

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้สร้างรายได้หลักในธุรกิจบริการและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเป็นจำนวนมากโดยสถานการณ์ท่องเที่ยวเดือนกันยายน 2557 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 1,855,626 คน สำหรับจำนวนและรายได้ในช่วงมกราคม – กันยายน 2557 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 17,558,999 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่าเท่ากับ 806,613.56 ล้านบาท โดยมากกว่า 3 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (67.23 %) เป็นนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป เอเชียใต้ โอเชียเนีย อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2557) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้แทนกันได้ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการโรงแรมและภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้าและของที่ระลึก ซึ่งธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านต่างๆ เป็นต้น รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะกระจายรายได้ไปสู่หลายอาชีพและหลายท้องถิ่น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ มีการลงทุนหรือขยายกิจการอันเป็นผลให้เกิดการมีจ้างงานเพิ่มขึ้น

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 8 พ.ศ.2540 – 2544 ถึงฉบับที่ 9 พ.ศ.2545 - 2549 เป็นต้นมา ได้มีการกำหนดทิศทางของการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวและผลักดันที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยอาศัยเงื่อนไขทางด้านภูมิศาสตร์และทางด้านการพัฒนาเครือข่ายการคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้านให้สามารถเชื่อมโยงกันได้โดยสะดวกพร้อมกับการรักษาคุณภาพและควมมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้คงไว้ ตลอดจนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ใดมาเยือนเพื่อให้ได้มีการกระจายรายได้ภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อผลักดันให้มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและให้เติบโตในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม อีกทั้งยังเป็นการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนโดยเฉพาะในท้องถิ่นนั้นๆ ได้เข้าใจและเห็นถึงความสำคัญในเรื่องของการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมการดูแลรักษาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดไป โดยเน้นการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมให้มากขึ้นให้ความรู้ในการอนุรักษ์ที่ถูกต้องแก่ทุกคน รวมทั้งการประสานงานการปรึกษาหารือตั้งคณะทำงานรวมกันกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในดานของนโยบายและหลักปฏิบัติกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อวางแผนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างเป็รูปธรรม ส่วนแผนพัฒนาฉบับที่ 10 (2550-2554) ได้มุ่งเน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยนอกจากการท่องเที่ยวจะมุงรายได้ทางเศรษฐกิจแล้วยังต้อง

มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปพร้อมกัน นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน ตลอดจนเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้ทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพและการแข่งขัน ทำให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการป้องกันและแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมโดยนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้นทั้งนี้เป็นความสนใจและพร้อมรับความรู้สึที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นโดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มหันมาสนใจธรรมชาติและสัมผัสกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวชนบทที่อยู่กับธรรมชาติมากขึ้น และในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตชาวชนบทประเพณีและวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจนคือตลาดน้ำซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใครพร้อมกับเสน่ห์ของความเป็นไทยโดยเห็นภาพการใช้ชีวิตในอดีตจนกลายเป็นดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (พรนภา ธนโพธิวิรัตน์, 2551) ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนตลอดจนกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งด้านการเดินทางด้านสถานที่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการตลอดจนด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ตลาดน้ำไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (ชลลดา มงคลวนิช, 2556)

ประเทศไทยมีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในหลายๆ จังหวัด ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยจังหวัดนนทบุรีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และด้วยความที่จังหวัดนนทบุรีตั้งอยู่ติดริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตภาคกลางติดกับกรุงเทพมหานคร และเป็นหนึ่งในห้าจังหวัดปริมณฑลที่มีความเจริญเทียบเท่ากับกรุงเทพมหานคร มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น มีการคมนาคมที่สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ทำให้จังหวัดนนทบุรีกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย จังหวัดนนทบุรีมีหลายชุมชนที่อยู่ติดริมแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งคนในชุมชนส่วนใหญ่ต่างก็มีความผูกพันกับสายน้ำมาตั้งแต่สมัยอดีตทั้งในด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เกษตรกรรม และการคมนาคม แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยทำให้วิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมน้ำเปลี่ยนไป การคมนาคมที่เคยสัญจรทางน้ำก็เปลี่ยนไปเป็นการคมนาคมทางบกที่มีความสะดวกสบายมากกว่า ทำให้ตลาดน้ำในปัจจุบันลดจำนวนลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดน้ำในเขตจังหวัดนนทบุรีที่เดิมเคยมีอยู่ 4 แห่ง ปัจจุบันคงเหลือเพียง 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะลดลงอีกหากขาดการบริหารจัดการที่ดีและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (ปิยะพงษ์ มั่นกลั่น, 2554)

ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรมก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 โดยชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณตำบลเกาะเกร็ด หมู่ 3 หมู่ 4 และตำบลท่าอิฐ ตลาดน้ำแห่งนี้สร้างขึ้นมาแทนตลาดน้ำบางตลาดซึ่งยกเลิกการค้าขายไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมน้ำที่หันไปนิยมใช้ถนนแทนลำน้ำกันมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังตลาดน้ำแห่งนี้เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์ สำหรับกิจกรรมที่โดดเด่นของตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม คือ การศึกษาดูงานด้านโบราณวัตถุ ศาสนสถาน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน

ตลาดน้ำไทรน้อยเริ่มเปิดดำเนินการกิจกรรมที่บริเวณริมเขื่อนหน้าเทศบาลตำบลไทรน้อย โดยดำเนินการกิจกรรมอยู่เป็นเวลา 3 ปี จึงได้ย้ายมาเปิดที่บริเวณริมคลองพระพิมลราชา วัดไทรใหญ่ เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2545 โดยวัดไทรใหญ่สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.2410 มีอาณาเขต จำนวน 20 ไร่ เดิมชื่อวัดมหานิโครธาราม ซึ่งแปลว่า “ไทร” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดไทรใหญ่”เมื่อ พ.ศ. 2498 ภายในอุโบสถมีภาพจิตรกรรมเรื่องพระเจ้าสิบชาติ ปุชนียวัตถุที่สำคัญของวัดคือ “หลวงพ่อบึงคำ” ซึ่งเป็นที่เคารพ สักการะของชาวบ้านและประชาชนทั่วไป อาชีพหลักของชาวตลาดน้ำไทรน้อยคือ การทำนา ทำสวน ปลูกผัก ผลไม้ โดยเกษตรกรไทรน้อยได้มีการรวมกลุ่มเพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายที่ตลาดน้ำไทรน้อยแห่งนี้

สำหรับตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นตลาดน้ำที่สร้างขึ้นมาแทนตลาดน้ำบางคูเวียง บริเวณคลองบางคูเวียง ซึ่งได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อ 2 พฤษภาคม พ.ศ.2552 ตามแนวคิดของหลวงปู่แย้มเจ้าอาวาสวัดตะเคียนที่ต้องการพลิกฟื้นวิถีชีวิตของคนในอดีตให้คนรุ่นใหม่ได้สัมผัส และต้องการที่จะใช้พื้นที่บริเวณลำคลองแห่งนี้ให้เกิดประโยชน์แก่ชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ ให้สามารถทำมาหากินด้วยการนำพืชผักต่างๆ ที่ปลูกกันเองรวมถึงของกินที่หลากหลายใส่เรือพายมาขายกัน โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น โดยตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของความโดดเด่นของพื้นที่สภาพภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึง การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน รูปแบบและความหลากหลายของการดำเนินกิจกรรม รวมถึงวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว (ปิยะพงษ์ มั่นกลั่น, 2554) ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำหลายๆ แห่ง พบว่า ยังมีปัญหาในหลายๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ปัญหาการจราจรทางน้ำ ปัญหาการบุกรุกลำน้ำ ส่วนปัญหาด้านการบริการได้แก่ ปัญหาการให้บริการของผู้ประกอบการเช่นการขายสินค้าที่มีราคาแพงกว่าราคารมาตรฐาน ปัญหาการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆเพิ่มเติมที่จำเป็น เช่น ลานจอดรถศาลา/ที่พักและห้องน้ำไม่เพียงพอขาดระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพปัญหาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวปัญหาภูมิทัศน์ในภาพรวม รวมถึงปัญหานักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาสั้นๆในการท่องเที่ยว เนื่องจากรับรู้ว่าจะสามารถท่องเที่ยวได้ในช่วงเช้าเท่านั้น ปัญหาการขาดกิจกรรมดึงดูดที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว การขาดความชัดเจนเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น (แผนพัฒนาตลาดน้ำดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2557- 2559) รวมถึงปัญหาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ขาดการวางแผนในระดับชุมชนขาดผู้ดูแลรับผิดชอบอย่างต่อเนื่องมีการบริหารผูกขาดโดยเอกชนทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชนหรือขาดความพร้อมด้านงบประมาณเวลาและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวทำให้ต้องหวังพึ่งและรอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ ปัญหาภาพลักษณ์และรูปแบบของตลาดน้ำแบบเดิมที่หมดไป

แล้ว ปัญหาด้านการรักษาความสะอาดของห้องน้ำ การขาดข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นแผนพับภาษาต่างๆ เป็นต้น (ตลาดน้ำเสน่ห์ชุมชนเพื่อความยั่งยืน, 2556) สำหรับปัญหาของตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรี พบว่าบางแห่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวยังไม่มากนัก สินค้าที่ขายมีจำนวนไม่มาก และเอกลักษณ์ของตลาดน้ำยังไม่ชัดเจน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน (พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ, 2556) นอกจากนี้ตลาดน้ำบางแห่งยังมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยังขาดมาตรฐานคุณภาพรูปแบบที่เหมาะสม (วันทิกา หิรัญเทศ, 2556)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำซึ่งนับว่าเป็นการพัฒนาท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นการสร้างอาชีพให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และจังหวัดนนทบุรีนับเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 400 ปี ถือเป็นจังหวัดที่มีองค์ประกอบเอื้อต่อการท่องเที่ยวสูง มีตลาดน้ำหลายแห่งที่แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวนนทบุรีที่อาศัยอยู่ตามริมฝั่งคลอง โดยแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำของจังหวัดนนทบุรีหลายแห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากต้องการให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว โดยเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วได้รับความพึงพอใจเกินความคาดหวังและมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการร้านค้าได้รับผลกำไรที่ดีจากการค้าขายในพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าในท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการนอกพื้นที่ให้ความสนใจมาค้าขายมากขึ้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ดีเพียงพอ โดยเฉพาะคุณภาพในการให้บริการ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยผลการวิจัยที่ได้จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ มีคุณภาพและมีชื่อเสียงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวตลอดไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
4. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 2,004,376 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ท่องเที่ยวในตลาดน้ำจำนวน 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน

2. ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น

## 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- 1) ข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย
  - เพศ
  - อายุ
  - สถานภาพ
  - การศึกษา
- 2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่
  - ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่
  - ด้านความสะดวกในการเข้าถึง
  - ด้านความประทับใจ
  - ด้านการบริการท่องเที่ยว
- 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่
  - ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ
  - ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
  - ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

## 2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

- ความเป็นรูปธรรมของบริการ
- ความเชื่อถือไว้วางใจ
- การตอบสนองต่อผู้รับบริการ
- การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ
- ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

## 3. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารตลาดน้ำ ได้แก่ ผู้จัดการตลาดน้ำและผู้ดูแลตลาดน้ำ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำ รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน

4. ระยะเวลาการทำการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่างเดือน ธันวาคม 2557 – พฤศจิกายน 2558

## คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

**ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี** หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีต่อการได้รับบริการด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี อันได้แก่ ความเป็น

รูปธรรมของบริการความเชื่อถือไว้วางใจการตอบสนองต่อผู้รับบริการการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

**ความเป็นรูปธรรมของบริการ** หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามโดดเด่นเป็นธรรมชาติสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่นเช่นป้ายแสดงตำแหน่ง สถานที่ต่างๆแผนที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม

**ความเชื่อถือไว้วางใจ** หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับนักท่องเที่ยวอย่างน่าเชื่อถือถูกต้องและสม่ำเสมอ เช่น มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวสามารถรักษาคำมั่นสัญญาตามที่โฆษณาไว้การให้บริการข้อมูลทางของแหล่งท่องเที่ยว และราคาตามสื่อต่างๆมีความถูกต้องแม่นยำ

**การตอบสนองต่อผู้รับบริการ** หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทันที่รวดเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ

**การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ** หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีความรู้ทักษะความสามารถความซื่อสัตย์และมีสัมมาคารวะซึ่งจะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ

**ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ** หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่แก่นักท่องเที่ยวตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

**ตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรี** หมายถึง ตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีจำนวน 3 แห่งได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน

**ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งที่จะช่วยเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆมีความเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวมี 4 ด้าน ได้แก่ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความประทับใจ และด้านการบริการท่องเที่ยว

**ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่** หมายถึง ความสวยงาม/อุดมสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติ บริเวณตลาดน้ำ การมีบรรยากาศที่ร่มรื่นเย็นสบาย รวมถึงความสะดวกของแม่น้ำลำคลอง และความ เป็นเอกลักษณ์/สภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ

**ด้านความสะดวกในการเข้าถึง** หมายถึง เส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้โดยสะดวก สามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ตลอดจนมีที่จอดรถหรือท่าเรือเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

**ด้านความประทับใจ** หมายถึง แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เกิดความสนุกสนาน รวมถึง ทรัพยากรบุคคลที่ให้ความเป็นมิตร และความเอื้ออาทรแก่นักท่องเที่ยว

**ด้านการบริการท่องเที่ยว** หมายถึง การให้บริการด้านต่างๆแก่นักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและ

ต่อเนื่อง ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลและให้บริการนักท่องเที่ยว การมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว

**การบริหารจัดการการท่องเที่ยว** หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านร้านอาหาร ร้านค้าและห้องน้ำ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

**ด้านร้านอาหาร ร้านค้าและห้องน้ำ** หมายถึง การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อการบริโภคอุปโภค ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ

**ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว** หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่นการให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชน ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และความต่อเนื่องของแต่ละกิจกรรมที่จัดขึ้น

**ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สามารถดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวโดยสามารถพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่เหมาะสมรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อมการป้องกันและกำจัดมลพิษ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องได้
2. ชุมชนและผู้ประกอบการในตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
3. คณะกรรมการผู้ดูแลตลาดน้ำสามารถนำองค์ความรู้ไปเป็นแนวทางส่งเสริมและพัฒนาให้ข้อมูลแก่ชุมชนในการบริหารจัดการคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว
4. ผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสำหรับผู้สนใจต่อไป