

แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

Guidelines for Developing Tourism Activities and Destination for Sustainable Tourism of Amphawa Floating Market SamutSongkram Province

นางสาว ธนัชชา ฤทธิเดช
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) ศึกษาศึกษาลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (4) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (5) ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามการศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มคนที่ศึกษา คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ในอำเภออัมพวา ผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา กลุ่มตัวแทนชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมในระดับ ดีมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม ในเรื่องของร้านอาหารริมคลอง ร้านขายของที่ระลึก และวัด, โบสถ์คริสต์โบราณสถาน อยู่ในระดับ ดี มีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม ในระดับต้องการ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม ในระดับพอใจ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาแบบครอบครัว มาโดยส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 2,000 บาท เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย(ชม./ครั้ง)ต่ำสุด 1 ชม./ครั้ง สูงสุด 10 ชม./ครั้ง มูลค่าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย(บาท)ต่ำสุด 100 บาท สูงสุด 4,500 บาท จำนวนครั้งในมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในรอบ 1 ปี (ครั้ง)ต่ำสุด 1 ครั้ง/ปี สูงสุด 13 ครั้ง/ปี แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตโดยรวม อยู่ในระดับดีอย่างมากแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตในเรื่องโอกาสที่จะกลับมาเที่ยว

ตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตภายใน 1 ปี (ครั้ง)ต่ำสุด 0 ครั้ง สูงสุด 15 ครั้ง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับดี สำหรับผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ทางเทศบาลตำบลอัมพวาได้กำหนดนโยบายแบบแผนเพื่อการพัฒนาไว้เรียบร้อยแล้ว โดยดำเนินการไปอย่างช้าๆพัฒนาแบบทีละขั้นและต่อเนื่องเพื่อการบริหารและการจัดการนั้นง่ายขึ้นและสามารถควบคุมได้เพราะที่ผ่านมาตลาดน้ำอัมพวาเติบโตเร็วเกินจนไร้ทิศทาง และไม่มีมาตรการที่สามารถจะควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนข้อเสนอแนะเนื่องจากเทศบาลอัมพวาเป็นเทศบาลขนาดเล็ก จึงส่งผลให้ได้รับงบประมาณที่จะนำมาพัฒนาจำนวนไม่มากเพราะรายได้ส่วนมากมาจากนักท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวานั้น จะมีนโยบายให้มีการรวมกลุ่มกันโดยการให้ชมรมแม่ค้าแผลลอย ประธานชุมชน ชุมชนคนรักอัมพวา มาปรึกษารับฟังปัญหาของแต่ละฝ่ายในแต่ละด้าน เพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำให้ยั่งยืนต่อไป ส่วนนโยบายเรื่องตลาดน้ำของเทศบาล ในอนาคตอาจจะขยายทางเดินริมคลองให้กว้างขึ้นโดยให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการน้อยที่สุด และมีแผนการพัฒนา ให้มีตลาดน้ำทุกวันไม่ใช่เฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เพียงอย่างเดียว แต่อาจจะต้องพัฒนาไปอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมราคาสินค้าและคุณภาพให้เหมาะสม เพื่อเป็นการพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ:กิจกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลาดน้ำอัมพวา

ABSTRACT

The research on “ Guidelines for Developing Tourism activities and Destination for Sustainable Tourism of Amphawa Floating Market , SamutSongkramProvince”, purpose of this research were to (1) study the Thai tourists’ demographics have an effect on satisfaction to Amphawa floating market tourism of Thai tourists (2) study the physical environment , the tourist attractions and sustainable tourism activities have an effect on satisfaction to Amphawa floating market tourism of Thai tourists (3) study relationship between satisfaction to tourism and tourism behavior in Amphawa floating market of Thai tourists (4) study tourism behavior and sustainable tourism principle have an effect on repeated tourism tendency in Amphawa floating market of Thai tourists (5) study the guidelines for developing tourism activities and destination for sustainable tourism of Amphawa floating market , SamutSongkramprovince. The research used qualitative reseach and quantitative research methodology. The sampling groups were government officers in Amphawa district , traders in Amphawa district ,community representatives and Thai tourists.

The quantitative research result found that most of tourists were single female aged 26-35 years old. Their educational level was bachelor degree. Their income was 10,001-20,000Baht and their hometown was in Bangkok. The opinion to physical environment of Amphawa floating market in overall was in good level. The opinion to tourist attractions in overall and in each aspect including restaurants nearby canal, souvenir shops and temple, church, ancient remains were in good level. Requirement in

sustainable tourism activities in overall was in demand level. The satisfaction to Amphawa floating market tourism in overall was satisfy level. Most of Tourists behavior travelled with family, private vihecles was used. The average number of purchase in travelling was less than 2,000 baht per time, average time to travelling was minimum 1hour.and maximum 10hours. per time, average of expense was minimum 100 Baht and maximum 4,500 Baht per time, number to travelling within 1 year was minimum 1 time and maximum 13 times per year. Repeated tourism tendency in overall was in excellent level and opportunity to come back to travelling within 1 year was maximum 15 times the opinion to sustainable tourism principle Amphawa floating market was in good level.

As for the qualitative research result found that the municipal Amphawadistrict was determined the policy for developing and unhurriedly achieve, step by step and continuity activities for simple to direct management and able to control. Because of the Amphawa floating market was suddenly growth rapidly without direction and there was no the measure to efficiently control. For the suggestion, since the municipal Amphawadistrict is a small-sized municipality therefore, they obtained the limited budget and the mostly income originate from the tourists. As for the Amphawa floating community, there will be the policy to participate with vendor association, community leader and the Amphawa lover's community listen to the trouble by each other side for solve the problem and sustainable floating market development. For the planning of floating market in the future, there are more plans: to expand footpath and will plan to open daily, not only on Friday, Saturday and Sunday. By the way, system should develop. Cost and product quality must control for the better way and sustainable tourism development at Amphawa floating market.

Keywords: tourism activities, sustainable tourism, Amphawa floating market

บทนำ

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลากหลายรูปแบบซึ่งแตกต่างกันไปตามทรัพยากรแต่ละสถานที่นั้นๆ การท่องเที่ยวทางน้ำเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวซึ่งมีความสัมพันธ์กับคนไทยมาช้านาน ในสมัยก่อนคนไทยส่วนใหญ่อาศัยแม่น้ำลำคลองเป็นเส้นทางในการคมนาคมและมีวิถีชีวิตที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งในปัจจุบันนิยมอย่างมาก เช่น การชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ การล่องเรือชมธรรมชาติและทำให้เกิดการท่องเที่ยวตลาดน้ำตามมา จุดประสงค์เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนได้นำผลผลิตของท้องถิ่นมาจำหน่าย เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และยังเป็นการพัฒนาชุมชนไปในตัว โดยในปัจจุบันสามารถพบเห็นตลาดน้ำกระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ มากมาย เช่น กรุงเทพมหานคร นครปฐม ราชบุรี รวมถึงสมุทรสงคราม ซึ่งมีตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมมากคือ ตลาดน้ำอัมพวา

ตลาดน้ำ คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพาขายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและขยายพื้นที่เพาะปลูก ย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำ เป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่คู่กับชุมชน เหล่านั้นด้วย (วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2553)

ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณที่ลุ่มภาคกลางที่มีความอุดมสมบูรณ์ เช่นกรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร ราชบุรี นครปฐม ฉะเชิงเทรา เป็นต้น ตลาดน้ำ เป็นชื่อเรียกแหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องน้ำ โดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ แต่เดิมนอกจากจะเรียก “นัด” แล้ว ยังมีเรียกชื่ออื่นอีกว่า “ตลาดเรือ” หรือ “ตลาดท้องน้ำ” และในที่สุดก็กลายเป็น “ตลาดน้ำ” (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552)

ในปัจจุบัน ความสำคัญของตลาดน้ำลดลงไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และการคมนาคมทางบกที่สะดวกและรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำ จึงทำให้เกิดการถมคลองเพื่อสร้างถนน อันมีผลให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม การค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่น ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและสวนไร่นาบริเวณริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ออกมาจำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ ต่อเดือน ภูมิลำเนา ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำอัมพวา (ประกอบด้วย ทิวทัศน์และสภาพ อากาศ การเดินทางเข้าถึงแหล่งสถานที่จอดรถ การตกแต่ง/การจัดสถานที่/การจัดผัง) มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว (ประกอบด้วย ร้านอาหารริมคลองวัด , โบสถ์คริสต์ , โบราณสถาน ร้านขายของที่ระลึก สถานที่พัก) มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ประกอบด้วย กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสังคม กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทาง เศรษฐกิจกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/แสวงบุญ) มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 7 พฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยว (ประกอบด้วย ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลืองดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ใช้ได้ในระยะยาวการกระจายรายได้ให้ทั่วถึงกันของคนในท้องถิ่นสนับสนุนการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์เชิงอาสาสมัครระหว่างภาครัฐ ชุมชน สถาบันการศึกษา) มีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ทำให้ทราบถึงลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

5. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา ผู้ศึกษามุ่งศึกษาตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ (1) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และ ภูมิลำเนา (2) ลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำอัมพวา ประกอบด้วย ทิวทัศน์ และสภาพอากาศ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ และ การตกแต่ง/การจัดสถานที่/การจัดผัง (3) แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ร้านอาหารริมคลองร้านขายของที่ระลึก วัด , โบสถ์คริสต์ , โบราณสถาน และ สถานที่พัก (4) กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสังคม กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางเศรษฐกิจ กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/แสงบุญ

2. ตัวแปรตาม คือ (1) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (3) แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต (4) พฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 27) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ดังนี้

สูตร $n = \frac{Z^2}{4e^2}$ แทนค่าในสูตร: $n = \frac{1.96^2}{4 \times 0.05^2} = 384.16 = 385$ คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 คน

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ (1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน (2) ผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน (3) กลุ่มตัวแทนชุมชน จำนวน 3 คน

เครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามโดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย 8 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวด้าน เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีจำนวน 7 ข้อ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดมีตัวเลือกให้ตอบ

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำอัมพวา มีจำนวนรวม 12 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale มี 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักระยะในแต่ละระดับ

ส่วนที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนรวม 23 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale มี 5 ระดับ จำนวน 14 ข้อ และ Rating Scale มี 10 ระดับ

จำนวน 5 ข้อ ส่วนลักษณะคำถามแบบปลายปิดมีหลายตัวเลือกให้ตอบ จำนวน 4 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ

ส่วนที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีจำนวนรวม 15 ข้อลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 5 ระดับโดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนรวม 6 ข้อประกอบด้วย ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale มี 10 ระดับจำนวน 1 ข้อและลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 5 ระดับจำนวน 5 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนรวม 6 ข้อประกอบด้วย ลักษณะคำถามแบบปลายปิด มีหลายตัวเลือกให้ตอบมีจำนวน 3 ข้อ และ (2) ลักษณะคำถามแบบปลายเปิดโดยให้เติมคำ มีจำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 7 แนวโน้มการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนรวม 3 ข้อประกอบด้วย ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale มี 10 ระดับมีจำนวน 2 ข้อ และลักษณะคำถามแบบปลายเปิดโดยให้เติมคำ มีจำนวน 1 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ

ส่วนที่ 8 พฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยว มีจำนวนรวม 5 ข้อลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale มี 5 ระดับโดยกำหนดน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและกลุ่มตัวแทนชุมชน โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามและประเด็น

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติ 2 ประเภท ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) (สถิติพื้นฐาน) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

1.2.1 ค่า t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน

1.2.2 ค่า F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

1.2.3 ค่าการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวหรือมากกว่า

1.2.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือแบบสัมภาษณ์แล้วจึงนำไปสัมภาษณ์โดยตรงกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม รวมจำนวน 9 คน หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดทำการถอดคำสัมภาษณ์แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และภูมิลำเนา กรุงเทพมหานคร

2. ลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมในระดับ ดี โดยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อทิวทัศน์และบรรยากาศในเรื่องความสวยงาม การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก สถานที่จอดรถ มีระเบียบ และการตกแต่ง/การจัดสถานที่/การจัดผัง มีความความพึงพอใจ

3. แหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม ในเรื่องของร้านอาหารริมคลอง ร้านขายของที่ระลึก และวัด, โบสถ์คริสต์, โบราณสถาน อยู่ในระดับ ดี โดยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อร้านอาหารริมคลองซึ่งมีความหลากหลายของร้าน/เมนูอาหาร ให้เลือกมาก ส่วนร้านขายของที่ระลึกมีความหลากหลายของของที่ระลึกให้เลือกมาก ในส่วนของ วัด, โบสถ์คริสต์, โบราณสถานในเรื่องของสถาปัตยกรรมภายใน ภายนอกน่าดึงดูดใจมาก และในด้านของสถานที่พัก พบว่านักท่องเที่ยวมีความ ต้องการมาก ในเรื่อง ความดั้งเดิมย้อนยุค/ความโบราณของโฮมสเตย์

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวม ในระดับ ต้องการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสังคม คือการจัดกิจกรรมตามประเพณีของไทย เช่น งานสงกรานต์, งานลอยกระทงเป็นอันดับแรก

5. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรู้สึกประทับใจมากในการมาเที่ยวในครั้งนี้ และพอใจกับคุณภาพของการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไป

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาครบครัน โดย มารดส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 2,000 บาท ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย ต่ำสุด 1 ชม./ครั้ง สูงสุด 10 ชม./ครั้ง มูลค่าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ต่ำสุด 100 บาท สูงสุด 4,500 บาท และมีจำนวนครั้งในการมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในรอบ 1 ปี ต่ำสุด 1 ครั้ง/ปี สูงสุด 13 ครั้ง/ปี

7. แนวโน้มการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตโดยรวม อยู่ในระดับดี อย่างมาก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มและโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตภายใน 1 ปี (ครั้ง) สูงสุด 15 ครั้ง และจะมีการแนะนำ/บอกต่อเพื่อนหรือคนที่รู้จักให้มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

8. พฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมอยู่ในระดับดี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น ลดการใช้ถุงพลาสติกหรือโฟมในการห่ออาหาร เป็นอันดับแรก

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

ลักษณะประชากรศาสตร์	ผลการทดสอบ	การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามจำแนกเป็นรายคู่โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)
เพศ	×	-
อายุ	×	-
สถานภาพ	✓	โสด กับ สมรส*
ระดับการศึกษา	✓	ผลการทดสอบป.ตรี กับ ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยม* * ป.ตรี กับ ปวส./อนุปริญญา**
อาชีพ	✓	นักเรียน กับ ธุรกิจส่วนตัว* *นักเรียน กับ อาชีพอื่นๆ *พนักงานเอกชน กับ ธุรกิจส่วนตัว*
รายได้ต่อเดือน	×	-
ภูมิลำเนา	×	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือนและภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันส่วนนักท่องเที่ยวที่สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามต่างจาก นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามต่างจาก นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ปวช และ ปวส./อนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงครามต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 ลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ทิวทัศน์และอากาศโดยรวม	.004 **
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม	.011*
ร้านอาหารริมคลองโดยรวม	.013*
วัด, โบสถ์คริสต์, โบราณสถานโดยรวม	.002**
สถานที่พัก โดยรวม	.020*
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวม	.001**
กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนโดยรวม	.001**

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่ามีตัวแปรที่ร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นบวกกับตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1. ลักษณะทางกายภาพในด้านทิวทัศน์และสภาพอากาศโดยรวมและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม 2. แหล่งท่องเที่ยวในด้านร้านอาหารริมคลองโดยรวมวัด, โบสถ์คริสต์, โบราณสถานโดยรวม สถานที่พักโดยรวม 3. กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนโดยรวมตามลำดับ

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตที่ตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยว	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
มูลค่าในการซื้อสินค้า	.001**
ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง	.003**
สนับสนุนการรักษาวัฒนธรรม	.020*

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของตัวแปรที่สามารถพยากรณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่ามีตัวแปรที่ร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำอัมพวาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ พฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นบวกกับตัวแปรตาม ประกอบด้วยพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในด้านลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ส่วนตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นลบกับตัวแปรตาม ประกอบด้วยมูลค่าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง และพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในด้านสนับสนุนการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (มูลค่าในการซื้อสินค้าและความถี่ในการท่องเที่ยว)

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
มูลค่าในการซื้อ	.047ระดับต่ำ	ตรงข้ามกัน
ความถี่ในการมาท่องเที่ยว	.189ไม่สัมพันธ์กัน	-

จากตารางที่ 4 ผลทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่าความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามด้านมูลค่าในการซื้อสินค้า(บาท/ครั้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำในทิศทางตรงข้ามกันในขณะที่ความพึงพอใจโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามด้านความถี่ในการท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากข้อมูลที่ได้สัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีดังนี้ ตลาดน้ำอัมพวานั้นมีมานานแล้ว ซึ่งยังคงความเป็นเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนของตลาดน้ำอยู่ เป็นแหล่งตลาดน้ำที่จังหวัดใกล้เคียงมารวมตัวกัน เพราะในสมัยก่อนความเจริญทางด้านคมนาคมยังไม่สะดวก จึงมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันทางเรือจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น เพชรบุรี ราชบุรี ซึ่งจะมารวมตัวกันที่ตลาดน้ำอัมพวา แต่เมื่อมีถนนเส้นพระรามสองทำให้การคมนาคมสะดวกขึ้น ส่งผลต่อการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าจากทางเรือมาเป็นทางบกแทน เป็นผลทำให้ตลาดน้ำอัมพวาซบเซาลงไปต่อมาตลาดน้ำอัมพวาได้รับการฟื้นฟูอีกครั้งเมื่อ 10 ปีที่แล้ว นอกจากนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแคมเปญที่ชื่อ อเมซิ่ง ไทยแลนด์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักอัมพวาและการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่อีกครั้ง ส่วนของกิจกรรมต่างๆที่ได้มีการพัฒนานั้น มี 6 ด้าน ดังนี้

กิจกรรมตามประเพณี เช่นการจัดงานสงกรานต์ ดักบาตรรอบอัมพวาในงานเฉลิมพระชนมพรรษา ในวันที่ 12 สิงหาคมและ 5 ธันวาคมของทุกปี นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ด้วย ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา ซึ่งอัมพวานั้นมีทั้งหมด 10 ชุมชน แต่ละชุมชนนั้นจะมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง กิจกรรมก็จะแตกต่างกันไป ซึ่งเมื่อก่อนนี้ทางเทศบาลจะมีการแห่เทียนตามวัดในพื้นที่อัมพวาประมาณ 30 วัด แต่ในปัจจุบัน การบริหารการจัดการนั้นเปลี่ยนไป คือในแต่ละพื้นที่จะมี องค์การบริหารส่วนตำบลจัดกิจกรรมกันเอง

กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์หรือจิตอาสา นั้น ทางเทศบาลได้รับความร่วมมือจากโรงพยาบาลศิริราช มาให้การตรวจรักษามวลกระดูก ตรวจไขข้อให้กับคนในชุมชน เนื่องจากเทศบาลไม่ได้มีหน้าที่ดูแลตลาดน้ำและนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว กิจกรรมนี้จึงเปรียบเสมือนความรับผิดชอบต่อและเป็นหน้าที่ที่ทางเทศบาลจะต้องดูแลคนในชุมชนให้มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

กิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมคือ การรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มาช่วยกันรักษาลำคลองให้สะอาด เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเป็นน้ำขึ้นน้ำลงเป็นธรรมชาติของมันเอง ไม่มีเขื่อนกั้นน้ำเหมือนตลาดน้ำบางแห่งซึ่งมีประตูน้ำปิด กิจกรรมการล่องเรือชมหิ่งห้อย ทางเทศบาลได้มีการรณรงค์ให้ชาวบ้านช่วยอนุรักษ์ต้นลำภู ไม่ให้มีการตัด เพื่อไม่ให้เป็นการลดวงจรชีวิตของหิ่งห้อยซึ่งเป็นสัตว์ที่มีวงจรชีวิตสั้น รวมไปถึงการรณรงค์ในเรื่องผลกระทบทางระบบนิเวศ เช่นการล่องเรือยนต์ที่มีเสียงดังเกินจำกัด น้ำมันเครื่องยนต์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อการผสมพันธุ์ของหิ่งห้อยเป็นอย่างมาก

กิจกรรมการอนุรักษ์ประเพณี ส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องประเพณีพื้นบ้านที่ได้ลดหายไปบ้าง เช่นการทำกระทงกาบกล้วยในช่วงเทศกาลลอยกระทง ซึ่งชุมชนอัมพวามีชื่อเสียงมากทางด้านการทำกระทงกาบกล้วย จนในปัจจุบันนี้มีชื่อเสียงโด่งดังกลับมาอีกครั้งและคนในชุมชนอัมพวายังมีคนไทยเชื้อสายจีน จึงมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณี วัน เทศกาลกินเจ และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาให้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนและชาวบ้านเพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักถึงความห่วงใยของเทศบาลที่มีต่อชุมชนอีกด้วย

กิจกรรมทางด้านเกษตรกรรม อัมพวานั้นได้มีการพัฒนาในเรื่องการปลูกข้าวพันธุ์ ไรซ์เบอร์รี่ (Rice Berry) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน เป็น โครงการที่มาจากแพทย์แผนมแดง ซึ่งอยู่พื้นที่ออกไปทางบริเวณปากท้องแต่ยังคงอยู่ในอำเภออัมพวา เป็นโครงการในพระราชดำริของสมเด็จพระเทพฯ ซึ่งจะมีการเก็บเกี่ยวข้าวในวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2558 และ เดือน เมษายน 2558 โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเป็นประธานในการเปิดงานดังกล่าว

ส่วนเรื่องของนโยบายเพื่อการพัฒนา นั้น ทางเทศบาลได้กำหนดแบบแผนไว้เรียบร้อยแล้ว แต่มีการดำเนินการไปอย่างช้าๆ เพราะที่ผ่านมา ตลาดน้ำอัมพวาเติบโตเร็วเกินจนไร้ทิศทางขาดการควบคุมและไม่มีมาตรการที่สามารถจะควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางเทศบาลจึงอยากให้มีการพัฒนาแบบ ค่อยๆเป็นค่อยๆไป เพื่อเวลาในการบริหารและการจัดการนั้นจะได้ง่ายขึ้นและสามารถควบคุมได้บ้างในบางส่วน

สำหรับข้อเสนอแนะ เนื่องจากเทศบาลอัมพวาเป็นเทศบาลขนาดเล็ก จึงส่งผลให้ได้รับงบประมาณที่จะนำมาพัฒนาจำนวนไม่มาก เพราะรายได้ส่วนมากมาจากนักท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวานั้น จะมีนโยบายให้มีการรวมกลุ่มกันโดยการให้ชมรมแม่ค้าแผลลอย ประธานชุมชน ชุมชนคนรักอัมพวา มาปรึกษารับฟังปัญหาของแต่ละฝ่ายในแต่ละด้าน เพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำให้ยั่งยืนต่อไป

ส่วนนโยบายเรื่องตลาดน้ำของเทศบาล ในอนาคตอาจจะขยายทางเดินริมคลองให้กว้างขึ้น โดยให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการน้อยที่สุด และมีแผนการพัฒนาให้มีตลาดน้ำทุกวันไม่ใช่เฉพาะวันศุกร์เสาร์อาทิตย์เพียงอย่างเดียวแต่อาจจะต้องพัฒนาไปอย่างเป็นระบบเพราะปัจจุบันตลาดน้ำอัมพวาเติบโตเร็วเกินจนไร้ระเบียบแบบแผน จึงมีการควบคุมที่ค่อนข้างยากในระดับหนึ่ง เช่นผู้ประกอบการที่มาจากนอกพื้นที่ ทำให้สินค้ามีราคาสูง และไม่ค่อยมีคุณภาพ เทศบาลจึงต้องจัดนโยบายที่มีแบบแผนในการควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้า ทำเรือเอกชนที่ค่อนข้างละเลยต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทางเทศบาลก็ได้มีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการในเรื่องนี้ด้วย ในส่วนของการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น เทศบาลขอความร่วมมือให้

ทุกฝ่ายดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วยเพราะสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการมาสัมผัสคือความเป็นธรรมชาติ การค้นหาความดั้งเดิม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำ โดยภาพรวมแล้วเรื่องการพัฒนายังคงมีอยู่ไปเรื่อยแต่ทั้งนี้ทั้งนั้น นโยบายทุกสิ่งทุกอย่างก็ก้าวมาขึ้นอยู่กับงบประมาณ ซึ่งในเรื่องนี้จะต้องให้หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้จัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวที่สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกันทั้งนี้อาจเป็นเพราะในเรื่องของส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าและบริการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก อีกทั้งยังมีรายได้และมีอำนาจการซื้อค่อนข้างสูง สามารถรับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าและบริการ มีความคาดหวังสูงในสินค้าและบริการที่จะได้รับมากกว่ากลุ่มอื่น มีการตัดสินใจที่รอบคอบกว่า จึงทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Maslow (2000 อ้างถึงใน ธัญญรัตน์ บุญต่อ, 2552: 39) ที่ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อบริการที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความคาดหวังที่ต่างกัน หากนักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ความคาดหวังในการบริการย่อมแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลาในการให้บริการ สิ่งที่เราคำนึงถึงคือระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการตลาดน้ำ

2. ลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยนิคมจารุณี (2536) กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า การที่จะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทั้งในแง่กายภาพหรือภูมิภาคนั้นตำแหน่งที่ตั้งหรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอกสรุปได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วยความสามารถในการใช้บริการของผู้ท่องเที่ยวความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงและความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอก

3. แหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา โดยรวมในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา กันภัย และคณะ(2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา ที่พบว่า พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดน้ำอัมพวา ด้านผลิตภัณฑ์คือการที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิมภายในร้านค้าต่างๆ ด้านราคา คือ อาหารและเครื่องดื่มที่มีราคาที่เหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ตลาดน้ำอัมพวามีชื่อเสียงและเป็นอันดับ 1 ของตลาดน้ำ และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ให้บริการใส่บาตรตอนเช้าจากโครงการที่ตลาดน้ำอัมพวาได้จัดทำขึ้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน โดยรวมในระดับต้องการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืน ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความจำเป็นต่อการรักษาความสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อชุมชน โดยนพดล ภาคพรต (2548) ได้จำกัดความเป็นไปของการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

5. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยรวม ในระดับ พอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยวิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวตลาดน้ำและมาโดยรถส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา กันภัยและคณะ(2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา ที่พบว่า นักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา 1-5 ครั้ง/ปี ร้อยละ 15.5 และมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 73.5

7. แนวโน้มการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในอนาคต พบว่าแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาอยู่ในระดับดีมากและจะมีการแนะนำหรือบอกต่อคนที่รู้จักให้มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ โถวสกุล(2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มคาดว่าจะมาและแนะนำบุคคลอื่นในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

8. พฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา โดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดย บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยื่อนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยอย่างยั่งยืนยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาขั้นปริญญาตรี และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนกลุ่มอื่นเป็นเป้าหมายรอง เพราะฉะนั้นการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆควรมุ่งตอบสนองให้เข้ากับกลุ่มคนเป้าหมายหลักก่อน ควรศึกษาว่าชอบอะไรบ้าง เมื่อสิ่งต่างๆถูกปรับและกลุ่มเป้าหมายหลักตอบสนองในระดับที่น่าพอใจแล้ว จึงค่อยๆหันมาปรับเพื่อกลุ่มเป้าหมายรอง

2. ลักษณะทางกายภาพ ควรมีการปรับทิวทัศน์และสภาพอากาศให้เกิดความสวยงามและให้น่าดึงดูดใจ อาจให้มีการติดตั้งพัดลมไอน้ำเพื่อลดสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าว

การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความปลอดภัย สะดวกและหาง่าย โดยการเพิ่มป้ายบอกทางเป็นระยะๆ เพื่อการหาง่าย และถนนที่ถมปราศจากลูกวัง ปลอดภัย เพื่อทำให้เกิดความสะดวกในการคมนาคม

3. แหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา พบว่าผู้ประกอบการมีการพัฒนาร้านอาหารริมคลองในด้านต่างๆ คือให้มีความหลากหลายของเมนูอาหารและร้านค้าที่มีให้เลือกมาก ควบคุมดูแลความสะอาดของร้านค้าและคุณภาพอาหาร เน้นความคุ้มค่าของราคา ควบคุมราคาสินค้าและอาหารไม่ให้แพงเกินไป ในส่วนของรสชาติอาหาร ควรให้มีการฝึกอบรมหรือสอนวิธีการปรุงอาหารให้มีรสชาติดี มีความสะอาด และมีคุณค่าทางโภชนาการ ส่วนวัด, โบสถ์คริสต์, โบราณสถาน ควรมีการฟื้นฟูอนุรักษ์ คือยังคงสภาพเดิมเพื่อให้เกิดความดึงดูดใจ การปรับทัศนียภาพของแม่น้ำ โดยการจัดให้มีจิตอาสาซึ่งเป็นเด็กนักเรียนโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่อัมพวาช่วยกันเก็บขยะริมแม่น้ำลำคลอง ทางด้านที่พัก, โฮมสเตย์ เน้นความดั้งเดิมย้อนยุค/ความโบราณ โดยทางเทศบาลขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการทางด้านที่พักไม่ให้เปลี่ยนแปลงเรือนไม้โบราณให้คงอยู่สภาพเดิมให้มากที่สุด เหตุเพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจกับความดั้งเดิมของสถานที่มากขึ้น ประกอบกับเมื่อที่พักไม่ได้ถูกปรับแต่งอะไรมาก เป็นที่พักเรียบง่าย ราคานั้นก็จะไม่แพงส่วนสถานที่พักริมแม่น้ำ ทางเทศบาลได้ขอความร่วมมือผู้ประกอบการเดินเรือ ลดความเร็วและเสียง เพราะจะทำให้เกิดการเขาระมัดระวังเป็นผลทำให้เขื่อนริมแม่น้ำพังได้

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวใช้ความสงบในการล่องเรือชมหิ่งห้อย ไม่ส่งเสียงดัง เพราะจะทำให้ระบบวงจรชีวิตของหิ่งห้อยลดลงและไม่สามารถผสมพันธุ์ได้ เนื่องจากหิ่งห้อยมีวงจรชีวิตสั้น ระยะเวลาไม่ให้ชาวบ้านตัดต้นลำภู เพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยของหิ่งห้อย ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนอยากให้มีวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกษตรกรรม เพราะยังไม่เคยมีการจัดกิจกรรมนี้ แต่เนื่องจากอัมพวามีพื้นที่เล็ก คนในชุมชนย้ายถิ่นฐานออกนอกพื้นที่ จึงยังไม่สามารถจัดได้ แต่ในอนาคตอาจจะมีการพัฒนากิจกรรมนี้ให้เกิดขึ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และยังเป็นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตลาดน้ำเกิดความยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ โถวสกุล. (2550). การรับรู้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวใน
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. การตลาดบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6):
บริษัทธรรมสาร.
- กาญจนา กันภัยและคณะ. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. ปริญา
บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ธัญญารัตน์ บุญต่อ. (2552). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
โรงแรมเวสติน แกรนด์ สุขุมวิท. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นพดล ภาคพรต. (2548). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตร
การวัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน(หน่วยที่2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์.
- นิคม จารุมณี . (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.(พิมพ์ครั้งที่ 1).
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรภรณ์จิรัชศักดิ์.(2553).วิวัฒนาการของตลาดน้ำ.วันที่ค้นข้อมูล 17พฤษภาคม 2557, จาก
<http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=5d5f54daf2a1a417>
- วิรุฬ พรรณเทวี.(2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทย
ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุดม เขยกิจวงศ์. (2552).ตลาดน้ำ:วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์