ ควบคู่ไปกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ชวนให้น่าศึกษาและเก็บเกี่ยวประสบการณ์บนสายน้ำร่วมกัน

ตลาดน้ำวัดลำพญามีกิจกรรมเสริมพิเศษ โดยการล่องเรือ ล่องแพ แลสายน้ำ ตามลำนำนิราศสุนทรภู่ มีเรือพญาท่าจีนล่องลำน้ำชมธรรมชาติ ไปแวะนมัสการหลวงพ่อเป็น อดีตเกจิ

อาจารย์ชื่อดังแห่งวัดบางพระ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งชมทิวทัศน์สองฝั่งแม่น้ำท่าจีน ชมวัดสุข  
วัฒนาราม ที่มีพิพิธภัณฑสถาน และนมัสการพระศรีอริยะเมตไตรย หรือเส้นทางสายวัดบางภาษี  
ชมพันธุ์ไม้อันร่มรื่นและสัตว์เลี้ยงแสนรู้

เส้นทางเดินเรือและล่องแพ มีดังนี้

1. เรือพญาท่าจีน จากตลาดน้ำวัดลำพญา-วัดบางพระ รอบแรกเวลา 11.30 น.  
รอบสองเวลา 12.30 น และรอบสามเวลา 14.00 น. ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 70 บาท เด็ก 30 บาท
2. เรือกระแซง จากตลาดน้ำวัดลำพญา-วัดบางปลา รอบแรกเวลา 12.00 น และ  
รอบสองเวลา 15.00 น. ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 70 บาท เด็ก 30 บาท
3. แพลากง จากตลาดน้ำวัดลำพญา-วัดสุขวัฒนาราม รอบแรกเวลา 10.00 น.  
รอบสองเวลา 12.30 น. และรอบสามเวลา 14.30 น. ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 60 บาท เด็ก 20 บาท
4. แพลากง จากตลาดน้ำวัดลำพญา-วัดบางภาษี รอบแรกเวลา 11.00 น. รอบ  
สองเวลา 13.30 น. และรอบสามเวลา 15.30 น. ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 60 บาท เด็ก 20 บาท
5. เรือแจวโบราณ จากตลาดน้ำวัดลำพญา-ศาลเจ้าอาม่า บริการตลอดทั้งวัน  
ค่าบริการ คนละ 25 บาท

การเดินทางมายังตลาดน้ำวัดลำพญา สามารถใช้เส้นทางได้หลายเส้นทาง ดังนี้

รถยนต์ส่วนตัว จากกรุงเทพมหานคร

1. เส้นทาง สายปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ขับตรงไปจนถึงสะพานลอยเข้าสู่ศาลายา เลี้ยว  
ขวาขึ้นสะพานและขับตรงไปผ่านมหาวิทยาลัยมหิดล เลี้ยวซ้ายผ่านหน้าที่ว่าการอำเภอพุทธมณฑล  
ถึงสถานีตำรวจพุทธมณฑลแล้วให้เลี้ยวขวาขับตรงไปอีกประมาณ 24 กิโลเมตร ก็จะพบวัดลำพญาอยู่  
ทางซ้ายมือ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 45 นาที
2. เส้นทาง สายบางบัวทอง ขับตรงไปประมาณ 10 กิโลเมตร ให้สังเกตป้ายเข้าสู่  
อำเภอบางเลนด้านซ้ายมือ แล้วเลี้ยวซ้ายตรงไปอีกประมาณ 20 กิโลเมตร จะพบทางแยกซ้ายมืออีกครั้ง  
ก่อนข้ามสะพานแม่น้ำท่าจีน ให้เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 9 กิโลเมตร ก็จะพบวัดลำพญาอยู่ทางขวามือ
3. เส้นทาง สายตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี ผ่านสามแยกไทรน้อย เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนน  
ปทุมธานี-บางเลน มุ่งตรงเข้าอำเภอบางเลนอีกประมาณ 10 กิโลเมตร ก็จะพบวัดลำพญา
4. เส้นทางสายศาลายา-นครชัยศรี เลี้ยวขวาเข้าถนนศาลายา-บางภาษี ถึงกิโลเมตร  
21 ให้เลี้ยวขวาตรงไปถึงกิโลเมตร 23 จะพบทางเข้าวัดลำพญา

รถยนต์ส่วนตัว จากจังหวัดนครปฐม สามารถใช้เส้นทางถนนเพชรเกษมที่มุ่งสู่  
สำนักงานเขตหนองแขม เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ผ่านหน้ามหาวิทยาลัยมหิดล เลี้ยว  
ซ้ายผ่านที่ว่าการอำเภอพุทธมณฑลไปอีก 25 กิโลเมตร ถึงจะถึงวัดลำพญา

สำหรับรถโดยสารประจำทางให้ใช้บริการ สายกรุงเทพฯ-นครปฐม โดยให้มาลงที่ ตลาดตัวเมืองนครปฐม แล้วขึ้นรถสองแถวสายนครปฐม-ลำพญา หรือสายลำพญา-วัดทุ่งน้อย ก็ได้ นอกจากนี้ยังมีรถตู้ สายพาด้า-บางเลน ซึ่งจอดให้บริการอยู่หน้าภัตตาคารกุ่มหลวง สาขาปิ่นเกล้า ให้บริการตั้งแต่เวลา 6.30-19.00 น. จะให้บริการทุก 30 นาที

ตลาดน้ำวัดลำพญา เปิดให้บริการวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 8.00-17.00 น.

(<http://www.yourhealthyguide.com/travel/tc-taladnam-lamphaya.htm>, สืบค้น 2 พฤศจิกายน 2553 และเอกสารประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำวัดลำพญา)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทวิศักดิ์ ทิพยมหิงษ์(2544) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านอายุ รายได้ อาชีพ และภูมิภานา ปัจจัยด้านจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยว ของที่ระลึกที่ชอบในแหล่งท่องเที่ยว และพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องสถานที่พัก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และสินค้าที่ระลึก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ระบบจราจร สถานที่จอดรถ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและราคาอาหาร และการทำงานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านจังหวัดที่ไปท่องเที่ยว ของที่ระลึก และผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยว

มณีวรรณ ศิวนิม (2545) ได้ทำวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ พบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกพัฒนามาจากตลาดขายของทางน้ำของชาวบ้านในชุมชนและจังหวัดใกล้เคียง ไปสู่การเป็นตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเวลาประมาณ 30 ปี เริ่มจากมีนักท่องเที่ยวเข้าไปพบแล้วบอกกันต่อๆ ไป ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญขึ้น การค้าขายทางน้ำในตลาดของชุมชนลดน้อยลงจนเกือบจะหมดไป แต่มีนายทุนจากภายนอกที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามาพัฒนารูปแบบตลาดเสียใหม่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ เน้นกิจกรรมการลงเรือชมคลองและการขายของที่ระลึก มีข้อตกลงกับบริษัททัวร์ให้รับนักท่องเที่ยวมาแวะที่ตลาดน้ำเพียงช่วงสั้นๆ ก่อนจะเดินทางต่อไปที่

อื่น ส่วนตลาดตั้งชั้นไม่ใช่ตลาดดั้งเดิมของชาวบ้าน เริ่มต้นจากการสร้างตลาดใหม่ขึ้นริมน้ำในที่ดินของราชการเพื่อเป็นแหล่งขายสินค้าทางการเกษตรสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนเมื่อปี พ.ศ. 2530 มีการตั้งคณะทำงานที่มาจากชาวบ้านในพื้นที่ขึ้นมาทำหน้าที่บริหารงานในตลาดน้ำโดยใช้ชื่อว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และพัฒนามาเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ มีเรือและแพขายอาหารในน้ำ บนบกมีการขายอาหาร ผัก ผลไม้และพันธุ์ไม้จากสวน มีจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น คอนเสิร์ตและรำไทย มีจัดเรือเที่ยวชมคลอง การนวดฝ่าเท้าและการร้องเพลงคาราโอเกะเข้ามาด้วยการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองแห่งทั้งในด้านบวกและลบ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียงและอากาศ แต่มีส่วนปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนดีขึ้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชน แต่ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ผลกระทบทางสังคมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า เปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและให้บริการ ผลกระทบทางวัฒนธรรมทางบวก คือ กระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยในการแต่งตัว กิจกรรมทางวัฒนธรรม ความรู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คนในชุมชนทั้งสองแห่งยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อไป สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ แต่ต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบัน สร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิถีทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของเพียงอย่างเดียว

นิตา บัวงาม และคณะ (2546) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา มาก เพราะตลาดน้ำวัดลำพญา ยังคงสภาพความเป็นตลาดน้ำโบราณและมีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท มีการจัดการด้านพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม มีการจัดการด้านสาธารณูปโภคได้ดี มีการจัดกิจกรรมไว้รองรับนักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ คนในท้องถิ่นให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว มีอัธยาศัยที่ดี ตลาดน้ำวัดลำพญาได้มีการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดน้ำอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว มีการให้ความรู้โดยการจัดอบรมให้กับคนในท้องถิ่นและพ่อค้าแม่ค้าให้มีจิตสำนึกในการให้บริการแก่

นักท่องเที่ยว มีการแสดงการสาธิตการจักสาน การดำข้าวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงกรรมวิธีการทำเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษให้คงอยู่ สำหรับแนวทางการศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาในระดับนโยบายควรมีรูปแบบการบริหารที่ชัดเจน เน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านพื้นที่ ด้านนักท่องเที่ยวควรเน้นความเข้าใจเรื่องสภาพวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ ด้านคนในท้องถิ่นควรเน้นในเรื่องการให้ความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดน้ำและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านพ่อค้าแม่ค้าควรเน้นการบริหารให้มีจิตสำนึกในการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือชี้แนะแก่ทุกกลุ่ม การดำเนินงานดูแลตลาดน้ำวัดลำพญา บุคลากรทุกคนที่มีส่วนร่วมในการบริหารตลาดน้ำต้องมีการปฏิบัติการร่วมกันเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน อันจะนำไปสู่ผลสำเร็จของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เบญญา จันทร และคณะ (2547) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดราชบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกลุ่มผู้นำชุมชน มีส่วนร่วมในการวางแผนและร่วมปฏิบัติตามนโยบาย ส่วนกลุ่มที่เป็นผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ และประชาชนจะร่วมเสียสละแรงงานในกิจกรรมพัฒนาการท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และอายุมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประยูร อุดมเสียง และคณะ (2547) ได้ทำวิจัยเรื่อง ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเมืองปากช่อง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตอนใต้ พบว่า เมืองปากช่อง เป็นหนึ่งในสิบเมืองของแขวงจำปาสัก อยู่ติดกับชายแดนไทยด้านช่องเม็ก อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากเป็นเมืองหนึ่งที่ตั้งอยู่บนที่ราบสูงเพียงบลิเวณ ประกอบด้วยชนเผ่าดั้งเดิมหลายเผ่า อยู่สูงเหนือระดับน้ำทะเลระหว่าง 600-1,400 เมตร ขนาดพื้นที่ประมาณ 4,010.60 ตารางกิโลเมตร ลักษณะดินมีส่วนประกอบของภูเขาไฟที่มอดดับแล้ว อุดมไปด้วยแร่ธาตุเหมาะแก่การเกษตร ได้แก่ ชา กาแฟ ไม้ผล พืชผัก มีอุณหภูมิเฉลี่ย 20 องศาเซนเซียส บรรยากาศเหมาะแก่การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ชมสวนกาแฟและสวนชา รวมทั้งการผลิต แปรรูปและจำหน่าย ชมแหล่งรับซื้อเมล็ดกาแฟ ชมสวนกาแฟดาวเรือง การผลิตกาแฟแบบครบวงจร ชมการจัดสวนที่สวยงามแวดล้อมด้วยธรรมชาติ ชมการปลูกกระหล่ำปลีเป็นสวนหย่อมด้วยวิธีธรรมชาติ ชมการปลูกไม้เมืองหนาว ชมการทำไร้ชาและกรรมวิธีคั่วชาแบบพื้นบ้าน ชมน้ำตกตาดเชียง ชมสวนยางพารา ชมทุเรียน สับปะรด และผลไม้ตามฤดูกาล ตลอดจนการเดินทางท่องเที่ยว

ปาลีรัตน์ การดี และคณะ (2547) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า 1) สภาพการดำเนินการและปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผู้ประกอบการสปาได้ขอขึ้นทะเบียนเป็นสถานบริการสปาเป็นจำนวนมากและอยู่ระหว่างการตรวจสอบมาตรฐานสถานประกอบการ ปัญหาอุปสรรคของสปาได้แก่ จำนวนบุคลากรที่ทำการตรวจสอบมาตรฐานมีจำนวนน้อย มีการเก็บภาษีซ้ำซ้อน ขาดมาตรฐานในการให้บริการ เป็นต้น ผู้ประกอบการบริษัทยาเห็นว่า สถานการณ์สปาในขณะนี้ยังไม่สามารถที่จะผลักดันให้เป็นตัวหลักที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศได้ เนื่องจากกลุ่มที่ใช้บริการสปาเป็นคนเฉพาะกลุ่ม และมีอัตราค่าบริการสูง ปัญหาอุปสรรคของสปา คือ นโยบายของรัฐบาลความชัดเจนและต่อเนื่อง ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน บุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เป็นต้น ส่วนสถานประกอบการสปา มีผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยเดือนละ 463.7 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตนเอง เป็นชาวไทยและชาวเอเชีย ค่าใช้จ่ายครั้งละ 1,001-3,000 บาท ใช้บริการครั้งละ 1-2 ชั่วโมง มีความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมของสปาอยู่ในระดับมากในเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม/บรรยากาศของสถานที่ ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ และทำเลที่ตั้ง ด้านการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องความประทับใจในการบริการ ความปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ รูปแบบการให้บริการ เวลาเปิดปิดสถานบริการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และระยะเวลาในการให้บริการ ด้านบุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่อง ทัศนคติของพนักงาน ความสะอาดของพนักงาน ความสามารถในการให้บริการ การมีจิตสำนึกในการให้บริการ ความเพียงพอของพนักงาน ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงาน และการตอบปัญหาหรือข้อสงสัยของพนักงาน 2) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สถานบริการสปาคควรผ่านมาตรฐานทั้งทางด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม มีการแข่งขันกันด้านรูปแบบและการให้บริการได้มาตรฐาน สะอาด สะดวก ปลอดภัย มีความหลากหลาย เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยแต่มีมาตรฐานระดับสากล ส่วนบริษัทยาเห็นว่าควรดำเนินการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น นำภูมิปัญญาไทยมาใช้ ผลกระทบที่ควรเป็นของธรรมชาติปราศจากมลภาวะ ด้านนักท่องเที่ยวเห็นว่าสปาที่มีคุณภาพและมาตรฐานด้านสถานที่ บุคลากร และการบริการ รูปแบบการให้บริการแบบครบวงจร และมีความหลากหลายให้เลือกทั้งอาหารและที่พักเพื่อสุขภาพ ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการอยู่ตลอดเวลา มีเครื่องมือทันสมัย เน้นความเป็นไทยมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้บริการ อัตราค่าบริการเหมาะสม

จุฬารัตน์ โสตะ และคณะ (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการท่องเที่ยวกลุ่มน้ำโขงในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพรับราชการ สิ่งจูงใจของการมาท่องเที่ยว คือ ชมธรรมชาติ ความ

สวยงามเป็นธรรมชาติ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว ผ่อนคลาย สนุกสนานและการได้มาพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสภาวะสุขภาพปกติ แข็งแรง ค่าดัชนีความหนาของร่างกายมีค่าอยู่ในเกณฑ์ปกติมากที่สุด ไม่มีการตรวจสุขภาพประจำปี มีปัญหาสุขภาพเป็นความดันโลหิตสูงมากที่สุด พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพอยู่ในระดับดีทั้งความรู้ในการสร้างเสริมสุขภาพทัศนคติต่อการสร้างเสริมสุขภาพ มีความพึงพอใจด้านอาหารส่วนใหญ่เป็นไก่ย่าง ส้มตำ ต้มยำปลาน้ำโขง สถานที่พักเป็นบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน โรงแรม ความประทับใจมากที่สุดคือ ความสวยงามตามธรรมชาติ บรรยากาศดี สงบร่มรื่น สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ปลอดภัย การต้อนรับที่อบอุ่น ราคาไม่แพง มีสินค้าหลากหลาย ส่วนแนวทางการพัฒนาด้านสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ความรู้ประวัติความเป็นมาและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนที่เส้นทางการเดินทาง ความปลอดภัยในการเดินทางและท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่พักและร้านอาหาร ข้อมูลสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น ราคาสินค้าและสถานที่จำหน่าย และการปลูกจิตสำนึกของประชาชนเพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว การขับขี่ยานพาหนะและปฏิบัติตามกฎจราจร การดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและไม่ทำลายธรรมชาติ งคคิมสุรา เมาไม่ขับ

พันธุมติ เกตะวันดี และศันชยา กิตติโกวิท (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม พบว่า ธุรกิจสปาในโรงแรมมีสภาพการแข่งขันสูงทั้งในระดับประเทศ และภายในประเทศ โดยมีบาหลีและมัลดีฟ เป็นคู่แข่งสำคัญ และอินเดียเป็นประเทศที่ให้ความสนใจและพร้อมที่จะแข่งขัน ส่วนภายในประเทศ การให้บริการสปาในโรงแรมต้องเผชิญกับคู่แข่งจาก Day spa ซึ่งมีอัตราการบริการในระดับต่ำ และให้บริการอย่างแพร่หลายในบริเวณที่มีนักท่องเที่ยวพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก การแข่งขันที่สูงทำให้มีการจัดตั้งสมาคมต่างๆ เพื่อการรวมตัวรักษาผลประโยชน์ และการเรียนรู้ร่วมกัน ในขณะเดียวกันรัฐบาลได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดมาตรฐานบริการและการฝึกอบรมและให้ใบรับรองพนักงาน นอกจากนี้ก็มีความพยายามที่จะกระตุ้นความต้องการโดยทำการตลาดมากกว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ สำหรับกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมเมื่อพิจารณาจากสภาวะแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยวไทย จึงควรเป็นกลยุทธ์เติบโตแบบ Concentration โดยพัฒนาความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ให้ชัดเจน จัดหาประเภทของบริการที่สามารถครอบคลุมและเพิ่มฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรมุ่งพัฒนาให้การบริการสปากลายเป็นสินค้าหรือสัญลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยวไทยในรูปแบบเดียวกับการมาเยือนวัด วัง การขี่ช้าง เที่ยวตลาดน้ำ การพัฒนามาตรฐานการให้บริการและกลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ให้กับบริการ ควรเป็นการต่อยอดโดยพัฒนาแบรนด์เนมของประเทศไทยหรือแบรนด์เนมในระดับโรงแรม การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และขยายขอบเขตการให้บริการและกลุ่มลูกค้า โดยใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ผสานเอกลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรม



ของไทย ทรัพยากรในพื้นที่ เช่น น้ำพุร้อน หรือเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในประเภทอื่นๆ เช่น Eco-tourism การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือ Meditation tourism ความร่วมมือกับสถานพยาบาล ในแนวทางการแพทย์สมัยใหม่หรือแผนโบราณหรือแผนตะวันออก เช่น Dental tourism หรือ ธรรมชาติบำบัด

มยุรี ศรีอุคร (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ประชาชนมีระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และการ เป็นสมาชิกกลุ่มที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดย ตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน สำหรับการ สัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมในด้านการปฏิบัติกิจกรรม โดย ร่วมกันในการจัดสภาพแวดล้อมชุมชนให้คงามสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และเป็นฝ่ายปฏิบัติ ตามนโยบายมากกว่าจะมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือการติดตามและประเมินผล เนื่องจาก ผู้ประกอบการค้ามีภารกิจในด้านการค้าขายจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วม

กรรณิการ์ บุรศิริรักษ์ (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการเปลี่ยนแปลง ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม พบว่า หลังจากการดำเนินงานโครงการหมู่บ้านการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ตำบลปลายโพงพาง อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศรูปแบบโฮมสเตย์ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542 จนถึงปัจจุบัน สถานะทาง เศรษฐกิจของกลุ่มประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง โดยมีรายได้สูงขึ้น มีการออม ทรัพย์ มีกำลังในการบริโภคสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริม สนับสนุนด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของ ท้องถิ่น ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมมีน้อยมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีเวลาอยู่ ในชุมชนจำกัด ด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อชุมชนมีทั้งด้านลบและด้านบวก โดยด้านลบการท่องเที่ยวก่อให้เกิดความขัดแย้งในกลุ่มเจ้าบ้านสมาชิกโฮมสเตย์ ประชานการ ดำเนินงาน และชุมชน ปัญหามลภาวะทางเสียง ปัญหาขยะ และปัญหาความเป็นส่วนตัวของ ชุมชนและสมาชิกเจ้าบ้านที่ขาดความเป็นอิสระและเสียดสิทธิในการใช้พื้นที่ในบ้านของตนเอง ผลกระทบด้านบวกพบว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดอาชีพใหม่ เกิดความรักหวงแหนและภาคภูมิใจที่ จะอนุรักษ์รูปแบบบ้านทรงไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน อีกทั้งส่งผลให้สมาชิกในครอบครัว หวนคืนถิ่น

พวงพิศ บุญระรัตน์ (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดภาคกลาง มีเวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง แต่แต่ละครั้งจะใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยว 1-2 วัน มีผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง 2-3 คน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุดคือทะเล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในปัจจุบัน รู้จักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีบุคคลแนะนำ เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว เป็นการเดินทางพักผ่อนเป็นครั้งแรก มีผู้ร่วมเดินทาง 2-3 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1001-3000 บาท ใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม 2-3 วัน จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝาก น้อยกว่าการรับรู้จริง

ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และคณะ (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในเขตอีสานใต้ พบว่า ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านมี 4 ประเภท คือ 1) การใช้ยาสมุนไพร 2) การนวด จับเส้น การประคบและอบสมุนไพร 3) การผลิตอาหารธรรมชาติเพื่อสุขภาพ และ 4) การใช้มนต์คาถา การเสกเป่า การต่อกระดูกและการรักษาพิษงู ส่วนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านมี 2 รูปแบบ คือ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการปรับปรุงในเรื่องการเข้าถึงสถานที่ ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และปราสาทหินในเขตอีสานใต้ตลอดจนถึงประเทศกัมพูชา และการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน

ศิริคนางค์ ปานศรี (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานที่ประกอบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นเรื่องของวัฒนธรรมไทยที่มีการนวดแผนไทย มีบุคลากรที่มีความเต็มใจให้บริการเป็นหลัก จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายตัวสูงในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังมีศักยภาพด้านเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐานและมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เหมาะสม ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ แต่มีปัญหาในเรื่องการควบคุมมาตรฐานการให้บริการ พนักงานให้บริการ และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ไปท่องเที่ยวกับเพื่อนและคู่รัก มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 500-1,500 บาท นิยมท่องเที่ยวแบบค้างคืน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลาย

ความเครียด และนิยมไปใช้บริการนวดแผนไทย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินค้าบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ต่างๆ ขององค์กร และมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสินค้า ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการ และมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ต่างๆ ขององค์กร และมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย และค่าใช้จ่ายต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ธนินี เตรียมชัยศรี (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า การเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลเอกชนเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงรุก กระบวนการการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลเอกชนมี 7 ขั้นตอนคือ 1) เข้าใจถึงสาเหตุที่ต้องเปลี่ยนแปลง มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก 2) การกำหนดเป้าหมายโดยกำหนดให้โรงพยาบาลมีมาตรฐานในระดับสากล 3) การสร้างและกำหนดทางเลือกโดยใช้วิธีการระดมสมองและการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของโรงพยาบาลเอกชนกับธุรกิจประเภทเดียวกันและประเภทอื่น 4) การวางแผนโดยการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านบุคลากร 5) การปฏิบัติตามแผน โดยมีการสื่อสารภายในองค์กร การกำหนดผู้รับผิดชอบการเปลี่ยนแปลง การให้สิทธิอำนาจ 6) การเสริมแรงและการจัดการกับแรงต้านการเปลี่ยนแปลง 7) การประเมินผลการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้โรงพยาบาลเอกชนได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม สื่อบุคคลและสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ภายใน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิจัยและรับฟังความคิดเห็นมีการสื่อสารจากบนลงล่าง 2) การวางแผนและการตัดสินใจ เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและวิธีการสื่อสารโดยเน้นการมีส่วนร่วม 3) ขั้นตอนติดต่อสื่อสาร มี 3 รูปแบบคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารแบบแนวนอนหรือทแยง 4) การประเมินผล โดยดูจากการที่พนักงานได้ปฏิบัติตามสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ออกไป แม้จะมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบเดียวกันแต่มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน นอกจากนี้โรงพยาบาลได้ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ใช้กลยุทธ์ปากต่อปาก และเว็บไซต์ เน้นการใช้สื่อ free media และยังมีการศึกษา

พฤติกรรมและการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย และวิธีการ Road Show ในการประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดตลาดต่างประเทศ

นิชาพัฒน์ เพิ่มทองอินทร์ (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง สิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านค้าตลาดน้ำวัดลำพญาที่เข้ารับการประชุมเชิงปฏิบัติการ มีความรู้ความเข้าใจและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับมลพิษทางสิ่งแวดล้อมและการจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนหรือการจัดสภาพภูมิทัศน์เพิ่มมากขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้และความตระหนักก่อนและหลังการประชุมเชิงปฏิบัติการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีทักษะในการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก จากการติดตามผลการจัดการสภาพแวดล้อมพบว่า กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าได้ดำเนินการจัดการปรับปรุงและรักษาสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญาโดยมีการจัดการความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสภาพแวดล้อมและสภาพภูมิทัศน์ อันประกอบด้วย การจัดระเบียบของลานจอดรถที่ดีขึ้น การปรับปรุงซุ้มขายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม การแต่งกายของผู้ประกอบการร้านค้า และยังได้ดำเนินการจัดการปัญหามลพิษทางอากาศ ปัญหามลพิษที่เกิดจากขยะมูลฝอยและการจัดการปัญหามลพิษทางน้ำ

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวศึกษภาพสูงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัท มีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรู้จักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากสื่อ นิตยสาร/วารสาร เคยเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นการนวด/อบ/ประคบสมุนไพรมากที่สุด เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเดือนละ 1 ครั้ง มักไปคนเดียวหรือไปกับเพื่อน รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คาดหวังมากที่สุด คือ ทัวร์นวดแผนไทย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด และพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วารวดี ดิฉิมเดโชภณ (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ในการพัฒนามัคคุเทศก์น้อยตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาไทยเพียงอย่างเดียว มีความพึงพอใจเรื่องบุคลิกภาพในการเป็นมัคคุเทศก์น้อยอยู่ในระดับมาก หลังจากการฝึกอบรมระยะสั้นแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความสามารถสูงกว่า

ก่อนการเข้าการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มีการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเป็นประจำ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมัคคุเทศก์น้อยในด้านการให้บริการท่องเที่ยวและด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก

ศิริภรณ์ ภิญโญชูโต (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ พบว่า ชุมชนบ้านช่วงบุกมีสภาพและศักยภาพที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งสภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การคมนาคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาและภูมิรู้ด้านสมุนไพร การสนับสนุนขององค์กรท้องถิ่นและความร่วมมือของชุมชน องค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุกร่วมกันกำหนดภาพพึงประสงค์ กำหนดแนวทางการปฏิบัติ จัดทำแผนปฏิบัติการ ทดลองปฏิบัติตามแผน ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับชุมชนบ้านช่วงบุก และเกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกัน โดยดำเนินงานร่วมกัน 4 ด้านคือ ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีคณะกรรมการดำเนินงาน 2 ชุด คือคณะกรรมการบริหารจัดการและคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีบริการการท่องเที่ยว 2 รูปแบบคือ แบบไม่พักค้างคืน และแบบค้างคืน มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมการเรียนรู้จากศูนย์เรียนรู้แพทย์แผนไทย กิจกรรมการศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพ กิจกรรมการพักผ่อนแบบโฮมสเตย์ และกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม(ขันโตกอาหารพื้นบ้าน) ซึ่งเป็นกิจกรรมมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การพักผ่อน การออกกำลังกาย และการรับประทานอาหารปลอดภัยสารพิษ ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมี 2 วิธีการคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายนอกท้องถิ่น ด้านการสร้างพันธมิตรการท่องเที่ยวมี 2 วิธีการคือ ประสานเชื่อมโยงเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรต่างๆ และประสานเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ ผลการทดลองรูปแบบ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวบ้าน และองค์กรท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมและการบริการท่องเที่ยวเนื่องจากได้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรและผักพื้นบ้าน การดูแลสุขภาพ การเดินป่าออกกำลังกายและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านจากการพักผ่อนแบบโฮมสเตย์ การบริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษ และได้ร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน ชาวบ้านมีความพึงพอใจเนื่องจากได้มีส่วนร่วมดำเนินการ มีโอกาสได้แสดงความสามารถในการบริการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้รายได้จากการบริการการท่องเที่ยวและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และองค์กรท้องถิ่นมีความพึงพอใจเนื่องจากได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับชาวบ้าน และได้ใช้ศักยภาพในการหนุนเสริมกิจกรรมชุมชน

จาดุรนต์ ภัคคีวานิช และคณะ (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในคุณค่าแต่ละด้านและในคุณค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในด้านการจัดการบริหารและกิจกรรมให้การศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีเพศและความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุและรายได้แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

บุญทวรรณ วิงวอน (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่า อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวมีความหลากหลาย โดยเฉพาะด้านโบราณสถานและศาสนา ด้านโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพร้อมสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ มีเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงไปยังพื้นที่อื่นๆ ที่ใกล้เคียง ด้านการบริการ โดยเฉพาะที่พักหรือโฮมสเตย์ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร และด้านการตลาดท่องเที่ยวยังไม่มีการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร

ภัทรนันท์ สิริวุทธิยะประภา (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจท่องเที่ยวของประชาชนภายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คะแนนเฉลี่ยของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านความต้องการของผู้ใช้บริการและปัจจัยเชิงเทคนิคอยู่ที่ 7.69 คะแนน โดยปัจจัยเชิงเทคนิคที่ควรได้รับการพิจารณาสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์จากผู้ให้บริการรายเดิมชวนรายใหม่เข้ามาใช้บริการ เป็นต้น

เนติพงษ์ บุตรราช (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการดำเนินการของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า สถานบริการสปาควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ การนำผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ และการสร้างจุดขายด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนสถานบริการนวดแผนไทยควรเพิ่มรูปแบบการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและมาจากท้องถิ่น และแหล่งน้ำพุร้อนควรควบคุมปัญหาเสียงดังรบกวนในฤดูท่องเที่ยว ทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม รวมถึงต้องพัฒนาสิ่งเดิมให้ดีขึ้น ทั้งนี้หน่วยงาน

สาธารณสุขควรตรวจสอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นประจำ เพื่อกำหนดข้อบังคับต่างๆ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

บังอร ทาประเสริฐ (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง ตลาดน้ำวัดลำพญา: การจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ชุมชนตลาดน้ำวัดลำพญามีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบชนบทดั้งเดิม ประเพณีวัฒนธรรมยังยึดแบบแผนแบบไทย ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ชุมชนใช้หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้หลักการจัดการแบบเป็นระบบ คือ ให้คนในท้องถิ่นยึดหลักคุณธรรม ร่วมกันรักษาแม่น้ำและสภาพแวดล้อมของวัด ยอมเสียสละเงินเพื่อพัฒนาตลาดน้ำให้มีความเจริญ มีการรักษาสีแกวและระบบนิเวศ มีคณะกรรมการจัดการที่มีคุณธรรม สมาชิกในชุมชนเน้นการใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิตเพื่อพัฒนาตลาดน้ำ องค์กรชุมชนมีแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ โดยมีวัด ชุมชน และองค์กรท้องถิ่นร่วมกันจัดการการท่องเที่ยว โดยมีเจ้าอาวาสวัดลำพญาเป็นประธาน กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้แก่ กิจกรรมด้านการฝึกอาชีพ กิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น โดยมีนักท่องเที่ยวมาฝึกวิธีการสานตะกร้าจากผักตบชวา กิจกรรมการแสดงดนตรีไทย ประเพณีไทย และวิถีชีวิตพื้นบ้านเช่น การแสดงหุ่นกระบอก พิพิธภัณฑสถานไทย รูปปั้น รูปแกะสลัก ภาพเขียน สถาปัตยกรรมของวัด นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมชมวิถีชีวิตชาวบ้าน ทำบุญไหว้พระ ถวายสังฆทาน การล่องเรือชมธรรมชาติ ล่องเรือเรียนธรรมะจากพระ เป็นต้น การจัดการตลาดน้ำวัดลำพญาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนต้องมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด เป็นการเกื้อกูลกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดเดียวกัน ตลอดจนมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แน่นอน

ปวีณา จำพืด (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยววัยกลางคนไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ เหตุผลการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ การมาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การมาไหว้พระเพื่อขอพร การมาเพื่อศึกษาโบราณสถานและศึกษาธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพของบุคลากรในการบำรุงและดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ส่วนแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เกิดขึ้นเพื่อเป็นการทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถคงอยู่ได้อีกในอนาคต

นิถมน คำเอี่ยม (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพค่อนข้างมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นคนสนุกสนาน ทันสมัย ชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ ชอบค้นหาผจญภัย

ชอบลองของใหม่ ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ชอบความหรูหราและเข้าสังคม มีระดับความสนใจ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก มีระดับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวมคือไม่แน่ใจว่าจะไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ต่อเดือนต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน ลักษณะบุคลิกภาพและความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง กาศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี พบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เต่าโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโลก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ชงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง ส่วนแนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนนและพัฒนาเส้นทางการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกัน ตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปองเพชร ธาราสุข และสุชาดา สุวรรณขำ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่า 1) อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 7 แห่ง มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 6 แห่ง และประเพณี/วัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น จำนวน 6 ประเพณี/วัฒนธรรม ข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวคือ สภาพถนนแคบและบางแห่งเป็นลูกรัง สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเช่น ที่พัก ห้องน้ำ ร้านอาหาร ไม่เพียงพอ ประเพณี/วัฒนธรรมบางอย่างเริ่มสูญหายไป แหล่งประวัติศาสตร์มีข้อจำกัดด้านความเชื่อของคนในชุมชนและความยากลำบากในการเข้าถึง 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ควรมีรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างแหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เมื่อจัดทดลองท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรังพบว่า ผู้เข้าร่วมทดลองท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสานอยู่ในระดับมาก 3) การเผยแพร่รูปแบบการท่องเที่ยวโดยจัดทำคู่มือ ซีดี แผ่นพับ และแผนการอบรม



มักคุเทศก์รุ่นเยาว์ตามเส้นทางต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในพื้นที่ตำบลพิง อำเภอบะเหลียน จังหวัดตรัง ไปยังโรงเรียนต่างๆ ในอำเภอบะเหลียน จำนวน 6 โรงเรียน

ฉัตรฐ ธรรมจง (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี พบว่า องค์ประกอบทางการตลาดของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ สินค้าและบริการ ราคา ช่องทางจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาดของชุมชนตลาดเจ็ดเสมียนที่นำมาใช้มีด้วยกัน 6 สื่อ คือ การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร ๓ จุดขาย บรรจุภัณฑ์ การขายโดยใช้พนักงานและการโฆษณา ความสอดคล้องขององค์ประกอบทางการตลาดและวิธีการสื่อสารการตลาดพบว่า ตัวกำหนดความสอดคล้องคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดของชุมชนเจ็ดเสมียนมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในได้แก่ รูปแบบการบริหารจัดการและสังคมและวัฒนธรรม การบริหารจัดการชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานธุรกิจชุมชน มีการกำหนดมาตรการในการดำเนินงานสินค้าและบริการต่างๆ สังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม ทักษะคติ ความต้องการ เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลและมีอิทธิพลต่อความปรารถนาของบุคคล ปัจจัยภายนอกได้แก่ นักท่องเที่ยว และเศรษฐกิจ การดำเนินธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จหรือไม่ อยู่ที่จำนวนของลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการด้านเศรษฐกิจมีผลต่อการดำเนินงาน จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของการดำเนินธุรกิจชุมชนด้วย ซึ่งชุมชนเจ็ดเสมียนนั้นจะเป็นชุมชนเศรษฐกิจแบบพอเพียง

ฉันทมพร เด็ดขุนทด และคณะ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดและศักยภาพของตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญา และตลาดบางหลวงมีปัจจัยด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมร่วมกัน คือ ต้องเป็นพื้นที่ที่มีแม่น้ำไหลผ่าน เป็นที่ราบริมฝั่งแม่น้ำและมีขอบตลิ่งต่ำ สินค้าที่ขายจะเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น อาหาร พืชผักต่างๆ และมีกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน ในการประเมินศักยภาพพบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญามีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น การพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอก ส่วนตลาดบางหลวงมีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก

วันสาด ศรีสุวรรณ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการศึกษาส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี พบว่า วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปีมีอัตลักษณ์โดดเด่นและเอื้อต่อการท่องเที่ยวในแง่ประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วรรณกรรม การละเล่นพื้นบ้าน ศาสนา พิธีกรรมและความเชื่อ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม

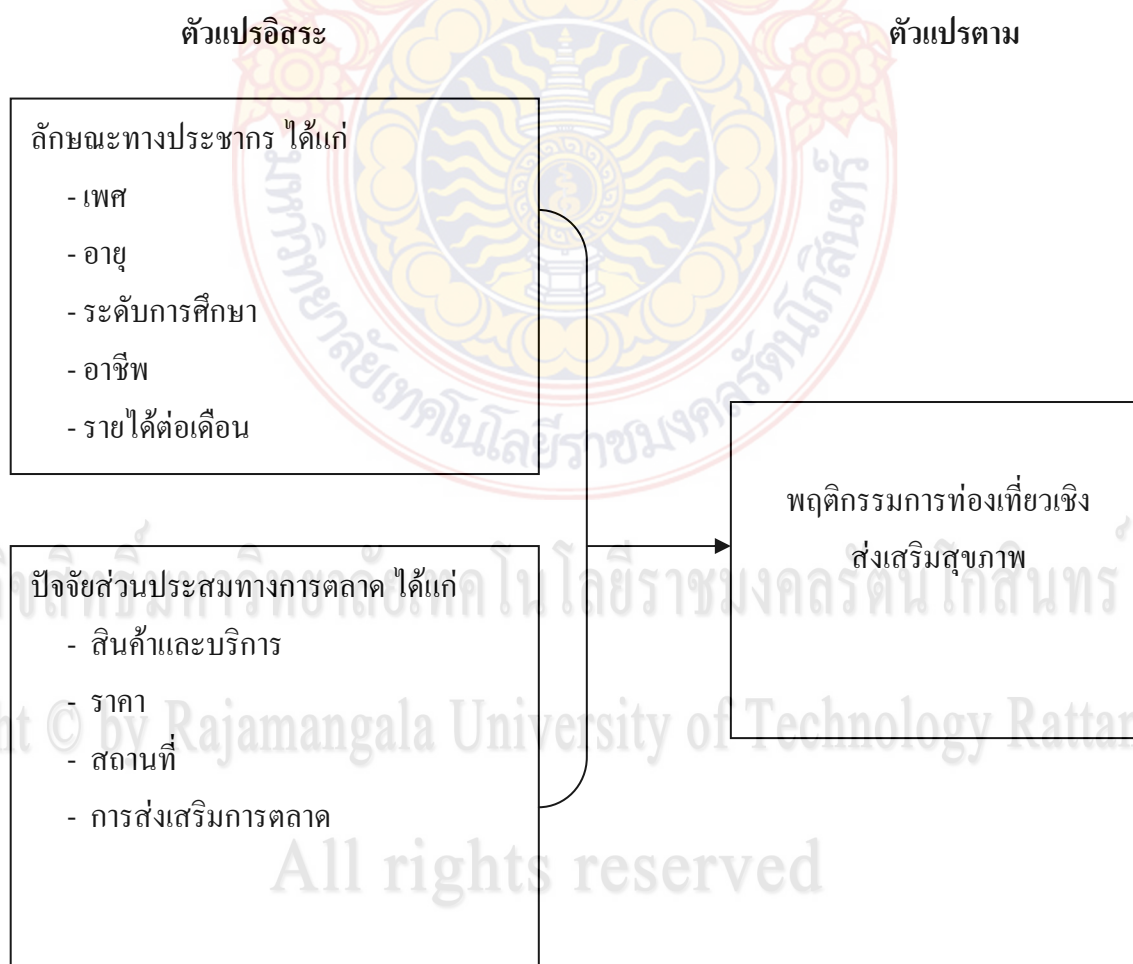
ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสภาพภูมิประเทศทางธรรมชาติ แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี ประกอบด้วย 1) อนุรักษ์สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้มีความรู้สึกในการเป็นเจ้าของ รับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความสะดวกของสถานที่ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) สร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยร่วมกันศึกษาค้นคว้าหาสิ่งที่ดีและมีประโยชน์เพื่อนำมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การวางแผน รับผิดชอบร่วมกัน โดยการดำเนินงานและการแบ่งปันผลประโยชน์ 4) จัดเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ได้แก่ ด้านศูนย์ข้อมูล เส้นทางท่องเที่ยว ด้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องน้ำ จุดชมวิว การสื่อสารและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี เป็นการบริหารจัดการในรูปของคณะกรรมการระดับตำบลร่วมกันพัฒนาโดยเลือกตั้งจากสมาชิกของชมรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี จะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร่วมมือดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ต้องรักและหวงแหนวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและรัฐบาลต้องมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนร่วมในการจัดและพัฒนาการท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม

อทิทยา แก้วพิลา (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ พบว่า การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่มีรูปแบบของการจัดการผ่านองค์กรชุมชน 2 องค์กรคือ 1) ชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ ซึ่งมีคณะกรรมการชมรมฯ ทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวและประสานภายในชุมชนและหน่วยงานภายนอก 2) คณะกรรมการจัดระเบียบขายของในตลาดบ้านใหม่ ทำหน้าที่จัดทำทะเบียนผู้ค้าขาย ออกใบอนุญาตขายของ จัดตำแหน่งการตั้งขายสินค้าให้เหมาะสม พิจารณาประเภทสินค้าและราคาสินค้า ให้อนุมัติผู้ค้ารายใหม่แทนรายเดิม และช่วยแก้ไขปัญหาทั่วไปที่เกิดขึ้นภายในตลาด ทั้ง 2 องค์กรชุมชนทำงานร่วมกันในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการติดต่อประสานงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ หน่วยงานสำคัญได้แก่ เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 8 (เดิม) หน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ เช่น สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักศิลปากรที่ 5 ปราจีนบุรี และสถาบันการศึกษา การเข้ามาสนับสนุนส่วนใหญ่ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การตลาด และการจัดกิจกรรม ปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้ ได้แก่ การบริหารงานองค์กรชุมชนที่ยังไม่ชัดเจน

ในการทำงานของแต่ละฝ่าย การให้บริการที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และขาดการเข้ามาสนับสนุนเรื่องการศึกษาวิจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สรุปได้ว่า สาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสถานที่ตั้ง รูปแบบหรือประเภทของกิจกรรม ที่มีความหลากหลายในการให้บริการ ความสะอาด ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนเส้นทางการเดินทาง โดยมีการพัฒนามาตรฐานการให้บริการและกลยุทธ์ในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนเกิดความรัก ห่วงแหน และภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย มีขั้นตอน ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ มีประมาณวันละ 2,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 โดยการสุ่มตามความสะดวก จำนวน 200 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านสินค้าและบริการ จำนวน 6 ข้อ ด้านราคา จำนวน 3 ข้อ ด้านสถานที่ จำนวน 7 ข้อ และด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็น Rating Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยยึดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมในเรื่องของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

3. การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาในวันที่ 29 พฤษภาคม 2554 ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 20 ชุด และนำไปทดสอบเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9609

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ อินเทอร์เน็ต และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในวันที่ 12 มิถุนายน 2554 โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์ สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ จำนวน 193 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.50

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ ดังนี้

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

All rights reserved

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	82	42.50
หญิง	111	57.50
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 เป็นเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50

All rights reserved

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	31	16.10
21-30 ปี	48	24.90
31-40 ปี	42	21.80
41-50 ปี	27	14.00
51-60 ปี	29	15.00
มากกว่า 60 ปี	16	8.30
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 รองลงมา อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	98	50.80
ปริญญาตรี	79	40.90
สูงกว่าปริญญาตรี	16	8.30
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมา ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนนักศึกษา	40	20.70
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	17.60
พนักงานบริษัท	58	30.10
ธุรกิจส่วนตัว	37	19.20
อื่นๆ เช่น แม่บ้าน, เกษียณอายุ, ลูกจ้าง ฯลฯ	24	12.40
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมา อาชีพนักเรียนนักศึกษา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน เกษียณอายุ ลูกจ้าง ฯลฯ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	79	40.90
10,001-20,000 บาท	61	31.60
20,001-30,000 บาท	19	9.80
มากกว่า 30,000 บาท	34	17.60
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของ  
ประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวทราบและรู้จักตลาดน้ำ  
วัดลำพญา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคล (เพื่อน บุคคลในครอบครัว)	171	88.60
สื่อมวลชน (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร/นิตยสาร)	30	15.50
สื่อเฉพาะกิจ (อินเทอร์เน็ต ป้ายประกาศ แผ่นพับประชาสัมพันธ์)	18	9.30

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบและรู้จักตลาดน้ำวัดลำพญาจากสื่อบุคคล (เพื่อน บุคคลในครอบครัว) จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 88.60 จากสื่อมวลชน (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร/นิตยสาร) และจากสื่อเฉพาะกิจ(อินเทอร์เน็ต ป้ายประกาศ แผ่นพับ ประชาสัมพันธ์) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่อเดือน

ความบ่อยครั้งต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	52	26.90
2 ครั้ง	27	14.00
3 ครั้ง	6	3.10
4 ครั้ง	11	5.70
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	97	50.30
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมาเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 และเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำ 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของวิธีการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	175	90.70
รถประจำทาง/รถตู้ประจำทาง	16	8.30
อื่นๆ เช่น รถมอเตอร์ไซด์	2	1.00
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 90.70 เดินทางโดยรถประจำทาง/รถตู้ประจำทาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และเดินทางโดยวิธีอื่นๆ เช่น รถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	3	1.60
ครอบครัว	123	63.70
เพื่อน	64	33.20
อื่นๆ เช่น คนรัก	3	1.60
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญากับครอบครัว จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำกับเพื่อน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำคนเดียวและเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำกับคนรัก มีจำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.60

All rights reserved

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ  
วัดลำพญา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ	111	57.50
เพื่อพักผ่อนคลายเครียด	134	69.40
เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ	71	36.80
อื่นๆ เช่น เพื่อศึกษาวิถีวัฒนธรรม ทำบุญ	5	2.60

จากตารางที่ 10 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา เพื่อพักผ่อนคลายเครียด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 69.40 เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และอื่นๆ เช่น เพื่อศึกษาวิถีวัฒนธรรม ทำบุญ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกิจกรรมที่ทำในขณะที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทของกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ทำบุญ/ไหว้พระ/ถวายสังฆทาน	97	50.30
เลือกซื้อผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ	114	59.10
เลือกซื้อ/รับประทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร	157	81.30
เลือกซื้อต้นไม้/สินค้าเกษตร	49	25.40
เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน	17	8.80
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร	15	7.80
วาดแผนไทย/วาดแผนโบราณ	10	5.20
วาดหน้า	1	.50
วาดเท้า/สปาเท้า	6	3.10
ประคบ/อบสมุนไพร	2	1.00
นั่งเรือชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน/ไหว้พระ	54	28.00
ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา	26	13.50
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 11 พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวทำ ในขณะที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา คือ เลือกซื้อ/รับประทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 81.30 รองลงมาเลือกซื้อผลไม้ปลอดสารพิษ จำนวน 114 คนคิดเป็นร้อยละ 59.10 ทำบุญ/ไหว้พระ/ถวายสังฆทาน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 นั่งเรือชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน/ไหว้พระ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 เลือกซื้อต้นไม้/สินค้าเกษตร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 นวดแผนไทย/นวดแผนโบราณ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 นวดเท้า/สปาเท้า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ประคบ/อบสมุนไพร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และนวดหน้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท	30	15.50
201-400 บาท	50	25.90
401-600 บาท	39	20.20
มากกว่า 600 บาท	74	38.30
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาโดยเฉลี่ยมากกว่า 600 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-400 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 401-600 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 และมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของการกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาเที่ยวอีก	191	99.00
ไม่กลับมาเที่ยว	1	.50
ไม่ตอบ	1	.50
รวม	193	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอีกจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 99.00 ไม่กลับมาเที่ยวอีก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .50 และไม่ตอบจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .50

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชน ในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ  
ของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
ด้านสินค้าและบริการ	3.8325	.6834	มาก
ด้านราคา	3.7876	.7642	มาก
ด้านสถานที่	3.8179	.7713	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.7215	.7518	มาก
เฉลี่ยรวม	3.7899	.7426	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยทุกด้าน โดยรวมมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7899 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8325, 3.8179, 3.7876 และ 3.7215 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. สินค้าและบริการมีคุณภาพ	3.8653	.5885	มาก
2. สินค้าและบริการมีความปลอดภัย	3.7979	.6255	มาก
3. สินค้าและบริการได้มาตรฐาน	3.7927	.6911	มาก
4. สินค้าและบริการมีความหลากหลาย	3.8653	.7377	มาก
5. สินค้ามีรูปแบบสวยงาม	3.7565	.7554	มาก
6. สินค้ามีรสชาติดี/อร่อย	3.9171	.7022	มาก
เฉลี่ยรวม	3.8325	.6834	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการโดยรวมมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8325 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สินค้ามีรสชาติดี/อร่อย สินค้าและบริการมีคุณภาพ มีความหลากหลาย มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และมีรูปแบบสวยงาม มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9171, 3.8653, 3.8653, 3.7979, 3.7927 และ 3.7565 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับปริมาณ	3.7565	.7758	มาก
2. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.7927	.6836	มาก
3. มีป้ายบอกราคาสินค้าและบริการอย่างชัดเจน	3.8135	.8332	มาก
เฉลี่ยรวม	3.7876	.7642	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7876 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีป้ายบอกราคาสินค้าและบริการอย่างชัดเจน ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และ

ปริมาณ มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลادن้าวัดลำพญาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8135, 3.7927 และ 3.7565 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลادن้าวัดลำพญา

ปัจจัยด้านสถานที่	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. ที่ตั้งของตลادن้ามีความเหมาะสม	4.0000	.6614	มาก
2. ที่ตั้งของตลادن้าเดินทางสะดวก	3.7979	.7810	มาก
3. ที่ตั้งของตลادن้ามีการแบ่งประเภทสินค้าและบริการอย่างชัดเจนและจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ	3.7720	.7568	มาก
4. ตลادن้ามีบริเวณที่จอดรถอย่างเพียงพอ	3.3834	.9833	ปานกลาง
5. ตลادن้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	3.5907	.7312	มาก
6. ตลادن้ามีการดูแลรักษาความสะอาด	3.7150	.7750	มาก
7. ตลادن้ามีบรรยากาศ/สภาพแวดล้อมที่ดี	4.0155	.7106	มาก
เฉลี่ยรวม	3.8179	.7713	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลادن้าวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8179 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ตลادن้ามีบรรยากาศ/สภาพแวดล้อมที่ดี ที่ตั้งของตลادن้ามีความเหมาะสม เดินทางสะดวก มีการแบ่งประเภทสินค้าและบริการอย่างชัดเจนและจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ มีการดูแลรักษาความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลادن้าวัดลำพญาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0155, 4.0000, 3.7979, 3.7720, 3.7150 และ 3.5907 ตามลำดับ และตลادن้ามีบริเวณที่จอดรถอย่างเพียงพอมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลادن้าวัดลำพญา อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.3834

All rights reserved

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. ตลาดน้ำมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	3.6166	.7625	มาก
2. ตลาดน้ำมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย	3.5285	.8168	มาก
3. ผู้ขาย/พนักงานมีอัธยาศัยดี	3.9689	.7138	มาก
4. พนักงานมีความรู้และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ	3.7720	.7143	มาก
เฉลี่ยรวม	3.7215	.7518	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7215 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ขาย/พนักงานมีอัธยาศัยดี มีความรู้และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ตลาดน้ำมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9689, 3.7720, 3.6166 และ 3.5285 ตามลำดับ

สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีผู้ตอบจำนวน 16 คน สรุปได้ดังนี้

1. ราคาสินค้าบางอย่างมีราคาสูง มีผู้ตอบจำนวน 4 คน
2. ร้านค้าควรใช้วัสดุธรรมชาติใส่อาหาร เช่น ใบตอง มีผู้ตอบจำนวน 2 คน
3. ควรจัดทำป้ายบอกเส้นทางเข้าตลาดน้ำให้ชัดเจน มีผู้ตอบจำนวน 2 คน
4. สถานที่จอดรถจัดสถานที่ให้ดีกว่านี้ มีผู้ตอบจำนวน 2 คน
5. ควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของตลาดน้ำเพิ่มขึ้น มีผู้ตอบจำนวน 2 คน
6. ควรปรับปรุงสุขาให้สะอาด มีผู้ตอบจำนวน 1 คน
7. ควรมีอาหารที่เน้นผักมากๆ จำหน่าย มีผู้ตอบจำนวน 1 คน



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยขอนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

**ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบและรู้จักตลาดน้ำวัดลำพญาจากสื่อบุคคลมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มาเที่ยวกับครอบครัว วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และเลือกซื้อสินค้าและบริการ กิจกรรมที่ทำในขณะที่มาเที่ยวตลาดน้ำ คือ เลือกซื้อ/รับประทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร และผักผลไม้ปลอดสารพิษ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 600 บาท และจะกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอีก

**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก

#### อภิปรายผล

**1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบและรู้จักตลาดน้ำวัดลำพญาจากสื่อบุคคลมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มาเที่ยวกับครอบครัว วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และเลือกซื้อสินค้าและบริการ กิจกรรมที่ทำในขณะที่มาเที่ยวตลาดน้ำ คือ เลือกซื้อ/รับประทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร และผัก

ผลไม้ปลอดสารพิษ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 600 บาท และจะกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พวงพิศ บุญระรัตน์ (2549) เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงครามโดยมีบุคคลแนะนำ เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว งานวิจัยของสิริคนางค์ ปานศรี (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 500-1,500 บาท มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลายความเครียด นิถมน คำเอี่ยม (2553) ทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มีระดับความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก จุฬารัตน์ โสตะ และคณะ (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโจนในประเทศไทย พบว่า สิ่งจูงใจของการมาท่องเที่ยว คือ ชมธรรมชาติ ความสวยงาม ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการผ่อนคลาย นอกจากนี้ ศิริภรณ์ ภิญโญชูโต (2550) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านขวงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดแพร่ พบว่า มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมการเรียนรู้จากศูนย์เรียนรู้แพทย์แผนไทย กิจกรรมการศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพ กิจกรรมการพักผ่อนแบบโฮมสเตย์ และกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม อันเป็นกิจกรรมที่มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การพักผ่อน การออกกำลังกายและการรับประทานอาหารปลอดภัยสารพิษ เนติพงษ์ บุตรราช (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการดำเนินการของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า การให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพควรใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและมาจากท้องถิ่น ทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม รวมถึงต้องพัฒนาสิ่งเดิมให้ดีขึ้น และฉิมพร เต็ดขุนทด และคณะ (2553) ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดและศักยภาพของตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า สินค้าที่ขายจะต้องเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่นอาหาร พืชผักต่างๆ และมีกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด เลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศจากกิจกรรมประจำวันที่น่าเบื่อ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสดชื่นจากได้การมาท่องเที่ยว ช่วยเพิ่มพูนกำลังร่างกายให้มีความสมบูรณ์แข็งแรง และมีสุขภาพดีขึ้นด้วย

## 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬารัตน์ โสตะ และคณะ (2548) ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการท่องเที่ยวกลุ่มน้ำโขงในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจความสวยงามตามธรรมชาติ บรรยากาศดี สงบร่มรื่น สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ปลอดภัย การต้อนรับที่อบอุ่น ราคาไม่แพง มีสินค้าหลากหลายมากที่สุด งานวิจัยของ สิริคนางค์ ปานศรี (2549) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสินค้าบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการและการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก งานวิจัยของ กัทธนันท์ สิริวุทธิยะประภา (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจท่องเที่ยวของประชาชนภายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ควรได้รับการพิจารณาสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาดด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์จากผู้รับบริการ และงานวิจัยของ ธิดิรัฐ ธรรมจง (2553) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี พบว่า องค์ประกอบทางการตลาดของตลาดเก่า 11 ปี เจ็ดเสมียน ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ สินค้าและบริการ ราคา ช่องทางจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ทำให้เห็นว่า รูปแบบของสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผักผลไม้ปลอดสารพิษ การให้บริการเช่น การนวดแผนไทย มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มูลค่าของสินค้าและอัตราค่าใช้บริการในกิจกรรมต่างๆ มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี และการส่งเสริมการตลาดโดยพนักงานมีอัธยาศัยดี มีความรู้ ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำวัดลำพญาอย่างต่อเนื่อง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครปฐม ในการสร้างเครือข่ายสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้แก่ชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำท่าจีน และการให้ความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนลำพญา ตลอดจนการวางแผนจัดรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพให้กับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย เช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ การพัฒนาจิตใจ สุขภาพร่างกายให้เข้มแข็ง และยังเป็นการส่งเสริมการใช้เวลาว่างได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

2. ชุมชนในพื้นที่อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สามารถจัดการท่องเที่ยวรูปแบบผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อันเป็นการสร้างงาน เพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการลุ่มแม่น้ำนครชัยศรีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

2. ควรทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดนครปฐม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

## บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ บุรศิริรักษ์. 2549. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- จาดุรงค์ ภักดีวานิช และคณะ. 2551. การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- จุฬารัตน์ ไสตะ และคณะ. 2548. รายงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพในการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขงในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- นิตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ชรรคมลการพิมพ์.
- ทิมมพร เต็ดขุนทด และคณะ. 2553. รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดและศักยภาพของตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ณิชาพัฒน์ เพิ่มทองอินทร์. 2550. สิ่งแวดล้อมศึกษาเพื่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์. 2544. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏราชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา.
- ธนินี เตรียมชัยศรี. 2550. การประชาสัมพันธ์ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ธิดีรัฐ ธรรมจง. 2553. การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นิตา บัวงาม และคณะ. 2546. รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.

- นิถุมน คำเอี่ยม. 2553. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- เนติพงษ์ บุตรราช. 2552. การศึกษาสภาพการดำเนินการของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชุมชนและชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- บุณฑวรรณ วิงวอน. 2551. รายงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. ราชภัฏลำปางวิจัย 3(1): 81-85.
- เบญญา จันทร และคณะ. 2547. รายงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดราชบุรี. วารสารวิจัยและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 76 กันยายน-ธันวาคม 2548: 11-12.
- บั้งอร ทาประเสริฐ. 2552. ตลาดน้ำวัดลำพญา: การจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ประยูร อุคมเสียง และคณะ. 2547. รายงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเมืองปากของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตอนใต้. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ปวีณา จำพืด. 2552. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ปองเพชร ธาราสุข และสุชาดา สุวรรณจำ. 2553. รายงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- ปาลีรัตน์ การดี และคณะ. 2547. รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และคณะ. 2549. รายงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.

- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. 2553. การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- พวงพิศ บุญระรัตน์. 2549. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เพชรรัตน์ ภูพันธ์. 2550. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- พันธุ์มดี เกตewanดี และศันธยา กิตติโกวิท. 2548. รายงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรนันท์ สิริวุทธิยะประภา. 2551. การศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจท่องเที่ยวของประชาชนภายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพมหานคร.
- มณีวรรณ ผิวนิม. 2545. รายงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [http://rb-research.blogspot.com/2010/01/blog-post\\_8409.html](http://rb-research.blogspot.com/2010/01/blog-post_8409.html), สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2553.
- มยุรี ศรีอุตร. 2548. การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพมหานคร.
- รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaitravelhealth.com>, สืบค้น 28 ตุลาคม 2553.
- ลลิตา ขุนทอง. 2550. แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- วารวดี ดิฉณ์เดโชภณ. 2550. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนามัคคุเทศก์น้อยตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอ  
บางเลน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์  
เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ราชบุรี.
- วารัชต์ มัชยมนุรุษ. 2552. รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทำนักระยะยาวสำหรับ  
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
แม่โจ้, เชียงใหม่.
- วันสาด ศรีสุวรรณ. 2553. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยความร่วมมือของชุมชน  
ลุ่มน้ำตาปี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ศิริภรณ์ ภิญ โฉชูโต. 2550. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยความร่วมมือขององค์กร  
ท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงนุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์,  
อุตรดิตถ์.
- สิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์. 2547. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- สิริคนางค์ ปานศรี. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของ  
นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- สุรเกียรติ อาชานานุภาพ. 2545. ท่องไป-ได้คิด: 4 ชาติ 4 รส. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
หมอชาวบ้าน.
- สุวัฒน์ จูธารณ และ จริญญา เจริญสุกใส. 2544. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ  
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 8.  
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อติทยา แก้วพิลา. 2553. การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่. วิทยานิพนธ์การวางแผน  
ภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
กรุงเทพมหานคร.





ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา  
อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

แบบสอบถามฉบับนี้ ต้องการทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งท่านสามารถแสดงความรู้สึก หรือความคิดเห็นได้อย่างอิสระ คำตอบของท่านไม่มีข้อถูกหรือผิด และไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด ดังนั้นขอให้ท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของท่านเพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามนี้ ผลของแบบสอบถามจะนำไปใช้ในการวิจัย และนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์  
ศิริสุข นาคะเสถียรย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความ และกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ( ) 2. 21-30 ปี  
 ( ) 3. 31-40 ปี ( ) 4. 41-50 ปี  
 ( ) 5. 51-60 ปี ( ) 6. มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี  
 ( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ( ) 3. พนักงานบริษัท ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) 5. อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ( ) 2. 10,001-20,000 บาท  
 ( ) 3. 20,001-30,000 บาท ( ) 4. มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำ  
วัดลำพญา

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาเพื่อซื้อ  
สินค้า และหรือใช้บริการกิจกรรมต่างๆ อันเป็นการส่งเสริมสุขภาพ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความ และกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านทราบและรู้จักตลาดน้ำวัดลำพญาจากสื่อประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน บุคคลในครอบครัว  
( ) 2. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร/นิตยสาร  
( ) 3. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ป้ายประกาศ แผ่นพับประชาสัมพันธ์

2. ท่านมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาบ่อยครั้งเพียงใด (ต่อเดือน)

- ( ) 1. 1 ครั้ง ( ) 2. 2 ครั้ง  
( ) 3. 3 ครั้ง ( ) 4. 4 ครั้ง  
( ) 5. ไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส

3. ท่านเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาโดยวิธีใด

- ( ) 1. รถยนต์ส่วนตัว ( ) 2. รถประจำทาง/รถตู้ประจำทาง  
( ) 3. อื่นๆ ระบุ.....

4. ท่านเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไปกับใคร

- ( ) 1. คนเดียว ( ) 2. ครอบครัว  
( ) 3. เพื่อน ( ) 4. อื่นๆ ระบุ.....

5. วัตถุประสงค์ใดที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ ( ) 2. เพื่อพักผ่อนคลายเครียด  
( ) 3. เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ( ) 4. อื่นๆ ระบุ.....

6. กิจกรรมใดที่ท่านทำในขณะที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ทำบุญ/ไหว้พระ/ถวายสังฆทาน
- ( ) 2. เลือกซื้อผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ
- ( ) 3. เลือกซื้อ/รับประทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร
- ( ) 4. เลือกซื้อต้นไม้/สินค้าเกษตร
- ( ) 5. เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน
- ( ) 6. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- ( ) 7. นวดแผนไทย/นวดแผนโบราณ
- ( ) 8. นวดหน้า
- ( ) 9. นวดเท้า/สปาเท้า
- ( ) 10. ประคบ/อบสมุนไพร
- ( ) 11. นั่งเรือชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน/ไหว้พระ
- ( ) 12. ชมพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา
- ( ) 13. อื่นๆ ระบุ.....

7. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาโดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

- ( ) 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท
- ( ) 2. 201-400 บาท
- ( ) 3. 401-600 บาท
- ( ) 4. มากกว่า 600 บาท

8. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอีกหรือไม่

- ( ) 1. กลับมาเที่ยวอีก
- ( ) 2. ไม่กลับมาเที่ยวอีก

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประชาชนในตลาดน้ำวัดลำพญา

**คำชี้แจง** โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของท่านเพียงข้อละ 1 ช่องเท่านั้น ซึ่งแต่ละช่องมีความหมายดังนี้

มากที่สุด หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของท่าน มากที่สุด

มาก หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของท่าน มาก

ปานกลาง หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของท่าน ปานกลาง

น้อย หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของท่าน น้อย

น้อยที่สุด หมายถึง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของท่าน น้อยที่สุด

ข้อที่	ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านสินค้าและบริการ</b>						
1	สินค้าและบริการมีคุณภาพ					
2	สินค้าและบริการมีความปลอดภัย					
3	สินค้าและบริการได้มาตรฐาน					
4	สินค้าและบริการมีความหลากหลาย					
5	สินค้ามีรูปแบบสวยงาม					
6	สินค้ามีรสชาติดี/อร่อย					
<b>ด้านราคา</b>						
7	ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับปริมาณ					
8	ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
9	มีป้ายบอกราคาสินค้าและบริการอย่างชัดเจน					
<b>ด้านสถานที่</b>						
10	ที่ตั้งของตลาดนำมีความเหมาะสม					
11	ที่ตั้งของตลาดนำเดินทางสะดวก					
12	ที่ตั้งของตลาดนำมีการแบ่งประเภทสินค้าและบริการอย่างชัดเจนและจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ					
13	ตลาดนำมีบริเวณที่จอดรถอย่างเพียงพอ					
14	ตลาดนำมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน					
15	ตลาดนำมีการดูแลรักษาความสะอาด					
16	ตลาดนำมีบรรยากาศ/สภาพแวดล้อมที่ดี					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
17	ตลาดนำมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง					
18	ตลาดนำมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย					
19	ผู้ขาย/พนักงานมีอริยาคัยดี					
20	พนักงานมีความรู้และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



ประวัติผู้วิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวศิริสุข นาคะเสนีย์  
(ภาษาอังกฤษ) Miss Sirisuk Nakasaney

2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ ระดับ 7

3. หน่วยงานที่สามารถติดต่อได้

คณะศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์  
264 ถนนจักรวรรดิ แขวงจักรวรรดิ  
เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี กศ.บ. (สังคมศึกษา)  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พลศึกษา  
ปริญญาโท ก.ม. (การสอนสังคมศึกษา)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สังคมวิทยา และ การศึกษา

6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. แรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม  
ในการประหยัดพลังงานของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้วิจัยร่วม

1. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ที่เข้าเรียนโดย  
วิธีโควต้ากับนักศึกษาที่เข้าเรียนโดยวิธีสอบคัดเลือก