

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ของ ตลาดน้ำดอนหวาย		
ผู้วิจัย	พรพรรณ สุวรรณประทีป	ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์	
	ธีระวัฒน์ เปี่ยมสุภัคพงศ์	พจนีย์ ศรีศรี	
สถาบัน	มหาวิทยาลัยธนบุรี		
ปีที่พิมพ์	2551		
ลิขสิทธิ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี		

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้า และบริการในตลาดน้ำดอนหวาย (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (3) ศึกษาการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยว (4) ศึกษาแนวทางการพัฒนา ของตลาดน้ำดอนหวายให้ยั่งยืน โดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มี 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้บริหารจัดการตลาดน้ำดอนหวาย (2) ผู้ประกอบการ บริเวณตลาดน้ำดอนหวาย จำนวน 120 คน (3) นักท่องเที่ยว จำนวน 395 คน

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำดอนหวาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เนื่องจากมีความพร้อมในด้านของชุมชน ในการรองรับนักท่องเที่ยว ที่ได้เดินทางมารวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และส่วนประสมทางการตลาด ที่นำเข้ามาใช้เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ต่างก็เห็นว่าบรรยากาศ วิถีชีวิตของชุมชน ที่คงอนุรักษ์ความเป็นตลาดน้ำไว้ อาหารพืชผัก ผลไม้ เป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างหนึ่ง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อจำกัดในด้านของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของสินค้าให้สอดคล้องกับราคา รวมถึงการส่งเสริมการตลาด สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างที่ต้องพัฒนา และเพิ่มเติม เพื่อรองรับ

ความสะดวกรวดเร็วกว่า เช่น การให้บริการเครื่องฝากถอนอัตโนมัติ ป้ายประกาศเตือนข้อควรระวังเกี่ยวกับทรัพย์สิน ตู้โทรศัพท์สาธารณะ และหน่วยปฐมพยาบาล

Research Title: Direction for the Sustainable Marketing Development of Tourism
at Donwai Float Market

Researcher: Pornpu Suwanprateep ,Theerasak Piamsuphakpong
Theerarat Piamsuphakpong , Potchaneer Srisarang

Institution: Thonburi University

Year of Publication: 2008

Copyright: Thonburi University

ABSTRACT

The objectives of this survey research were (1) to study consumer behavior in choosing product and service of Don Wai floating market. (2) to study marketing mix factors influencing motivation of tourists. (3) to study development of public utility system and necessary facilities in order to meet the basic need of tourists. (4) to study the method of development of Don Wai floating market. Questionnaires and interviews were used as research tools to collect data. Descriptive statistics, including frequency distribution, percentage distribution, arithmetic mean and standard deviation were used to analyze data. The sample is divided into 3 groups which are (1) the head of the community or the administrator of Don Wai floating market (2) 120 shop owners around Don Wai floating market and (3) 395 tourists.

The research results showed that Don Wai floating market is an Attractive cultural place for tourists because there were cooperation and support from all the people in that community in welcoming the tourists. Moreover, the basic facilities, marketing mix, and the conservative environment of floating market also attracted those tourists as well as food, vegetables and fruits. However, there was the limitation in the sense of the products, and the quality of goods correspond to the price, including marketing push. Moreover, some of the facilities must be developed and added for supporting convenience to the tourists, such as ATM service, the warning sign to beware of the property, public telephone box, and the first-aid division.