

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ได้รับกลับคืน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล
2. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
3. การบริหารจัดการท่องเที่ยว
4. ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ระดับการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 สถานภาพสมรส จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 อาชีพหลักรับจ้างทั่วไป จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในวันที่เก็บข้อมูลคือ ตลาดน้ำไทรน้อย จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
- ชาย	181	45.25
- หญิง	219	54.75
2.อายุ		
- ไม่เกิน 30 ปี	27	6.75
- 31 - 40 ปี	206	51.50
- 41 - 50 ปี	144	36.00
- 51 -60 ปี	23	5.75
3.ระดับการศึกษา		
- ประถมศึกษา	16	4.00
- มัธยมศึกษา	28	7.00
- ปวช.	122	30.50
- ปวส. /อนุปริญญา	149	37.25
- ปริญญาตรี	85	21.25
4.สถานภาพ		
- โสด	99	24.75
- สมรส	199	49.75
- หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	102	25.50
5.อาชีพหลัก		
- รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ	62	15.50
- พนักงานบริษัทเอกชน	10	2.50
- ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	53	13.25
- รับจ้างทั่วไป	142	35.50
- นักเรียน / นักศึกษา	133	33.25
6.รายได้ต่อเดือน		
- ไม่เกิน 10,000 บาท	13	3.25
- 10,001 – 15,000 บาท	140	35.00
- 15,001 – 20,000 บาท	148	37.00
- 20,001 – 25,000 บาท	82	20.50
- 25,001 – 30,000 บาท	17	4.25
7. ตลาดน้ำที่ท่านมาท่องเที่ยวในวันนี้		
- ตลาดน้ำวัดแสงศิริธรรม	131	32.75
- ตลาดน้ำไทรน้อย	135	33.75
- ตลาดน้ำวัดตะเคียน	134	33.50

2. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง รองลงมา คือ ด้านความประทับใจ ด้านการบริการท่องเที่ยว ส่วนด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ เป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่	3.47	0.35	มาก	4
2.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	3.67	0.38	มาก	1
3.ด้านความประทับใจ	3.52	0.40	มาก	2
4.ด้านการบริการท่องเที่ยว	3.48	0.30	มาก	3
รวม	3.54	0.27	มาก	

2.1 ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสะดวกของแม่น้ำลำคลอง รองลงมา คือ การรักษาความสะอาด เรียบร้อยของสถานที่ภายในตลาดน้ำและบริเวณใกล้เคียง และความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์น้ำตามลำดับ ส่วนลักษณะสิ่งปลูกสร้างมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่

คักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความสวยงาม/อุดมสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ	3.34	0.63	ปานกลาง	7
2.บรรยากาศร่มรื่นเย็นสบาย	3.32	0.76	ปานกลาง	8
3.ความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง	3.68	0.65	มาก	1
4.การรักษาความสะอาด เรียบร้อยของสถานที่ภายในตลาดน้ำและบริเวณใกล้เคียง	3.61	0.59	มาก	2
5.ความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ	3.54	0.67	มาก	4
6.ความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์น้ำ	3.57	0.83	มาก	3
7.ลักษณะสิ่งปลูกสร้างมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	3.29	0.84	ปานกลาง	9
8.บรรยากาศ/ทัศนทัศน์เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือยังคงแสดงสภาพวิถีชีวิตชุมชน	3.52	0.88	มาก	5
9.การดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	3.37	0.73	ปานกลาง	6
รวม	3.47	0.35	มาก	

2.2 ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

คักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 6 ประเด็น อันดับแรก คือ เส้นทางคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้โดยง่าย รองลงมา คือ ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง (เส้นทางทางบก, เส้นทางทางน้ำ) และความปลอดภัยในการเดินทางตามลำดับ ส่วนสภาพถนนในการเดินทางเข้าสู่ตลาดน้ำอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึง

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึง	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.สภาพถนนในการเดินทางเข้าสู่ตลาดน้ำ	3.31	0.65	ปานกลาง	8
2.มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.34	0.89	ปานกลาง	7
3.ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง (เส้นทางทางบก, เส้นทางทางน้ำ)	3.85	0.63	มาก	2
4.มีป้ายบอกทางเป็นระยะและชัดเจน	3.80	0.61	มาก	4
5.มีท่าเรือเพื่อสะดวกกับการคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้	3.77	0.67	มาก	5
6.ความสะดวกสบายของที่จอดรถ	3.65	0.66	มาก	6
7.เส้นทางคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้โดยง่าย	3.89	0.64	มาก	1
8.ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.80	0.62	มาก	3
รวม	3.67	0.38	มาก	

2.3 ด้านความประทับใจ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความประทับใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้ รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี ส่วนการต้อนรับของคนในท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง และแหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่า มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักรภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความประทับใจ

ศักรภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความประทับใจ	X	SD	ระดับ	อันดับที่
1.แหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่า มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.25	0.65	ปานกลาง	5
2.แหล่งท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	3.31	0.89	ปานกลาง	4
3.แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้	3.88	0.62	มาก	1
4.แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี	3.84	0.61	มาก	2
5.การต้อนรับของคนในท้องถิ่น	3.34	0.62	ปานกลาง	3
รวม	3.52	0.40	มาก	

2.4 ด้านการบริการท่องเที่ยว

ศักรภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 8 ประเด็น อันดับแรก คือ เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้สามารถให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและต่อเนื่อง และมีบริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวตามลำดับ ส่วนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจนอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการ ท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน	3.26	0.76	ปานกลาง	15
2. มีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลายและต่อเนื่อง	3.70	0.66	มาก	2
3. มีความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรใน การดูแลและให้บริการนักท่องเที่ยว	3.52	0.57	มาก	6
4. มีบริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว	3.53	0.63	มาก	3
5. มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็น ศูนย์บริการอย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ	3.35	0.76	ปานกลาง	13
6. มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่ นักท่องเที่ยวเช่นแผ่นพับ โปสเตอร์	3.38	0.67	ปานกลาง	10
7. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการ ให้บริการนักท่องเที่ยว	3.38	0.81	ปานกลาง	9
8. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่มีความสามารถ สื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	3.53	0.69	มาก	5
9. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความกระตือรือร้นใน การให้บริการ	3.37	0.66	ปานกลาง	11
10. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว	3.37	0.65	ปานกลาง	12
11. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และ อัธยาศัยที่ดี	3.53	0.98	มาก	4
12. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้สามารถให้การ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	4.01	0.64	มาก	1
13. มีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	3.42	0.79	มาก	8
14. มีการจัดบุคลากรเพื่อให้บริการความรู้เกี่ยวกับ ตลาดน้ำของชุมชน	3.44	0.60	มาก	7
15. นักท่องเที่ยวจะได้รับบริการด้านข้อมูลและสิ่ง อำนวยความสะดวกต่างๆจากคนในพื้นที่เป็น หลัก	3.33	0.70	ปานกลาง	14
รวม	3.48	0.30	มาก	

3. การบริหารจัดการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ส่วนด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้ายรายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ	3.39	0.36	ปานกลาง	3
2.ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	3.43	0.28	มาก	2
3.ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.45	0.33	มาก	1
รวม	3.42	0.24	มาก	

3.1 ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ประเด็น อันดับแรก คือ มีการปรับปรุงห้องน้ำห้องสุขาให้มีจำนวนเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาและมีการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำอยู่เสมอ รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีความเพียงพอของการบริการร้านค้า และมีความเพียงพอของการบริการร้านอาหารตามลำดับ ส่วนมีความเพียงพอของการบริการร้านเครื่องดื่มเป็นอันดับสุดท้ายรายละเอียดดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.มีความเพียงพอของการบริการร้านอาหาร	3.37	0.86	ปานกลาง	3
2.มีความเพียงพอของการบริการร้านค้า	3.39	0.53	ปานกลาง	2
3.มีความเพียงพอของการบริการร้านเครื่องดื่ม	3.26	0.72	ปานกลาง	4
4.มีการปรับปรุงห้องน้ำห้องสุขาให้มีจำนวนเพียงพอ ต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาและมีการดูแลรักษา ความสะอาดของห้องน้ำอยู่เสมอ	3.55	0.71	มาก	1
รวม	3.39	0.36	ปานกลาง	

3.2 ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 9 ประเด็น อันดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นมากขึ้น รองลงมา คือ รูปแบบของกิจกรรมสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรมและเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติตามลำดับ ส่วนมีการจัดกิจกรรมให้เลือกหลากหลายเช่นการล่องเรือชมทิวทัศน์สองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และชมวิถีชีวิตชุมชนอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.57	0.87	มาก	4
2. มีกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ประเพณีแข่งเรือยาว ประเพณีลอยกระทง	3.42	0.75	มาก	9
3. รูปแบบกิจกรรมสะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.66	0.69	มาก	2
4. มีการจัดกิจกรรมให้เลือกหลากหลายเช่นการล่องเรือชมทิวทัศน์สองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และชมวิถีชีวิตชุมชน	3.09	0.79	ปานกลาง	15
5. มีการจัดกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เช่นกิจกรรมการล่องเรือเก็บขยะในแม่น้ำลำคลอง	3.22	0.69	ปานกลาง	14
6. รูปแบบของกิจกรรมโดยรวมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	3.55	0.64	มาก	5
7. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรมและเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.63	0.72	มาก	3
8. กิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นความแปลกใหม่อยู่เสมอ	3.24	0.85	ปานกลาง	12
9. กิจกรรมการท่องเที่ยวเน้นความแปลกใหม่อยู่เสมอ	3.29	0.69	ปานกลาง	11
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับชุมชนและท้องถิ่นบนพื้นฐานประเพณีและวัฒนธรรมรวมทั้งสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.38	0.75	ปานกลาง	10
11. การให้บริการด้านความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของตลาดน้ำแก่นักท่องเที่ยว	3.24	0.69	ปานกลาง	13
12. มีร้านขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและเลือกซื้อของฝาก	3.45	0.64	มาก	8
13. มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำร่วมกับชุมชน	3.51	0.67	มาก	7
14. มีการใช้สื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์	3.47	0.80	มาก	6
15. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นมากขึ้น	3.81	0.77	มาก	1
รวม	3.43	0.28	มาก	

3.3 ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ประเด็น อันดับแรก คือ มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ รองลงมา คือ มีการจัดเก็บขยะมูลฝอยเป็นอย่างดีมีภาชนะรองรับอย่างเพียงพอและมีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา และถึงขยะมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นมีการจัดการด้านภูมิทัศน์และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่เป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.มีการจัดการด้านภูมิทัศน์และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่	3.23	0.74	ปานกลาง	6
2.มีการดูแลสิ่งแวดล้อมโดยรักษาความสะอาดทรัพยากรธรรมชาติให้คงไว้	3.31	0.56	ปานกลาง	4
3.ความเพียงพอของถังขยะ	3.28	0.66	ปานกลาง	5
4.ถึงขยะมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	3.52	0.63	มาก	3
5.มีการจัดเก็บขยะมูลฝอยเป็นอย่างดีมีภาชนะรองรับอย่างเพียงพอและมีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา	3.54	0.89	มาก	2
6.มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.83	0.69	มาก	1
รวม	3.45	0.33	มาก	

4. ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ ส่วนด้านความเชื่อถือไว้วางใจเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.57	0.36	มาก	1
2.ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	3.44	0.45	มาก	5
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.50	0.47	มาก	3
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	3.55	0.45	มาก	2
5.ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	3.45	0.39	มาก	4
รวม	3.50	0.30	มาก	

4.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น อันดับแรก คือ ที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ รองลงมา คือ มีจุดจอดเรือที่สะดวกปลอดภัย และความเพียงพอของการบริการโทรศัพท์สาธารณะตามลำดับ ส่วนป้ายแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆ ในแผนที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.มีจุดจอดเรือที่สะดวกปลอดภัย	3.65	0.53	มาก	2
2.ความเพียงพอของการบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.62	0.84	มาก	3
3.มีการบริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)	3.35	0.85	ปานกลาง	6
4.ที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	3.74	0.81	มาก	1
5.สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามโดดเด่นเป็นธรรมชาติ	3.58	0.55	มาก	4
6.ป้ายแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆในแผนที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.48	0.66	มาก	5
รวม	3.57	0.36	มาก	

4.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ประเด็น อันดับแรก คือ ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการท่องเที่ยว รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและราคาตามสื่อต่างๆ มีความถูกต้องแม่นยำ และการรักษาคำมั่น สัญญาตามที่โฆษณาไว้เป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการท่องเที่ยว	3.73	0.61	มาก	1
2.การรักษาคำมั่น สัญญาตามที่โฆษณาไว้	3.29	0.82	ปานกลาง	3
3.การให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและราคาตามสื่อต่างๆ มีความถูกต้องแม่นยำ	3.30	0.58	ปานกลาง	2
รวม	3.44	0.45	มาก	

4.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ ความต่อเนื่องในการให้บริการ รองลงมา คือ ความพร้อมที่จะให้บริการ ส่วนความเต็มใจที่จะให้บริการอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ และความเพียงพอของบุคลากรผู้ให้บริการเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความเต็มใจที่จะให้บริการ	3.32	0.84	ปานกลาง	3
2.ความพร้อมที่จะให้บริการ	3.69	0.72	มาก	2
3.ความต่อเนื่องในการให้บริการ	3.77	0.61	มาก	1
4.ความเพียงพอของบุคลากรผู้ให้บริการ	3.23	0.78	ปานกลาง	4
รวม	3.50	0.47	มาก	2

4.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสุภาพต่อผู้มาใช้บริการ รองลงมา คือ ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนตามลำดับ ส่วนการต้อนรับที่เหมาะสมอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน	3.48	0.87	มาก	3
2.ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	3.59	0.68	มาก	2
3.ความสุภาพต่อผู้มาใช้บริการ	3.82	0.59	มาก	1
4.การต้อนรับที่เหมาะสม	3.31	0.76	ปานกลาง	4
รวม	3.55	0.45	มาก	

4.5 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสนใจดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต่อนักท่องเที่ยว รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ ช่วงเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม และตำแหน่งจุดท่องเที่ยวตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย รายละเอียดดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
1.ช่วงเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม	3.34	0.63	ปานกลาง	2
2.ตำแหน่งจุดท่องเที่ยวตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.32	0.76	ปานกลาง	3
3.ความสนใจดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต่อนักท่องเที่ยว	3.68	0.65	มาก	1
รวม	3.45	0.39	มาก	

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ มีผู้ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 23 คน สามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ตามลำดับดังนี้

ตารางที่ 4.17 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี	จำนวน	ลำดับ ที่
1.ควรมีแผนผังรวมขนาดใหญ่ บ่งบอกถึงจุดจำหน่ายสินค้า ร้านค้าต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกในเลือกชมเลือกซื้อสินค้า และควรมีป้ายบอกเส้นทางการเข้ามายังตลาดน้ำให้ชัดเจนมากกว่านี้ โดยควรบอกเป็นระยะๆ จากด้านถนนหลักและถนนภายในก่อนถึงบริเวณตลาดน้ำ	8	1
2.ควรมีป้ายเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำ พร้อมมีเจ้าหน้าที่แต่งกายตามเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แต่งกายแบบพื้นบ้าน แต่งกายตามเทศกาลดูแลให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว หรือมีตัวการ์ตูนที่โด่งดังและที่ชื่นชอบดูใจและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมพร้อมถ่ายรูปร่วมกัน	5	2
3.ตลาดน้ำควรมีการแยกโซนผลิตภัณฑ์อาหารพวกผัก ผลไม้กับผลิตภัณฑ์สินค้าขายอื่นๆ และผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งควรมีปล่องควันไฟ และเครื่องดูดกลิ่นอากาศเพื่อให้ควันออกนอกพื้นที่ขายสินค้าในตลาดน้ำ	4	3
4.ควรมีการประสานงานกับสื่อสารมวลชน เช่น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ให้เข้ามาทำรายการช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเพื่อให้ผู้คนรู้จักและต้องการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำมากยิ่งขึ้น	3	4
5.ควรจัดให้มีการเพิ่มถังขยะ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มเติม และเพื่อการรักษาความสะอาดของตลาดน้ำและบริเวณวัด	2	5
6.ควรมีการจัดกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด จัดกิจกรรมล่องเรือไหว้พระเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง	1	6

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1) สรุปประเด็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) จำนวน 9 คน เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรีรายละเอียดของการสัมภาษณ์คณะผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ปรากฏผลดังนี้

1. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

1.1 ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ตลาดน้ำมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีการเล่นของท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้ นอกจากนี้ยังขอความร่วมมือกับโรงเรียนจัดนักเรียนที่มีจิตอาสาเป็นมัคคุเทศน์น้อยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ตลาดน้ำมีความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง เพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายให้กำจัดผักตบชวาโดยใช้

รถแมคโคร ใช้ยกกำจัดวัชพืช และยังมีเครื่องจักรในพื้นที่มาจัดเก็บขยะมูลฝอย ทำความสะอาดห้องน้ำ และดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยโดยรอบตลาดน้ำ

1.2 ความสะดวกในการเข้าถึง ตลาดน้ำสามารถเดินทางมาได้สะดวกโดยรถยนต์ หรือรถโดยสารประจำทาง รถโดยสารสาธารณะ นอกจากนี้ยังมีเส้นทางคมนาคมหลักที่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่บริเวณใกล้เคียงให้สามารถไปเยี่ยมชมได้โดยง่าย

1.3 ด้านความประทับใจ ตลาดน้ำมีการอนุรักษ์ประเพณีการเล่น เช่น การทอยสะบ้า กิจกรรมรดน้ำดำหัวผู้หลักผู้ใหญ่ จัดซุ้มสงกรานต์น้ำพระซึ่งจัดให้มีในช่วงเทศกาลวันสงกรานต์

1.4 ด้านการบริการท่องเที่ยว ตลาดน้ำจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจำหน่ายสินค้าอยู่ตลอดเวลาผ่านช่องทางการกระจายข่าวสาร เช่น เครื่องขยายเสียงรอบตลาดน้ำ จัดทำโบรชัวร์แผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำผลิตภัณฑ์ ร้านค้าผู้จำหน่ายสินค้า และจัดให้มีแพเพื่อให้อาหารปลา จุดจำหน่ายอาหารปลา รวมทั้งมีสถานที่ในการนั่งพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยว

2. การบริหารจัดการท่องเที่ยว

2.1 ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ ตลาดน้ำมีการกระจายสินค้าอย่างหลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินเลือกชมสินค้าได้อย่างไม่จำเจ โดยมีร้านค้าจำหน่ายหลายประเภทหมวดสินค้า เช่น หมวดผลิตภัณฑ์อาหารสด หมวดผลิตภัณฑ์ผัก ผลไม้ หมวดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และของฝาก หมวดสินค้าทางการเกษตร หมวดผลิตภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้าน เครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป สำหรับการดูแลเรื่องห้องน้ำผู้ดูแลตลาดจัดให้มีรองเท้าแตะพร้อมทั้งกำหนดให้นักท่องเที่ยวทำการเปลี่ยนรองเท้าของตนเองเป็นรองเท้าแตะก่อนการเข้าใช้บริการห้องน้ำจึงทำให้ห้องน้ำมีความสะอาด รวมทั้งจัดให้มีแม่บ้านผู้ดูแลความสะอาดตลอดเวลา

2.2 ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ตลาดน้ำไทรน้อยมีการประสานงานกับชาวสวนผลไม้ ชาวสวนดอกไม้ประดับ ชาวสวนบัว และชาวสวนกล้วยไม้ให้บริการนักท่องเที่ยวชมสวนเกษตร นอกจากนี้การมาเที่ยวชมตลาดน้ำแล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถมาทำบุญไหว้พระเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตัวเอง

2.3 ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลาดน้ำมีการจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามโดยร้านอาหารจะอยู่ในแพ และจัดให้มีแพเป็นจุดให้อาหารปลา จำหน่ายอาหารปลาในราคาที่เหมาะสมจำนวนปลาจึงมีมากชุกชุมและมีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ตลาดน้ำยังจัดให้มีสถานที่ในการนั่งพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยวใกล้ริมน้ำ มีที่นั่งในแพริมน้ำขนาดใหญ่ที่สามารถให้อาหารปลาได้อย่างใกล้ชิด เนื่องจากบริเวณน้ำหน้าวัดเป็นเขตอภัยทานจึงไม่มีผู้คนมาตกปลาบริเวณหน้าวัด

3. ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ

3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการ การจัดระเบียบร้านค้าให้มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเดียวกัน และหมวดหมู่เดียวกันซ้ำใกล้เคียงกันไม่เกิน 3 ร้านค้า เพื่อทุกร้านค้าเกิดการแข่งขันและรู้จักพัฒนาสินค้าของตน นอกจากนี้ยังให้นโยบายว่าสินค้าจำหน่ายเหมือนกันต้องมีราคาใกล้เคียงกัน และไม่แพงกว่าตลาดโดยทั่วไป สำหรับด้านที่จอดรถตลาดน้ำมีลานจอดรถทั้งในบริเวณตลาดน้ำและในบริเวณวัดทำให้มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ

3.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์มานาน สำหรับการจัดการจุดจอดรถตลาดน้ำกำหนดให้พ่อค้า แม่ค้าผู้จำหน่ายสินค้าทุกร้านนำพาหนะที่ใช้ในการขนส่งสินค้าไปจอด ณ จุดจอดโดยไม่ไปปะปนกับที่จอดรถของลูกค้า

3.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตลาดน้ำจัดให้มีกิจกรรมในงานวันสำคัญของปี เช่น เทศกาลสงกรานต์จัดงานรดน้ำดำหัวขอพรผู้ใหญ่ เทศกาลวันปีใหม่จัดงานส่งท้ายและต้อนรับปีใหม่ด้วยกิจกรรมจับฉลากจับรางวัลคืนกำไรแก่นักท่องเที่ยวจากร้านค้าในตลาดน้ำ โดยร้านค้าทุกร้านจะมอบผลิตภัณฑ์ของร้านที่จำหน่ายร้านค้าละ 3 ชิ้น นอกจากนี้ตลาดน้ำยังจัดให้มีคนคอยดูแลให้คำแนะนำ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา

3.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ตลาดน้ำมีการอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเรื่องความสุภาพอ่อนน้อมต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการประสานกับหน่วยงานอาสาสมัคร อปพร.และเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้ามาดูแลความปลอดภัยและการจอดรถของนักท่องเที่ยว

3.5 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ตลาดน้ำมีการจ้างพนักงานทำความสะอาดให้เช็ดถูและฉีดน้ำยาปรับอากาศให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ถึงใส่ใจในการให้บริการ และจัดเจ้าหน้าที่ทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวขณะเดินซื้อสินค้าในตลาดน้ำตลอดทั้งวัน

2) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี คือ

2.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรจัดตั้งอำนวยความสะดวก จัดงบประมาณสนับสนุนด้านต่างๆ ตลอดจนมีการประสานร่วมงานกันกับตลาดน้ำด้วยการเข้ามาดูแลช่วยเหลือสนับสนุนทำลำคลองต่างๆ ให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างตำบล และทำน้ำในลำคลองให้สวย สะอาด สดใสเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งชมวิถีชีวิตทางเรือ

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้สื่อสารมวลชนเข้ามาจัดทำรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำของจังหวัดนนทบุรี

2.2 ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำ และผู้ประกอบการร้านค้า

1) ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำต้องสร้างความแตกต่างในการให้บริการ และสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของตน

2) ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำต้องดำเนินการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของตลาดน้ำ รวมทั้งการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

3) ผู้ดูแลจัดการตลาดน้ำ ต้องชี้แจงทำความเข้าใจและขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการรายย่อยให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ