

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี และศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี นำมาสรุป อภิปรายผล แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการวิจัย

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

2. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

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

1) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง รองลงมา คือ การรักษาความสะอาด เรียบร้อยของสถานที่ภายในตลาดน้ำและบริเวณใกล้เคียง และความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์น้ำตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นลักษณะสิ่งปลูกสร้างมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เป็นอันดับสุดท้าย

2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 6 ประเด็น อันดับแรก คือ เส้นทางคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้โดยง่าย รองลงมา คือ ความหลากหลายของเส้นทางในการเข้าถึง (เส้นทางทางบก,

เส้นทางทางน้ำ) และความปลอดภัยในการเดินทางตามลำดับ นอกจากนี้ยังอยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นสภาพถนนในการเดินทางเข้าสู่ตลาดน้ำ เป็นอันดับสุดท้าย

3) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความประทับใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้ รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี และการต้อนรับของคนในท้องถิ่นตามลำดับ นอกจากนี้ยังอยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นแหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่า มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นอันดับสุดท้าย

4) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ระดับมากค่าเฉลี่ย 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 8 ประเด็น อันดับแรก คือ เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้สามารถให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและต่อเนื่อง และมีบริการมีคฤศเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว ตามลำดับ นอกจากนี้ยังอยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน เป็นอันดับสุดท้าย

3. การบริหารจัดการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ส่วนด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

1) การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ประเด็น อันดับแรก คือ มีการปรับปรุงห้องน้ำห้องสุขาให้มีจำนวนเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาและมีการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำอยู่เสมอ รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีความเพียงพอของการบริการร้านค้า และมีความเพียงพอของการบริการร้านอาหารตามลำดับ โดยประเด็นมีความเพียงพอของการบริการร้านเครื่องดื่มเป็นอันดับสุดท้าย

2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 9 ประเด็น อันดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นมากขึ้น รองลงมา คือ รูปแบบของกิจกรรมสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรมและเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติตามลำดับ นอกจากนี้ยังอยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นมีการจัดกิจกรรมให้เลือกหลากหลายเช่นการล่องเรือชมทิวทัศน์สองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และชมวิถีชีวิตชุมชน เป็นอันดับสุดท้าย

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

4. ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ

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

1) ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น อันดับแรก คือ ที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ รองลงมา คือ มีจุดจอดเรือที่สะดวกปลอดภัย และความเพียงพอของการบริการโทรศัพท์สาธารณะตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นป้ายแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆ ในแผนที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมเป็นอันดับสุดท้าย

2) ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ประเด็น อันดับแรก คือ ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการท่องเที่ยว รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและราคาตามสื่อต่างๆ มีความถูกต้องแม่นยำ โดยประเด็นการรักษาความสะอาดตามที่ได้โฆษณาไว้เป็นอันดับสุดท้าย

3) ความพึงพอใจคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองผู้รับบริการ ในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ประเด็น อันดับแรก คือ ความต่อเนื่องในการให้บริการ รองลงมา คือ ความพร้อมที่จะให้บริการ และความเต็มใจที่จะให้บริการตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นความเพียงพอของบุคลากรผู้ให้บริการเป็นอันดับสุดท้าย

4) ความพึงพอใจคุณภาพในการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 3 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสุภาพต่อผู้มาใช้บริการ รองลงมา คือ ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและความสามารถในการ

สื่อสารได้อย่างชัดเจนตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นการต้อนรับที่เหมาะสมเป็นอันดับสุดท้าย

5) ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ในภาพรวมของความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ประเด็น อันดับแรก คือ ความสนใจดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต่อนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ ช่วงเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นตำแหน่งจุดท่องเที่ยวตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย

5. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ คณะผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ปรากฏผล ดังนี้

1. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

1.1 ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ตลาดน้ำมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีการเล่นของท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้ นอกจากนี้ยังขอความร่วมมือกับโรงเรียนจัดนักเรียนที่มีจิตอาสาเป็นมัคคุเทศก์น้อยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ตลาดน้ำมีความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง เพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายให้กำจัดผักตบชวาโดยใช้รถแมคโคร ใช้ยากำจัดวัชพืช และยังมีจ้างคนในพื้นที่มาจัดเก็บขยะมูลฝอย ทำความสะอาดห้องน้ำ และดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยโดยรอบตลาดน้ำ

1.2 ความสะดวกในการเข้าถึง ตลาดน้ำสามารถเดินทางมาได้สะดวกโดยรถยนต์หรือรถโดยสารประจำทาง รถโดยสารสาธารณะ นอกจากนี้ยังมีเส้นทางคมนาคมหลักที่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่บริเวณใกล้เคียงให้สามารถไปเยี่ยมชมได้โดยง่าย

1.3 ด้านความประทับใจ ตลาดน้ำมีการอนุรักษ์ประเพณีการเล่น เช่น การทอยสะบ้า กิจกรรมรดน้ำดำหัวผู้หลักผู้ใหญ่ จัดขุ้มสงกรานต์ซึ่งจัดให้มีในช่วงเทศกาลวันสงกรานต์

1.4 ด้านการบริการท่องเที่ยว ตลาดน้ำจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจำหน่ายสินค้าอยู่ตลอดเวลาผ่านช่องทางการกระจายข่าวสาร เช่น เครื่องขยายเสียงรอบตลาดน้ำ จัดทำโบว์ชัวร์แผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำผลิตภัณฑ์ ร้านค้าผู้จำหน่ายสินค้า และจัดให้มีแพเพื่อให้อาหารปลา จุดจำหน่ายอาหารปลา รวมทั้งมีสถานที่ในการนั่งพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยว

2. การบริหารจัดการท่องเที่ยว

2.1 ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ ตลาดน้ำมีการกระจายสินค้าอย่างหลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินเลือกชมสินค้าได้อย่างไม่จำเจ โดยมีร้านค้าจำหน่ายหลายประเภทหมวดสินค้า เช่น หมวดผลิตภัณฑ์อาหารสด หมวดผลิตภัณฑ์ผัก ผลไม้ หมวดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของฝาก หมวดสินค้าทางการเกษตร หมวดผลิตภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้าน เครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป สำหรับการดูแลเรื่องห้องน้ำผู้ดูแลตลาดจัดให้มีรองเท้าแตะพร้อมทั้ง

กำหนดให้นักท่องเที่ยวทำการเปลี่ยนรองเท้าของตนเป็นรองเท้าแตะก่อนการเข้าใช้บริการห้องน้ำจึงทำให้ห้องน้ำมีความสะอาด รวมทั้งจัดให้มีแม่บ้านผู้ดูแลความสะอาดตลอดเวลา

2.2 ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ตลาดน้ำไทรน้อยมีการประสานงานกับชาวสวนผลไม้ ชาวสวนดอกไม้ประดับ ชาวสวนบัว และชาวสวนกล้วยไม้ให้บริการนักท่องเที่ยวชมสวนเกษตร นอกจากนี้การมาเที่ยวชมตลาดน้ำแล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถมาทำบุญไหว้พระเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตัวเอง

2.3 ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลาดน้ำมีการจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามโดยร้านอาหารจะอยู่ในแพ และจัดให้มีแพเป็นจุดให้อาหารปลา จำหน่ายอาหารปลาในราคาที่เหมาะสม จำนวนปลาจึงมีมากชุกชุมและมีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ตลาดน้ำยังจัดให้มีสถานที่ในการนั่งพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยวใกล้ริมน้ำ มีที่นั่งในแพริมน้ำขนาดใหญ่ที่สามารถให้อาหารปลาได้อย่างใกล้ชิด เนื่องจากบริเวณน้ำหน้าวัดเป็นเขตอภัยทานจึงไม่มีผู้คนมาตกปลาบริเวณหน้าวัด

3. ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ

3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการการจัดระเบียบร้านค้าให้มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเดียวกัน และหมวดหมู่เดียวกันซ้ำใกล้เคียงกันไม่เกิน 3 ร้านค้า เพื่อทุกร้านค้าเกิดการแข่งขันและรู้จักพัฒนาสินค้าของตน นอกจากนี้ยังให้นโยบายว่าสินค้าจำหน่ายเหมือนกันต้องมีราคาใกล้เคียงกัน และไม่แพงกว่าตลาดโดยทั่วไป สำหรับด้านที่จอดรถ ตลาดน้ำมีลานจอดรถทั้งในบริเวณตลาดน้ำและในบริเวณวัดทำให้มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ

3.2 ด้านความเชื่อใจไว้วางใจ ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์มานาน สำหรับการจัดการจุดจอดรถตลาดน้ำกำหนดให้พ่อค้า แม่ค้าผู้จำหน่ายสินค้าทุกร้านนำพาหนะที่ใช้ในการขนส่งสินค้าไปจอด ณ จุดจอดโดยไม่ไปปะปนกับที่จอดรถของลูกค้า

3.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตลาดน้ำจัดให้มีกิจกรรมในงานวันสำคัญของปี เช่น เทศกาลสงกรานต์จัดงานรดน้ำดำหัวขอพรผู้ใหญ่ เทศกาลวันปีใหม่จัดงานส่งท้ายและต้อนรับปีใหม่ด้วยกิจกรรมจับฉลากจับรางวัลคืนกำไรแก่นักท่องเที่ยวจากร้านค้าในตลาดน้ำ โดยร้านค้าทุกร้านจะมอบผลิตภัณฑ์ของร้านที่จำหน่ายร้านค้าละ 3 ชิ้น นอกจากนี้ตลาดน้ำยังจัดให้มีคนคอยดูแลให้คำแนะนำ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา

3.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ตลาดน้ำมีการอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเรื่องสภาพอ่อนนุ่มต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการประสานกับหน่วยงานอาสาสมัคร อปพร.และเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้ามาดูแลความปลอดภัยและการจราจรของนักท่องเที่ยว

3.5 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ตลาดน้ำมีการจ้างพนักงานทำความสะอาดให้เช็ดถูและฉีดน้ำยาปรับอากาศให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ถึงใส่ใจในการให้บริการ และจัดเจ้าหน้าที่ทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวขณะเดินซื้อสินค้าในตลาดน้ำตลอดทั้งวัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายผลดังนี้

1. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

จากการวิจัยพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอันดับแรก คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง รองลงมา คือ ด้านความประทับใจ ส่วนด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่เป็นอันดับสุดท้าย โดยด้านความสะดวกในการเข้าถึงสอดคล้องกับอารยา อินคชสาร (2554) ซึ่งได้อธิบายว่า แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงและเที่ยวชม นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอารมณ์ในการท่องเที่ยวได้มาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยเรียงอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้ายปรากฏผลดังนี้

1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เส้นทางคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้โดยง่าย เนื่องจากหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา อินคชสาร (2554) ศึกษาเรื่องการประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่า การเดินทางมายังตลาดน้ำสามารถใช้เส้นทาง การเข้าถึงได้หลากหลายทั้งทางบกและทางน้ำ มีความสะดวกสบาย มีบริการรถโดยสารสาธารณะเข้าถึงตลาดน้ำได้โดยง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 60-69) ที่กล่าวว่าความสะดวกในการเข้าถึงหมายถึง แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงและเที่ยวชม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย หน่วยงานรับผิดชอบจึงจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สะพาน เส้นทางเดินเรือ ที่จอดรถ เส้นทางยานพาหนะหรือทางเดิน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว สำหรับความสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศนั้นงานวิจัยของ Mai & Nguyen (2014) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรกลางในการรับรู้คุณภาพการให้บริการการศึกษาในโฮจิมินห์ซิตี้เวียดนาม ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย มีสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ มีความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 คือ เส้นทางคมนาคมหลักที่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้โดยง่าย เพราะมีเส้นทางที่เชื่อมต่อกัน

ส่วนประเด็นความหลากหลายของเส้นทาง การเข้าถึง (เส้นทางทางบก, เส้นทางทางน้ำ) นั้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 ยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา

ที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและภูมิภาค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในประเทศ การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับชูลิทธิ ชูชาติ (2546) ที่กล่าวเกี่ยวกับองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเด็นการเข้าถึงว่า การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (transportation) ซึ่งประกอบด้วยเส้นทาง (the way) พาหนะ (the vehicle) สถานี (the terminal) และผู้ประกอบการ (the carrier) โดยประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและแหล่งของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็ได้กระจายออกตามจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 คือ เส้นทางเข้ามายังตลาดน้ำสามารถมาได้ทั้งทางบกโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ หรือมาโดยรถโดยสาร และยังสามารถมาทางน้ำโดยเรือ

2) ด้านความประทับใจ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความประทับใจในภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ เนื่องจากตลาดน้ำเป็นสถานที่ๆ สามารถสะท้อนถึงแหล่งวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ได้ดี โดยอุดม เขยกิจวงศ์ (2552) ได้ให้ทัศนะที่สอดคล้องเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ตลาดน้ำถือเป็นวิถีชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของจรินทร์ อาสาทรงธรรม (2556) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำจัดได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมน่าขึ้นเพราะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนที่อยู่ริมน้ำตลาดน้ำ นอกจากนี้ปิยะพงษ์ มั่นกลิ่น (2554) ยังกล่าวเสริมอีกว่าตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีบางแห่งมีประวัติศาสตร์ รูปแบบ และการดำเนินการที่แตกต่างจากทั่วไป เช่น ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรมก่อตั้งเมื่อปี 2541 ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรมมีกิจกรรมที่โดดเด่น คือ การศึกษาดูงานด้านโบราณวัตถุ ศาสนสถาน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ส่วนตลาดน้ำวัดตะเคียนถือกำเนิดจากแนวคิดของหลวงปู่แย้ม เจ้าอาวาสวัดตะเคียนที่ต้องการพลิกฟื้นวิถีชีวิตของคนในอดีตให้คนรุ่นใหม่ได้สัมผัส สอดคล้องกับสีบชาติ อันทะไชย (2554) ศึกษาเรื่องการพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 ที่กล่าวว่า ตลาดน้ำมีประวัติ

ความเป็นมาในการจัดตั้ง และมีการส่งเสริมให้มีประเพณีและการละเล่นของท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์การเล่นทอยสะบ้าซึ่งจะจัดให้มีในช่วงสงกรานต์

ส่วนประเด็นแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดสภาพแวดล้อมที่ตื้นี่น สุรีย์พร ธรรมิกพงษ์ พวงผกา แก้วกรม และสุรางค์รัตน์ พันแสง (2553) ได้อธิบายว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยจำเป็นต้องจัดการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติจัดการด้านสภาพสิ่งแวดล้อมและการจัดการด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับไพฑูริย์ พงศะบุตร (2540) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ว่ากลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องควบคู่ไปกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว โดยกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีวิธีการที่สำคัญ คือ การสงวนรักษาฟื้นฟูควบคุมดูแลทรัพยากรให้คงสภาพไว้เพื่อสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยโดยป้องกันและลดสาเหตุที่อาจทำให้เกิดปัญหามลพิษ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยว และสภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท้องถิ่นของตนเอง อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ ตลาดน้ำมีความเอาใจใส่และดูแลความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 คือ มีการจัดสถานที่ พื้นที่ในการนั่งพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยว จัดให้มีแพให้อาหารปลา จุดจำหน่ายอาหารปลาในราคาจำหน่ายที่เหมาะสม

3) ด้านการบริการท่องเที่ยว ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรู้ความสามารถให้การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจาก ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมด้วยช่วยกันและมองการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับทัศนะของวรรณพร วนิชชานุกร (2540) กล่าวว่าเจ้าหน้าที่ หน่วยงานทั้งในส่วนภาครัฐ รวมทั้งองค์กรและพนักงานที่ไม่ใช่ของรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ และตรงกับผลการศึกษาของจตุไรรัตน์ กิริติบุรณะ (2550) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อำเภอเมือง อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่มีความรู้ความสามารถต้องสามารถให้การแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับทัศนะของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของการบริการ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการ

ท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว การกำหนดการบริการที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับไพฑูรย์ พงศบุตร (2540) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวว่า กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องควบคู่ไปกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว โดยกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยวมีวิธีการที่สำคัญ คือ การมุ่งเน้นให้มีการจัดบริการท่องเที่ยวโดยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ที่กล่าวว่า มีการจัดนักเรียนที่มีจิตอาสาอบรมให้ความรู้เป็นมัคคุเทศก์น้อยเพื่อคำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและต่อเนื่องนั้น สถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดสรรการบริการด้านต่างๆ การประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลความรู้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนาตยา ธนพลเกียรติ (2547) ที่ทำการศึกษารื่องการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีการเดินทางของบุคคลในสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ปกติเพื่อการพักผ่อน ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ต้องมี คือ การให้การประชาสัมพันธ์ตามหลักการตลาดเพื่อสนองต่อความต้องการทางการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา อินทสาร (2554) ที่ทำการศึกษารื่อง การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการบริการด้านการบริการการตลาดเป็นการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และการกำหนดการบริการที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพงษ์ มั่นกลิ่น (2554) ที่ทำการศึกษารื่องศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นความสามารถหรือความพร้อมในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เอื้อต่อการจัดการไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลง การพัฒนา การปรับปรุงใดๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน โดยตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประการหนึ่ง คือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวซึ่งพิจารณาได้จากการที่แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลความรู้ การประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว โดยเป็นการอธิบายถึงลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน เว็บไซต์ สื่อหนังสือพิมพ์เช่นไทยรัฐ เดลินิวส์ รวมถึงการบอกต่อกันของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 คือ ตลาดน้ำมีการประสานงานขอให้สื่อสารมวลชนช่วยการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำผ่านรายการโทรทัศน์

4) ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีการจัดการการดูแลรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย เนื่องจากสภาพแวดล้อมของแหล่ง

ห้องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำ ลำคลอง ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน และนี่ก็ถึงเมื่อต้องการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรีย์พร ธรรมิกพงษ์, พวงผกา แก้วกรม และสุรางค์รัตน์ พันแสง (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการกำกับดูแล การดำเนินงานการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีองค์ประกอบ คือ การเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวัลลัญช์ สัจจำภีรัตน์ และกฤษฎ จรินโท (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาชุมชนทุ่งเพล ตำบลฉนวน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นให้ความสำคัญกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยทางชุมชนควรปลูกฝังจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนในการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติ และเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้สามารถให้คำแนะนำในการอนุรักษ์ธรรมชาติและช่วยกันป้องกันการทำลายธรรมชาติจากนักท่องเที่ยวได้ สำหรับผลการศึกษาของไพฑูรย์ พงศบุตร (2540) สอดคล้องกันในประเด็นที่ว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมต้องรักษาฟื้นฟูควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพไว้เพื่อให้สามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้นานที่สุดหรือตลอดไป และเจ้าของพื้นที่ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวสถาบันต่างๆ ในสังคมองค์กรประชาชน และประชาชนในท้องถิ่นต้องร่วมมือกันในการอนุรักษ์รักษาสภาพไม่ทำลายหรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความน่าดึงดูดใจของสถานที่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายให้กำจัดผักตบชวาโดยใช้รถแมคโคร และใช้ยากำจัดวัชพืชในลำคลอง

ส่วนประเด็นการรักษาความสะอาด เรียบร้อยของสถานที่ภายในตลาดน้ำและบริเวณใกล้เคียงนั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการจัดการอย่างมีระบบระเบียบและแบบแผนโดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นต่อไป และเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับธรรมชาติเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 ยุทธศาสตร์ที่ 1 เรื่องการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปลอดภัย โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ การดูแลรักษา และการฟื้นฟูปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ พร้อมพัฒนามาตรฐานสินค้าและการให้บริการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับทัศนะของประกาศิต โสภณจรัสกุล (2554) ที่กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำไทรน้อย ดำเนินการโดยคณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำไทรน้อยร่วมกันบริหารงานและรับผิดชอบงานเป็นส่วนๆ เช่น งานจัดเก็บและบริหารรายได้ งานจราจร งานพัฒนาและอื่นๆ โดยสมาชิกมีส่วนร่วมดำเนินงานและร่วมแสดงความคิดเห็นมุ่งเน้นการรักษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีที่สืบทอดกันมาช้านาน พร้อมทั้งการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวนนทบุรี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่ง

ประเทศไทย (2542) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการจัดการว่า การท่องเที่ยวเป็นความรับผิดชอบโดยต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และมีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน กำจัดมลพิษ และการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

2. การบริหารจัดการท่องเที่ยว

จากการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยอันดับแรก คือ ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ส่วนด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำเป็นอันดับสุดท้าย โดยด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับ กฤษฎา โชติช่วง (2556) ซึ่งได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านการบริการการจัดการเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีและมีเอกลักษณ์การออกแบบสิ่งก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยเรียงอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้ายปรากฏผลดังนี้

1) ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่ามีการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและอนุรักษ์ธรรมชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวัลลัญช์ สัจจาภิรัตน์ และกฤษ จรินโท (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาชุมชนทุ่งเพล ตำบลฉมัน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยว คือ การให้ความสะดวกสบายในการเข้าถึงด้วยการบริหารจัดการเส้นทางคมนาคมให้มีสภาพที่สมบูรณ์ไม่ชำรุดและสามารถเดินทางเข้าออกได้อย่างสะดวกสบายพร้อมทั้งจัดทำป้ายบอกสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในด้านการบริหารจัดการด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควรปลูกฝังจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนในการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติไว้และเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจะสามารถให้คำแนะนำในการอนุรักษ์ธรรมชาติและช่วยกันป้องกันการทำลายธรรมชาติจากนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชญาน์ นักพ่อน (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ หมู่เกาะสุรินทร์ และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง ผลการศึกษาพบว่าขอบเขตของการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบหลักคือ องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ ส่วนองค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม พร้อมทั้งสร้างความตระหนักและจิตสำนึกอย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและอนุรักษ์ธรรมชาติ

ส่วนประเด็นมีการจัดเก็บขยะมูลฝอยเป็นอย่างดีมีภาชนะรองรับอย่างเพียงพอและมีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณพร อธิมาตรไมตรี, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว, สุเทพ

ทิพย์ธารา (2556) ที่ทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในประเด็นความเพียงพอของร้านค้าและความเพียงพอของถังขยะ การดูแลสิ่งแวดล้อม การเฝ้าระวังคุณภาพน้ำ และการคัดแยกขยะ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Batra (2014) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ตลาดน้ำความสมดุลกับความต้องการของคนที่มาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตชาวบ้าน กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่า ความท้าทายที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเพียงพอโดยไม่ต้องทำลายวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมด้วยการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น ซึ่งเป็นการนำเสนอว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต โดยการมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำถือเป็นการสัมผัสถึงวิถีชีวิตชาวบ้าน ผู้ที่เข้าชมมีโอกาสที่จะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตในอดีตที่ผ่านมา และสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่องการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทางไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและเอกลักษณ์ของชาติ พร้อมทั้งการกำหนดมาตรการกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนยกระดับคุณภาพ มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว และการแก้ปัญหาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวไทย

2) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่นมากขึ้นนั้น สอดคล้องกับคันสนีย์ วุฒิมยาภาธีรกุล (2552) ที่ได้กล่าวถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรมมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เป็นศักยภาพที่จะดึงดูดใจการท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์ ความสมบูรณ์สวยงาม ความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นความผูกพันต่อท้องถิ่น ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจึงต้องมีการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการความปลอดภัยรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้ประโยชน์พื้นที่และติดตามการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติดา งวงชัยภูมิ (2551) ที่ทำการศึกษารื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท อำเภอนนสูง จังหวัด นครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวบุคคลภายในชุมชนจะต้องแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบและการจัดการเป็นกลุ่มทำงานด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนกันและกัน แต่จะต้องรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีๆ และวิถีการดำรงชีวิตในรูปแบบที่ได้สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษให้คงอยู่ มีการถ่ายทอดไปสู่ลูกหลานและต้องการให้มีการพัฒนาปรับปรุงการจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lertwannawit & Anuwichanont (2011) ที่ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและการรับรู้ต่อการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมสำหรับการท่องเที่ยวสีเขียวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีมลพิษ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยด้วยการบังคับใช้กฎระเบียบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และความ

ร่วมมือผู้มีส่วนได้เสีย โดยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความซับซ้อนและมีประสิทธิภาพเกินกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ การจัดการด้านภูมิทัศน์ที่สวยงาม โดยมีร้านอาหารอยู่ในแพให้บริการทั้งรับประทานอาหาร นั่งพักผ่อนหย่อนใจพร้อมให้อาหารปลาริมขอบน้ำ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 คือ นักท่องเที่ยวได้รับการเพลิดเพลินใจกับการชมทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยามีที่นั่งชมปลาริมขอบตลิ่งแม่น้ำ และที่นั่งในแพริมน้ำขนาดใหญ่ที่สามารถให้อาหารปลาได้อย่างใกล้ชิด

ส่วนประเด็นรูปแบบของกิจกรรมสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสีบชาติ อ้นทะไชย (2554) ที่ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้จะอธิบายลักษณะของพิธีงานประเพณีความเป็นอยู่วิถีชีวิตศูนย์วัฒนธรรมสินค้าพื้นเมือง และยังสอดคล้องกับทัศนะของชูสิทธิ์ ชูชาติ (2546) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวด้วยการนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และสามารถที่จะดำเนินการตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียนได้อย่างมีระบบระเบียบ และแบบแผน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับธรรมชาติเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Batra (2014) ที่ทำการศึกษาเรื่องตลาดน้ำความสอดคล้องกับความต้องการของคนที่มาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตชาวบ้าน กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่าตลาดน้ำที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ของประเทศไทยมักจะเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวโดยมีผลิตภัณฑ์ที่ผู้เข้าชมมีโอกาสที่จะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตในอดีตที่ผ่านมา อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ การจัดให้มีการแสดงฉ่อย ลำตัด ย้อนยุคของนักเรียนโรงเรียนมัธยมที่แสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชมและเห็นถึงคุณค่าของชุมชนท้องถิ่น

3) ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า มีการปรับปรุงห้องน้ำ ห้องสุขาให้มีจำนวนเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาและมีการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวลัญช์ สัจจากรัตน์ และกฤษ จรินทร์ (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาชุมชนทุ่งเพล ตำบลฉนวน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวองค์ประกอบหนึ่งคือ การ

บริหารจัดการด้านร้านอาหารและร้านค้า สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในทุกชุมชนต้องมีร้านอาหารและร้านค้าให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา และด้านห้องน้ำห้องสุขาการบริหารจัดการด้านนี้ทางหน่วยงานควรมีการจัดสร้างห้องน้ำสาธารณะไว้ใกล้กับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มา และสอดคล้องกับงานวิจัยของนาตยา ธนพลเกียรติ (2547) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีการเดินทางของบุคคลในสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ปกติเพื่อการพักผ่อน ดังนั้นปัจจัยดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว คือ การบริการ ซึ่งหมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยการบริการที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ห้องสุขา และป้ายสื่อความหมาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทัศนะของชูสิทธิ์ ชูชาติ (2546) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวว่า ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นจึงต้องมีการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนระบบการกำจัดของเสียก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 คือ ตลาดน้ำจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความสะดวกสบายของร้านอาหาร ร้านค้าห้องน้ำ และจัดระเบียบร้านค้าให้มีร้านจำหน่ายอาหารประเภทเดียวกัน และหมวดหมู่เดียวกัน โดยซ้ำหรือใกล้เคียงกันน้อยที่สุดเพื่อให้ทุกร้านค้าเกิดการแข่งขันและรู้จักพัฒนาสินค้าของตน และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 คือ ตลาดน้ำจัดให้มีร้านค้าอย่างหลากหลายในหลายประเภทหมวดสินค้า เช่น หมวดผลิตภัณฑ์อาหารสด หมวดผลิตภัณฑ์ผัก ผลไม้ หมวดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของฝาก หมวดสินค้าทางการเกษตร หมวดผลิตภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้าน เครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป

ส่วนประเด็นปัจจัยด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านความเพียงพอของการบริการร้านค้านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวันทิกา หิรัญเทศ (2552) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย อ.ไทรน้อย จ.นนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย คือ มีปัจจัยทางผลิตภัณฑ์ที่พร้อมความเหมาะสมของที่ตั้ง คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ทัศนียภาพของตลาดน้ำไทรน้อย ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ และปัจจัยทางด้านราคาในเรื่องของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ถนนกว้างขวาง สาธารณูปโภคพร้อมทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และยังสอดคล้องกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยว คือ การบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยว

และมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพงษ์ มั่นกลิ่น (2554) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นความสามารถหรือความพร้อมในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เอื้อต่อการจัดการไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงการพัฒนา การปรับปรุงใดๆ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีความแตกต่างกัน ดังนั้นตัวชี้วัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการตลาดจึงพิจารณาจากกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก การประชาสัมพันธ์ การเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 คือ มีการบริหารจัดการร้านค้าที่เพียงพอและไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน จุดจำหน่ายสินค้าของตลาดน้ำแก่นักท่องเที่ยวสามารถเดินซื้อสินค้าได้โดยรอบลำคลอง

3. ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ

จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอันดับแรก คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ส่วนด้านความเชื่อถือไว้วางใจเป็นอันดับสุดท้าย โดยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชญา มาลือศรี และปรารณา ปุณณกิติเกษม (2554) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งกล่าวว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัสและการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยเรียงอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้ายปรากฏผลดังนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hwang, Lee & Chen (2003) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้มาตรวัด SERVQUAL ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการของวนอุทยานแห่งชาติ (national parks) ผลการศึกษาพบว่า ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mai & Nguyen (2014) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผ่านตัวแปรกลางในการรับรู้คุณภาพการให้บริการการศึกษาในโฮจิมินห์ซิตี้เวียดนาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ระดับของการให้บริการที่มีคุณภาพสูง การให้บริการที่มีคุณภาพต้องมีการจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการเข้าถึงแหล่งธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวันทิกา หิรัญเทศ (2552) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย อ.ไทรน้อย จ.นนทบุรี ที่ชี้ให้เห็นว่า ตลาดน้ำไทรน้อยมีความพอเพียงของสถานที่

จอดรถและนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำไทรน้อย อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 คือ ตลาดน้ำมีลานจอดรถทั้งในบริเวณตลาดน้ำและภายในบริเวณวัด โดยทางวัดได้มีการขยายพื้นที่ให้มีที่จอดรถเพียงพอ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 คือ มีการกำหนดโซนพื้นที่จอดรถสำหรับแม่ค้าพ่อค้าเป็นการเฉพาะแยกต่างหากจากลูกค้านักท่องเที่ยวเพื่อให้ลูกค้านักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจอดรถได้โดยสะดวกและเป็นระเบียบเรียบร้อย

ส่วนประเด็นความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการที่มีจุดจุดเรื่องที่สะดวกปลอดภัยนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสีบชาติ อันทะไชย (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศนแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพการบริการของการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนแบบบูรณาการประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้ โดยประเด็นที่น่าสนใจ คือ การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ชุมชน การสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และทัศนคติต่อระบบนิเวศน และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณ พรอธิมาตรไมตรี, นิวัตน์ สวัสดิ์แก้ว, สุเทพ ทิพย์ธารา (2556) ที่ได้ทำการศึกษา เปรียบเทียบความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอลาดใหญ่จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวประเด็นความสวยงามของสถานที่และบรรยากาศความหลากหลายของสินค้าคุณภาพของสินค้าที่ระลึกและของฝากและการจูงใจนักท่องเที่ยวเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อม ตลอดจนประเด็นสถานที่จอดรถและการบริการของพ่อค้าแม่ค้า เช่น มีอธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง

2) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่ามีความสุภาพต่อผู้มาใช้บริการนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณ พรอธิมาตรไมตรี, นิวัตน์ สวัสดิ์แก้ว, สุเทพ ทิพย์ธารา (2556) ที่ได้ทำการศึกษา เปรียบเทียบความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหอำเภอลาดใหญ่จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวประเด็นสถานที่ บรรยากาศความหลากหลายของสินค้า และการบริการของพ่อค้าแม่ค้า เช่น มีอธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang (2009) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การปรับใช้มาตรวัด SERVQUAL เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านการติดต่อสื่อสารและด้านมนุษยสัมพันธ์จะมีความสำคัญต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา อินคชสาร (2554) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการบริการเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น คือ การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดการบริการที่เหมาะสม การส่งเสริมความร่วมมือด้านการตลาดเป็นพันธมิตรในกลุ่ม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนการประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับทศวรรษที่ 4 คือ ทางตลาดน้ำมีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเรื่องความสุภาพต่อนักท่องเที่ยว และมีการประสานกับหน่วยงานอาสาสมัคร อปพร. และเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้ามาดูแลความปลอดภัยและการจราจรของนักท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการเรื่อง การมีความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกฤตา สุขสมวาจา และคณะ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การตอบคำถามและชี้แจงปัญหานักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยสุพงษ์ สายสุพัฒน์ผล และวรัชต์ มัชฌมบุรุษ (2550) ที่ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถไฟท่องเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือได้เป็นสำคัญ คือ การที่เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารและบริการด้านต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรีย์พร ธรรมิกพงษ์, พวงผกา แก้วกรม และสุรางค์รัตน์ พันแสง (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์อย่างยั่งยืน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกสามารถพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึก และการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติระบบนิเวศและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความพึงพอใจของคุณภาพในการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ให้บริการมีการจัดการบริการที่มีความต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา อินทขจร (2554) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบของการบริการ คือ สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ พร้อมทั้งมีการศึกษาวิจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว การกำหนดการบริการที่เหมาะสม และการวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอนงค์ ไต้วัลย์ (2555) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น

ต่อแนวทางการบริหารจัดการ วางแผนป้องกันภัยธรรมชาติ การอบรมให้ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ วางมาตรการการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งระบบรักษาความเป็นธรรมชาติของท้องถิ่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ ตลาดน้ำมีความพร้อมที่ให้บริการโดยมีคนคอยดูแลให้คำแนะนำ นักท่องเที่ยวตลอดเวลา มีการให้ความรู้ และให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และให้ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในลูกค้า

ส่วนประเด็นความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมที่จะให้บริการนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maestro Hernandez et al., (2007) ที่ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพในการท่องเที่ยวชุมชน/ชนบทของประเทศสเปน ผลการศึกษาพบว่า ทักษะการรับรู้คุณภาพของการบริการในการท่องเที่ยวชุมชนมีความสัมพันธ์กับการเป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการและความพร้อมในการให้บริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนางนุช รุจิรังสีมันต์กุล (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา - เขาวง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการโดยต้องมีความเพียงพอของปัจจัยดังกล่าวและมีระดับเหมาะสมมากทั้งสามด้าน อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 คือ ตลาดน้ำมีความพร้อมที่ให้บริการโดยเปิดให้บริการในทุกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 8.00 น. – 18.00 น.

4) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสนใจดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของสืบชาติ อ้นทะไชย (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพการบริการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hwang et al., (2003) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้มาตรวัด SERVQUAL ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพ การบริการของวนอุทยานแห่งชาติ (national parks) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการในวนอุทยานแห่งชาติประกอบด้วย 5 มิติ 32 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การประกัน การเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้ นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพของการบริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้า และสิ่งจับต้องได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวกำหนดช่วงเวลาการให้บริการที่มีความเหมาะสมนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพงษ์ มั่นกลิ่น (2554) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการทรัพยากรการ

ท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดนนทบุรีมีชุมชนริมน้ำหลายชุมชน เช่น บ้านลาดสิงห์ บ้านสุหรุ่าใหญ่ บ้านวัดตะเคียน เป็นต้น คนในชุมชนมีความผูกพันกับสายน้ำตั้งแต่อดีต โดยตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งนี้มีรูปแบบและการดำเนินการที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นความโดดเด่นของพื้นที่ สภาพภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึง การให้การนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนชุมชน ความหลากหลายของกิจกรรม รวมทั้งวิธีการประชาสัมพันธ์ และการกำหนดช่วงเวลาเปิดปิดในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชลดา มงคลวนิช (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าคุณลักษณะของตลาดน้ำน่าจะแสดงถึงวิถีชีวิตในท้องถิ่นมีสินค้าประเภทขนมหวานหรือขนมไทย ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของที่ระลึกสำหรับซื้อฝาก และต้องการให้มีการเปิดบริการทุกวันตามวันเวลาที่เหมาะสม และมีความชื่นชอบลักษณะของตลาดน้ำด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก และด้านการบริการอยู่ในระดับมากในทุกด้าน

5) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ความพึงพอใจของคุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับทัศนะของมนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวเป็นการกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับสันสนีย์ วุฒิมยาภาธิกุล (2552) ที่ได้กล่าวถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการต้องมีมาตรฐานยึดเป็นเกณฑ์หลักๆ 3 องค์ประกอบ คือ ศักยภาพดึงดูดใจการท่องเที่ยว ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ โดยองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดการความปลอดภัยรักษาสุขภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์พื้นที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริหารจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกชุมชนมีส่วนร่วม อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ ผู้ดูแลตลาดน้ำมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการตลาดน้ำมานานกว่า 10 ปี

ส่วนประเด็นความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการเรื่อง การให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และราคาตามสื่อต่างๆ มีความถูกต้องแม่นยำ สอดคล้องกับงานวิจัยของวันทิกา หิริญเทศ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย อ.ไทรน้อย จ.นนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย คือ มีปัจจัยทางผลิตภัณฑ์ที่พร้อมความเหมาะสมของที่ตั้งคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ทัศนียภาพของตลาดน้ำไทรน้อยความพอเพียงของสถานที่จอดรถ และปัจจัยทางด้านราคาในเรื่องของราคา

อาหารและเครื่องดื่มของที่ระลึก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงถนนกว้างขวางสาธารณูปโภคพร้อมทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rasa (2012) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการคุณภาพบริการของภาคการท่องเที่ยวในชนบท ผลการศึกษาพบว่า การจัดการด้านการบริการที่มีคุณภาพเป็นผลได้จากการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค กระบวนการของการส่งมอบบริการการท่องเที่ยวในชนบทจะขึ้นอยู่กับประเพณีดั้งเดิมในระดับภูมิภาค นอกจากนี้ผลตอบแทนจากการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพการให้บริการจะเป็นการสร้างพื้นฐานในการเปลี่ยนแปลงทางด้านส่วนประกอบต่างๆ และราคาของบริการที่จะเสนอให้กับผู้บริโภคสำหรับการบริการที่มีคุณภาพใหม่ๆ ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่การสร้างเจริญเติบโตของความจงรักภักดีของผู้บริโภค อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ มีคณะกรรมการคอยติดตามราคาสินค้าของพ่อค้า แม่ค้าไม่ให้เกิดการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยยึดหลักพ่อค้า แม่ค้าขายได้ คนซื้อซื้อได้ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 คือ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกชมเลือกซื้อสินค้าในราคาประหยัดคุณภาพดี และมีความปลอดภัย

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี

จากผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี และจากทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1) หน่วยงานภาครัฐเกี่ยวข้องควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และจัดงบประมาณสนับสนุนด้านต่างๆ ตลอดจนมีการประสานร่วมงานกันกับตลาดน้ำด้วยการเข้ามาดูแลช่วยเหลือสนับสนุนทำลำคลองต่างๆ ให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างตำบล และทำน้ำในลำคลองให้สวย สะอาด สดใสเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งชมวิถีชีวิตทางเรือ

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้สื่อสารมวลชนจัดทำรายการการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำของจังหวัดนนทบุรี

2. ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำ และผู้ประกอบการร้านค้า

1) ผู้ดูแลจัดการตลาดน้ำ ต้องสร้างความแตกต่างในการให้บริการ และสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของตน

2) ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำต้องดำเนินการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของตลาดน้ำ รวมทั้งการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

3) ผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำ ชี้แจงทำความเข้าใจ ขอความร่วมมือผู้ประกอบการรายย่อยให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทหน้าที่การให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง
2. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และตลาดน้ำควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อประโยชน์ในภาพรวมของพื้นที่
3. ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยมีชื่อเสียงจากที่อื่นเข้ามาจำหน่าย สินค้า หรือให้บริการในตลาดน้ำ เพื่อให้สินค้ามีหลากหลายมากขึ้น
4. ตลาดน้ำในพื้นที่ควรสร้างความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การส่งต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งกันและกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
5. ตลาดน้ำควรมีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ด้านการบริหารจัดการซึ่งกันและกัน ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในด้านต่างๆ ระหว่างกัน

2) ข้อเสนอแนะสำหรับสถานประกอบการ

1. ผู้ประกอบการรายย่อยจำหน่ายสินค้า และบริการพื้นที่ตลาดน้ำควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน หรือสร้างความแตกต่างในรูปแบบการขายเพื่อให้สินค้ามีความแปลกใหม่และไม่เหมือนใคร อันจะยังประโยชน์ให้นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ผู้ประกอบการควรนำเสนอกลยุทธ์ทางการขายแตกต่างกันเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) กับตลาดน้ำที่มีศักยภาพในการดำเนินงานเพื่อจัดทำข้อมูลในการใช้เป็นตลาดน้ำต้นแบบแก่ตลาดน้ำอื่นๆ
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมการพัฒนาคุณภาพบริการของตลาดน้ำท้องถิ่น
3. ควรศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาคุณภาพการบริการของตลาดน้ำ