

หัวข้อวิจัย	แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
ผู้ดำเนินการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรณพ เรืองกัลปวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรารวรรณ เรืองกัลปวงศ์
ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิภา จัตูชัย
หน่วยงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2558

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี 3) ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี และ 4) หาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) ได้แก่ ผู้ประกอบการ คนในพื้นที่ และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 9 คน กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับตามวิธีการของครอนบาค .959 และแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง รองลงมา คือ ด้านความประทับใจ และด้านการบริการท่องเที่ยว

2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

3) ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ควรดำเนินการดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดตั้งหน่วยงานความสะดวก และจัดงบประมาณสนับสนุนด้านต่างๆ ตลอดจนมีการประสานร่วมงานกันกับตลาดน้ำด้วยการเข้ามาดูแลช่วยเหลือสนับสนุนทำล้าคลองต่างๆ ให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างตำบล และทำน้ำในล้าคลองให้สวย สะอาด สดใสเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งชมวิถีชีวิตทางเรือ

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมสื่อสารมวลชนมาจัดทำรายการการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำของจังหวัดนนทบุรี

3) ผู้ดูแลจัดการตลาดน้ำต้องสร้างความแตกต่างการบริการ และสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของตน

- 4) ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำต้องดำเนินการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของตลาดน้ำ รวมทั้งการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 5) ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำ ต้องชี้แจงทำความเข้าใจและขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการรายย่อยให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ