



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตากปักษ์ใต้จากเศษปลาตาก
เหลือใช้ของชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง

Tourists Satisfaction toward Southern Catfish Chili Paste Products from
Waste Catfish of the Ban Ngok Nam Community, Phatthalung Province

วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง^{1*}, กอแก้ว จันทรกึ่งทอง¹ และ นุชณา ณ พายัพ²

Wiwat Jankingthong^{1*}, Korkaew Jankingthong¹ and Nutsana Na Phayap²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹Assistant Professor, Ph.D., Hatyai Business School, Hatyai University

²อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติดิษยะสริน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

²Lecturer, Didysarin International College, Hatyai University

*Corresponding author, E-mail: wiwat@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตากปักษ์ใต้จากเศษปลาตากเหลือใช้ของชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ขนาดตัวอย่างของจำนวนประชากรในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตากปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ

Abstract

This research was to study the level of tourists satisfaction toward southern catfish chili paste products from waste catfish of the Ban Ngok Nam community, Phatthalung province and compare of the subjects' personnel toward the tourist satisfaction. The population sample size in this research were 400 tourists. The instrument for data collection were an accidental sampling and questionnaire. The results of this research revealed that the tourists were satisfied with the overall level of the high. Regarding the comparison of personal factors toward the Thai tourist satisfaction, the results show that their different age and income did differentiate their level of satisfactions.

Keywords: Tourist Satisfaction, Southern Catfish Chili Paste Products, Ban Ngok Nam Community



บทนำ

ชุมชนบ้านโงกน้ำ ตำบลนาขยาด อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง เป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่ชาวบ้านมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองและอยู่ร่วมกันอย่างเอื้ออาทร ชาวบ้านในชุมชนบ้านโงกน้ำมีความพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพตนเองให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยนำความรู้ได้รับการถ่ายทอดเกี่ยวกับการทำเกษตรทฤษฎีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการทำ “ปลาดุกร้า” ซึ่งเป็นอาหารจากภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคใต้ที่ทำกันมาเป็นร้อยปี โดยเฉพาะแถบทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยชาวบ้านในชุมชนบ้านโงกน้ำแปรรูปปลาดุกร้าจากปลาดุกที่ชาวบ้านเลี้ยง ครึ่งเรือนละ 500 - 800 ตัว ในบ่อพลาสติกข้างบ้าน และนำมาแปรรูปเป็นปลาดุกร้าเพื่อขาย จนเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อของจังหวัดพัทลุง เพราะปลาดุกร้าของชุมชนบ้านโงกน้ำเป็นปลาดุกร้ากึ่งมัน ที่เน้นความสะอาด เนื้อปลามีความนุ่ม มีกลิ่นหอม รสชาติเค็มนิด หวานหน่อย แต่อร่อยมาก ประกอบกับการบรรจุถุงที่ไร้กลิ่น จึงกลายเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากแก่นักท่องเที่ยวและผู้เข้ามาศึกษาดูงานในชุมชนบ้านโงกน้ำ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง, 2565)

จากการสำรวจ พบว่า ชุมชนบ้านโงกน้ำมีเศษหัวปลาดุกเหลือใช้จากการทำปลาดุกร้าต่อเดือนจำนวนกว่า 1 พันกิโลกรัม ซึ่งเอาไปทิ้งเป็นปุ๋ยให้ต้นปาล์มในชุมชน ในการประชุมกลุ่มกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อสรุปว่า ชุมชนบ้านโงกน้ำมีความต้องการนำเศษปลาดุกเหลือใช้มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้ ได้แก่ น้ำพริกบูดูปลาดุก และน้ำพริกโจรปลาดุก เพื่อลดการสูญเสียจากเศษปลาดุกเหลือใช้ และเพิ่มรายได้ผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนด้วยการแปรรูปเป็นน้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้ ที่มีรสชาติเข้มข้น จัดจ้าน สมุนไพรหลากหลาย ดีต่อสุขภาพ รวมถึงการออกแบบจัดทาบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากที่เหมาะสมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถนำไปใช้ในการทำการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (เฉลา ด้วงเรือง, สัมภาษณ์, 2565; สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง, 2565)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นเท่าที่ ความรู้สึก หรือเจตคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยการเปรียบเทียบกันระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น หากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมากกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมาก และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการซื้อซ้ำ เกิดการแนะนำและบอกต่อในทางบวกต่อผู้อื่น และเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวน้อยกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็น่าจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจน้อยหรือไม่พึงพอใจ และจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีก (Grigoroudis, 2009) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้จากเศษปลาดุกเหลือใช้ของชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง ซึ่งจะทำให้ทราบถึงทัศนคติและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลให้ชุมชนบ้านโงกน้ำ และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่ยอดขายและรายได้ของชุมชนที่เพิ่มขึ้น เพื่อการดำรงอยู่ของชุมชนอย่างยั่งยืน



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัย

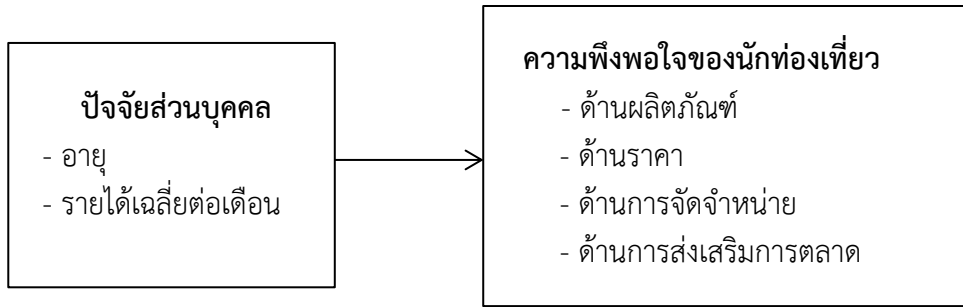
นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การศึกษาความพึงพอใจเริ่มมีตั้งแต่ก่อนปี ค.ศ.1960 และในปี ค.ศ.1980 ได้มีการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยว โดยธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค และจำเป็นต้องค้นหาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะนำไปสู่การวางแผนตอบสนองต่อความต้องการนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคจะส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจภายหลังการซื้อ ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายและกำไร รวมถึงความยั่งยืนของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจที่ขายผลิตภัณฑ์ให้แก่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบถึงความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อสนองให้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นไปตามความคาดหวัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำ รวมถึงแนะนำบอกต่อในทางบวก (Illescas-Manzano, Martínez-Puertas, & Sánchez-Pérez, 2022)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นท่าที ความรู้สึก หรือเจตคติในทางที่ดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยเกิดจากการคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนการเข้ามาเห็นผลิตภัณฑ์ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหลังได้เห็นผลิตภัณฑ์แล้ว และเกิดเป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบวัดความพึงพอใจ 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยด้านผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้านราคา จำเป็นต้องคำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้ากับราคา ด้านการจัดจำหน่าย จำเป็นต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้บริโภค คือ ต้องทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำเป็นต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจและเกิดความสนใจในสินค้า (Steve, Kim, & Toni, 2018; Swart, 2018)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง หากแต่ในการดำเนินงานของชุมชนนั้น ไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ดังนั้นในการศึกษานี้จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) มีรายละเอียดดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

ผู้วิจัยกำหนดให้สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม คือ 50% หรือ 0.5 ดังนั้น $P = 0.5$ กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% มีระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 ดังนั้น $Z = 1.96$ ยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ดังนั้น $d = 0.05$ จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 384 ตัวอย่าง และเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความคงที่และผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ แบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง แบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงใจของนักท่องเที่ยว 4 ด้าน 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ จากมากที่สุด (5 คะแนน) ถึง น้อยที่สุด (1 คะแนน)

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับความพึงใจของนักท่องเที่ยว ใช้เกณฑ์การกำหนดช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มีระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง มีระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง มีระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง จำนวน 50 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีค่าสูงกว่า 0.8 ทุกด้าน แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัยที่ผ่านการชี้แจงในข้อคำถาม กระบวนการดำเนินการ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียดก่อนดำเนินการทุกครั้ง ซึ่งกระจายเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงวันธรรมดา วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดเทศกาล และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยผู้วิจัยให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบเอง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในงานสถิติเพื่อการวิจัย ประกอบด้วย

1) ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาปัจจุบัน

2) ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านการจัดจำหน่าย และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

3) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ โดยจำแนกตามอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบด้วยสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Pairwise Comparisons) โดยวิธีของ Scheffe

ผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81 ส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35 เมื่อพิจารณาถึงอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 29 ในส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 และภูมิลำเนาปัจจุบันของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพัทลุงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.34 โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 ในส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 นอกจากนี้ ด้านราคา นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในขณะที่ด้านการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.63	0.68	มากที่สุด
2. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	0.72	มาก
3. ด้านราคา	4.27	0.67	มาก
4. ด้านการจัดจำหน่าย	4.14	0.70	มาก
ภาพรวม	4.34	0.69	มาก

ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.63 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รสชาติของน้ำพริกปลาตุ๋ก มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมา คือ สีของน้ำพริกปลาตุ๋ก มีค่าเฉลี่ย 4.69 และลำดับสุดท้าย คือ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.52 ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รสชาติของน้ำพริกปลาตุ๋ก	4.71	0.71	มากที่สุด
2. สีของน้ำพริกปลาตุ๋ก	4.69	0.72	มากที่สุด
3. กลิ่นของน้ำพริกปลาตุ๋ก	4.65	0.69	มากที่สุด
4. ป้ายฉลาก	4.58	0.66	มากที่สุด
5. ลักษณะบรรจุภัณฑ์	4.52	0.68	มากที่สุด
ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์	4.63	0.70	มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.27 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.56 และลำดับสุดท้าย คือ ความหลากหลายของการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.49 ดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านราคา

ราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.67	0.71	มากที่สุด
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของสินค้า	4.56	0.69	มากที่สุด
3. การตั้งราคาสินค้าแต่ละรูปแบบมีความเหมาะสม	4.35	0.67	มาก
4. ความหลากหลายของการชำระเงิน	3.49	0.75	ปานกลาง
ภาพรวมด้านราคา	4.27	0.72	มาก

ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความรวดเร็ว และถูกต้องในการชำระเงิน มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมา คือ การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 4.61 และลำดับสุดท้าย คือ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความรวดเร็ว และถูกต้องในการชำระเงิน	4.64	0.67	มากที่สุด
2. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ	4.61	0.72	มากที่สุด
3. สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเข้าถึง	3.88	0.74	มาก
4. สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถเพียงพอ	3.45	0.75	ปานกลาง
ภาพรวมด้านการจัดจำหน่าย	4.14	0.71	มาก

ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋กปักซี่ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.31 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การให้คำแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมา คือ การให้ชิมสินค้าตัวอย่างก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.69 และลำดับสุดท้าย คือ การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.28 ดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้คำแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า	4.74	0.73	มากที่สุด
2. การให้ชิมสินค้าตัวอย่างก่อนตัดสินใจซื้อ	4.69	0.75	มากที่สุด
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การลด การแถม	4.53	0.78	มาก
4. การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ เช่น คนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน	3.28	0.71	ปานกลาง
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	0.74	มาก

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตาราง 6

ตาราง 6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จำแนกตามอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	การทดสอบด้วย F-test	
	ปัจจัยส่วนบุคคล	
	อายุ (F)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (F)
ด้านผลิตภัณฑ์	5.12**	8.93**
ด้านราคา	1.94	5.49**
ด้านการจัดจำหน่าย	1.67	5.28**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.26	6.51**

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 29 ปี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท



สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ ประกอบด้วยน้ำพริกโจรสลัด และน้ำพริกบูดูปลาตุ๋น เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนบ้านโงกน้ำ ที่มุ่งเน้นการนำภูมิปัญญาของชุมชนในการนำเศษปลาตุ๋นเหลือใช้จากการทำปลาตุ๋น มาใช้เป็นวัตถุดิบในการทำน้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ซึ่งเป็นน้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้มีรสชาติอร่อยและเข้มข้นด้วยส่วนผสมของสมุนไพรต่าง ๆ ทำให้มีสีสันน่ารับประทาน รวมถึงมีกลิ่นหอมของน้ำพริกอย่างชัดเจน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง เมื่อได้ทดลองชิมน้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้แล้ว ส่วนใหญ่จะซื้อกลับไปรับประทาน และซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก เป็นเพราะการตั้งราคาน้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ของชุมชนบ้านโงกน้ำมีความเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณของสินค้า เมื่อพิจารณาด้านการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะชุมชนได้นำระบบขายหน้าร้านมาใช้ ทำให้การชำระเงินมีความถูกต้องและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงชุมชนได้นำชั้นมาใช้ในการวางสินค้าและจัดสินค้าอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถหยิบได้อย่างสะดวก ในส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะชุมชนบ้านโงกน้ำได้ให้คำแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างชัดเจน อีกทั้งให้ผู้สนใจสามารถทดลองชิมสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ

การเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้ ชุมชนบ้านโงกน้ำ จำแนกตาม อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 21 - 29 ปี เป็นเพราะผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแม่บ้านที่มีความชอบรับประทานน้ำพริก โดยเฉพาะน้ำพริกปักษ์ใต้ที่ทำจากปลาตุ๋นซึ่งมีความแตกต่างจากน้ำพริกบูดู และน้ำพริกโจรสลัด ๆ ไป ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 21 - 29 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาและวัยแรกเริ่มทำงานส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน หรือซื้ออาหารสำเร็จรูปกลับมารับประทาน จึงไม่ค่อยให้สนใจกับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นปักษ์ใต้มากนัก ในขณะที่ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูงขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมาก จึงให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ปลาตุ๋นปักษ์ใต้ที่มีคุณภาพดี ทั้งรสชาติ สีสัน กลิ่น รวมถึงมีบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากที่สวยงาม มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและให้ชิมสินค้าตัวอย่างก่อนตัดสินใจซื้อ รวมถึงมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ มีความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน สอดคล้องกับ Grigoroudis (2009) และ Kardes, Cronley, and Cline (2015) ที่กล่าวไว้ว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง ย่อมมีกำลังซื้อมาก เมื่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเกิดความสนใจกับสินค้าใดก็จะให้ความสำคัญมาก และหากเกิดความพึงพอใจในสินค้า ย่อมทำให้การตัดสินใจซื้อได้ง่าย และซื้อสินค้าในจำนวนที่มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ภาพรวมด้านราคาในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความหลากหลายของการชำระเงินอยู่ในระดับปานกลาง จึงเสนอแนะให้ชุมชน ควรเพิ่มความหลากหลายของการชำระเงิน อาทิ การชำระเงินดิจิทัล (digital payment) โดยการสแกน QR code และพัฒนาเป็น QR payment ที่สามารถรองรับการชำระเงินได้หลายประเภท ทั้งจากบัญชีธนาคาร บัตรเครดิต บัตรเดบิต และบัญชีกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคปัจจุบันในการซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านทางออนไลน์ อันจะทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้องในการชำระเงินยิ่งขึ้น

2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ภาพรวมด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสถานที่จำหน่ายที่มีจอดรถอยู่ในระดับปานกลาง จึงเสนอแนะให้ชุมชน ควรจัดทำสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนรถที่จะเข้ามาจอด และควรจัดทำสถานที่จอดรถเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งเป็นวันที่นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวในชุมชน และนำรถเข้ามาจอดที่ชุมชนจำนวนมาก

3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการเข้าร่วมโครงการของภาครัฐอยู่ในระดับปานกลาง จึงเสนอแนะให้ชุมชนควรเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ อาทิ คนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เราชนะ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อสินค้าของชุมชน โดยการใช้สิทธิ์จากโครงการของภาครัฐ ซึ่งเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของชุมชน

4. ผลการเปรียบเทียบ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง จึงเสนอแนะชุมชนให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น มีคุณภาพที่ดี และมีการตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสม รวมถึงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายและให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยการขายผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ shopee Lazada รวมถึงการส่งเสริมการตลาดโดยการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อใช้ในการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ของชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาตุ๋กให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น รวมถึงการมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น อย. ฮาตาล และเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP)

2. ควรวิจัยและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนแบบการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาของชุมชน และการเรียนรู้ในการทำผลิตภัณฑ์ปลาตุ๋กปักษ์ใต้

3. ควรทำการวิจัยเชิงพัฒนาความร่วมมือระหว่างชุมชนในจังหวัดพัทลุง ในการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการเชื่อมโยงระหว่างชุมชนในจังหวัดพัทลุง เพื่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนแบบผสมผสาน และเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดพัทลุงที่น่าสนใจ



เอกสารอ้างอิง

- ฉลา ต้วงเรีอง. (4 ก.ค. 2565). ประธานกลุ่มผลิตปลาตุกร้า บ้านงองน้ำ. สัมภาษณ์.
บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง. (2565). ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพัทลุง. สืบค้น 19 ก.ค. 2565
จาก <https://phatthalung.cdd.go.th>
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง. (2565). ข้อมูลชุมชนบ้านงองน้ำ จังหวัดพัทลุง. สืบค้น 10 มิ.ย. 2565.
จาก <https://www.m-culture.go.th/phatthalung/>
Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques (3rd ed.). New York: Wiley.
Grigoroudis, E. (2009). Customer satisfaction evaluation. New York: Springer.
Illescas-Manzano, M., Martínez-Puertas, S., & Sánchez-Pérez, M. (2022). The power of price and quality to explain customer satisfaction through spatial analysis. In D. Jaziri & R. A. Rather (Eds.), Contemporary approaches studying customer experience in tourism research (pp. 245-265). Retrieved August 24th, 2022, from <https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/9781801176323>
Kardes, F. R., Cronley, M. L., & Cline, T. W. (2015). Consumer behavior. Stamford, CT: Cengage Learning.
Steve, B., Kim, H., & Toni H. (2018). Services Marketing: Text and Cases. Red Globe Press
Swart, M. P. N. (2018). Providing service quality and customer care in tourism businesses. In M. Sotiriadis (Ed.), The emerald handbook of entrepreneurship in tourism, travel and hospitality (pp. 191-206). Retrieved August 26th, 2022, from <https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/9781787435292>