

แนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

Sustainable Tourism Management Guidelines Affecting the Talingchan Floating Market, Bangkok

นายโกมล เย็นเปี่ยม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (4) ศึกษาความพึงพอใจโดยรวมที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (5) ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (6) เสนอแนะแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มคนที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวและกลุ่มเจ้าหน้าที่เขตตลิ่งชัน/ผู้ประกอบการในตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยรวมในระดับดี มีความถี่ในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง/ 3 เดือน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและมีแนวโน้มที่จะแนะนำ/บอกต่อเกี่ยวกับการได้มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีการจัดกิจกรรมอย่างยั่งยืนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ซึ่งการดำเนินงานจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นหลักในการทำกิจกรรม ส่วนสำนักงานเขตตลิ่งชัน เป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลาดน้ำตลิ่งชัน

Abstract

The research on Sustainable Tourism Management Guidelines Affecting the Talingchan Floating Market in Bangkok has six purposes: (1) to study personal characteristics that affected tourist behaviors at the Talingchan Floating Market; (2) study the physical environmental tourist activities and sustainable tourism activities affecting overall tourist satisfaction at the Talingchan Floating Market; (3) study relations between tourism behavior and overall tourist satisfaction at the Talingchan Floating Market; (4) study the effects of overall satisfaction on tourism behavior in Talingchan Floating Market; (5) study the tendency of tourism behavior affected by suggestions and at recommendations the Talingchan Floating Market and (6) suggest Sustainable Tourism Management Guidelines for Talingchan Floating Market, Bangkok. The research was based on both quantitative and qualitative methods and samples were tourists and officials of the Talingchan District and entrepreneurs at the Talingchan Floating Market.

Quantitative research results were found that most of the tourists were female aged 26-35 years old, the level of education was a bachelor's degree, and single. Their occupations were private company employees, earning 10,001-20,000 baht a month, and they lived in Bangkok. Their opinions towards the physical environment and tourist activities at the Talingchan Floating Market were good overall. On average, the tourist frequented the area 2 times every 3 months. The tourists were satisfied with visiting Talingchan Floating Market and they had a tendency of making suggestions and recommending other tourists to visit the Talingchan Floating Market.

Qualitative research results from interviews found that the Talingchan Floating Market organized sustainable activities and encouraged participation of people in the community. The Talingchan Floating Market community was the main organizer, while the Talingchan District Office provided tourism support and promotion.

Keywords: tourism management, sustainable tourism, Talingchan floating market

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจประเทศหนึ่งเพราะประเทศไทยมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม แหล่งธรรมชาติ ตลอดจนกิจกรรมการช้อปปิ้ง อีโคโนมีที่ดึงดูดใจของคนไทยซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว อีกทั้งรัฐบาลก็มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราทั้งภายในและภายนอกประเทศ นอกจากเป็นแหล่งที่มาของเงินตราแล้ว ยังเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้สู่ชุมชน นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว

ในปีๆหนึ่ง ประเทศไทยมีรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2014) บรรดาแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่แสดงถึงลักษณะของวัฒนธรรมความเป็นอยู่ และวิถีชีวิตแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมที่จะเดินทางไปเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เกาะ และหมู่เกาะ แหล่งท่องเที่ยวทางแม่น้ำ ลำคลอง/วิถีชีวิตชาวบ้าน

แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอย่างหลากหลายในประเทศไทยนั้น จะเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางแม่น้ำ ลำคลอง/วิถีชีวิตชาวบ้าน ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงการดำรงชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตลาดน้ำจัดได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนที่อยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำหลายแห่งได้สูญหายไปพร้อมกับการพัฒนาเมือง เนื่องจากการคมนาคมที่มีความสะดวก เช่น การสร้างถนนที่เข้าถึงชุมชนตลาดน้ำ ทำให้วิถีชีวิตริมน้ำเดิมต้องเปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น แต่ตลาดน้ำบางแห่งได้มีการพยายามรวมตัวกันของคนในชุมชนที่จะอนุรักษ์วิถีชีวิตให้เหมือนเดิม จึงได้พยายามสร้างตลาดน้ำขึ้นมาอีกครั้ง จึงทำให้ตลาดน้ำเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวเพราะมีความสะดวกและไม่ต้องใช้เวลาในการท่องเที่ยวสามารถไปเช้า-เย็นกลับ

เมื่อกล่าวถึงตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวนั้น จะพบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำใจกลางเมืองกรุงหรือที่คนทั่วไปคุ้นเคยเรียกกันติดปากว่า “คลองซึกพระ” เป็นตลาดน้ำที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ วิถีชีวิตของคนไทยแบบดั้งเดิม อยู่บริเวณหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นตลาดน้ำที่ยังคงวิถีชีวิตความเป็นชาวสวนริมคลองมีความสวยงาม มีอากาศบริสุทธิ์ รวบรวมได้ย้อนยุคกลับไปสู่สังคมในอดีตที่มลพิษยังไม่ก้าวล้ำข้ามเส้นแบ่งมารบกวนภาพโดยรวมของสถานที่แห่งนี้เป็นตลาดถึงชนบท ที่ผสมผสานวิถีชีวิตริมน้ำของชาวบ้านกับธรรมชาติเอาไว้ด้วยกันอย่างลงตัว

ในปัจจุบันตลาดน้ำตลิ่งชัน แม้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเหล่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แต่ก็ยังไม่สามารถครอบคลุมได้อย่างทั่วถึง เนื่องด้วยพฤติกรรมส่วนบุคคล กิจกรรมภายในตลาดน้ำบางส่วน และ ความพึงพอใจในหลายปัจจัย ที่เป็นส่วนหนึ่งของแนวโน้มในการมาของนักท่องเที่ยวนั้นไม่มั่นคง

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ว่าจะสามารถจัดการให้เกิดความยั่งยืนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ อีกทั้งเพื่อให้ทราบถึงลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านต่างๆ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการแนะนำ / บอกต่อของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
6. เพื่อหาแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ภูมิถิ่นที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ประกอบด้วยความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถทัศนียภาพ ความปลอดภัย ความสะอาด / ความเป็นระเบียบโซนพื้นที่ค้าขายห้องน้ำ) กิจกรรมการท่องเที่ยว (ประกอบด้วยความหลากหลายของสินค้า ล่องเรือชมธรรมชาติ ชมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้าน) กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อการแนะนำ / บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2545: 27) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้คือ (1) เจ้าหน้าที่เขตตลิ่งชัน จำนวน 3 คน (2) ผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย 8 ส่วน โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale มี 5 ระดับ จำนวน 7 ส่วน และเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด ให้เติมคำในช่องว่าง จำนวน 1 ส่วน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่เขตคลังสินค้า และผู้ประกอบการ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติ 2 ประเภท ดังนี้

3.1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) (สถิติพื้นฐาน) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด

3.1.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ใช้ค่า F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ค่าการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวหรือมากกว่า และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการถอดคำสัมภาษณ์แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตลาดน้ำคลังสินค้า กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
1. เพศหญิง	113	55.00
2. อายุ 26 – 35 ปี	189	28.20
3. ระดับการศึกษาปริญญาตรี	192	47.20
4. สถานภาพโสด	144	48.00
5. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	151	36.00
6. รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท	266	37.80
7. ภูมิลำเนากรุงเทพ 220		66.50

1.2 ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่านักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ในระดับดี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ความสะดวกในการเดินทาง	3.52	.94	ดี	3
2. สถานที่จอดรถ	3.19	.92	ปานกลาง	7
3. ทัศนียภาพ	3.54	.93	ดี	2
4. ความปลอดภัยในชีวิต/ทรัพย์สิน	3.56	.78	ดี	1
5. ความสะอาด/ความเป็นระเบียบ ของตลาดน้ำ	3.41	.97	ดี	5
6. โชนพื้นที่ค้าขาย	3.49	.84	ดี	4
7. ห้องน้ำ	3.26	.97	ปานกลาง	6
ความคิดเห็นลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม	3.42	.62	ดี	-

1.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานครพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในระดับดี ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านความหลากหลายของสินค้า				
1.1 ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ขนม				
- รสชาติของอาหารที่จำหน่าย	3.75	.81	ดี	1
- คุณค่าทางโภชนาการของเมนูอาหาร	3.68	.75	ดี	3
- ความสะอาดของร้านค้าและคุณภาพของอาหาร	3.57	.68	ดี	4
- ความหลากหลายของร้าน/เมนูอาหาร	3.70	.84	ดี	2
- ความคุ้มค่าของราคา	3.60	.80	ดี	5
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม/ขนมโดยรวม	3.66	.60	ดี	-

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

1.2 สินค้าซื้อปิ้ง/ของที่ระลึก				
1.2.1 ความน่าสนใจในสินค้า	3.40	.90	ปานกลาง	1
1.2.2 คุณค่าของสินค้า	3.39	.88	ปานกลาง	2
1.2.3 คุณภาพของของที่ระลึก	3.29	.87	ปานกลาง	3
สินค้าซื้อปิ้ง/ของที่ระลึกโดยรวม				
1.3 ผลไม้ตามฤดูกาล				
1.3.1 คุณภาพ/คุณค่า	3.63	3.63	ดี	1
1.3.2 ความคุ้มค่าของราคาผลไม้	3.46	3.46	ดี	3
1.3.3 ความหลากหลายของผลไม้	3.51	3.51	ดี	2
ผลไม้ตามฤดูกาลโดยรวม				
ด้านความหลากหลายของสินค้าโดยรวม				
2. ด้านท่องเที่ยวชมธรรมชาติ				
2.1 ทัศนียภาพสองฝั่งของคลองตลิ่งชัน	3.74	.83	ดี	1
2.2 การชมวิถีชีวิตชาวบ้าน	3.72	.82	ดี	2
2.3 ความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว	3.62	.82	ดี	4
2.4 ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายในการท่องเที่ยว	3.66	.81	ดี	3
ด้านท่องเที่ยวชมธรรมชาติโดยรวม				
3. ด้านชมศิลปวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชาวบ้าน				
3.1 การได้แวะไหว้พระที่วัดตลิ่งชัน	3.84	.79	ดี	1
3.2 การแสดงดนตรีไทย/นาฏศิลป์ไทย	3.78	.97	ดี	2
3.3 วิถีชีวิตความดั้งเดิมของการค้าขาย/การแต่งกาย	3.50	.99	ดี	3
ด้านชมศิลปวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชาวบ้านโดยรวม	3.70	.76	ดี	-
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันโดยรวม	3.60	.56	ดี	-

1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานครพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับต้องการ (ระดับความต้องการมี 5 ระดับ คือ ไม่ต้องการเลย ไม่ต้องการ เฉยๆ ต้องการ ต้องการมาก) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ	อันดับ
1. ด้านวัฒนธรรม				
1.1 จัดกิจกรรมตามประเพณีของไทย เช่น งานลอยกระทง	3.55	.95	ต้องการ	1
1.2 มีการแสดงศิลปะพื้นบ้านและเปิดเพลงย้อนยุค	3.52	.93	ต้องการ	2
1.3 การพัฒนาทางสังคมและมนุษย์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม	3.46	.93	ต้องการ	3
ด้านวัฒนธรรมโดยรวม	3.79	.77	ต้องการ	-
2. ด้านสิ่งแวดล้อม				
2.1 การมีส่วนร่วมรณรงค์รักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบของตลาดน้ำตลิ่งชัน	3.76	.88	ต้องการ	2
2.2 กิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์อาสาสมัคร เช่น ขุดลอกคลอง ปลูกต้นไม้ริมคลอง	3.64	.90	ต้องการ	3
2.3 กิจกรรมทิ้งขยะในถังขยะที่จัดให้โดยไม่ทิ้งลงแม่น้ำลำคลอง	3.80	.90	ต้องการ	1
ด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวม	3.74	.80	ต้องการ	-
3. ด้านเศรษฐกิจ				
3.1 สินค้าของที่ระลึกที่เกิดจากหัตถกรรมท้องถิ่น	3.55	.95	ต้องการ	1
3.2 สาธิตการปรุงอาหารท้องถิ่นโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	3.52	.93	ต้องการ	2
3.3 การสาธิตการแปรรูปผลไม้ เช่น วุ้นมะพร้าว ผลไม้ตากแห้ง	3.46	.93	ต้องการ	3
ด้านเศรษฐกิจโดยรวม	3.51	.84	ต้องการ	-
4. ด้านชุมชน				
4.1 การรณรงค์ให้ชุมชน (พ่อค้า แม่ค้า) แต่งกายพื้นบ้าน	3.70	.94	ต้องการ	3
4.2 อธิบายภูมิประวัติอันดีงามของคนในชุมชน	3.91	.87	ต้องการ	1
4.3 การคงความดั้งเดิมของบ้านเรือนในชุมชนที่อยู่ใกล้เคียง	3.83	.89	ต้องการ	2
ด้านชุมชนโดยรวม	3.82	.80	ต้องการ	-
กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยรวม	3.71	.70	ต้องการ	

1.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความถี่ในการท่องเที่ยวต่ำสุด 1 ครั้ง / 3 เดือน สูงสุด 5 ครั้ง / 3 เดือน โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง / 3 เดือน และมีมูลค่าในการซื้อสินค้า ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท และมีเหตุจูงใจที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อมาซื้ออาหาร ขนม/อาหารว่าง ผลไม้

1.6 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมต่อตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ในระดับพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจมี 5 ระดับ คือ ไม่พึงพอใจอย่างมาก ไม่พึงพอใจ เฉยๆ พึงพอใจ พึงพอใจมาก) โดยมีความพึงพอใจโดยรวมเรียงตามลำดับดังนี้ ในเรื่องการมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องความพอใจ โดยรวมต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นอันดับ 2 และเรื่องเมื่อพิจารณาโดยรวมทุกสิ่งแล้วมีความสุขกับการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นอันดับสุดท้าย

1.7 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีความพึงพอใจโดยรวมเรียงตามลำดับดังนี้ ในเรื่องถ้าจะท่องเที่ยวตลาดน้ำอีก จะเลือกมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีแนวโน้มจะท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันอีกในคราวหน้า เป็นอันดับ 2 และเรื่องโอกาสที่จะเลือกมาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งแรกก่อนสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เป็นอันดับสุดท้าย

1.8 การแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีการแนะนำ/บอกต่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในระดับสูง โดยมีการแนะนำ/บอกต่อเรียงตามลำดับดังนี้ ในเรื่องจะบอกเล่าสิ่งที่ดีเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ให้กับบุคคลที่รู้จัก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องโอกาสที่จะบอกต่อเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันให้กับบุคคลที่รู้จัก เป็นอันดับ 2 และเรื่องจะแนะนำบุคคลอื่นๆ ที่รู้จักให้เลือกท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นอันดับสุดท้าย

2. การทดสอบสมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว (ครั้ง / 3 เดือน) แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มี เพศ และสถานภาพในครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว (ครั้ง / 3 เดือน) ไม่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านชุมชน ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของสินค้า กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านส่งเสริมธรรมชาติ และกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านชมศิลปวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชาวบ้าน

มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

3. ผลทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่าความพึงพอใจโดยรวมในภาพรวมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว (ครั้ง/3 เดือน) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

4. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรที่สามารถพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

5. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน มีผลต่อการแนะนำ/บอกต่อ

3. สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในเรื่องแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พอสรุปได้เป็นด้านดังต่อไปนี้ คือ

1. ด้านวัฒนธรรม มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทศกาลของไทย อย่างสม่ำเสมอซึ่งทำงานร่วมกับหลายภาคส่วน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน 3 ส่วน ก็คือบ้าน วัด โรงเรียน (บวร.) จะทำช่วงเทศกาลวันสารทไทย วันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ซึ่งตรงกับเดือนกันยายนจัดพื้นที่ในสภาวัฒนธรรมสำหรับสาธิตการทำขนมกระยาสาธ เป็นขนมโบราณส่งเสริมประเพณีด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ เช่น ประเพณีชักพระ สงกรานต์ ถวายเทียนพรรษา 9 วัดทางน้ำ ซึ่งทำเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี เป็นการปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชน

2. ด้านสิ่งแวดล้อม ดูแลเรื่องขยะในโป๊ะแพ ไม่ให้มีการทิ้งลงคลองประชาชนตลาดน้ำตลิ่งชันมีการร่วมกับสำนักงานเขตปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อปลูกผักสวนครัว ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวภูมิทัศน์สำหรับแหล่งเรียนรู้มีการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ ทำเป็นกฎหมายประมง ตั้งแต่ปี 2542 จึงเป็นแหล่งอาศัยของพันธุ์สัตว์น้ำหลากหลายชนิด ให้นักท่องเที่ยวได้ชม มีการตรวจค่าออกซิเจนของน้ำทุก 6 เดือน ทำให้น้ำในคลองค่อนข้างสะอาด

3. ด้านเศรษฐกิจ สามารถช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น

4. ด้านชุมชนมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้คนในชุมชน และผู้ประกอบการมีส่วนร่วมสร้างกิจกรรมด้วยกันเป็นการผูกมิตรไมตรีแก่กันภายในชุมชน

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุอาชีพระดับการศึกษารายได้ต่อเดือนภูมิฐานะแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539: 112) ที่กล่าวว่า อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมและยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ(สมภรณ์ คงเจริญกาย,

2548) ได้วิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ(กมลรัตน์ โถวสกุล, 2550) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านจำนวนครั้งที่มาเที่ยว) แตกต่างกันอย่างสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (สิริอร ทองมั่ง, 2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันแตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ (ปณิศา ลัญชานนท์, 2548:113) ที่กล่าวว่า โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวจะสนใจผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า สินค้าและบริการที่นิยมใช้แบ่งส่วนตลาดตามรายได้ ได้แก่ บ้าน รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เสื้อผ้า เครื่องสำอางและการท่องเที่ยว

2. ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจโดยรวมดังนี้ (1) กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านชุมชน (2) ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (3) กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของสินค้า, ด้านล่องเรือชมธรรมชาติ และด้านชมศิลปวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชาวบ้าน เนื่องจากการเดินทางสะดวก ทัศนียภาพที่สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาตลาดน้ำ อีกทั้งยังได้มารับประทานอาหาร และซื้อสินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาขายในตลาดน้ำ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (วิรุฬ พรรณเทวี, 2542:111) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อยยังสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืนของ(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 5) ที่กล่าวว่าปัจจุบันได้มีการปลูกกระแสการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากการมุ่งหารายได้ทางเศรษฐกิจเท่านั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ(เพชรศรี นนทศิริ, 2550) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความจำเป็นต่อการรักษาความสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อชุมชน ซึ่ง (นพดล ภาคพรต, 2548: 167) ได้จำกัดความว่า เป็นการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนอง ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของ

ธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

3. ความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครในด้านความถี่ในการท่องเที่ยว (ครั้ง/3 เดือน)พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจกับราคาสินค้าและอาหารที่ไม่แพงจึงมีความคุ้มค่าที่มาจับจ่ายใช้สอยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ(กาญจนา อรุณสุขรุจี, 2546) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ยังสอดคล้องแนวคิดของ (Dubrin, 1998: 228-230) ที่กล่าวถึง ความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจถูกพิจารณาว่าเป็นความคาดหวังต่ำสุด ถ้าความโดดเด่นกว่าความคาดหวังขั้นต่ำนั้นเรียกว่า ความยินดี (Delight) ซึ่งสามารถแบ่งระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคออกเป็น 4 ระดับ คือระดับที่ 1 ความพึงพอใจขั้นพื้นฐานระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับตามความระดับที่ 3 ความพึงพอใจพิเศษ ระดับที่ 4 ความปิติยินดีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อบริการที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความคาดหวังที่ต่างกันหากสิ่งที่ได้รับเท่ากับสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจจึงจะเกิดขึ้น หากบริการที่ได้รับจริงเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ นักท่องเที่ยวจะเรียนรู้ถึงความประทับใจจากบริการ แต่ถ้าการบริการที่ได้รับต่ำกว่าในระดับที่คาดหวังไว้ ย่อมทำให้เกิดประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจต่อบริการนั้นอีก

4. ความพึงพอใจโดยรวมมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อการแนะนำ/บอกต่อของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวทั่วไปเมื่อเกิดความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของทัศนียภาพ ความสะอาดสบาย ก็จะทำให้มีแนวโน้มที่จะกลับท่องเที่ยวซ้ำ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (กมลรัตน์ โถวสกุล, 2550) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ที่เข้ามาเที่ยว 1-2 ครั้งในรอบ 6 เดือน ส่วนแนวโน้มอีก 6 เดือนข้างหน้า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มคาดว่าจะมา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนกลุ่มอื่นๆ เป็นเป้าหมายรอง เพราะฉะนั้นควรกำหนดลักษณะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลักก่อน ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองนั้นควรมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ด้วย โดยแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มอายุ 46 – 55 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้สูงวัย และกลุ่มอายุอื่น ๆ

1.2 ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรปรับปรุงเรื่องห้องน้ำและสถานที่จอดรถ ให้มีปริมาณเพียงพอ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว

1.3 ความหลากหลายของสินค้าซื้อปิ้ง ของที่ระลึก ยังมีไม่มาก ทั้งคุณภาพก็ยังไม่ค่อยเป็นที่ถูกใจกับนักท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับตลาดน้ำหลาย ๆ แห่ง ที่มีสินค้าและของที่ระลึก ให้เลือกซื้อมากมาย

1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พิจารณาว่ากิจกรรมด้านใดควรที่จะพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน

สำนักงานเขตควรร่วมมือกับผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาให้กับตลาดน้ำดังกล่าวต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรทำการศึกษาแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ
- 2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชันได้อย่างบูรณาการ
- 2.3 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- กาญจนา อรุณสุขรุจิ. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: บำรุงสาส์น.
- กมลรัตน์ โถวสกุล. (2550). การรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. การตลาดบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นพดล ภาคพรต. (2548). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. ในเอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน(หน่วยที่2).นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปณิศาัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ:ธรรมสาร.
- เพชรศรี นนทศิริ. (2550). การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทย: การถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์ในประเทศฝรั่งเศส.วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, (2), 164-182.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542).ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). องค์การและการจัดการ (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- สมาภรณ์ คงเจริญกาย. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- สิริอร ทองมั่ง. (2547). ทักษะที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2014). คาดต่างชาติเที่ยวไทยเป็นบวกในไตรมาสสุดท้ายปีนี้...แต่ทั้งปี' 57 ติดลบร้อยละ 5.8 และมีจำนวนทั้งสิ้น 25.0 ล้านคน (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2558). วันที่ค้นข้อมูล 21 พฤศจิกายน 2557, จาก <https://www.kasikornresearch.com>

Dubrin, J.A. (1998). *Leadership Reserch Findinds, Practice, and Skills*. New York: Houghton Mifflin.