

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า ระหว่างวันศุกร์ – เสาร์ และอาทิตย์ โดยเฉลี่ยเดือนละ 3,500 คน (ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์, เมษายน 2557)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า ระหว่างวันศุกร์ – เสาร์ และอาทิตย์ เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 346 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p. 608)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามมี 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก จำนวน 22 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert)

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีแบบสะดวก (convenient sampling) ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระหว่างวันศุกร์ – เสาร์ และอาทิตย์ จำนวน 346 คน และขอรับคืนแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงวันที่ 1 – 30 เมษายน 2557 ได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 346 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ (percentage)
2. วิเคราะห์ความความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนความความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ t-test และ F-test
4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยวิธี Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.20 อายุ 25 – 40 ปี ร้อยละ 48.55 รองลงมาน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 20.52 สถานภาพสมรส ร้อยละ 48.84 รองลงมาโสด ร้อยละ 40.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.94 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.83 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34.68 รองลงมาเจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 18.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 30.35 รองลงมา 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 27.46

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63 - 3.77$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
2. สินค้ามีความแปลกใหม่และทันสมัย
3. ประเภทของสินค้าหลากหลาย

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวนเพศชาย และเพศหญิง อายุ 25 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเจ้าของธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

ด้านราคา

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22 - 3.40$) ทุกรายการ คือ

1. สินค้ามีหลายระดับราคา
2. ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
3. ความคงเส้นคงวาของราคาสินค้า
4. การต่อรองราคาสินค้า

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวนเพศชาย และเพศหญิง ทุกกลุ่มอายุ สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเจ้าของธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท

ด้านทำเลที่ตั้ง

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชिकाต้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67 - 4.05$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในตลาด
2. บรรยากาศของตลาดมีความร่มรื่น ไม่แออัด
3. มีสถานที่นั่งพักผ่อนเพียงพอ เป็นสัดส่วน
4. ท่าเลที่ตั้งของตลาดเดินทางมาได้สะดวก

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง อายุ 25 – 40 ปี และ 41 – 55 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

ด้านการส่งเสริมการตลาด

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาต้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38 - 3.49$) ทุกรายการ คือ

1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ขาย
2. การให้ความรู้และคำแนะนำในสินค้าของผู้ขาย
3. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวเพศหญิง อายุ 25 – 40 ปี และ 41 – 55 ปี สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท

ด้านการอำนวยความสะดวก

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาต้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.94 - 3.38$) ทุกรายการ คือ

1. ป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน
2. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ
3. สถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าเพียงพอ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง อายุ 25 – 40 ปี และ 41 – 55 ปี สถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเจ้าของธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท

3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าใน ตลาด ชικาด้า ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.1 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาด
ชิกาด้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยว เพศชาย และเพศหญิง พบว่า
นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิกาด้า
ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์
ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวที่มี
เพศต่างกันมีความพึงพอใจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดช
ิกาด้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยว ที่มีอายุต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี
อายุต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิกาด้า ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ด้านการ
ส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดช
ิกาด้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน พบว่า
นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิกาด้า
ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริม
การตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.01

3.4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดช
ิกาด้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า
นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิกาด้า
ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการอำนวยความสะดวก มี
ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดช
ิกาด้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยว ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยว
ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิกาด้า ในภาพรวมแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิลาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยว ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิลาค้า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านราคา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิลาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ข้อมูลที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.20 อายุ 25 – 40 ปี ร้อยละ 48.55 สถานภาพสมรส ร้อยละ 48.84 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.94 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34.68 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 30.35

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิลาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิลาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิลาค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของประเภทของสินค้า มีให้เลือกหลายหลาย สินค้ามีความแปลกใหม่ คุณภาพดีมีความคงทนถาวร มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และมีการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดจิกาค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพการสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีความคงเส้นคงวา มีหลากหลายราคา และสามารถต่อรองราคาได้

ด้านทำเลที่ตั้ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดจิกาค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของทำเลที่ตั้งของตลาดสามารถเดินทางได้สะดวก สภาพแวดล้อมและบรรยากาศมีความร่มรื่น ไม่แออัด มีสถานที่นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอ และเป็นสัดส่วน มีการจัดแบ่งโซนสินค้าชัดเจน และวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ที่น่าสนใจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดจิกาค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ การให้ความรู้และคำแนะนำสินค้า ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ขาย

ด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดจิกาค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องของสถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ห้องน้ำสะอาด มีป้ายสัญลักษณ์บ่งทางอย่างชัดเจน

พบว่าเป็นไปตามทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์

จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้าทัศนคติ ประสิทธิภาพ ความชอบ รสนิยม ของแต่ละบุคคล ซึ่งเกิดจากการรับรู้ถึงความแตกต่างของมูลค่าที่ได้รับกับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ และทฤษฎีของฉัดยาพร เสมอใจ (2550) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้รู้ว่าควรจะพิจารณาที่ปัจจัยใดบ้างในการที่จะพัฒนาปรับปรุงแก้ไข และหาทางในการป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในด้านคุณภาพการบริการ (service quality) ซึ่งเป็นความคาดหวังของลูกค้าขั้นพื้นฐาน โดยที่ลูกค้ามักคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้องได้รับเท่ากับที่เขาคาดหวังไว้ ราคา (price) เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้กำหนดคุณภาพของบริการ ลูกค้ามักคาดหวังว่าเขาจะต้องได้รับคุณภาพที่เหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่เขาจ่ายไป เมื่อเปรียบเทียบคุณค่าของการบริการที่ได้รับว่าเหมาะสมกับราคาของบริการก็จะเกิดการยอมรับ สถานการณ์แวดล้อม (environment) การบอกต่อของลูกค้ารายอื่น ๆ การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มแข่งขัน มักจะมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดในการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) จะเกี่ยวกับทัศนคติ ความเข้าใจต่อการบริการ และอารมณ์ของลูกค้าในขณะที่ไปรับบริการ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการประเมินคุณภาพการบริการและส่งผลให้การประเมินคุณภาพต่ำกว่าความรู้สึกที่เป็นจริง และคุณภาพของสินค้า (goods quality) ควรเลือกใช้แต่สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี ไม่ควรนำของเก่าหรือหมดสภาพการใช้งานมาใช้หรือจำหน่าย เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ ไม่กลับมาซื้ออีก

จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 40 ปี มีการเลือกซื้อที่แตกต่างกับผู้ที่มีอายุ น้อยกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับประเภทของสินค้า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ สมรส มีการเลือกซื้อแตกต่างกับผู้ที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง ในเรื่องของประเภทของสินค้า และ ผู้ที่มีสถานภาพ โสด มีการเลือกซื้อแตกต่างกับผู้ที่มีสถานภาพสมรส ในเรื่องของการต่อรองราคาสินค้า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการเลือกซื้อแตกต่างกับผู้ที่มีจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในเรื่องของสินค้าหลากหลายราคา ผู้ที่มีจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการเลือกซื้อแตกต่างกับผู้ที่มีจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในด้านบรรยากาศและสถานที่จอดรถ ผู้ที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา แตกต่างกับเจ้าของธุรกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ในเรื่องของสินค้ามีความแปลกใหม่ และทันสมัย ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการเลือกซื้อแตกต่างกับพนักงานบริษัทเอกชน ในเรื่องประเภทของสินค้า พนักงานบริษัทเอกชน มีการเลือกซื้อแตกต่างกับพ่อบ้าน/แม่บ้าน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เจ้าของธุรกิจ ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ที่น่าสนใจ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการเลือกซื้อแตกต่างกับผู้มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท เกี่ยวกับราคาของสินค้า ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีการเลือกซื้อแตกต่างกับผู้มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลายรูปแบบ หลากหลายขนาด หลายระดับราคา สินค้าควรมีความแปลกใหม่และทันสมัย คุณภาพดีมีความคงทนถาวร มีความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น โดยมีการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งควรมีป้ายแสดงราคาสินค้ากำกับสินค้าไว้อย่างชัดเจน มีการจัดแบ่งโซนของร้านค้าและจัดสินค้าน่าสนใจโดดเด่นให้สะดุดตาลูกค้า มีการรับประกันความพึงพอใจของสินค้าให้กับลูกค้า เช่น ลูกค้าซื้อเสียไปแล้วใส่ไม่ได้สามารถนำสินค้าที่ซื้อไปแล้วมาเปลี่ยนได้ เป็นต้น

ด้านราคา ควรมีการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ความคงเส้นคงวาของราคาสินค้า สามารถต่อรองราคาสินค้า โดยมีสินค้าหลากหลายระดับราคา มีการปรับปรุงคุณภาพและราคาของสินค้าให้มีความเหมาะสมให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ในปัจจุบัน

ด้านทำเลที่ตั้ง ควรมีการศึกษาถึงทำเลที่ตั้งของตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย มีการจัดแบ่งโซนสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจนและมีป้ายบอกทางการจัดวางสินค้าควรเป็นหมวดหมู่ที่น่ามีความน่าสนใจ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในตลาด ควรมีการจัดสถานที่ให้มีความร่มรื่น ไม่แออัด ให้ความสำคัญและใส่ใจในเรื่องความสะอาดของสถานที่ตลอดระยะเวลา เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด การมาซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตซึ่งจะเดินทางมาในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลของตลาดมากยิ่งขึ้น มีพนักงานคอยอธิบายแนะนำสินค้า ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตลาดเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยว กระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ได้รับรู้อย่างทั่วถึง ควรมีการจัดทำข้อมูลทางการท่องเที่ยว โดยทำเป็นแผ่นพับ

ใบปลิว หรือปฏิทินการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

ด้านการอำนวยความสะดวก เจ้าหน้าที่ควรมีการจัดเพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น จัดเจ้าหน้าที่คอยต้อนรับและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความปลอดภัย การแนะนำสถานที่ และหน่วยงานควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับเรื่องการบริการลูกค้าให้มากขึ้น ควรมีการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิดตามจุดต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและรู้สึกปลอดภัยขณะที่มาเดินเที่ยวในตลาด และส่งผลให้มีการมาเที่ยวซ้ำในครั้งต่อไปให้มากขึ้น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำสะอาดควรมีความเพียงพอและเหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ ป้ายสัญลักษณ์บอกทางควรมีความชัดเจน มีการจัดทำป้ายข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวให้เป็นสากล สามารถอ่านและเข้าใจง่าย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาความพึงพอใจเฉพาะจากนักท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนผู้มาเยือน (guest) แต่เพียงฝ่ายเดียว แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องมองภาพจากทั้งสองฝ่ายคือ ฝ่ายเจ้าบ้าน (host) และฝ่ายผู้มาเยือน (guest) ควบคู่กันไปแล้วหาจุดความเหมาะสมระหว่างสองฝ่าย ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนทุกฝ่าย ต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้รับทราบถึงข้อปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และมีแนวทางในการแก้ไขได้อย่างถูกต้อง จึงต้องวางแผนรองรับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ และกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า
2. ควรศึกษาปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และปัจจัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้รับถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำผลที่ได้มาปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น