



ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะอาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

โดย

นางสาววรรณดา ต่วนภูษา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะอาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

โดย

นางสาววรรณลดา ต่วนภูษา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**FACILITY ASSESSMENT INDEX FOR FLOATING MARKET TOURISM**

**By**

**Wanlada Tuanpusa**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree**

**MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**Program of Entrepreneurship**

**Graduate School**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2009**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ดัชนีการประเมิน  
คุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ” เสนอโดย นางสาววรรณลดา ต่วนภูษา  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.สวรรษา ชื้อล้อม

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาภิรักษ์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วสิน อิงคพัฒนากุล)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สวรรษา ชื้อล้อม)

...../...../.....

51602735 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : การประเมิน / สิ่งอำนวยความสะดวก / ตลาดน้ำ

วรรณคดี คำขวัญ : คำนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ.  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ. ดร.สุวรรณยา ชื่อเล่ม. 92 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติและผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจร้านค้าปลีก จำนวน 15 ท่าน ได้ดัชนีที่ใช้ในการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสิ้น 11 ดัชนี ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการการท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้าปลีก ระบบไฟฟ้า ด้านระบบน้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวโดยผู้วิจัยนำดัชนีที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกกับตลาดน้ำ 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี (ระดับชั้นที่ 4) มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 37 คะแนน โดยสิ่งที่ควรปรับปรุงคือ ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว ความพอเพียงของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยวการกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา และจำนวนของป้ายสื่อความหมาย ส่วนบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีเช่นเดียวกัน (ระดับชั้นที่ 4) มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 36 คะแนน โดยสิ่งที่ควรปรับปรุงคือ ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ ความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ จำนวนของป้ายสื่อความหมาย ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว การกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา และความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องสุขา

ผลการวิจัยที่ได้หากมีการนำไปขยายผลไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอื่นๆ ในประเทศไทย จะเป็นประโยชน์ ในการพัฒนาคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

---

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ .....

51602735 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : ASSESSMENT / FACILITY / FLOATING MARKET

WANLADA TUANPUSA : FACILITY ASSESSMENT INDEX FOR  
FLOATING MARKET TOURISM. THESIS ADVISOR : Sawanya Suelueam,  
Ph.D. 92 pages.

The aimed of this study was to develop the index of facility quality assessment on floating market which was designed from research document and also consider and improved through 15 specialists including scholar, performer, and entrepreneurs in various tourism business fields consisting of restaurant, souvenir, and retail. The 11 result index were restaurant, souvenir shop, accessibility, toilet, tourism service center, signs, retail shop, electrical system, water system, security system, and travel safety.

The result index was test with Damnoen Saduak floating market, Ratchaburi province and Amphawa floating market, Samutsongkhram province all index were measured by questionnaires in term of tourists's satisfaction and classified facility quality in to 4 classes. As a result Damnoen Saduak floating market was classified in class 4 ; good quality (37 point) The serious problems were warning sign, tourist information sign, distribution of security staff, guidepost, distribution of tourism service center, sufficiency of service point, distribution of toilet, and number of tag.

Amphawa floating market was classified in class 4; good quality (36 point) The serious problems were warning sign, sufficiency of security staff, security staff service, tourist information sign, distribution of security staff, guidepost, sufficiency of toilet, staff's service and informing, number of tag, sufficiency of tourism service center, distribution of tourism service center, distribution of toilet, safety of toilet, and cleanliness of toilet.

The result index can be applied to others floating market in Thailand. And assessed data were based on for both the local government and concern organizations would virtually set up facility development policy.

---

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University      Academic Year 2009

Student's signature .....

Thesis Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร. สวรรรยา ชื่อเต็ม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.วสิน อิงคพัฒนากุล กรรมการควบคุม วิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่างๆ จนงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอ กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จของงานวิจัย และขอขอบคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในหลายๆ ด้าน รวมถึงกำลังใจที่ สำคัญยิ่งจาก คุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนๆ ที่คอยเป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้านต่างๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณประโยชน์อันเนื่องมาจากสารนิพนธ์เล่มนี้ ขอมอบแต่ คุณพ่อ คุณแม่ คุณครูอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และครอบครัว “ถ้วนญาติ” ทุกคน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	2
ขั้นตอนของการศึกษา.....	2
คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	4
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการประเมิน.....	5
ความหมายของการประเมิน.....	5
ประเภทของการประเมิน.....	6
รูปแบบของการประเมิน.....	10
ประโยชน์ของการประเมิน.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	19
ความหมายของความพึงพอใจ.....	19
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว.....	20
ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยว.....	20
ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว.....	21
การตลาดและการวิเคราะห์ตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก.....	26

บทที่	หน้า
	ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก ..... 26
	ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก ..... 26
	การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ..... 27
	แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ ..... 31
	ความหมายของตลาดน้ำ ..... 31
	ตลาดน้ำกับวิถีชีวิตของคนไทย ..... 32
	ตลาดน้ำในยุคปัจจุบัน ..... 32
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 33
3	วิธีดำเนินการวิจัย ..... 35
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ..... 35
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ..... 36
	การเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 37
	การวิเคราะห์ข้อมูล ..... 38
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ..... 40
	ส่วนที่ 1 ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำ ..... 40
	ส่วนที่ 2 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ..... 49
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ..... 63
	สรุปผลการวิจัย ..... 63
	ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำ ..... 63
	การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ..... 63
	การอภิปรายผล ..... 65
	ข้อเสนอแนะ ..... 65
	ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ..... 65
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ..... 66

บทที่	หน้า
แนวทางในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว ตลาคน้ำ บริเวณตลาคน้ำดำเนินสะดวก และตลาคน้ำอัมพวา .....	66
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก.....	83
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจ ท่องเที่ยว .....	84
ภาคผนวก ข แบบสอบถามดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อการท่องเที่ยวตลาคน้ำ .....	86
ประวัติผู้วิจัย.....	92

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	36
2	เกณฑ์ประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ.....	43
3	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำ อัมพวา .....	43
4	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ร้านอาหารบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำอัมพวา.....	50
5	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำด้านร้าน ขายสินค้าที่ระลึก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำอัมพวา.....	51
6	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ความสามารถในการเข้าถึง บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำ อัมพวา .....	52
7	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ห้องน้ำ – ห้องสุขา บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา .....	54
8	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ศูนย์บริการการท่องเที่ยว บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	55
9	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ป้ายสื่อความหมาย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	56
10	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ร้านค้าปลีกบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	57
11	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ระบบไฟฟ้าบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	58
12	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ระบบน้ำประปา บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	59
13	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้าน ระบบรักษาความปลอดภัย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำ อัมพวา .....	60

14	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะอาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านความปลอดภัย ในการท่องเที่ยว บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	61
15	การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะอาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา.....	62
16	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมสะอาด อยู่ในระดับต่ำ จำแนกตามพื้นที่ศึกษา.....	67
17	แนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมสะอาดที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ.....	68
18	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมสะอาดอยู่ในระดับปานกลางจำแนกตามพื้นที่ศึกษา.....	70
19	แนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมสะอาดที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง .....	72
20	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมสะอาด อยู่ในระดับมาก จำแนกตามพื้นที่ศึกษา.....	76
21	แนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมสะอาดที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก .....	78
22	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว.....	85

## สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินโครงการกับกระบวนการดำเนินโครงการ .....	9
2	ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินกับการตัดสินใจ.....	12
3	รูปแบบการประเมิน CIPP .....	13
4	ขั้นตอนในการประเมินตามแบบจำลองของ Provus.....	14
5	รูปแบบการประเมินของ Provus.....	15
6	ความสัมพันธ์ภายในระหว่างขั้น.....	18

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นรายได้แหล่งใหม่ที่มีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในปัจจุบัน การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นต่างๆ อันเป็นการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศ นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติให้เกิดสันติภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน ด้วยเหตุนี้ประเทศต่างๆ จึงพยายามกำหนดกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายสวยงามและมีคุณค่าทั้งทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทย ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนเป็นจำนวนมาก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 1)

ตลาดน้ำ เป็นสถานที่ที่ชุมนุมเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย โดยในช่วงแรกปรากฏในลักษณะเรือนแพเพื่อรับฝากและขายสินค้า เช่น ย่านคลองบางพระกอก ย่านท่าเตียน ย่านคลองมหานาค ย่านวัดไทร เป็นต้น แต่ในปัจจุบันกระแสความนิยมทำให้ตลาดน้ำเกิดขึ้นมาอย่างมากมาย แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว (อุดม เขยกิจวงศ์ 2552 : ก)

ทั้งนี้ในการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนยังตลาดน้ำ สิ่งสำคัญมิใช่แค่เอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว แต่ความพร้อมของธุรกิจบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ระบบสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค (สุทธิทธิชูชาติ 2538 : 40) ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

ดังนั้นเพื่อเป็นการสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการสร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และประยุกต์ใช้ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นอันนำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่อไป

### ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อสร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
2. เพื่อประยุกต์ใช้ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่ได้กับตลาดน้ำ 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

### ขอบเขตของการศึกษา

#### ขอบเขตเชิงเนื้อหา

สร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำและประยุกต์ใช้ดัชนีและเกณฑ์ที่ได้กับตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### ขอบเขตเชิงพื้นที่

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### ขอบเขตเชิงประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา ในการศึกษาความพึงพอใจและความต้องการต่อสิ่งอำนวยความสะดวก

#### ขอบเขตเชิงเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 รวมระยะเวลา 9 เดือน

### ขั้นตอนของการศึกษา

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด
2. สร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำเบื้องต้น โดยผู้วิจัย และพิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติและผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจร้านค้าปลีก
3. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยการแจกแบบประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

4. วิเคราะห์ข้อมูล
5. สรุปผลการศึกษา
6. ข้อเสนอแนะ

#### คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

1. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการ การท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้าปลีก ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำ
2. นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เป็นชาวไทย เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
3. ตลาดน้ำ หมายถึง สถานที่ชุมนุมเพื่อค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าโดยใช้เรือเป็นพาหนะ ในที่นี้หมายถึง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และขยายผลไปสู่ตลาดน้ำแห่งอื่นๆ ในประเทศไทย
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดนโยบายในการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาหลักการ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิ เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ และการสร้างเกณฑ์ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดการศึกษา ในประเด็นต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการประเมิน
  - 1.1 ความหมายของการประเมิน
  - 1.2 ประเภทของการประเมิน
  - 1.3 รูปแบบของการประเมิน
  - 1.4 ประโยชน์ของการประเมิน
2. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ
  - 2.1 ความหมายของความพึงพอใจ
  - 2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว
  - 3.1 ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยว
  - 3.2 ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว
  - 3.3 การตลาดและการวิเคราะห์ตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
  - 4.1 ความหมายของสิ่งแวดล้อม
  - 4.2 ประเภทของสิ่งแวดล้อม
5. การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ
  - 6.1 ความหมายของตลาดน้ำ
  - 6.2 ตลาดน้ำกับวิถีชีวิตของคนไทย
  - 6.3 ตลาดน้ำในยุคปัจจุบัน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการประเมิน

### 1.1 ความหมายของการประเมิน

ความหมายของการประเมิน มีผู้ให้นิยามความหมายแตกต่างกันออกไปตามทรรศนะพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2554 ก : 20-21) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่าการประเมิน คือกระบวนการใช้ดุลยพินิจ หรือค่านิยมและข้อจำกัดต่างๆ ในการพิจารณาตัดสินคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยการเปรียบเทียบผลที่วัดได้กับเกณฑ์ที่กำหนดไว้

สมคิด พรหมจ้อย (2542 : 27-28) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน คือกระบวนการที่ก่อให้เกิดสารสนเทศ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าของโครงการหรือแผนงาน ตลอดจนการพิจารณาผลสัมฤทธิ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด เป็นกระบวนการบ่งชี้ถึงคุณค่าของโครงการ กล่าวคือ โครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้วได้ผลตามวัตถุประสงค์หรือไม่ เพียงใด

ศิริชัย กาญจนวาสิ (2550 : 19) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน คือ กระบวนการอย่างหนึ่งทางสังคมมีวัตถุประสงค์หลักอยู่ที่การตัดสินคุณค่าของสิ่งที่ประเมินเพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาคุณค่าสิ่งที่ประเมินอาจมีระดับที่แตกต่างกันตามลำดับ ได้แก่ ทรัพยากร กิจกรรม โครงการ แผนงาน หน่วยงาน สถาบันองค์กรและสังคม โดยมีเป้าหมายคือการพัฒนาคุณค่าของสิ่งที่ประเมิน กิจกรรมการประเมินจะมีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบุคคลและการเมืองทั้งภายในและภายนอกของสังคมนั้นอยู่ตลอดเวลา ผู้ประเมินต้องเข้าใจบริบททางการเมือง ประสานความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเป้าหมายของสิ่งที่ประเมินว่ามีความสอดคล้องกับคุณค่าของสังคมหรือไม่ ผลการตรวจสอบจะเป็นแนวทางสู่การกำหนดรูปแบบ การกำหนดคุณค่าของสิ่งที่ประเมินว่าควรประเมินแบบอิงเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของสิ่งที่ประเมินโดยตีคุณค่าของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นตามที่คาดหวังหรือการประเมินแบบไม่อิงเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของสิ่งที่ประเมินโดยตีคุณค่าของผลลัพธ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นจริง

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2535 : 25) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน คือ เครื่องชี้วัดอาจจะเรียกว่าตัวชี้วัดหรือดัชนี ทำหน้าที่เป็นไม้บรรทัดหรือตาชั่งวัดว่ามีค่าเพียงใด มีความหมายถึงตัวบ่งชี้หรือตัวสะท้อนสถานการณ์หรือเป็นตัวแปรที่ช่วยวัดความเปลี่ยนแปลงการวัดผลต้องมีเครื่องชี้วัดพร้อมหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เป็นมาตรฐานที่เป็นกลางและเป็นเชิงปริมาณ โดยสรุปการประเมินต้องมีมาตรฐาน หลักเกณฑ์ และเครื่องชี้วัด

เครือวัลย์ ล้อมภิชาติ (2531 : 145) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน คือ การวิเคราะห์ตรวจสอบความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ของโครงการ ซึ่งจะต้องทำการวิเคราะห์ระบบการฝึกอบรมและพัฒนาตั้งแต่หลักสูตร โครงการ การบริหารโครงการและผลการฝึกอบรมว่า ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ กล่าวคือสามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และ เจตคติของผู้เข้ารับการอบรมได้หรือไม่

Cronbach (1982 : 64) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างได้มาตรฐาน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการ

Rutman (1982 : 24-25) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมิน คือ กระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรือการใช้วิธีวิจัยเพื่อหาข้อมูลที่เป็นจริง และมีความเชื่อถือได้ของโครงการแล้วพิจารณาตัดสินว่า โครงการนั้นบรรลุถึงวัตถุประสงค์หรือไม่และด้วยคุณภาพของความสำเร็จนั้นเพียงใด

จากความหมายที่ได้กล่าวมาพอสรุปได้ว่า การประเมิน หมายถึง กระบวนการที่ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาว่า ผลลัพธ์ที่ได้นั้นเป็นไปตามเป้าหมายคือการพัฒนาคุณค่าของสิ่งที่ประเมินหรือไม่ เพื่อปรับปรุงเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของโครงการให้ดียิ่งขึ้น

## 1.2 ประเภทของการประเมิน

นักประเมินและนักวิชาการได้แบ่งประเภทของการประเมินไว้หลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการแบ่ง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมจากแนวคิดของ

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2544 ก : ข ; สมคิด พรหมจ้อย 2542 : 29-31 ; คมศร วงษ์รักษา 2540 : 24-27 ; สุขุม มูลเมือง 2530 : 34-35) สรุปได้ดังนี้

### 1.2.1 แบ่งตามหลักยึดในการประเมินค่า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.2.1.1 การประเมินค่าตามอุดมการณ์ของโครงการ หรือการประเมินโดยยึดวัตถุประสงค์เป็นหลัก (Goal-Based Evaluation) เป็นการประเมินผลที่ได้ว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ โดยทราบก่อนการประเมินว่าโครงการนั้นมีวัตถุประสงค์อะไรบ้าง

1.2.1.2 การประเมินค่าซึ่งอิสระจากอุดมการณ์ของโครงการหรือ การประเมินที่อิสระไม่ยึดวัตถุประสงค์ของโครงการ (Goal-Free Evaluation) เป็นการประเมินผลที่เกิดขึ้นทั้งหมดโดยไม่ทราบว่าวัตถุประสงค์ของโครงการนี้มีอะไรบ้าง

### 1.2.2 แบ่งตามลำดับเวลาที่ประเมิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1.2.2.1 การประเมินก่อนเริ่มโครงการ (Pre-Evaluation) ทำขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ เพื่อศึกษาถึงความพร้อมของบุคคลและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องความเหมาะสมผลของการวางแผนดำเนินโครงการ รวมทั้งความเป็นไปได้ของโครงการ มี

จุดมุ่งหมายเพื่อตัดสินใจเลือกโครงการที่เหมาะสม ข้อมูลที่ได้จะมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของโครงการวางแผนการประเมินขั้นต่อ ๆ ไป

1.2.2.2 การประเมินในระหว่างดำเนินงาน (Formative Evaluation) เป็นการประเมินการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เมื่อนำโครงการที่วางแผนไว้ไปปฏิบัติ เพื่อตรวจสอบการดำเนินงานตามแผน ความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค นำไปแก้ไขปรับปรุงให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.2.3 การประเมินหลังการดำเนินงานหรือการประเมินผลสรุป (Summative Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อตอบคำถามว่าโครงการประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยให้ความสนใจในผลผลิต (Output) และผลที่ได้รับ (Effect) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้รับผิดชอบโครงการว่าจะทำโครงการนั้นต่อไปหรือไม่ อย่างไร

1.2.2.4 การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) เป็นการประเมินโครงการในช่วงที่โครงการดำเนินการสิ้นสุดไปแล้วระยะหนึ่ง เพื่อศึกษาถึงผลกระทบจากโครงการดังกล่าว

1.2.3 แบ่งตามจุดมุ่งหมายของการประเมิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.2.3.1 การประเมินเพื่อปรับปรุง เรียกว่า การประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) มุ่งตรวจสอบ ควบคุม กำกับดูแลการดำเนินงาน ศึกษาความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรคในระหว่างปฏิบัติโครงการ เพื่อประโยชน์ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ

1.2.3.2 การประเมินเพื่อสรุปผล เรียกว่า การประเมินรวมสรุป (Summative Evaluation) เป็นการประเมินผลเบ็ดเสร็จเมื่อสิ้นสุดโครงการ เพื่อตรวจสอบคุณภาพ ความคุ้มค่าของโครงการมุ่งพิจารณาผลตามเป้าหมาย

1.2.4. แบ่งตามรูปแบบการประเมิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

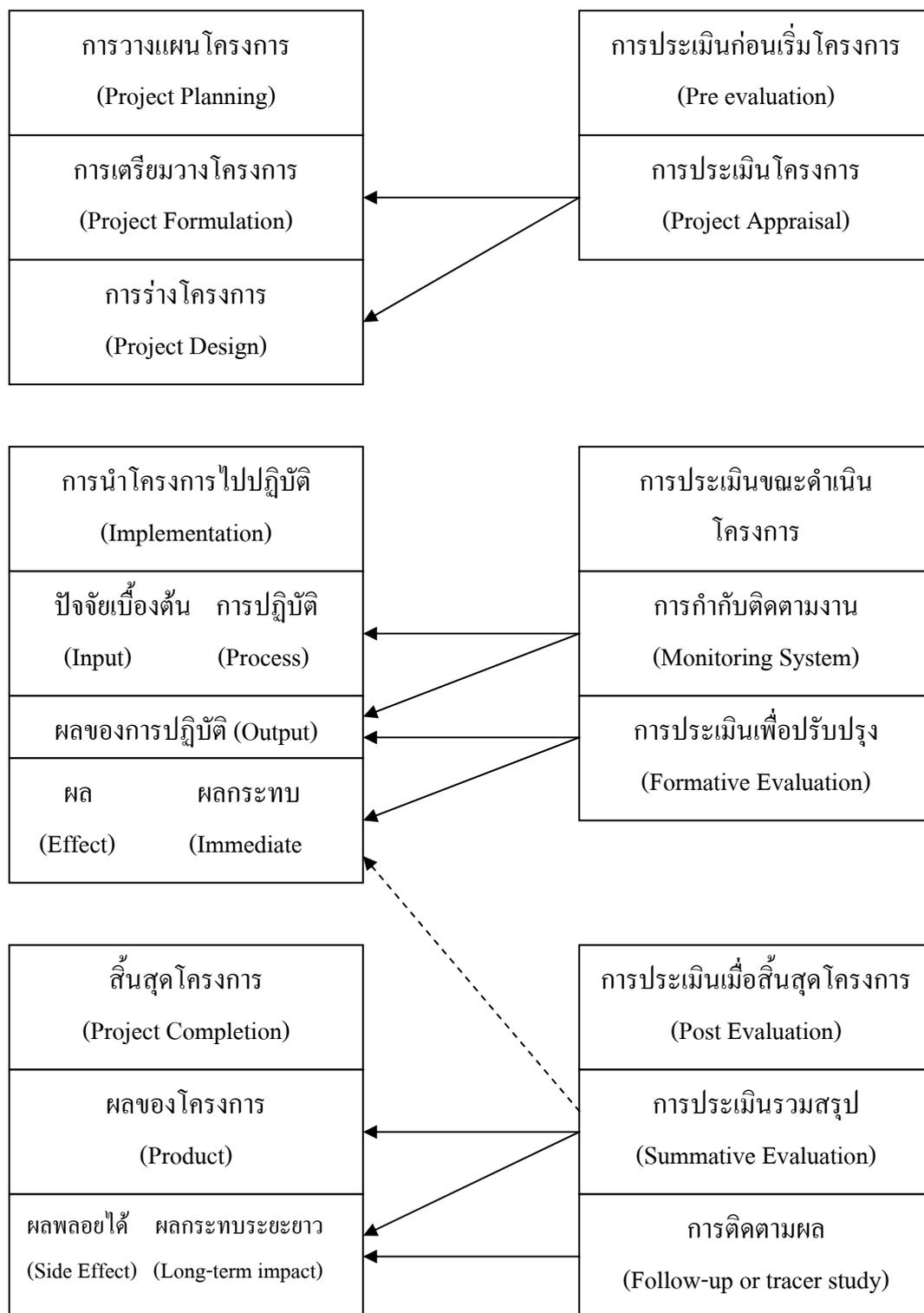
1.2.4.1 การประเมินที่ยึดจุดมุ่งหมายเป็นหลัก (Objective-centered Evaluation Models) เป็นการประเมินที่เน้นการตรวจสอบผลที่ระบุไว้ในจุดมุ่งหมายกับผลที่เกิดจากการปฏิบัติงานโครงการว่าบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ได้แก่ รูปแบบการประเมินของ Tyler Cronbach Hammond และ Kirkpatrick

1.2.4.2 การประเมินที่เน้นการตัดสินคุณค่า (Judgment Evaluation Models) มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศสำหรับกำหนดและวินิจฉัยคุณค่าของโครงการ ได้แก่ รูปแบบการประเมินของ Scriven Stake และ Provus

1.2.4.3 การประเมินที่เน้นการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision-oriented Evaluation Models) มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล และข่าวสารต่าง ๆ เพื่อช่วยผู้บริหารในการ

ตัดสินใจเลือกทางเลือกต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ได้แก่ รูปแบบการประเมินของ Stufflebeam Alkin และ Welch

การประเมินมีส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้ปฏิบัติได้ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่เพียงใด มีข้อบกพร่องอย่างไรบ้างและจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขในส่วนใดที่จะเป็นผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และสามารถนำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ในการวางแผนงานหรือโครงการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันให้ประสบความสำเร็จได้ ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ดังจะเห็นได้จากความสัมพันธ์ของการประเมินโครงการกับกระบวนการดำเนินโครงการ ดังนี้ (สมคิด พรหมจ้อย 2542 : 31)



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินโครงการกับกระบวนการดำเนินโครงการ  
 ที่มา : สุปราณี เวชประสิทธิ์, การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จังหวัด  
 สมุทรปราการ (ม.ป.ท., 2550), 54.

### 1.3 รูปแบบของการประเมิน

สมคิด พรหมจ้อย (2542: 39) ได้กล่าวถึง รูปแบบการประเมินว่าเป็นการกำหนดกรอบแนวคิดหรือแบบแผนในการประเมิน ที่แสดงให้เห็นถึงรายการที่ควรประเมินหรือกระบวนการของการประเมินในการประเมินโครงการใดโครงการหนึ่งนั้น เราควรพิจารณาเรื่องใดบ้าง (What) ในขณะที่เดียวกันบางรูปแบบอาจมีการเสนอแนะด้วยว่า ในการประเมินแต่ละรายการ แต่ละเรื่อง ควรพิจารณาหรือตรวจสอบอย่างไร ซึ่งเป็นลักษณะการเสนอแนะวิธีการ (How)

สำหรับรูปแบบการประเมินสามารถแบ่งออกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. การประเมินที่ยึดจุดมุ่งหมายเป็นหลัก (Objective-centered Evaluation Models) รูปแบบการประเมินของ Tyler Cronbach Hammond และ Kirkpatrick
2. การประเมินที่เน้นการตัดสินคุณค่า (Judgment Evaluation Models) ได้แก่ รูปแบบการประเมินของ Scriven Stake และ Provus
3. การประเมินที่เน้นการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision-oriented Evaluation Models) ได้แก่ รูปแบบการประเมินของ Stufflebeam Alkin และ Welch

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการประเมินของ Stufflebeam และ Provus ซึ่งเป็นแนวคิดการประเมินที่ผู้วิจัยใช้ในการประเมินงานวิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้ (สุปราณี เวชประสิทธิ์ 2550 : 55-63 ; สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ 2544 ข : 25-30 ; สมคิด พรหมจ้อย 2542 : 32-40 ; ศิริชัย กาญจนวาสิ 2550 : 20-29 ; รัตนะ บัวสนธ์ 2540 : 45-49)

#### 1.3.1 รูปแบบการประเมินของสตัฟเฟิลบีม (Deneil L. Stufflebeam)

Stufflebeam (1971) ได้เสนอรูปแบบการประเมิน CIPP (Context-Input-Process-Product Model) เป็นการประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ซึ่งไม่เพียงแต่ประเมินว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่เท่านั้นแต่ยังเป็นการประเมินเพื่อให้รายละเอียดต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกเป้าหมาย/จุดมุ่งหมาย การดำเนินงาน การกำหนดยุทธวิธี แผนงาน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสม และการตัดสินใจเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยน คง-ขยาย/ยุบ-เลิกโครงการโดยจะประเมินในด้านต่างๆ ดังนี้

1.3.1.1 การประเมินสถานะแวดล้อม (Context Evaluation) จะช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนในการกำหนดวัตถุประสงค์ โดยจะเน้นในด้านความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ความต้องการและความจำเป็น กระแสทิศทางของสังคมและการเมือง สภาพเศรษฐกิจและปัญหาของชุมชนตลอดจนนโยบายของหน่วยงานระดับบนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ช่วยวินิจฉัยปัญหาเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ การบรรยายและการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม ยังช่วยให้ทราบถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญสำหรับการบรรลุเป้าหมาย

ทำให้ได้มาซึ่งการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์โดยอาศัยการวินิจฉัยและการจัดเรียงลำดับปัญหาให้สอดคล้องกับความต้องการ วิธีการประเมินสถานะแวดล้อม มี 2 วิธี

Contingency Mode เป็นการประเมินสถานะแวดล้อมเพื่อหาโอกาสและแรงผลักดันจากภายนอกระบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้พัฒนาส่งเสริมโครงการให้ดีขึ้น โดยใช้การสำรวจปัญหาภายในขอบเขตที่กำหนดอย่างกว้างๆ จะทำให้คาดการณ์เกี่ยวกับอนาคตซึ่งมีประโยชน์ในการวางแผนโครงการต่อไป คำถามที่ใช้ในการประเมินคือ คำถาม “ถ้า...แล้ว” เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของวัตถุประสงค์

Congruence Mode เป็นการประเมินโดยการเปรียบเทียบระหว่างการปฏิบัติจริง กับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทำให้ทราบว่าวัตถุประสงค์ใดบ้างที่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ เป็นไปเพื่อการปรับปรุง

1.3.1.2 การประเมินปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation) เป็นการตรวจสอบความพร้อมของปัจจัยนำเข้าของโครงการ หมายถึง การประเมินทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการนำมาใช้ในการดำเนินโครงการเพื่อวิเคราะห์หาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดกับทรัพยากรที่มีอยู่และเป็นทางเลือกที่มีโอกาสทำให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการได้มากที่สุด ซึ่งมักประเมินในด้านต่างๆ คือ

1.3.1.2.1 ความสามารถของหน่วยงานหรือตัวแทนในการจัดโครงการ

1.3.1.2.2 ยุทธวิธีที่ใช้ในการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ

1.3.1.2.3 การได้รับความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้โครงการดำเนินไปได้ เช่นหน่วยงานที่จะให้ความช่วยเหลือด้าน เวลา เงินทุน อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือ

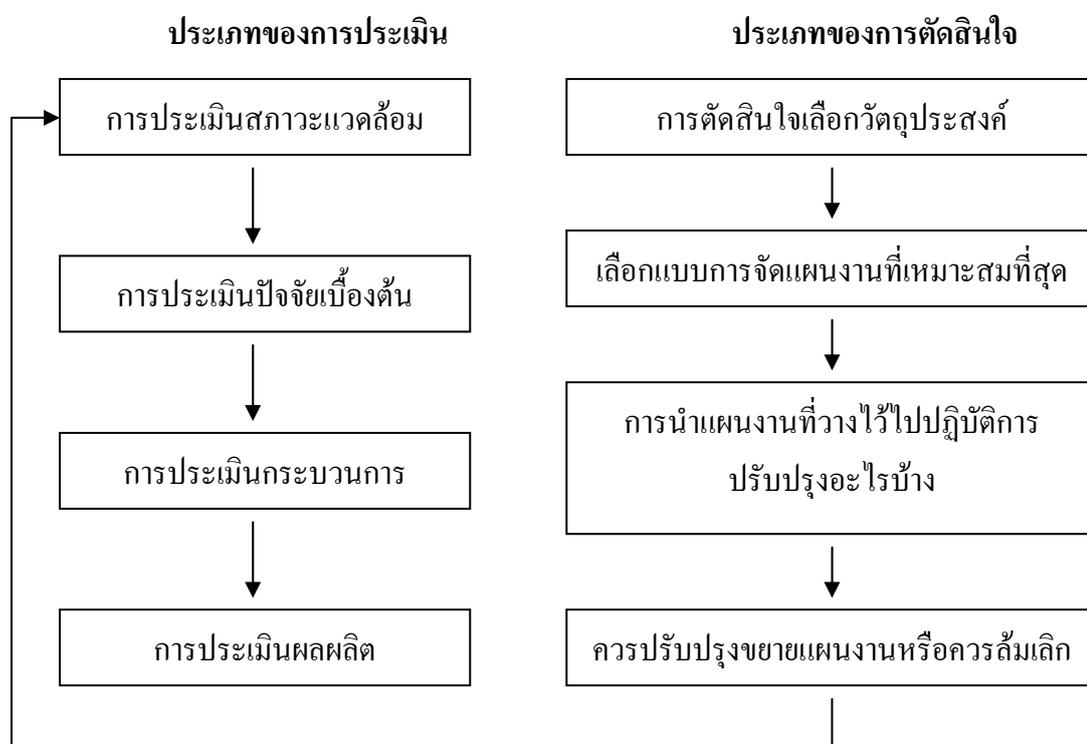
1.3.1.3 การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) เมื่อแผนดำเนินการได้รับการอนุมัติและลงมือทำ การประเมินกระบวนการจำเป็นต้องได้รับการเตรียมการเพื่อให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้รับผิดชอบ และดำเนินการทุกลำดับขั้นเพื่อที่จะได้สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ทันเวลาที่ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

1.3.1.3.1 เพื่อหาและทำนายข้อบกพร่องของกระบวนการ หรือการดำเนินการตามขั้นตอนที่วางไว้ ประเมินเกี่ยวกับวิธีการจัดกิจกรรมของโครงการ การนำปัจจัยนำเข้ามาใช้เหมาะสมมากน้อยเพียงใด เป็นไปตามลำดับขั้นตอนหรือไม่ กิจกรรมที่จัดขึ้นจะก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการหรือมีอุปสรรคใดๆ เกิดขึ้น

1.3.1.3.2 เพื่อรวบรวมสารสนเทศสำหรับผู้ตัดสินใจวางแผนงาน นำผลการประเมิน มาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้รัดกุมมีประสิทธิภาพมากขึ้น

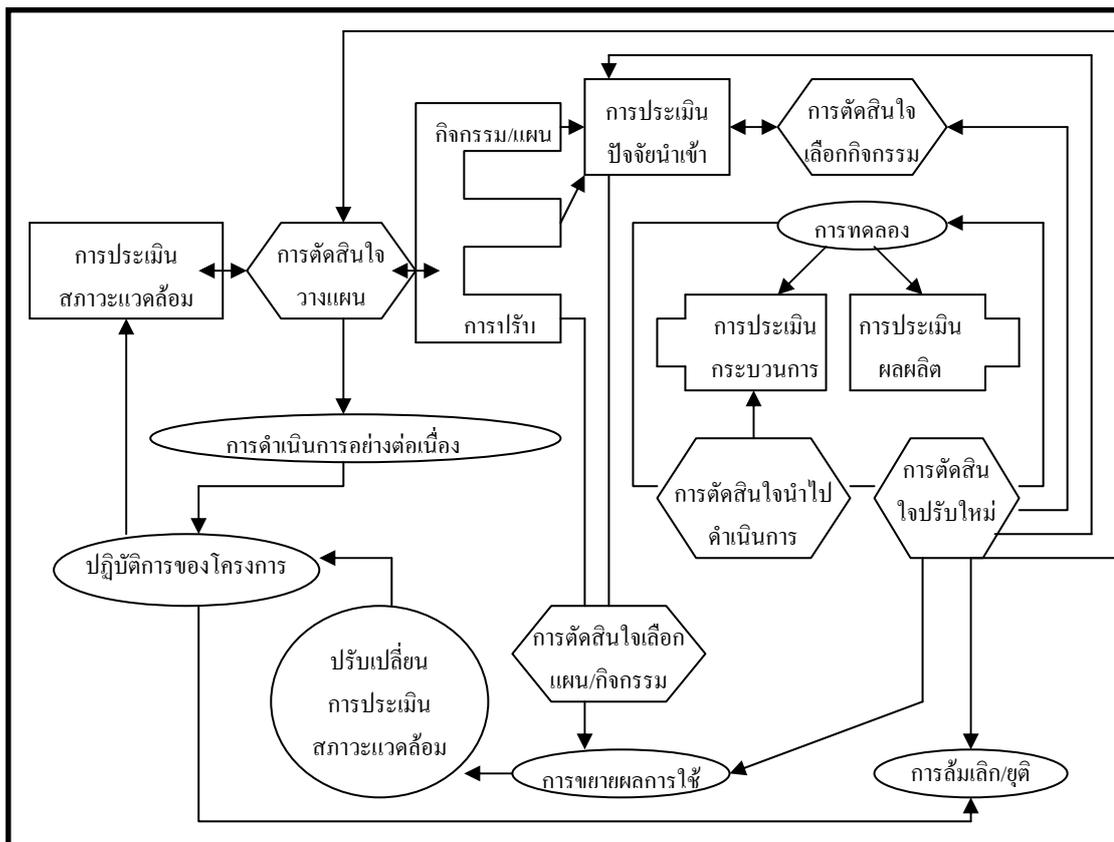
1.3.1.3.3 เพื่อเป็นรายงานสะสมถึงการปฏิบัติต่างๆ ที่เกิดขึ้น

1.3.1.4 การประเมินผลผลิต (Product Evaluation) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดและแปลความหมายของความสำเร็จ เป็นการประเมินเกี่ยวกับผลที่ได้รับทั้งหมดจากการดำเนินงานว่าได้ผลมากน้อยเพียงไรเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยนำผลที่วัดได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ และแปลความหมายถึงเหตุของสิ่งที่เกิดขึ้น โดยอาศัยรายงานจากการประเมินสถานะแวดล้อม ปัจจัย และกระบวนการร่วมด้วย เพื่อการตัดสินใจปรับปรุงขยายโครงการ นำไปใช้ต่อเนื่องต่อไป และเพื่อล้มเลิกโครงการ



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินกับการตัดสินใจ

ที่มา : สุปราณี เวชประสิทธิ์, การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัดสมุทรปราการ (ม.ป.ท., 2550), 57.



ภาพที่ 3 รูปแบบการประเมิน CIPP

ที่มา : สุปราณี เวชประสิทธิ์, การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัดสมุทรปราการ (ม.ป.ท., 2550), 58.

### 1.3.2 รูปแบบการประเมินของโพรวัส (Malcolm M.Provus)

Provus (1971) ได้เสนอรูปแบบในการประเมินโครงการ ชื่อ รูปแบบการประเมินความไม่สอดคล้องกัน (The Discrepancy Evaluation Model) ซึ่งหมายถึง การรวบรวมข้อมูล เพื่อการตัดสินใจในความไม่สอดคล้องกันระหว่างส่วนประกอบแต่ละส่วนของโครงการที่เป็นจริง (Actual Program) กับโครงการเกณฑ์มาตรฐาน (Standard Criterion Program)

เป็นรูปแบบการประเมินโครงการในขณะที่โครงการกำลังดำเนินการอยู่ (Ongoing Program) เพื่อการพัฒนาและประเมินโครงการไปในขณะเดียวกัน

1.3.2.1 จุดมุ่งหมายของการประเมิน เพื่อพิจารณาข้อมูลความไม่สอดคล้อง (Discrepancy Information) นำไปสู่การตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

1.3.2.1.1 ดำเนินการขั้นต่อไป

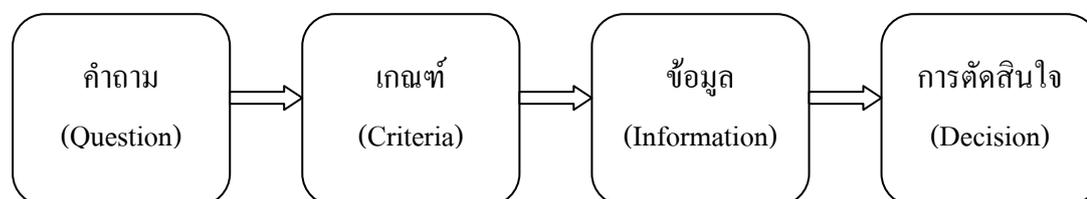
1.3.2.1.2 ดำเนินการขั้นเดิมซ้ำหลังจากได้มีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานของโครงการหรือวิธีการดำเนินการแล้ว

1.3.2.1.3 ดำเนินการขั้นที่ 1 ใหม่ หรือ

1.3.2.1.4 ล้มเลิกหรือให้สิ้นสุดโครงการ

1.3.2.2 ลักษณะของการประเมินความไม่สอดคล้องกันจะประกอบด้วยโครงการ 2 โครงการ คือ โครงการที่เป็นจริง และโครงการเกณฑ์มาตรฐานทั้ง 2 โครงการจะประกอบด้วยส่วนประกอบย่อยๆ เช่น ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ตามลำดับ ในการประเมินจะนำส่วนประกอบย่อยแต่ละส่วนตามลำดับของโครงการจริงไปเปรียบเทียบกับโครงการเกณฑ์มาตรฐาน หากผลการเปรียบเทียบไม่สอดคล้องกันก็จะทำการปรับปรุงโครงการ โดยอาจปรับส่วนประกอบของโครงการเกณฑ์มาตรฐานหรือโครงการจริงในแต่ละส่วนก็ได้ การปรับปรุงโครงการเกณฑ์มาตรฐานอาจเป็นเพราะเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแต่ละส่วนสูงเกินไป หรือเป็นอุดมคติจนยากที่จะไปถึงได้ ซึ่งสามารถปรับเกณฑ์ให้ต่ำลงแต่หากคิดว่าเกณฑ์มีความเหมาะสมแล้ว ก็ควรจะปรับโครงการจริงจึงจะเหมาะสมกว่าในแต่ละขั้นตอนของการประเมินจะใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อแก้ปัญหาอย่างรอบคอบ ซึ่งจะมีอยู่ 3 คำถาม คือ ทำไมถึงเกิดความแตกต่างหรือความไม่สอดคล้อง แนวทางแก้ไขที่เป็นไปได้คืออะไรและวิธีที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาคืออะไร

ในการตอบปัญหาแต่ละข้อจะต้องพิจารณาองค์ประกอบที่จำเป็น 3 ประการ คือ เกณฑ์ข้อมูลใหม่ และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์แล้วเกิดความไม่สอดคล้องกัน ดังภาพประกอบ

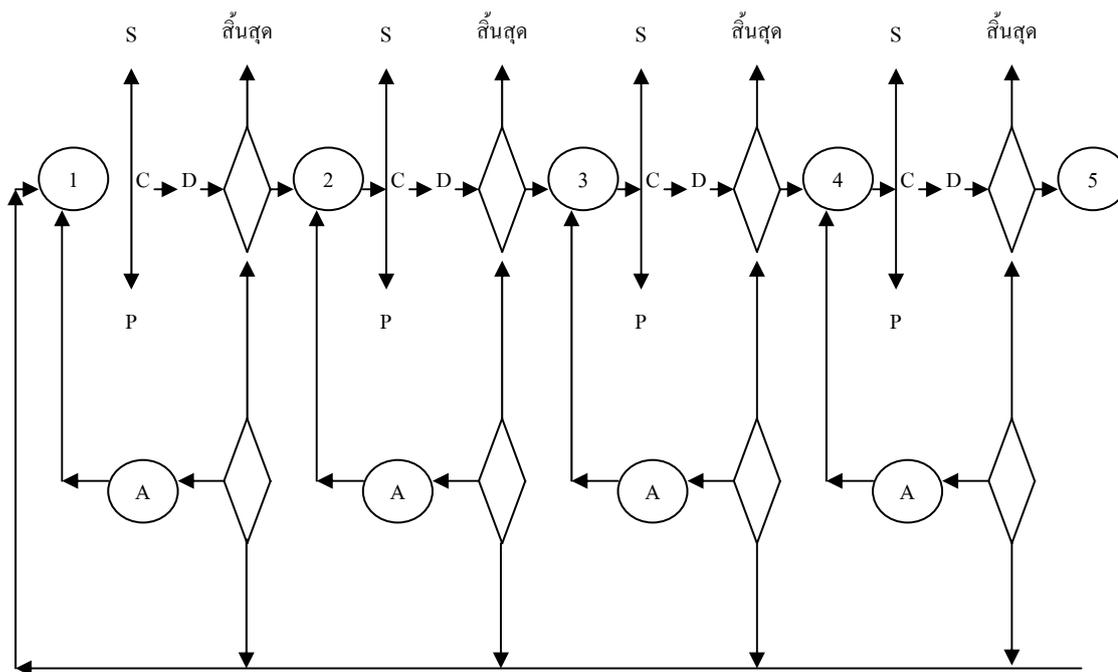


ภาพที่ 4 ขั้นตอนในการประเมินตามแบบจำลองของ Provus

ที่มา : สุปราณี เวชประสิทธิ์, การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัดสมุทรปราการ (ม.ป.ท., 2550), 59.

### 1.3.2.3 ขั้นตอนของการประเมิน

การประเมินโครงการใดๆ ซึ่งกำลังดำเนินอยู่ จะผ่านขั้นตอนพัฒนา 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ ของการเปรียบเทียบ แต่ละขั้นตอนอาจเกี่ยวข้องกับสิ่งนำเข้า กระบวนการ และ ผลผลิต กระบวนการเปรียบเทียบในขั้นตอนเหล่านี้ ดังนี้



ภาพที่ 5 รูปแบบการประเมินของ Provus

ที่มา : สุปราณี เวชประสิทธิ์, การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัดสมุทรปราการ (ม.ป.ท., 2550), 60.

- S (Standard) = มาตรฐาน
- P (Performance) = ส่วนประกอบการโครงการ หรือ การปฏิบัติจริง
- C (Comparison) = การเปรียบเทียบ
- D (Discrepancy) = สารสนเทศแสดงความไม่สอดคล้องกันช่วงห่าง (ความแตกต่าง)
- A (Alternation) = การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง

การประเมินโครงการตามแบบจำลองของ Provus มีการดำเนินงานในลักษณะขั้นการพัฒนาแบบเปรียบเทียบ 4 ขั้น (Development Stages of Comparison) ที่สัมพันธ์

ต่อเนื่องกัน ส่วนขั้นที่ 5 เป็นการประเมินต้นทุน-กำไร เพื่อเป็นแนวทางเลือกโครงการ ซึ่งต้องผ่านการปรับปรุงทั้ง 4 ขั้นต้นมาแล้วและได้ผลผลิตปลายทางมาแล้ว

รายละเอียดขั้นตอน

ขั้นที่ 1 การออกแบบโครงการ (Program Design)

ส่วนประกอบที่จะประเมินก็คือแบบแผนที่มีอยู่กับเกณฑ์ของแบบแผนโครงการ (Program Design Criteria) ซึ่งประกอบด้วยรายการของส่วนประกอบโครงการ (Program Elements) ที่ครอบคลุมโครงการศึกษาเป็นระบบสิ่งนำเข้าไป-ผลผลิต ที่มีลักษณะพลวัตร ซึ่งจะต้องกำหนดรายละเอียดของสิ่งนำเข้ากระบวนการผลผลิตที่จำเป็นและเพียงพอต่อแบบแผนของโครงการ

จุดประสงค์ของการประเมินในขั้นที่ 1 ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งแบบแผนโครงการและจะประเมินแบบแผนของโครงการในรูปของความครอบคลุมและความสอดคล้องคงที่ภายใน มาตรฐานในการตัดสินใจในขั้นที่ 1 ก็คือ “เกณฑ์ของแบบแผน” แบบแผนที่สร้างขึ้นครั้งแรกมักจะขาดความเฉพาะเจาะจงและความสอดคล้องคงที่ภายในการประเมินขั้นที่ 1 จะเป็นกลไกช่วยให้มีการกลั่นกรองและสมเหตุสมผลมากขึ้น

ขั้นที่ 2 การดำเนินโครงการ (Program Operation)

แบบแผนของโครงการซึ่งเป็นส่วนประกอบภายในขั้นที่ 1 กลายมาเป็นมาตรฐานที่จะใช้ตัดสินใจการดำเนินโครงการ ในการเปรียบเทียบระหว่างการดำเนินการ (Program Operation) ซึ่งเป็นส่วนประกอบการ (Performance) กับแบบแผนโครงการซึ่งเป็นมาตรฐานนั้น ผู้ประเมินจะดำเนินการที่ละเอียดถี่ถ้วนตลอดโครงการ เป็นการพิจารณาสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ก่อนเปรียบเทียบกับมาตรฐานของโครงการ ถ้าหากเกิดความไม่สอดคล้อง ผู้ประเมินก็จะให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้จัดการโครงการ

การดำเนินการในขั้นตอนที่ 2 จะช่วยให้ความสอดคล้องระหว่างแบบแผนโครงการกับการดำเนินการตามโครงการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงโครงการให้ดีขึ้น เมื่อคณะทำงานเห็นว่าโครงการมีความลงตัวเพียงพอแล้วก็ตัดสินใจดำเนินการตามขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นที่ 3 กระบวนการในขั้นที่สอง (Program process)

ในขั้นที่เป็นการประเมินโดยการเปรียบเทียบสาเหตุและผล (Cause and effect) เป็นครั้งแรก เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่จะเปลี่ยนจากสิ่งนำเข้าไปเป็นผลผลิตและกระบวนการหรือ ทริทเมนต์ที่ใช้ให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ มาตรฐานก็คือ สิ่งพยากรณ์ไว้ในแบบแผน และส่วนประกอบการ ก็คือ ผลที่ออกมาจริงจากแต่ละช่วงของกระบวนการ

จุดมุ่งหมายของการประเมินขั้นที่ 3 ก็เพื่อที่จะให้ข้อมูลที่ได้รับการประเมินผลของกระบวนการในแต่ละส่วนประกอบย่อย (หรือตัวแปรทริทเมนต์) ว่าให้ผลผลิตออกมาอย่างไร (หรือตัวแปรตาม) ในรูปฟังก์ชันของเวลา ในขั้นนี้จะมีการประเมินผลเบื้องต้น (initial effect) ของบางส่วนของ ทริทเมนต์ (Partial treatment) ทำให้เกิดความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผลของทริทเมนต์กับเงื่อนไขของการทดลองเพิ่มขึ้น กิจกรรมในขั้นที่เป็นระดับย่อย พิจารณาผลผลิตย่อยเป็นสำคัญ

ขั้นที่ 4 ผลผลิตขั้นปลายทางของโครงการ (Program terminal product)

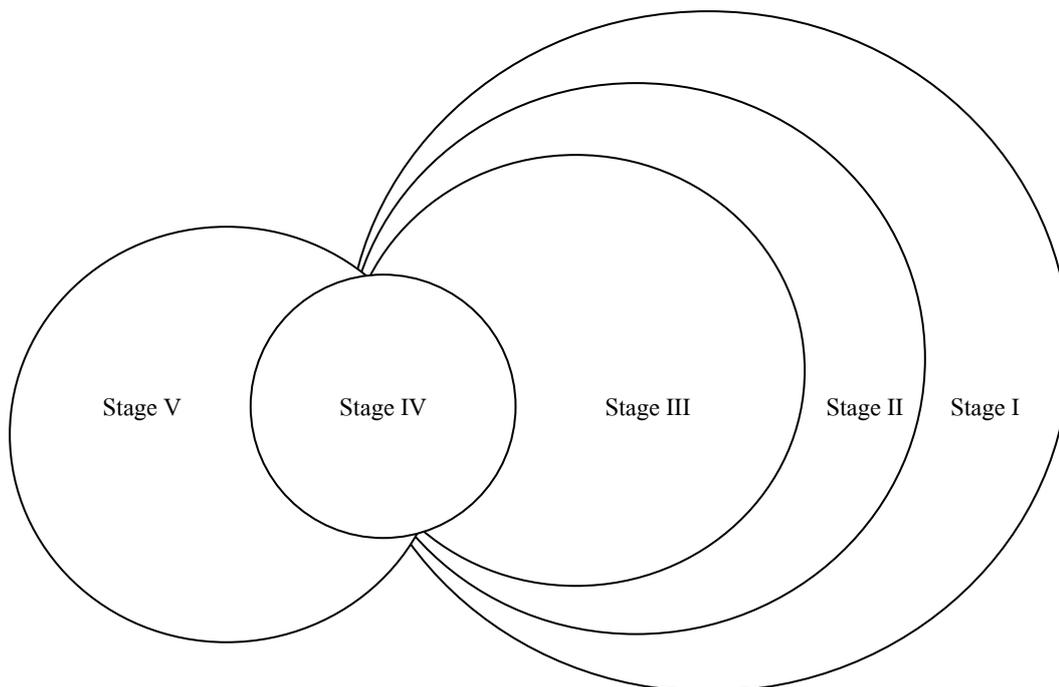
เป็นการประเมินผลผลิตขั้นปลายทางของโครงการ เพื่อตอบคำถามที่ว่า โครงการที่ดำเนินการอยู่นั้นบรรลุวัตถุประสงค์ปลายทางที่สำคัญหรือไม่ โดยการเปรียบเทียบผลผลิตปลายทางของโครงการที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการจริง ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบการกับวัตถุประสงค์ปลายทาง (Terminal objective) ของโครงการ ซึ่งถือเป็นมาตรฐานเป็นการประเมินโครงการในลักษณะรวบยอด

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ต้นทุน – กำไร (Cost-benefit)

หลังจากที่ได้ประเมินแต่ละขั้นของโครงการแล้ว ก็สามารถวิเคราะห์ต้นทุนกำไรของทั้งโครงการ และได้เปรียบเทียบผลของการวิเคราะห์ นั้น (ส่วนประกอบการ) กับผลการวิเคราะห์ต้นทุน - กำไรของโครงการอื่นที่ออกแบบให้บรรลุผลคล้ายคลึงกัน (มาตรฐาน) จุดมุ่งหมายของการเปรียบเทียบก็เพื่อตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อมุ่งจะตอบคำถามที่ว่า ทั้งสองโครงการนี้ โครงการใดสามารถบรรลุเป้าหมายเดียวกันได้โดยการลงทุนน้อยที่สุด

#### 1.3.2.4 พลวัตรของการประเมิน (The Dynamics of Evaluation)

ธรรมชาติที่แท้จริงของการประเมินเป็นพลวัตร ซึ่งมีการซ้อนเกยและเกี่ยวเนื่องระหว่างขั้นตอนต่างๆ ตลอดเวลา เพราะการประเมินมิได้เพียงแต่กระตุ้นการพัฒนาโครงการเท่านั้น แต่ยังคงดำเนินการประเมินในขณะที่โครงการเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยทางปฏิบัติจริง การประเมินโครงการจะมีการวนซ้ำขึ้นเดิมน้อย ประเมินซ้ำบ่อย ซึ่งเป็นผลจากการตัดสินใจของผู้ดำเนินการโครงการหลังจากได้สารสนเทศแสดงความไม่สอดคล้องกันจากขั้นตอนต่างๆ ถ้าหากตัดสินใจ ที่จะปรับปรุงโครงการ ก็จะมีผลกระทบทันทีต่อขั้นตอนการประเมินที่ตามมา โดยเฉพาะขั้นที่ 1 และ 2 จะมีโอกาสปรับปรุงโครงการได้มาก เพราะปัญหาของความไม่ครอบคลุม ไม่สอดคล้องกันที่ภายใน การประเมินบางขั้นเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน



ภาพที่ 6 ความสัมพันธ์ภายในระหว่างขั้น

ที่มา : สุปราณี เวชประสิทธิ์, การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัดสมุทรปราการ (ม.ป.ท., 2550), 62.

วงใหญ่แทนขั้นที่ 1 ขั้นที่ 2 กระทำขึ้นในขอบเขตของงานขั้นที่ 1 งานขั้นที่ 2 ดำเนินไปควบคู่กับการตรวจสอบขั้นที่ 1 และ 2 ขั้นที่ 4 ดำเนินการร่วมไปกับการดำเนินงานตรวจสอบขั้นที่ 1, 2 และ 3 และทำงานขั้นที่ 5 โดยใช้ผลจากขั้นที่ 4 และซ้อนเกยในช่วงเวลาที่กระทำการประเมินขั้นที่ 4 ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการเป็นพลวัตร และดำเนินขั้นต่อๆ มามีใช้เป็นการดำเนินของโครงการเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงการด้วย เป็นกระบวนการที่ยาวนานและซับซ้อนแต่ก็คุ้มค่า เมื่อสามารถพัฒนาโปรแกรมให้มีประสิทธิภาพสูงได้ โดยการให้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจแก่ผู้ดำเนินโครงการอย่างครอบคลุม

## 1.4 ประโยชน์ของการประเมิน

นักประเมินและนักวิชาการได้กล่าวถึงประโยชน์ของรูปแบบการประเมินอย่างมากมาย ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นจาก ศิริชัย กาญจนวาที (2550 ; สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ 2544 ; สมคิด พรหมจ้อย 2542) สรุปได้ดังนี้

การประเมินมีประโยชน์ที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1.4.1 การเลือกใช้รูปแบบการประเมินได้เหมาะสมกับสิ่งที่มุ่งประเมินจะช่วยให้เห็นแนวทางหรือกรอบความคิดในการประเมิน

1.4.2 ช่วยให้การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินชัดเจนและครอบคลุม

1.4.3 ช่วยในการกำหนดตัวแปรหรือประเด็นสำคัญในการประเมินได้อย่างชัดเจน

1.4.4 ทำให้ผลงานการประเมินมีความเป็นระบบครอบคลุม เป็นที่ยอมรับและสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

วันเพ็ญ แต่งตั้ง (2546 : 12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้

รุ่งทิวา ปฎิสังข์ (2546 : 7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีในทางด้านบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ปรารถนาซึ่งได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ และมีความพึงพอใจที่ได้รับ และทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความปรารถนาความต้องการของแต่ละคนและปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 659) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ชอบ, ชอบใจ, พึงใจ, สมใจ, จูใจ

จิตตินันท์ เศรษฐกุล (2544 : 19) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

อัมพร เจริญชัย (2536 : 25) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่สนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรืออาจเป็นสภาพของความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความสดชื่นอัมเมอใจ ตลอดจนสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

Wolman (1973 : 304) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจของตน ทั้งนี้ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความปรารถนาความต้องการของแต่ละคน และปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

## 2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

ทฤษฎีความพึงพอใจของมาสโลว์ (Maslow's general theory human and motivation) ได้อธิบายถึง ความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นตอนจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy and needs) ได้แก่

- 2.2.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
- 2.2.2 ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Safety needs)
- 2.2.3 ความต้องการทางด้านความรักและการมีส่วนร่วมในสังคม (Social needs)
- 2.2.4 ความต้องการทางด้านเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem needs)
- 2.2.5 ความต้องการทางด้านความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Self – actualization)

(Maslow 1970 : 69)

## 3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว

### 3.1 ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยว

นิตา ชัชกุล (2550 : 5) ได้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวว่า ธุรกิจท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยวซึ่งเป็นการดำเนินการโดยหวังผลกำไร ธุรกิจท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีผลต่อเศรษฐกิจของชาติ และเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เกื้อหนุนภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ทำให้เกิดธุรกิจอื่นๆ มากมาย เช่น ธุรกิจพักผ่อน ธุรกิจด้านภัตตาคาร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สินค้าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 133) ได้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวว่า ธุรกิจท่องเที่ยว คือ การดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน

ราณี อธิชัยกุล (2544 : 226) ได้ให้ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวว่า ธุรกิจท่องเที่ยว คือ การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัด หรือการให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม ทักษนาจร หรือการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวอาจขายบริการนักท่องเที่ยวโดยตรงได้ หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว และอาจดำเนินการโดยการนำเอาบริการอำนวยความสะดวกด้านยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และทัศนอาจรมารวมกันและขายในลักษณะเหมารวมที่เรียกว่า ทัวร์เหมารวม (Package Tour) ธุรกิจนำเที่ยวดำเนินบทบาทที่แตกต่างจากธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากการซื้อบริการอื่นๆ มาประกอบกันเป็นการนำเที่ยวแบบเหมารวม ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวเปรียบเสมือนตัวกลางระหว่างผู้ผลิตหรือคู่สัญญา เช่น โรงแรม บริษัทเดินรถ ภัตตาคาร กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยว คือ การดำเนินการทางด้านธุรกิจการให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังผลตอบแทน

### 3.2 ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว

นักวิชาการได้จำแนกประเภทของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นหลายประเภท ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นจาก นิสา ชัยกุล (2550 : 98-142) และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 133-177) สรุปได้ดังนี้ ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้

3.2.1 ธุรกิจการขนส่ง (Transportation) ธุรกิจการขนส่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการด้านการขนส่งแก่นักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำการท่องเที่ยวได้และเกิดความพึงพอใจ ซึ่งธุรกิจการขนส่งหมายถึง การประกอบธุรกิจให้บริการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่พักอาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามที่ต้องการด้วยอุปกรณ์การขนส่งหรือยานพาหนะ เราอาจแบ่งธุรกิจการขนส่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ ธุรกิจการขนส่งด้วยรถยนต์ ธุรกิจการขนส่งด้วยรถไฟ ธุรกิจการขนส่งด้วยเรือ และ ธุรกิจการขนส่งด้วยเครื่องบิน

3.2.2 ธุรกิจที่พัก (Accommodation) ธุรกิจที่พักเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนชั่วคราวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย จึงจำเป็นต้องมีธุรกิจที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจที่พักหมายถึงการประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย เราอาจแบ่งธุรกิจที่พักออกเป็น 11 ประเภทดังต่อไปนี้คือ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโมเต็ล ธุรกิจเรือนแรม หรือเพ็นชั่น หรือบอร์คิงเฮ้าส์ ธุรกิจบ้านพักในบ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม ธุรกิจบังกะโล หรือกระท่อม

หรือเรือทัศนจร ธุรกิจห้องชุดหรืออพาร์ทเมนท์ ธุรกิจหอพัก ธุรกิจหมู่บ้านตากอากาศ ธุรกิจที่ตั้งแคมป์ หรือที่จอดรถคาราแวน ธุรกิจห้องพักร่วมอาหารเช้า ธุรกิจเรือแบบบ้าน

3.2.3 ธุรกิจอาหารและบันเทิง (Food and Entertainment) ธุรกิจอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องให้บริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องรับประทานอาหารในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีธุรกิจอาหารไว้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจอาหารหมายถึงผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารก็ได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับประทานอาหารและเครื่องดื่มอย่างอิมมูนาสำราญ นอกจากนี้ธุรกิจอาหารยังเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปชิมรสอาหารอร่อยแปลกพิเศษกว่าที่อื่น หรือเป็นอาหารเฉพาะแห่ง เราอาจแบ่งธุรกิจอาหารออกได้เป็น 7 ประเภทใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้คือ ธุรกิจอาหารจานด่วน (Fast – Food) ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปเค็ล (Deli Shop) ธุรกิจอาหารบุฟเฟต์ (Buffet) ธุรกิจคอฟฟี่ช้อพ (Coffee Shop) ธุรกิจคาเฟ่ที่เรีย (Cafeteria) ธุรกิจอาหารกูร์เมต์ (Gourmet) ธุรกิจอาหารเฉพาะกลุ่มเชื้อชาติ (Ethnic)

3.2.4 ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operation) ธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจการให้บริการด้านนำเที่ยวและมัคคุเทศก์แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยปกตินักท่องเที่ยวต่างถิ่นย่อมต้องการใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวที่มีความชำนาญเพื่อช่วยวางแผนการท่องเที่ยวไปยังจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้ด้วย จึงจำเป็นต้องมีธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวหมายถึงการประกอบธุรกิจให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนจร และมัคคุเทศก์แก่นักท่องเที่ยว นับได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมาก เพราะเป็นผู้ทำหน้าที่จัดทำรายการนำเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีรายการที่แจ้งให้ทราบถึงกำหนดวันเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แห่งด้วยพาหนะประเภทใด พร้อมสถานที่นำชม การรับประทานอาหาร การพักผ่อนและการพักผ่อน ตลอดจนแผนที่สังเขปแสดงที่ตั้งและระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป จากนั้นก็ทำการซื้อบริการขนส่ง ซื้อพักผ่อน ซื้อมื้ออาหาร ซื้อค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ซื้อตั๋วเข้าชมกิจกรรมการท่องเที่ยว และซื้อบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่นค่ามัคคุเทศก์ ค่าทิป ค่าบริการยกกระเป๋า ค่าประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น โดยสามารถซื้อบริการเหล่านี้ในราคาที่ถูกลงกว่าบุคคลทั่วไป หรือที่เรียกว่าราคาตามสัญญาแล้วนำมาเฉลี่ยเป็นต้นทุนต่อคนบวกด้วยกำไรที่ต้องการกำหนดเป็นราคาขายในลักษณะนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) ขายให้นักท่องเที่ยวเป็นรายคนหรือเป็นกลุ่มคน อันเป็นราคาที่ถูกลงกว่านักท่องเที่ยวซื้อบริการเอง นอกจากนี้ยังมีการจัดรายการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ตามความต้องการของลูกค้าในราคานำเที่ยวแบบเหมาจ่าย เราอาจแบ่งธุรกิจนำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ออกได้ 3 ประเภท คือ ธุรกิจนำเที่ยวให้แก่คนไทยภายในประเทศ ธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ธุรกิจนำเที่ยวคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

3.2.5 ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าใดๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน ไม่ว่าจะด้วยความมุ่งหมายเพื่อใช้สอยเองในชีวิตประจำวัน หรือเพื่อเป็นของที่ระลึกเก็บไว้เตือนใจถึงถิ่นที่เคยเยือน หรือเพื่อเป็นของฝากญาติมิตร เราอาจแบ่งธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของไทยออกเป็น 4 ประเภท คือ การแบ่งประเภทจากจุดประสงค์ในการสร้างการแบ่งประเภทจากวัสดุและเทคนิควิธีการสร้าง การแบ่งประเภทจากรูปลักษณะที่ปรากฏ และการแบ่งประเภทจากคุณค่าแห่งการนำไปใช้

### 3.3 การตลาดและการวิเคราะห์ตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว

#### 3.3.1 ความหมาย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 94-95) ได้ให้ความหมายของการตลาดท่องเที่ยวว่า การตลาดท่องเที่ยว คือ ความพยายามของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วจึงใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing Mix) จูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อบริการท่องเที่ยวให้แก่แหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยทำให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรตามต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิมล จิโรจพันธุ์ และ คณะ (2548 : 190-191) ได้ให้ความหมายของการตลาดท่องเที่ยวว่า การตลาดท่องเที่ยว คือ ระบบการปฏิบัติงานระบบหนึ่ง ที่สามารถทำให้ธุรกิจนำเที่ยวเปิดตลาด ณ ที่ใดก็ได้ที่การเรียกร้องต้องการของนักท่องเที่ยวจะเข้าผสมกลมกลืนกันได้กับวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้นๆ

จากความหมายที่กล่าวในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว คือการปฏิบัติงาน ณ ที่ใดที่หนึ่งซึ่งสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความ ต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยทำให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรตามต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### 3.3.2 การวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยว

#### 3.3.2.1 การแบ่งประเภทของตลาด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 95-98) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวไว้ว่า การตลาดท่องเที่ยวนั้น นักการตลาดท่องเที่ยวจะต้องทำการแบ่งประเภทของตลาดเสียก่อน ซึ่งอาจแบ่งตลาดท่องเที่ยวตามประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ๆ คือ

3.3.2.1.1 ตลาดนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่ตนเองมีภูมิลำเนาอยู่ ซึ่งเป็นการเดินทางใกล้ๆ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงนัก เช่นผู้ที่อยู่จังหวัดเชียงใหม่เดินทางไปท่องเที่ยวดอยสุเทพ ผู้ที่อยู่จังหวัดอุดรธานีเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ขุดค้นทางโบราณคดีบ้านเชียง หรือผู้ที่อยู่จังหวัดพังงาเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะพีพี เป็นต้น

3.3.2.1.2 ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาที่อยู่ของตนไปจังหวัดอื่น เช่นผู้ที่อยู่จังหวัดลำปางเดินทางไปท่องเที่ยวดอยสุเทพในจังหวัดเชียงใหม่ หรือผู้ที่อยู่เชียงใหม่เดินทางไปท่องเที่ยวที่บ้านเชียงในจังหวัดอุดรธานี หรือผู้ที่อยู่อุดรธานีเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะช้างในจังหวัดตราด เป็นต้น

3.3.2.1.3 ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากภูมิลำเนาของตนไปยังประเทศอื่น เช่นผู้ที่อยู่ประเทศมาเลเซียเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือคนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยุโรป หรือคนยุโรปเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น

#### 3.3.2.2 การวิเคราะห์การตลาด

เมื่อได้แบ่งประเภทของการตลาดท่องเที่ยวแล้วจึงจะต้องทำการวิเคราะห์ถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทซึ่งความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสภาวะแวดล้อมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ฉะนั้นการตลาดท่องเที่ยวจึงต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเสมอ จากความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาพอจะทำการวิเคราะห์ทั้ง 2 ด้านดังต่อไปนี้

3.3.2.2.1 ความต้องการของตลาดท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจะมีความต้องการอยู่ 3 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพถูกแต่มีบริการที่ได้มาตรฐาน

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวก โดยเริ่มจาก สนามบินควรให้มีความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ การผ่อนปรนเรื่องระบบภาษีและการอำนวยความสะดวกอื่นๆ

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัย จะต้องมีการป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ควรมีการประกาศเตือนให้ระวังเมื่อเดินทางเข้าไปในพื้นที่บางแหล่งที่อาจไม่ปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยว

3.3.2.2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยว จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สำคัญอยู่ 4 ประการคือ

ประการที่ 1 นักท่องเที่ยวชอบไปท่องเที่ยวตามลำพังหรือเฉพาะในกลุ่มครอบครัวจะเปลี่ยนไปชอบการเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มอื่นแทน

ประการที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เคยชอบใช้บริการมัคคุเทศก์จะเปลี่ยนไปชอบใช้หนังสือแนะนำการเดินทางท่องเที่ยวแทน

ประการที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เคยได้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของญาติมิตร ก็ได้แรงจูงใจจากการอ่านบทความที่เล่าถึงการท่องเที่ยวหรือภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแทน

ประการที่ 4 นักท่องเที่ยวที่เคยเน้นการกินอยู่ที่หรูหรา เป็นจุดสำคัญในการท่องเที่ยวก็เปลี่ยนไปเป็นการกินอยู่อย่างธรรมดา แต่เน้นการหาความสุข สนุกสนานเพลิดเพลินให้ได้มากที่สุดแทน

เมื่อความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การตลาดท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ซึ่งโดยปกติแล้วทฤษฎีการตลาดท่องเที่ยวแนวใหม่ จะคำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคตเป็นสำคัญการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากการพัฒนาทางการตลาดท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากการอิมิตัวของระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ได้พัฒนาถึงระดับหนึ่งที่ทำให้มาตรฐานการครองชีพของประชาชนสูงขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นที่นิยมมากขึ้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องพยายามผลิตบริการให้เพียงพอ และมีประสิทธิภาพเพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดท่องเที่ยวด้วย โดยการใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing Mix) ให้เกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยวนั้นจะประกอบด้วย 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) การกำหนดค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Price) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Place) และการส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion)

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก

##### 4.1 ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวก

สมประสงค์ น่วมบุญถือ และคณะ (2545 : 286) ได้ให้ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวกว่า สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งบริการขั้นพื้นฐานที่ควรมีในแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้ประโยชน์ได้ และทำให้เกิดความเป็นระเบียบ ดูแลรักษาง่าย

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ (2542 : 27-32) ได้ให้ความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวกว่า สิ่งอำนวยความสะดวก คือ บริเวณพื้นที่และโครงสร้างหรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่ถูกจัดสร้างขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

จากข้างต้นสามารถสรุปความหมายของสิ่งอำนวยความสะดวกได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกหมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย หรือเพื่อการประกอบกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

##### 4.2 ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก

Mill (1990 : 24-26) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่

1. ที่พัก (Lodging) เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์หรือที่พักลักษณะอื่นๆ
2. ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. สถานบริการ เช่น ร้านขายสินค้าที่ระลึก ร้านซักรีด สถานี่นันทนาการ
4. ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastructure) ที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว

รัชนก มณีรัตน์ (2550 : 24) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว 9 ประการ ได้แก่ ป้ายสื่อความหมาย เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ คู่มือศึกษาธรรมชาติ ห้องน้ำ – ห้องสุขา ระบบกำจัดขยะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร และระบบรักษาความปลอดภัย

พิศาล ดันสิน (2547 : 25-26) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่

1. สิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยวและกิจกรรมของมนุษย์ที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติ

2. สิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือสื่อความหมาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวในการศึกษาธรรมชาติและเรียนรู้วัฒนธรรม
3. สิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดสร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก เพิ่มความสะดวกสบายในการประกอบกิจกรรมนันทนาการในรูปแบบที่เรียบง่ายกลมกลืนกับธรรมชาติ ด้วยความปลอดภัย
4. สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลพื้นที่

สมประสงค์ น่วมบุญลือ (2545 : 286) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว 7 ประการ ได้แก่ ที่ทิ้งขยะ ห้องสุขา ระบบประปา ระบบไฟฟ้า แผ่นป้ายอธิบายเฉพาะที่ ร้านค้าย่อย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เช่น ระบบการเตือนภัย เป็นต้น

นิคม จารุมณี (2544 : 233) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ แหล่งบันเทิงเรีงรมย์ต่างๆ สถานที่พักแรม/โรงแรม ภัตตาคารร้านอาหาร แหล่งจำหน่ายซื้อของ ศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยว และยานพาหนะต่างๆ

ชวลิตร์ ชูชาติ (2538 : 40) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่

1. ที่พัก (Lodging)
2. ร้านอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. สถานบริการ เช่น ร้านขายสินค้าที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ ฯลฯ
4. ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastructure) ได้แก่ ระบบสื่อสาร การคมนาคมและสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นผู้วิจัยประยุกต์จากข้อมูลข้างต้นได้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 14 ประการได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก โทรศัพท์สาธารณะ ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการการท่องเที่ยว ถังขยะ ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้าปลีก ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

## 5. การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ (2544 : 409-428) ได้กล่าวว่า การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ดังนี้

### 5.1 สภาพทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

5.1.1 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนี ได้แก่ มีความเหมาะสมตามหลักการจัดการใช้พื้นที่ (Land use plan) อยู่ห่างจากพื้นที่ที่มีคุณค่าเชิงอนุรักษ์ ครอบคลุมชนท้องถิ่นน้อยที่สุด เป็นที่ตั้งที่ช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติหรือวัฒนธรรมของพื้นที่ และเป็นที่ยอมรับของประชาชนในท้องถิ่น

5.1.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ เหมาะสมทุกฤดูกาล ความปลอดภัย ในการเดินทาง คุณภาพของถนนและ/หรือเส้นทางน้ำใช้ได้ตลอดปี และความชัดเจนของป้ายบอกทาง

5.1.3 ความสมบูรณ์และควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนี ได้แก่ ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติ และ/หรือสภาพดั้งเดิม มีคุณค่าหรือเอกลักษณ์พิเศษเชิงการท่องเที่ยว มีคุณค่าเชิงวิชาการและการศึกษา ความกลมกลืนกับธรรมชาติวัฒนธรรมหรือสิ่งแวดล้อม และระดับควมมีชื่อเสียง

## 5.2 การอนุรักษ์และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

5.2.1 การจัดการขยะมูลฝอย ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม มีระบบกำจัดขยะที่ถูกต้องวิธี (เผา/ฝังกลบ/ทำเป็นปุ๋ยหมัก) มีป้ายเตือนทิ้งขยะให้ถูกที่และการออกแบบภาชนะรองรับขยะกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

5.2.2 การจัดการคุณภาพน้ำ ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ มีระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ น้ำที่ปราศจากสารเคมีหรือสารอื่นใดในแหล่งน้ำของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของน้ำ บริเวณชายฝั่งทะเล และมีระบบตรวจสอบคุณภาพน้ำ/น้ำทิ้งอย่างต่อเนื่อง

5.2.3 การจัดการคุณภาพอากาศ ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ อากาศปราศจากฝุ่นและควัน ไม่มีกลิ่นฟุ้งกระจายและสร้างความรำคาญภายในแหล่งท่องเที่ยว และมีการจัดสภาพแวดล้อมให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี

5.2.4 การจัดการคุณภาพเสียง ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ ปราศจากเสียงรบกวน (ไม่เกิน 44 bdA) และห่างไกลจากย่านอุตสาหกรรมชุมชนเมือง หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่มีเสียงดัง (ไม่ ย่อยหิน)

5.2.5 ความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ มีมาตรการป้องกันการทำลายอย่างเหมาะสม มีกลุ่มองค์กรอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 5.3 เศรษฐกิจ-สังคม

5.3.1 ผลประโยชน์ต่อชุมชน ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ โอกาสทำงานของประชาชน ในท้องถิ่นโอกาสหารายได้จากกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง และการได้ประโยชน์จากสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้น

5.3.2 ความสามารถในการพึ่งตนเอง ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ เก็บค่าธรรมเนียมได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ความเหมาะสมของการจัดสรรงบประมาณ และความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ

5.3.3 ความคุ้มค่าของการเที่ยวชม ประกอบด้วย 5 ดัชนี ได้แก่ ความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว ความพอใจในบริการ ความพอใจในการบริหารจัดการ ความพอใจในความสะอาดและปลอดภัย ความพอใจในมิตรไมตรีจากชุมชนท้องถิ่น

5.3.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ การได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของชุมชน การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และการเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน

5.3.5 ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม ประกอบด้วย 5 ดัชนี ได้แก่ มีการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรเพื่อดูแลการท่องเที่ยว มีกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การริเริ่มจัดกิจกรรมนันทนาการ จัดตั้งและประสานเครือข่ายวัฒนธรรม และการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่เยาวชน

### 5.4 ศิลปวัฒนธรรม

5.4.1 คุณค่าทางอัตลักษณ์ ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนและความต่อเนื่องการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี

5.4.2 คุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้ ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ มีการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง มีความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาและองค์ความรู้

5.4.3 คุณค่าทางด้านสุนทรียศาสตร์ ประกอบด้วย 1 ดัชนี ได้แก่ ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม

5.4.4 คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย 1 ดัชนี ได้แก่ มีความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้

5.4.5 คุณค่าทางสังคม ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ มีความผูกพันต่อท้องถิ่น เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นอื่นได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ด้วยความยินดี และมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้ อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่นๆ

## 5.5 คุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี

5.5.1 คุณค่าทางสุนทรียภาพ ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ ศิลปกรรม ความกลมกลืนของสถาปัตยกรรม และผังบริเวณ

5.5.2 คุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ ประวัติศาสตร์ของกลุ่มโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ศิลปสถาปัตยกรรมและผังบริเวณ หลักฐานทางโบราณคดี และอายุสมัย

5.5.3 คุณค่าทางวิชาการและการศึกษา ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ ความเป็นของแท้ดั้งเดิม ความหายาก การสื่อความหมาย และการเป็นตัวแทน

5.5.4 คุณค่าทางสังคม ประกอบด้วย 1 ดัชนี ได้แก่ ความผูกพันต่อท้องถิ่น

5.5.5 ขนาด ประกอบด้วย 1 ดัชนี ได้แก่ ขนาดของกลุ่มโบราณสถานและแหล่งโบราณคดี

5.5.6 ความสำคัญของกลุ่มสิ่งก่อสร้าง

5.5.7 สภาพทางกายภาพในปัจจุบัน ประกอบด้วย 8 ดัชนี ได้แก่ บรรยากาศของโบราณสถานความหนาแน่น/ที่โล่งเหมาะสม ความสัมพันธ์กับบริเวณโดยรอบ ระบบการสัญจร-การเข้าถึงการมองเห็น ความสมบูรณ์ของโครงสร้างรวม ความสมบูรณ์ของกลุ่มโบราณสถานและการประกอบกิจกรรมที่เหมาะสม

5.5.8 ความเสี่ยงต่อการเสื่อมสภาพ ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ จากธรรมชาติ และจากการกระทำของมนุษย์

## 5.6 คุณค่าทางการศึกษาและการเรียนรู้

5.6.1 ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้ ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ ความพึงพอใจ ในคุณค่าเชิงการศึกษาของแหล่งท่องเที่ยว และความรู้ที่ศึกษาค้นคว้าได้มาเยี่ยมชม

5.6.2 วิธีการเผยแพร่เนื้อหาความรู้และการใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการศึกษา ประกอบด้วย 5 ดัชนี ได้แก่ การจัดทำป้ายสื่อ เพื่อให้ความรู้ถูกต้อง/เหมาะสม การปฐมนิเทศนักท่องเที่ยวก่อนเที่ยวชม การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น จัดค่ายเยาวชนเพื่อการท่องเที่ยว และจัดโครงการห้องเรียนธรรมชาติ/ศิลปวัฒนธรรม

5.6.3 การปรับปรุงปัจจัยและกระบวนการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ มีการดัดแปลงสื่อจากธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และการศึกษา และการให้ความรู้แบบถาวรด้วยการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย

## 5.7 การบริหารและจัดการ

5.7.1 ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรและพลังงาน ประกอบด้วย 5 ดัชนี ได้แก่ ใช้อุปกรณ์/เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดไฟ มีการใช้พลังงานจากธรรมชาติ มาตรการให้พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประหยัดพลังงาน มีมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากร และมีมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังผลกระทบ

5.7.2 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ การจัดสร้าง/เตรียมป้ายสื่อความหมาย สาธารณูปโภค (ไฟฟ้า โทรศัพท์ ที่พัก ถนน ทางเดิน ลานจอดรถ สุขา) และมีการตรวจสอบ ซ่อมบำรุงและปรับปรุงส่วนที่เสียหายอย่างต่อเนื่อง

5.7.3 การให้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ประกอบด้วย 6 ดัชนี ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่ดูแล/รักษา การติดตั้งป้าย/สัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม มีสัญญาณเตือนภัย มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาล และมีอุปกรณ์ป้องกันภัย

5.7.4 การบริหารบุคลากรและงบประมาณ ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ ความเหมาะสมและเพียงพอของบุคลากรกับงานตามภาระหน้าที่ มาตรการสนับสนุนขวัญและกำลังใจ มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพในการบริหารงบประมาณ

5.7.5 การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ดัชนี ได้แก่ การจัดทำป้ายประกาศ ระเบียบข้อบังคับ/กฎหมาย และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตามระเบียบข้อบังคับ/กฎหมาย

5.7.6 การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อปฐมนิเทศก่อนเที่ยวชม และการจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ

### 6.1 ความหมายของตลาดน้ำ

ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์ (2550 : 5) ได้ให้ความหมายของตลาดน้ำว่า ตลาดน้ำ คือ บริเวณที่มีการซื้อขายสินค้าโดยอาศัยแม่น้ำลำคลองเป็นสถานที่ และอาศัยเรือเป็นพาหนะ และบริเวณชุมชนที่มีการดำเนินชีวิตโดยอาศัยแม่น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 537) ได้ให้ความหมายของตลาดน้ำว่า ตลาดน้ำ คือ สถานที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่างๆ ที่มีเรือเป็นยานพาหนะ

ราตรี โดเฟ่งพัฒน์ (2543 : 3) ได้ให้ความหมายของตลาดน้ำว่า ตลาดน้ำ คือ แหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องน้ำโดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าตลาดน้ำ คือ สถานที่ค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า โดยใช้เรือเป็นพาหนะ

## 6.2 ตลาดน้ำกับวิถีชีวิตของคนไทย

ตลาดน้ำ เป็นตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทยที่ดำเนินชีวิต ตามสภาพที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในอดีต บ้านเมืองของเราไม่มีอาชีพใด จะเหมาะสมเท่ากับการทำเกษตรกรรมเพราะความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และเมื่อเกษตรกรได้ผลผลิต ออกมาก็จะนำผลผลิตเหล่านั้น มาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวกเหมาะสมต่อการติดต่อ ที่จะเดินทาง ในอดีตจะใช้ทางน้ำเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญจึงไม่มีที่ใดจะเหมาะสมในการตั้ง บ้านเรือน เท่ากับตามริมฝั่งน้ำในบริเวณที่ราบลุ่ม เช่น ในเขตจังหวัดพื้นที่ภาคกลางแห่งที่ราบลุ่ม เจ้าพระยา มีผู้คนมาตั้งหลักแหล่งกันมากกว่าเขตอื่น เมื่อมีผู้คนมาตั้งถิ่นฐานกันมากตามริมฝั่งน้ำ สายเดิมหรือที่มีอยู่เดิมกันมากขึ้น ผู้ที่อพยพมาทีหลังก็จะขุดคลองหรือลำประโดงเพื่อชักน้ำต่อเข้าไปในพื้นที่ที่เป็นแผ่นดินลึกเข้าไปอีก จึงมีคลองเชื่อมต่อกันตลอดมากมาย ส่งผลให้การคมนาคม ทางน้ำเป็นสิ่งจำเป็นเกษตรกรจึงนำผลผลิตในสวนไร่นาบรรทุกเรือเพื่อขาย ทำให้เกิดสถานที่นัดพบ แลกเปลี่ยนซื้อขายกัน เมื่อผู้ใดทราบแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขาย ก็จะนำสิ่งของจากสวนของตนมาขายบ้าง ซึ่งเรียกกันว่า นัด เช่น นัดคลองโคก นัดท่าคา นัดบางน้อย ในจังหวัดสมุทรสงครามมีการนัดกันว่า จะไปซื้อขายโดยกำหนดวันทางจันทรคติ ได้แก่ วันข้างขึ้นหรือข้างแรมใดจะมาพบกันตามวันเวลานั้น แต่สถานที่นัดพบนั้นกลายเป็นที่ชุมนุมซื้อขายชนิดที่มีเป็นประจำทุกวัน นัดดังกล่าวจะกลายเป็น ตลาดน้ำไป เช่น นัดอัมพวาปัจจุบันก็กลายเป็นตลาดน้ำอัมพวาที่มีชื่อเสียง หรือนัดที่คลองลัดพลี อำเภอดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นต้น (อุดม เขยทิววงศ์ 2552 : 15 – 16)

## 6.3 ตลาดน้ำในยุคปัจจุบัน

นับแต่ พ.ศ. 2500 วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลางเริ่มเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการปรับปรุง ระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) เป็นตัวกำหนดบทบาท ทำให้ระบบเศรษฐกิจของไทยเปลี่ยนไปจากระบบการค้าย่อยเป็น ระบบการค้าสากล โดยส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตพืชเพื่ออุตสาหกรรมและการส่งออก ด้วยเหตุนี้ การคมนาคมทางบกจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญแทนการคมนาคมทางน้ำ ทำให้การซื้อขายแลกเปลี่ยน สินค้าทางน้ำเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น แต่การดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่ายตามธรรมชาติโดยใช้สายน้ำเป็น ตัวกำหนด เช่น ตลาดน้ำ กลับเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ยังบริเวณตลาดน้ำ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงนำวิถีชีวิตของเกษตรกรมาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ตลาดน้ำจึงเปลี่ยนแปลงกลายเป็นสถานที่ที่สนองต่อธุรกิจท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (อุดม เขยทิววงศ์ 2552 : 24)

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนตรี ปรากฏสูงเนิน (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณน้ำตกพลิวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละประเภท ได้แก่ ทางเดิน ถนน ที่จอดรถ ถังขยะ/ระบบกำจัดขยะ ห้องน้ำ-ห้องสุขา ป้ายบอกทิศทาง ป้ายคำเตือน ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ พื้นที่กางเต็นท์ บ้านพักนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร อาหารมีน้ำดื่ม โต๊ะ และอาคารที่ทำการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

รักษนก มณีรัตน์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องทัศนะของนักท่องเที่ยวต่อการบริการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบทัศนะของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ทัศนะของนักท่องเที่ยวต่อการบริการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการบริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติฯ ผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการใน 9 เรื่อง คือ ป้ายสื่อความหมาย เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ คู่มือการศึกษารธรรมชาติ ห้องน้ำ-ห้องสุขา ระบบกำจัดขยะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร ป้อมยาม/ด่านตรวจ

พิศาล ต้นสิน (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลักษณะแนวคิด : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแบบการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลักษณะแนวคิด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ มีความต้องการให้รูปแบบกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่อพื้นที่และสามารถดำเนินการได้ คือ หน่วยบริการข้อมูลข่าวสารที่พักรักนักท่องเที่ยว (homestay) เส้นทางศึกษาธรรมชาติ 3 เส้นทาง คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะสั้น เส้นทางศึกษาพืชสมุนไพร เส้นทางเดินป่าระยะไกล และสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนอื่นๆ อันได้แก่ เส้นทางเดินเท้าตามธรรมชาติ ป้ายแสดงผังบริเวณ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทิศทาง มัคคุเทศก์ ท้องถิ่นนำทาง มัคคุเทศก์ท้องถิ่นแนะนำสรรพคุณสมุนไพร ป้ายแนะนำชื่อ ต้นไม้และข้อมูลอื่นๆ เอกสารแผ่นพับ มีน้ำดื่ม/ที่พักริมทาง ราวเกาะ บันได สะพาน พื้นที่กางเต็นท์ ลานจอดรถ และห้องสุขา

อุไรวรรณ เปี่ยมนิเวศน์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการด้านการสื่อความหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการด้านการสื่อความหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการสื่อความหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกอันได้แก่ ห้องน้ำ-ห้องสุขา น้ำดื่ม เส้นทางเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะอาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

##### 2. กลุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนพื้นที่การวิจัยทั้ง 2 แห่ง ไม่มีการบันทึกสถิติไว้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการของ W.G.Cochran (1977 : 186) ซึ่งเป็นสูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

$P$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรกำหนดให้มีค่า  $P = 0.5$

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% กำหนดให้มีค่า  $Z = 1.96$

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ

5% หรือเท่ากับ 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{0.5(1-0.05)(1.96)^2}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$= 384.16$$

$$= 384 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน ดังนั้นเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่การวิจัยทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยจึงได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำยามเช้า คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในวันเสาร์ช่วงเวลา 09.00 – 11.00 น. และ ตลาดน้ำยามเย็น คือ ตลาดน้ำอัมพวา ในวันเสาร์ช่วงเวลา 17.00 – 20.00 น. พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีจำนวน 2,148 คน และตลาดน้ำอัมพวามีจำนวน 2,367 คน เมื่อนำมาเทียบสัดส่วนสามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่การวิจัย	ขนาดประชากร (คน)	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	2,148	182.69
2. ตลาดน้ำอัมพวา	2,367	201.31
<b>รวม</b>	<b>4,515</b>	<b>384</b>

จากการเทียบสัดส่วนดังตารางที่ 1 พบว่าบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 182.69 หรือ 183 คน และ บริเวณตลาดน้ำอัมพวากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 201.31 หรือ 201 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้เบื้องต้น และขอความอนุเคราะห์จาก ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจร้านค้าปลีก พิจารณาความเหมาะสมของดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา ที่ได้จากการพิจารณาความถูกต้อง โดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก โดยมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 14 ข้อ ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก ด้านโทรศัพท์สาธารณะ ด้านความสามารถในการเข้าถึง

ด้านห้องน้ำ-ห้องสุขา ด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยว ด้านถังขยะ ด้านป้ายสื่อความหมาย ด้านร้านค้าปลีก ด้านระบบไฟฟ้า ด้านระบบน้ำประปา ด้านระบบรักษาความปลอดภัย และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดให้มีค่าคะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน ระดับความพึงพอใจมาก เท่ากับ 4 คะแนน ระดับความพึงพอใจปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน ระดับความพึงพอใจน้อย เท่ากับ 2 คะแนน และระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน โดยผลรวมคะแนนที่ได้จะถูกนำมาประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ระดับคือ ระดับ 1 2 3 และ 4 ซึ่งหมายถึงคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดน้ำอยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ดี พอใช้ และควรปรับปรุง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา อีกทั้งสร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยประยุกต์จาก Mill (1990 : 24-26) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง Tourism: The International Business ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ห้องน้ำ-ห้องสุขา โทรศัพท์สาธารณะ และความสามารถในการเข้าถึง รวมทั้งประยุกต์จาก รัชนก มณีรัตน์ (2550 : 24) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนะของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกอันได้แก่ ป้ายสื่อความหมาย ห้องน้ำ-ห้องสุขา ถังขยะ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร และระบบรักษาความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ พิศาล ดันสิน (2547 : 25-26) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการออกแบบและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลักษณะแนวคิด : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ อีกทั้งประยุกต์จากสมประสงค์ น่วมบุญลือ (2545 : 286) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ถังขยะ ห้องสุขา ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ร้านค้าปลีก ป้ายสื่อความหมาย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว รวมทั้งประยุกต์จากนิคม จารุมณี (2544 : 233) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538 : 40) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่ององค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ร้านขายสินค้าที่ระลึก โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำ-ห้องสุขา ความสามารถในการเข้าถึง

และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นในเบื้องต้นผู้วิจัยกำหนดดัชนีที่ใช้ ในการประเมินคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ จำนวน 14 ดัชนี คือ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก โทรศัพท์สาธารณะ ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการ การท่องเที่ยว ถังขยะ ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้าปลีก ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

2.1 ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติและ ผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจ ร้านค้าปลีกจำนวน 15 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อีกทั้งนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงเพื่อสร้าง ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการประยุกต์ใช้ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยนำไปใช้กับพื้นที่การวิจัย 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยศึกษาจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำนวน 384 ชุด ( $n = 384$ ) ที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งค่าคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม ในแต่ละดัชนีจะนำมาให้คะแนนตามเกณฑ์การแบ่งระดับชั้นความพึงพอใจที่กำหนดไว้เบื้องต้น และหาผลรวมคะแนน เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแบ่งระดับชั้นคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม โดยนำมาตรวจสอบความครบถ้วน ให้คะแนน บันทึกข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามเกณฑ์การแบ่งระดับชั้นความพึงพอใจ โดยคำนวณจากสูตร

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่า ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = 0.8$$

เมื่อนำมาแบ่งระดับชั้นความพึงพอใจ สามารถแบ่งได้ 5 ระดับ คือ

ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ค่าคะแนนเท่ากับ 1

ระดับความพึงพอใจน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ค่าคะแนนเท่ากับ 2

ระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ค่าคะแนนเท่ากับ 3

ระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ค่าคะแนนเท่ากับ 4

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ค่าคะแนนเท่ากับ 5

3. การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สูตรซึ่งประยุกต์จาก สวรรยา ชื่อเล่ม (2550 : 26)

$$\text{ค่าคะแนนรวม} = x_{n1} + x_{n2} + x_{n3} + \dots + x_{n14}$$

โดย  $x$  หมายถึง ค่าคะแนนของแต่ละดัชนี

$n_1$  หมายถึง ดัชนีตัวที่ 1, 2, 3, ..., 14 ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โทรศัพท์สาธารณะ ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการการท่องเที่ยว ถึงขยะ ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้าปลีก ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ป้อมยาม/ด่านตรวจ และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ผลรวมคะแนนที่ได้ นำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแบ่งระดับชั้นคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยคำนวณจากสูตร

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่า ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{70 - 14}{4}$$

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = 14$$

เมื่อนำมาแบ่งระดับชั้นคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ สามารถแบ่งได้ 4 ระดับ คือ

ระดับชั้นที่ 1 คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกดีมาก มีค่าคะแนน 56 – 70 คะแนน

ระดับชั้นที่ 2 คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกดี มีค่าคะแนน 42 – 55 คะแนน

ระดับชั้นที่ 3 คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกพอใช้ มีค่าคะแนน 28 – 41 คะแนน

ระดับชั้นที่ 4 คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกควรปรับปรุง มีค่าคะแนน 14 – 27

คะแนน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาเรื่อง “ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความท่องเที่ยวตลาดน้ำ” แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ส่วนที่ 2 การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### ส่วนที่ 1 ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความท่องเที่ยวตลาดน้ำ

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการพิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจร้านค้าปลีก จำนวน 15 ท่าน (รายละเอียด ดังภาคผนวก ก หน้า 84) พบว่าดัชนีที่ใช้ในการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความท่องเที่ยวตลาดน้ำ ประกอบด้วย 11 ดัชนี ได้แก่

1. ร้านอาหาร ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 6 ดัชนี ได้แก่
  - 1.1 ราคาของอาหาร
  - 1.2 จำนวนและความเพียงพอของร้านอาหาร
  - 1.3 ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร
  - 1.4 รสชาติ/ความอร่อยของอาหาร
  - 1.5 การกระจายตัวของร้านอาหาร
  - 1.6 ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร
2. ร้านขายสินค้าที่ระลึก ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 5 ดัชนี ได้แก่
  - 2.1 ราคาของสินค้าที่ระลึก
  - 2.2 จำนวนและความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก
  - 2.3 ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก
  - 2.4 คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก
  - 2.5 การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก

3. ความสามารถในการเข้าถึง ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 6 ดัชนี ได้แก่
  - 3.1 ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง
  - 3.2 ความปลอดภัยของเส้นทาง
  - 3.3 ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ
  - 3.4 มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย
  - 3.5 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ)
  - 3.6 ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ
4. ห้องน้ำ-ห้องสุขา ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 5 ดัชนี ได้แก่
  - 4.1 ความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา
  - 4.2 ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา
  - 4.3 ความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องสุขา
  - 4.4 การกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา
  - 4.5 ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา
5. ศูนย์บริการการท่องเที่ยว ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 3 ดัชนี ได้แก่
  - 5.1 ความเพียงพอของจุดให้บริการ
  - 5.2 การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่
  - 5.3 การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว
6. ป้ายสื่อความหมาย ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 5 ดัชนี ได้แก่
  - 6.1 ความชัดเจนของป้าย
  - 6.2 จำนวนของป้ายสื่อความหมาย
  - 6.3 ป้ายเตือนจุดที่อันตราย
  - 6.4 ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ
  - 6.5 ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
7. ร้านค้าปลีก ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 5 ดัชนี ได้แก่
  - 7.1 ความเหมาะสมทางด้านราคา
  - 7.2 ความสะอาดและมาตรฐานสินค้า
  - 7.3 จำนวนและความเพียงพอของร้านค้าปลีก
  - 7.4 การกระจายตัวของร้านค้าปลีก
  - 7.5 ความเหมาะสมด้านการบริการ

8. ระบบไฟฟ้า ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 2 ดัชนี ได้แก่
  - 8.1 การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า
  - 8.2 ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ
9. ระบบน้ำประปา ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 3 ดัชนี ได้แก่
  - 9.1 การเข้าถึงของระบบน้ำประปา
  - 9.2 ความพอเพียงของน้ำประปา
  - 9.3 จุดบริการของระบบน้ำประปา
10. ระบบรักษาความปลอดภัย ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 4 ดัชนี ได้แก่
  - 10.1 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
  - 10.2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
  - 10.3 การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
  - 10.4 ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง , เสียงตามสาย ฯลฯ
11. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประกอบด้วยดัชนีย่อยจำนวน 4 ดัชนี ได้แก่
  - 11.1 ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ
  - 11.2 ปลอดภัยจากอุบัติเหตุ
  - 11.3 ปลอดภัยจากอาชญากรรม
  - 11.4 ปลอดภัยจากโรคระบาด

#### **เกณฑ์ประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ**

การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พิจารณาจากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 11 ด้าน ได้แก่ ด้านร้านอาหาร ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านห้องน้ำ-ห้องสุขา ด้านศูนย์บริการ การท่องเที่ยว ด้านป้ายสื่อความหมาย ด้านร้านค้าปลีก ด้านระบบไฟฟ้า ด้านระบบน้ำประปา ด้านระบบรักษาความปลอดภัย และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ผลรวมของค่าคะแนนที่ได้ จะนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เกณฑ์ประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ระดับชั้นคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	คะแนน	คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
1	44 – 55	คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกดีมาก
2	33 – 43	คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกดี
3	22 – 32	คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกพอใช้
4	11 – 21	คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ควรปรับปรุง

ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ได้ กับตลาดน้ำ 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกจำนวน 183 ชุด และ ตลาดน้ำอัมพวาจำนวน 201 ชุด ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

#### ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกจำนวน 183 คน และตลาดน้ำอัมพวาจำนวน 201 คน ผลการศึกษาแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ปัจจัยส่วนบุคคล	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1.เพศ</b>				
ชาย	81	44.26	90	44.78
หญิง	102	55.74	111	55.22

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>2.อายุ</b>				
ต่ำกว่า 20 ปี	21	11.48	19	9.45
20 – 29 ปี	42	22.95	50	24.88
30 – 39 ปี	43	23.50	40	19.90
40 – 49 ปี	38	20.76	48	23.88
50 – 59 ปี	23	12.57	30	14.93
60 ปีขึ้นไป	16	8.74	14	6.97
<b>3.สถานภาพ</b>				
โสด	68	37.16	88	43.78
สมรส	82	44.80	78	38.81
หย่าร้าง	18	9.84	20	9.95
หม้าย	15	8.20	15	7.46
<b>4.ระดับการศึกษาสูงสุด</b>				
ประถมศึกษา	8	4.37	6	2.99
มัธยมศึกษา	31	16.94	23	11.44
ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา	28	15.30	29	14.43
ปริญญาตรี	84	45.90	111	55.22
สูงกว่าปริญญาตรี	32	17.49	32	15.92
<b>5.อาชีพ</b>				
นักเรียน/นักศึกษา	41	22.40	52	25.87
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐบาล/วิสาหกิจ	45	29.51	45	22.39
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	38	20.77	42	20.90
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	47	25.68	49	24.38
อื่นๆ โปรดระบุ.....	12	6.56	13	6.47

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>6.รายได้ต่อเดือน</b>				
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	6.56	19	9.45
5,000 – 9,999 บาท	21	11.48	21	10.45
10,000 – 14,999 บาท	39	21.31	43	21.39
15,000 – 19,999 บาท	41	22.40	48	23.88
20,000 – 24,999 บาท	37	20.22	39	19.40
25,000 บาทขึ้นไป	33	18.03	31	15.42
<b>7.วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือ</b>				
สิ่งใด				
พักผ่อน	139	75.96	156	77.61
ไม่มีวัตถุประสงค์หลักเป็นเพียง- เส้นทางผ่านเท่านั้น	3	1.64	17	8.46
ประชุมสัมมนา	19	10.38	7	3.48
ธุรกิจ/การค้า	12	6.56	21	10.45
อื่นๆ โปรดระบุ .....	0	0.00	0	0.00
<b>8.การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านมีผู้ร่วมเดินทางเท่าใด</b>				
1 – 2 คน	72	39.44	76	37.81
3 – 4 คน	58	31.69	57	28.36
5 – 6 คน	42	22.95	55	27.36
7 คนขึ้นไป	11	6.01	13	6.47
<b>9.ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำแห่งนี้กี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)</b>				
ครั้งแรก	81	44.26	81	40.30
2 – 4 ครั้ง	62	33.88	76	37.81
5 – 7 ครั้ง	26	14.21	29	14.43
7 ครั้งขึ้นไป	14	7.65	15	7.46

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>10.การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านเดินทางมาในลักษณะใด</b>				
มาคนเดียว	4	2.19	3	1.49
มากับครอบครัว	55	30.05	71	35.32
มากับกลุ่มเพื่อน	63	34.43	84	41.79
มากับที่ทำงาน	20	10.93	19	9.45
มากับกลุ่มทัวร์/บริษัทนำเที่ยว	41	22.40	24	11.94
อื่นๆ โปรดระบุ .....	0	0.00	0	0.00
<b>11.ที่อยู่ปัจจุบันของท่านอยู่ที่ภาคใด</b>				
ภาคเหนือ	15	8.20	7	3.48
ภาคกลาง	39	21.31	68	33.83
ภาคตะวันตก	40	21.86	34	16.92
ภาคใต้	21	11.48	27	13.43
ภาคตะวันออก	19	10.38	32	15.92
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	33	18.03	33	16.42

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่า

**เพศ** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นเพศชาย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 44.26 และเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 55.74 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา เป็นเพศชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 44.78 และเพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.22

**อายุ** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.48 อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 22.95 อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 20.76 อายุ 50 – 59 จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.57 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.74 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อายุต่ำกว่า

20 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.45 อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 24.88 อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 23.88 อายุ 50 – 59 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.97

**สถานภาพ** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีสถานภาพโสด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 37.16 สมรส จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 หย่าร้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.84 และ หม้าย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีสถานภาพโสด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 43.78 สมรส จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 38.81 หย่าร้าง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.95 และ หม้าย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46

**ระดับการศึกษา** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.37 มัธยมศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 16.94 ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 45.90 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 17.49 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99 มัธยมศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.44 ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.43 ปริญญาตรี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.22 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92

**อาชีพ** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 29.51 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 20.77 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 25.68 และ อาชีพอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.56 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 25.87 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.38 และ อาชีพอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.47

**รายได้** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.56 รายได้ 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.48 รายได้ 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 รายได้ 15,000 – 19,999 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 รายได้ 20,000 – 24,999 บาท

จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 20.22 และ รายได้ 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.03 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.45 รายได้ 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45 รายได้ 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.39 รายได้ 15,000 – 19,999 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.88 รายได้ 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.40 และ รายได้ 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.42

**วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่าเดินทางมาเพื่อ พักผ่อน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 75.96 ไม่มีวัตถุประสงค์หลักเป็นเพียงเส้นทางผ่านเท่านั้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.64 ประชุมสัมมนา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.38 และ ธุรกิจ/การค้า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.56 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่าเดินทางมาเพื่อพักผ่อน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 77.61 ไม่มีวัตถุประสงค์หลักเป็นเพียงเส้นทางผ่านเท่านั้น จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.46 ประชุมสัมมนา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.48 และ ธุรกิจ/การค้า จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45

**จำนวนผู้ร่วมเดินทาง** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า ผู้ร่วมเดินทาง 1 – 2 คน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 39.44 ผู้ร่วมเดินทาง 3 – 4 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 ผู้ร่วมเดินทาง 5 – 6 คน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 22.95 และ ผู้ร่วมเดินทาง 7 คนขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.01 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่า ผู้ร่วมเดินทาง 1 – 2 คน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 37.81 ผู้ร่วมเดินทาง 3 – 4 คน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 ผู้ร่วมเดินทาง 5 – 6 คน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.36 และ ผู้ร่วมเดินทาง 7 คนขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.47

**จำนวนในการเดินทางมาท่องเที่ยว** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่าเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 44.26 เดินทางมาท่องเที่ยว 2 – 4 ครั้ง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 33.88 เดินทางมาท่องเที่ยว 5 – 7 ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.21 และ เดินทางมาท่องเที่ยว 7 ครั้งขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.65 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่าเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 เดินทางมาท่องเที่ยว 2 – 4 ครั้ง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 37.81 เดินทางมาท่องเที่ยว 5 – 7 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.43 และ เดินทางมาท่องเที่ยว 7 ครั้งขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.46

**ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า มาคนเดียว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.19 มากับครอบครัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 30.05 มากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 34.43 มากับที่ทำงาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.93 และมากับกลุ่มทัวร์/บริษัทนำเที่ยว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่า มาคนเดียว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 มากับครอบครัว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.32 มากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 41.79 มากับที่ทำงาน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.45 และมากับกลุ่มทัวร์/บริษัทนำเที่ยว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.94

**ภูมิฐานะ** ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า ภาคเหนือ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 ภาคกลาง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 ภาคตะวันตก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 21.86 ภาคใต้ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.48 ภาคตะวันออก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 10.38 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.03 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่า ภาคเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.48 ภาคกลาง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 33.83 ภาคตะวันตก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.92 ภาคใต้ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 ภาคตะวันออก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.42

## **ส่วนที่ 2 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

จากการศึกษาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยพิจารณาจากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 11 ด้าน ได้แก่ ด้านร้านอาหาร ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านห้องน้ำ-ห้องสุขา ด้านศูนย์บริการ การท่องเที่ยว ด้านป้ายสื่อความหมาย ด้านร้านค้าปลีก ด้านระบบไฟฟ้า ด้านระบบน้ำประปา ด้านระบบรักษาความปลอดภัย และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 183 ชุด และตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 201 ชุด ผลการศึกษาพบว่า

**ด้านที่ 1 ร้านอาหาร** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านร้านอาหาร เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า จำนวน/ความเพียงพอของร้านอาหาร ราคาของอาหาร การกระจาย

ตัวของร้านอาหาร และรสชาติ/ความอร่อยของอาหาร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 3.85 3.85 และ 3.42 ตามลำดับ อีกทั้งความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และ 3.34 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีความพึงพอใจ ด้านร้านอาหารเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การกระจายตัวของร้านอาหาร จำนวน/ความเพียงพอของร้านอาหาร ราคาของอาหาร ความสะอาด และคุณภาพของอาหาร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 3.91 3.86 และ 3.45 ตามลำดับ ส่วนความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร และรสชาติ/ ความอร่อยของอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และ 3.23 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านร้านอาหาร บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำอัมพวา

ด้านร้านอาหาร	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ราคาของอาหาร	3.85	0.86	มาก	3.86	0.86	มาก
จำนวน/ความเพียงพอของร้านอาหาร	3.93	0.67	มาก	3.91	0.67	มาก
ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร	3.34	0.97	ปานกลาง	3.45	0.84	มาก
รสชาติ/ความอร่อยของอาหาร	3.42	0.90	มาก	3.23	0.81	ปานกลาง
การกระจายตัวของร้านอาหาร	3.85	0.92	มาก	4.02	0.64	มาก
ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร	3.37	0.89	ปานกลาง	3.30	0.83	ปานกลาง
$\bar{x}$	<b>3.63</b>		<b>มาก</b>	<b>3.63</b>		<b>มาก</b>

**ด้านที่ 2 ร้านขายสินค้าที่ระลึก** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก จำนวน/ความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก และความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 3.60 3.54 และ 3.42 ตามลำดับ อีกทั้งราคาของสินค้าที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจ ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า จำนวน/ความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก และราคาของสินค้าที่ระลึก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 3.59 3.55 และ 3.42 ตามลำดับ ส่วนคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำอัมพวา

ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ราคาของสินค้าที่ระลึก	3.40	0.97	ปานกลาง	3.42	0.98	มาก
จำนวน/ความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.60	0.88	มาก	3.89	0.69	มาก
ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก	3.42	0.89	มาก	3.55	0.72	มาก
คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก	3.54	0.95	มาก	3.35	0.93	ปานกลาง
การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.73	0.81	มาก	3.59	0.73	มาก
$\bar{x}$	<b>3.54</b>		<b>มาก</b>	<b>3.56</b>		<b>มาก</b>

**ด้านที่ 3 ความสามารถในการเข้าถึง** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านความสามารถในการเข้าถึง เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ความปลอดภัยของเส้นทาง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึง เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 3.66 3.60 และ 3.53 ตามลำดับ ส่วนความปลอดภัยของเส้นทาง และความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 และ 3.10 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึง บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำอัมพวา

ด้านความสามารถในการเข้าถึง	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง	3.67	0.96	มาก	3.10	0.82	ปานกลาง
ความปลอดภัยของเส้นทาง	3.84	0.96	มาก	3.12	0.88	ปานกลาง
ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ	3.78	0.78	มาก	3.68	0.71	มาก
มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย	3.74	0.79	มาก	3.60	0.79	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านความสามารถในการเข้าถึง	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ)	4.05	0.64	มาก	3.53	0.89	มาก
ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ	3.50	0.916	มาก	3.66	0.70	มาก
$\bar{x}$	<b>3.76</b>		<b>มาก</b>	<b>3.45</b>		<b>มาก</b>

**ด้านที่ 4 ห้องน้ำ – ห้องสุขา** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจด้านห้องน้ำ - ห้องสุขา เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา และความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ 3.74 ตามลำดับ ส่วนความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา และความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องสุขา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และ 2.88 ตามลำดับ อีกทั้งการกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจด้านห้องน้ำ - ห้องสุขา เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ส่วนความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องสุขา ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา การกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา และความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 2.53 2.50 และ 2.22 ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านห้องน้ำ – ห้องสุขา บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านห้องน้ำ – ห้อง สุขา	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับ ความพึง พอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ความเพียงพอของ ห้องน้ำ – ห้องสุขา	3.74	0.89	มาก	2.22	0.76	น้อย
ความปลอดภัยของ ห้องน้ำ – ห้องสุขา	2.92	0.94	ปานกลาง	2.53	0.79	น้อย
ความสะอาดของ ห้องน้ำ – ห้องสุขา	2.88	0.98	ปานกลาง	2.58	0.81	น้อย
การกระจายตัวของ ห้องน้ำ – ห้องสุขา	2.38	0.98	น้อย	2.50	0.90	น้อย
ค่าบริการที่ เหมาะสมของ ห้องน้ำ – ห้องสุขา	3.77	0.90	มาก	3.34	0.73	ปานกลาง
$\bar{x}$	<b>3.14</b>		<b>ปานกลาง</b>	<b>2.63</b>		<b>ปานกลาง</b>

ด้านที่ 5 ศูนย์บริการการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยว เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การบริการ/ให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 อีกทั้งความเพียงพอของจุดให้บริการ และการกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 และ 2.19 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีความพึงพอใจด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยว เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ความเพียงพอของจุดให้บริการ อยู่ในระดับ 2.41 และการบริการ/ให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 ตามลำดับ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านศูนย์บริการ  
การท่องเที่ยว บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านศูนย์บริการการ ท่องเที่ยว	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับ ความพึง พอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ความพึงพอใจของจุด ให้บริการ	2.28	0.96	น้อย	2.41	0.87	น้อย
การบริการ/ให้ข้อมูล ของเจ้าหน้าที่	2.67	0.97	ปานกลาง	2.28	0.81	น้อย
การกระจายตัวของ ศูนย์บริการการ ท่องเที่ยว	2.19	0.94	น้อย	2.44	0.99	น้อย
$\bar{x}$	<b>2.38</b>		<b>น้อย</b>	<b>2.38</b>		<b>น้อย</b>

ด้านที่ 6 ป้ายสื่อความหมาย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ  
ดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านป้ายสื่อความหมาย เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 2.33 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ความชัดเจนของป้าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 อีกทั้งจำนวนของป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ ป้ายให้ความรู้  
แก่นักท่องเที่ยวและป้ายเตือนจุดที่อันตราย อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 2.17 2.04 และ  
2.01 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีความพึงพอใจ  
ด้านป้ายสื่อความหมาย เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 และหากพิจารณา  
ตามรายด้านพบว่า ความชัดเจนของป้าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วน  
จำนวนของป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ ป้ายให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยว และป้ายเตือน  
จุดที่อันตราย อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 2.15 2.09 และ 2.04 ตามลำดับ  
ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านป้ายสื่อ  
ความหมาย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านป้ายสื่อความหมาย	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความชัดเจนของป้าย	3.03	0.66	ปานกลาง	3.15	0.86	ปานกลาง
จำนวนของป้ายสื่อความหมาย	2.38	0.99	น้อย	2.40	0.99	น้อย
ป้ายเตือนจุดที่อันตราย	2.01	0.91	น้อย	2.04	0.92	น้อย
ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ	2.17	0.99	น้อย	2.15	0.91	น้อย
ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	2.04	0.92	น้อย	2.09	0.93	น้อย
$\bar{x}$	<b>2.33</b>		<b>น้อย</b>	<b>2.37</b>		<b>น้อย</b>

**ด้านที่ 7 ร้านค้าปลีก** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจด้านร้านค้าปลีก เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า จำนวน/ความเพียงพอของร้านค้าปลีก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความเหมาะสมทางด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ความสะอาดและมาตรฐานสินค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 การกระจายตัวของร้านค้าปลีก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และความเหมาะสมด้านการบริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีความพึงพอใจด้านร้านค้าปลีก เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การกระจายตัวของร้านค้าปลีก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนความเหมาะสมทางด้านราคา จำนวน/ความเพียงพอของร้านค้าปลีก ความเหมาะสมด้านการบริการ ความสะอาดและมาตรฐานสินค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 3.80 3.70 และ 3.48 ตามลำดับ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความถี่ของตลาดน้ำ ด้านร้านค้าปลีก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านร้านค้าปลีก	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความเหมาะสมทางด้านราคา	3.82	0.96	มาก	3.85	0.89	มาก
ความสะอาดและมาตรฐานสินค้า	3.81	0.83	มาก	3.48	0.90	มาก
จำนวน/ความเพียงพอของร้านค้าปลีก	3.84	0.78	มาก	3.80	0.85	มาก
การกระจายตัวของร้านค้าปลีก	3.80	0.77	มาก	4.22	0.71	มากที่สุด
ความเหมาะสมด้านการบริการ	3.68	0.89	มาก	3.70	0.76	มาก
$\bar{x}$	<b>3.79</b>		<b>มาก</b>	<b>3.81</b>		<b>มาก</b>

**ด้านที่ 8 ระบบไฟฟ้า** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจด้านระบบไฟฟ้า เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และ 3.44 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจด้านระบบไฟฟ้า เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า และความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ 3.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านระบบไฟฟ้า บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านระบบไฟฟ้า	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า	3.59	0.88	มาก	4.09	0.82	มาก
ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆริมน้ำ	3.44	0.88	มาก	3.50	0.96	มาก
$\bar{x}$	<b>3.52</b>		<b>มาก</b>	<b>3.80</b>		<b>มาก</b>

**ด้านที่ 9 ระบบน้ำประปา** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านระบบน้ำประปา เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ความพอเพียงของน้ำประปา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อีกทั้งการเข้าถึงของระบบน้ำประปา และจุดบริการของระบบน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ 2.98 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจด้านระบบน้ำประปา เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ความพอเพียงของน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การเข้าถึงของระบบน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และจุดบริการของระบบน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ตามลำดับดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านระบบน้ำประปา บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านระบบน้ำประปา	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
การเข้าถึงของระบบน้ำประปา	3.33	0.90	ปานกลาง	3.05	0.90	ปานกลาง
ความพอเพียงของน้ำประปา	3.96	0.99	มาก	3.14	0.80	ปานกลาง
จุดบริการของระบบน้ำประปา	2.98	0.91	ปานกลาง	2.68	0.80	ปานกลาง
$\bar{x}$	<b>3.42</b>		<b>มาก</b>	<b>2.96</b>		<b>ปานกลาง</b>

ด้านที่ 10 ระบบรักษาความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านระบบรักษาความปลอดภัย เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง, เสียงตามสาย ฯลฯ ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและการให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 2.78 และ 2.72 ตามลำดับ อีกทั้งการกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจด้านระบบรักษาความปลอดภัย เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง, เสียงตามสาย ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ส่วนความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 2.10 และ 2.07 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.78	0.83	ปานกลาง	2.55	0.96	น้อย
การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.72	0.74	ปานกลาง	2.07	0.96	น้อย
การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.14	0.87	น้อย	2.10	0.91	น้อย
ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง, เสียงตามสาย ฯลฯ	2.88	0.74	ปานกลาง	2.65	0.93	ปานกลาง
$\bar{x}$	<b>2.63</b>		<b>ปานกลาง</b>	<b>2.34</b>		<b>น้อย</b>

ด้านที่ 11 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ และความปลอดภัยจากโรคระบาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 3.74 และ 3.60 ตามลำดับ ส่วนความปลอดภัยจากอาชญากรรม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และหากพิจารณาตามรายด้านพบว่า ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ ความปลอดภัยจาก โรคระบาด และความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ

อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 3.99 และ 3.78 ตามลำดับ ส่วนความปลอดภัยจาก  
 อาชญากรรม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านความปลอดภัย  
 ในการท่องเที่ยว บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ด้านความปลอดภัย ในการท่องเที่ยว	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก			ตลาดน้ำอัมพวา		
	$\bar{x}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ปลอดภัยจากภัย ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ	3.74	0.79	มาก	4.13	0.89	มาก
ปลอดภัยจาก อุบัติเหตุ	3.87	0.80	มาก	3.78	0.98	มาก
ปลอดภัยจาก อาชญากรรม	2.79	0.99	ปานกลาง	3.21	0.91	ปานกลาง
ปลอดภัยจากโรค ระบาด	3.60	0.78	มาก	3.99	0.84	มาก
$\bar{x}$	<b>3.50</b>		<b>มาก</b>	<b>3.78</b>		<b>มาก</b>

จากการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาด  
 น้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา ผู้วิจัยนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากระดับความพึงพอใจในแต่ละดัชนี  
 มาให้ค่าคะแนนตามเกณฑ์การแบ่งระดับชั้นความพึงพอใจ จากนั้นนำค่าคะแนนรวมที่ได้เปรียบเทียบกับ  
 เกณฑ์ประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำตารางที่ 2 พบว่า  
 คุณภาพสิ่งแวดล้อมสะดวก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา อยู่ในเกณฑ์ดี  
 (ระดับชั้นที่ 4) โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 37 และ 36 ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 การประเมินคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำ  
ดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

ลำดับที่	รายการ	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
		$\bar{x}$	ค่าคะแนน	$\bar{x}$	ค่าคะแนน
1	ร้านอาหาร	3.63	4	3.63	4
2	ร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.54	4	3.56	4
3	ความสามารถในการเข้าถึง	3.76	4	3.45	4
4	ห้องน้ำ-ห้องสุขา	3.14	3	2.63	3
5	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	2.38	2	2.38	2
6	ป้ายสื่อความหมาย	2.33	2	2.37	2
7	ร้านค้าปลีก	3.79	4	3.81	4
8	ระบบไฟฟ้า	3.52	4	3.80	4
9	ระบบน้ำประปา	3.42	3	2.96	3
10	ระบบรักษาความปลอดภัย	2.63	3	2.34	2
11	ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	3.50	4	3.78	4
ค่าคะแนนรวม			37		36

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสร้างดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1. ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการพิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจร้านค้าปลีก จำนวน 15 ท่าน (รายละเอียด ดังภาคผนวก ก) พบว่าดัชนีที่ใช้ ในการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ประกอบด้วย 11 ดัชนี ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ความสามารถในการเข้าถึง ห้องน้ำ-ห้องสุขา ศูนย์บริการการท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้าปลีก ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว โดยให้คะแนนในแต่ละดัชนีมีค่าตั้งแต่ 1 – 5 คะแนน ตามระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด ตามลำดับ อีกทั้งแบ่งระดับชั้นคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำออกเป็น 4 ระดับชั้น คือ ระดับชั้นที่ 1 หมายถึง คุณภาพสิ่งแวดล้อมดีมาก ระดับชั้นที่ 2 หมายถึง คุณภาพสิ่งแวดล้อมดี ระดับชั้นที่ 3 หมายถึง คุณภาพสิ่งแวดล้อมพอใช้ และระดับชั้นที่ 4 หมายถึง คุณภาพสิ่งแวดล้อมควรปรับปรุง โดยให้ค่าคะแนนดังนี้

ระดับชั้นที่ 1 คุณภาพสิ่งแวดล้อมดีมาก มีค่าคะแนน 44 – 55 คะแนน

ระดับชั้นที่ 2 คุณภาพสิ่งแวดล้อมดี มีค่าคะแนน 33 – 43 คะแนน

ระดับชั้นที่ 3 คุณภาพสิ่งแวดล้อมพอใช้ มีค่าคะแนน 22 – 32 คะแนน

ระดับชั้นที่ 4 คุณภาพสิ่งแวดล้อมควรปรับปรุง มีค่าคะแนน 11 – 21 คะแนน

#### 2. การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

##### 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 30-39 ปี สถานภาพสมรส วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับ

ปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,000-19,999 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ พักผ่อน โดยมีผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวจำนวน 1-2 คน ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก รวมทั้งการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นลักษณะเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และภูมิลำเนาส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว คือ ภาคตะวันตก ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม บริเวณตลาดน้ำอัมพวา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด วุฒิการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือน 15,000-19,999 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ พักผ่อน โดยมีผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวจำนวน 1-2 คน ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก รวมทั้งการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นลักษณะเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และภูมิลำเนาใหญ่ของนักท่องเที่ยว คือ ภาคกลาง

## 2.2 การประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และ ตลาดน้ำอัมพวา

จากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 11 ด้าน ได้แก่ ด้านร้านอาหาร ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านห้องน้ำ-ห้องสุขา ด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยว ด้านป้ายสื่อความหมาย ด้านร้านค้าปลีก ด้านระบบไฟฟ้า ด้านระบบน้ำประปา ด้านระบบรักษาความปลอดภัย และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านร้านค้าปลีก ด้านระบบไฟฟ้า และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านห้องน้ำ – ห้องสุขา ด้านระบบน้ำประปา และด้านระบบรักษาความปลอดภัย นักเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยว และด้านป้ายสื่อความหมาย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม บริเวณตลาดน้ำอัมพวา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ด้านร้านขายสินค้าที่ระลึก ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านร้านค้าปลีก ด้านระบบไฟฟ้า และด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านห้องน้ำ – ห้องสุขา และด้านระบบน้ำประปา นักเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านศูนย์บริการการท่องเที่ยว ด้านป้ายสื่อความหมาย และด้านระบบรักษาความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ซึ่งเมื่อนำมาให้คะแนนเพื่อประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา อยู่ในเกณฑ์ดี (ระดับชั้นที่ 4) โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 37 และ 36 ตามลำดับ

## การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

คุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในเกณฑ์ดี (ระดับชั้นที่ 4) โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 37 คะแนน ซึ่งมีค่าคะแนนมากที่สุด สาเหตุอาจเป็นเพราะตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นก่อนตลาดน้ำอัมพวา ทำให้องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมความสะดวกบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากกว่าตลาดน้ำอัมพวา เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ความเพียงพอของห้องน้ำ - ห้องสุขา เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงที่สำคัญคือ ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยวการกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา และจำนวนของป้ายสื่อความหมาย ส่วนคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกบริเวณตลาดน้ำอัมพวา อยู่ในเกณฑ์ดี (ระดับชั้นที่ 4) เช่นเดียวกัน โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 36 ซึ่งมีคะแนนน้อยกว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพราะตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นหลังตลาดน้ำดำเนินสะดวก ส่งผลให้การพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมสะดวกบริเวณตลาดน้ำแห่งนี้ยังไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนนัก ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแล้วมีสิ่งควรปรับปรุง คือ ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ ความเพียงพอของห้องน้ำ - ห้องสุขา การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ จำนวนของป้ายสื่อความหมาย ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว การกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา ความปลอดภัยของห้องน้ำ - ห้องสุขา และความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องสุขา

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ด้วยข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาและการติดต่อสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญ ทำให้การส่งเอกสารและการติดต่อสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญนั้นเป็นไปด้วยความยากลำบาก อีกทั้งเอกสารอาจสูญหาย ดังนั้นควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสูญหายของเอกสารและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

1.1 ควรให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวก่อนทำแบบสอบถาม เพื่อแก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 หากมีการนำดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปขยายผลกับพื้นที่การวิจัยอื่นๆ ควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ข้อมูลที่ได้จะเป็นฐานข้อมูลให้แก่องค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจนำไปใช้ต่อยอดงานวิจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การศึกษา

### แนวทางในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมความสะดวก บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในระดับต่ำในเรื่องของ ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว การกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา และจำนวนของป้ายสื่อความหมาย ส่วนบริเวณตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำในเรื่องของ ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ ความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ จำนวนของป้ายสื่อความหมาย ความเพียงพอของจุดให้บริการ การกระจายตัวของศูนย์บริการ การท่องเที่ยว การกระจายตัวของห้องน้ำ – ห้องสุขา ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา และความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องสุขา ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับต่ำ จำแนกตามพื้นที่ศึกษา

ลำดับที่	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	ด้าน	$\bar{x}$	ด้าน	$\bar{x}$
1	ป้ายเตือนจุดที่อันตราย	2.01	ป้ายเตือนจุดที่อันตราย	2.04
2	ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	2.04	ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.05
3	การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.14	การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.07
4	ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ	2.17	ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	2.09
5	การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว	2.19	การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.10
6	ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว	2.28	ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ	2.15
7	การกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา	2.38	ความเพียงพอของห้องน้ำ - ห้องสุขา	2.22
8	จำนวนของป้ายสื่อความหมาย	2.38	การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	2.28
9	-	-	จำนวนของป้ายสื่อความหมาย	2.40
10	-	-	ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว	2.41
11	-	-	การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว	2.44
12	-	-	การกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา	2.50
13	-	-	ความปลอดภัยของห้องน้ำ - ห้องสุขา	2.53
14	-	-	ความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องสุขา	2.58

จะเห็นว่าในพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง มีบางด้านที่มีความเหมือนกันคือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ เช่น ป้ายเตือนจุดที่อันตราย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว ความเพียงพอของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว การกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา และจำนวนของป้ายสื่อความหมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละด้าน ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่มึระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ

ลำดับที่	ด้าน	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
1	ป้ายเตือนจุดที่อันตราย	จัดทำป้ายเตือนจุดที่อันตรายกระจายตามจุดต่างๆ ของตลาดน้ำอย่างทั่วถึง
2	ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	เพิ่มงบประมาณด้านการรับบุคลากร ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3	การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	จัดให้มีการฝึกอบรม/สัมมนา พัฒนาด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
4	ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	จัดทำป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวกระจายตามจุดต่างๆ ของตลาดน้ำอย่างทั่วถึง
5	การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	จัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยกระจายตามจุดต่างๆ อย่างทั่วถึง
6	ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ	จัดทำป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ ของตลาดน้ำอย่างทั่วถึง ชัดเจน และมีขนาดใหญ่
7	การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว	จัดให้มีการกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยวกระจายตามจุดสำคัญต่างๆ อย่างทั่วถึง
8	ความพอเพียงของห้องน้ำ - ห้องสุขา	จัดให้มีการสร้างห้องน้ำ - ห้องสุขา เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน
9	การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	จัดให้มีการฝึกอบรม/สัมมนา พัฒนาด้านการบริการและการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว 2 เดือนครั้ง
10	ความพอเพียงของจุดให้บริการศูนย์บริการการท่องเที่ยว	จัดสร้างสำนักงานย่อยตามจุดที่สำคัญต่างๆ ของตลาดน้ำให้ครอบคลุมและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
11	การกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา	จัดให้มีการกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา อย่างทั่วถึง
12	จำนวนของป้ายสื่อความหมาย	เพิ่มจำนวนของป้ายสื่อความหมายให้เพียงพอ โดยเฉพาะป้ายเตือนจุดที่อันตราย ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ลำดับที่	ด้าน	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
13	ความปลอดภัยของห้องน้ำ - ห้องสุขา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำการทุกจุดการให้บริการห้องน้ำ - ห้องสุขา เพื่อตรวจตราความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ อีกทั้งกำหนดบทลงโทษของผู้กระทำความผิด</li> <li>2. ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนทาน</li> </ol>
14	ความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องสุขา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพิ่มเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดให้ครอบคลุมและเพียงพออย่างทั่วถึง</li> <li>2. เพิ่มรอบหรือเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดห้องน้ำ - ห้องสุขาให้มากขึ้น</li> </ol>

และจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องของ การบริการ และการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ความปลอดภัยจากอาชญากรรม ความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องสุขา ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง, เสียงตามสาย ฯลฯ ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา จุดบริการ การของระบบน้ำประปา ความชัดเจนของป้ายสื่อความหมาย การเข้าถึงของระบบน้ำประปา ความสะอาดและคุณภาพอาหาร ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร และราคาของสินค้าที่ระลึก ส่วนบริเวณตลาดน้ำอัมพวามีความพึงพอใจปานกลางในเรื่องของระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง เสียงตามสาย ฯลฯ จุดบริการของระบบน้ำประปา การเข้าถึงของระบบน้ำประปา ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง ความปลอดภัยของเส้นทาง ความพอเพียงของน้ำประปา ความชัดเจนของป้ายสื่อความหมาย ความปลอดภัยจากอาชญากรรม รสชาติและความอร่อยของอาหาร ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง จำแนกตามพื้นที่ศึกษา

ลำดับที่	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	ด้าน	$\bar{x}$	ด้าน	$\bar{x}$
1	การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	2.67	ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง เสียงตามสาย ฯลฯ	2.65
2	การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.72	จุดบริการของระบบน้ำประปา	2.68
3	ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.78	การเข้าถึงของระบบน้ำประปา	3.05
4	ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	2.79	ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง	3.10
5	ความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องสุขา	2.88	ความปลอดภัยของเส้นทาง	3.12
6	ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง, เสียงตามสาย ฯลฯ	2.88	ความพอเพียงของน้ำประปา	3.14
7	ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา	2.92	ความชัดเจนของป้ายสื่อความหมาย	3.15
8	จุดบริการของระบบน้ำประปา	2.98	ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	3.21

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ลำดับที่	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	ด้าน	$\bar{x}$	ด้าน	$\bar{x}$
9	ความชัดเจนของป้ายสื่อความหมาย	3.03	รสชาติและความอร่อยของอาหาร	3.23
10	การเข้าถึงของระบบน้ำประปา	3.33	ความหลากหลายของประเภท ร้านอาหาร	3.30
11	ความสะอาดและคุณภาพอาหาร	3.34	ค่าบริการที่เหมาะสมของ ห้องน้ำ – ห้องสุขา	3.34
12	ความหลากหลายของประเภท ร้านอาหาร	3.37	คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ ระลึก	3.35
13	ราคาของสินค้าที่ระลึก	3.40	-	-

จะเห็นว่าในพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง มีบางด้านที่มีความเหมือนกันคือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เช่น ความปลอดภัยจากอาชญากรรม ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง, เสียงตามสาย ฯลฯ จุดบริการของระบบน้ำประปา การเข้าถึงของระบบน้ำประปา และความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละด้าน ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ลำดับที่	ด้าน	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
1	ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง เสียงตามสาย ฯลฯ	ควรเพิ่มสัญญาณเตือนภัยในกรณีฉุกเฉิน กระจายตามจุดต่างๆ เช่น สัญญาณเสียงไซเรน อย่างทั่วถึงครอบคลุมทุกพื้นที่
2	การบริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	ควรมีการฝึกอบรม/สัมมนา พัฒนาในด้านการบริการและการให้ข้อมูลข้อการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว
3	จุดบริการของระบบน้ำประปา	ควรเพิ่มจุดการให้บริการของระบบน้ำประปาตามจุดต่างๆ อย่างทั่วถึงและครอบคลุมทุกพื้นที่
4	การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ควรมีการฝึกอบรม/สัมมนา พัฒนาด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
5	ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ควรรับบุคลากร ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
6	ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยบริเวณต่างๆ ของตลาดน้ำตลอด 24 ชั่วโมง
7	ความสะอาดของห้องน้ำ – ห้องสุขา	1. ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดให้ครอบคลุมและเพียงพออย่างทั่วถึง 2. ควรเพิ่มรอบหรือเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดห้องน้ำ - ห้องสุขาให้มากขึ้น
8	ความปลอดภัยของห้องน้ำ – ห้องสุขา	1. ควรจัดให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำการทุกจุดการให้บริการห้องน้ำ – ห้องสุขา เพื่อตรวจตราความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ อีกทั้งกำหนดบทลงโทษของผู้กระทำความผิด 2. ควรใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงคงทนมีดขีด

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ด้าน	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
9	ความชัดเจนของป้ายสื่อความหมาย	ควรมีการปรับปรุงซ่อมแซมป้ายสื่อความหมายให้พร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอ
10	การเข้าถึงของระบบน้ำประปา	ควรมีการกำหนดจุดการให้บริการของระบบน้ำประปาให้อยู่ในบริเวณที่สะดวกต่อการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ
11	ความหลากหลายของเส้นทางเข้าถึง	ควรมีการเพิ่มเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด
12	ความปลอดภัยของเส้นทาง	ควรมีการปรับปรุงซ่อมแซมเส้นทางให้อยู่ในสภาพดี เพื่อความสะดวก รวดเร็วและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
13	ความพอเพียงของน้ำประปา	ควรมีการสำรวจ ตรวจสอบระบบน้ำประปาให้เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึงครอบคลุมทุกพื้นที่
14	รสชาติและความอร่อยของอาหาร	ควรมีการส่งเสริมให้มีการแข่งขันทำอาหารและมอบรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศ ทั้งนี้เพื่อพัฒนารสชาติและความอร่อยของอาหารบริเวณตลาดน้ำ
15	ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร	ควรมีการส่งเสริมด้านธุรกิจร้านอาหาร ให้มีสินค้าที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยอาจจะจัดให้มีการแข่งขันคิดค้นรายการอาหารใหม่ๆ เป็นต้น
16	ความสะอาดและคุณภาพอาหาร	ควรมีการออกระเบียบข้อบังคับในการควบคุมความสะอาดและคุณภาพอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐาน Clean Food Good Taste ที่ทางรัฐบาลได้กำหนดไว้

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ด้าน	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
17	ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา	ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสมและชัดเจนสำหรับห้องน้ำ – ห้องสุขา อีกทั้งกำหนดบทลงโทษขั้นร้ายแรงสำหรับเจ้าหน้าที่ที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ตั้งไว้
18	คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก	ควรมีการส่งเสริมแรงจูงใจในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก โดยให้เครื่องหมายรับรองกับร้านที่ได้มาตรฐาน
19	ราคาของสินค้าที่ระลึก	ควรมีการกำหนดมาตรฐานด้านราคาของสินค้าที่ระลึกบริเวณตลาดน้ำอย่างชัดเจน และมีการกำหนดบทลงโทษหากผู้ประกอบการทำผิดข้อบังคับที่ได้กำหนดไว้

อีกทั้งจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีความพึงพอใจมากในเรื่องของ ธรรมชาติและความอร่อยของอาหาร ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า จำนวนและความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก ความปลอดภัยจากโรคระบาดความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง ความเหมาะสมด้านการบริการของร้านค้าปลีก การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย ความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ การกระจายตัวของร้านค้าปลีก ความสะอาดและมาตรฐานสินค้าของร้านค้าปลีก ความเหมาะสมทางด้านราคาของร้านค้าปลีก ความปลอดภัยของเส้นทาง จำนวนและความเพียงพอของร้านค้าปลีกราคาของอาหาร การกระจายตัวของร้านอาหาร ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ จำนวนและความเพียงพอของร้านอาหาร ความพอเพียงของน้ำประปา และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ) ส่วนบริเวณตลาดน้ำอัมพวา มีความพึงพอใจมากในเรื่องของราคาของสินค้าที่ระลึก ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร ความสะอาดและมาตรฐานสินค้าของร้านค้าปลีก ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ) ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ ความเหมาะสมด้านการบริการ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ จำนวนและความเพียงพอของร้านค้าปลีก ความเหมาะสมทางด้านราคาของร้านค้าปลีก ราคาของอาหาร จำนวนและความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก จำนวนและความเพียงพอของร้านอาหาร ความปลอดภัยจากโรคระบาด การกระจายตัวของร้านอาหาร การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า และความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก จำแนกตามพื้นที่ศึกษา

ลำดับ ที่	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	ด้าน	$\bar{x}$	ด้าน	$\bar{x}$
1	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ)	4.05	ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ	4.13
2	ความพอเพียงของน้ำประปา	3.96	การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า	4.09
3	จำนวนและความเพียงพอของร้านอาหาร	3.93	การกระจายตัวของร้านอาหาร	4.02
4	ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	3.87	ความปลอดภัยจากโรคระบาด	3.99
5	การกระจายตัวของร้านอาหาร	3.85	จำนวนและความเพียงพอของร้านอาหาร	3.91
6	ราคาของอาหาร	3.85	จำนวนและความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.89
7	จำนวนและความเพียงพอของร้านค้าปลีก	3.84	ราคาของอาหาร	3.86
8	ความปลอดภัยของเส้นทาง	3.84	ความเหมาะสมทางด้านราคาของร้านค้าปลีก	3.85
9	ความเหมาะสมทางด้านราคาของร้านค้าปลีก	3.82	จำนวนและความเพียงพอของร้านค้าปลีก	3.80
10	ความสะอาดและมาตรฐานสินค้าของร้านค้าปลีก	3.81	ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	3.78
11	การกระจายตัวของร้านค้าปลีก	3.80	ความเหมาะสมด้านการบริการของร้านค้าปลีก	3.70
12	ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ	3.78	ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ	3.68
13	ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ – ห้องสุขา	3.77	ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ	3.66
14	ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ	3.74	มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย	3.60
15	ความเพียงพอของห้องน้ำ – ห้องสุขา	3.74	การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.59
16	มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย	3.74	ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก	3.55

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ลำดับที่	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก		ตลาดน้ำอัมพวา	
	ด้าน	$\bar{x}$	ด้าน	$\bar{x}$
17	การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.73	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ)	3.53
18	ความเหมาะสมด้านการบริการของร้านค้าปลีก	3.68	ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ	3.50
19	ความหลากหลายของเส้นทางการเข้าถึง	3.67	ความสะอาดและมาตรฐานสินค้าของร้านค้าปลีก	3.48
20	ความปลอดภัยจากโรคระบาด	3.60	ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร	3.45
21	จำนวนและความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.60	ราคาของสินค้าที่ระลึก	3.42
22	การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า	3.59	-	-
23	คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก	3.54	-	-
24	ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ	3.50	-	-
25	ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆ ริมน้ำ	3.44	-	-
26	ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก	3.42	-	-
27	รสชาติและความอร่อยของอาหาร	3.42	-	-

จะเห็นได้ว่าในพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง มีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการเลือกจากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก เพื่อนำกำหนดแนวทางการพัฒนารักษากระดับของคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่มึระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

ลำดับที่	ด้าน	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
1	ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ	ควรเพิ่มและตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์เตือนภัยต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันอันตรายจากภัยธรรมชาติที่อาจจะเกิดขึ้น
2	การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า	ควรมีการกำหนดจุดการให้บริการของระบบไฟฟ้าให้ครอบคลุมและสะดวกต่อการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ
3	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ)	ควรมีการพัฒนาปรับปรุง เพิ่มช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น
4	การกระจายตัวของร้านอาหาร	จัดให้มีการประชุมทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชนในการร่วมกันเสนอความคิดเห็น ในด้านบริหารจัดการการกระจายตัวของร้านอาหารบริเวณตลาดน้ำ
5	ความปลอดภัยจากโรคระบาด	1. ควรมีการตรวจสอบบริเวณที่เสี่ยงต่อการเกิดเชื้อโรคอันก่อให้เกิดโรคระบาดภายในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ 2. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีป้องกันโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในพื้นที่แก่ประชาชนบริเวณตลาดน้ำอย่างสม่ำเสมอ
6	จำนวนและความเพียงพอของร้านอาหาร	ควรมีการส่งเสริมทางด้านธุรกิจร้านอาหาร โดยอาจจะมีการเพิ่มพื้นที่ให้เช่าเพื่อขายอาหารให้มากขึ้น เป็นต้น
7	ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	ควรมีการตรวจสอบ ปรับปรุงซ่อมแซมจุดที่เป็นอันตรายบริเวณตลาดน้ำอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจจะมีการตรวจสอบ ปรับปรุงซ่อมแซมบริเวณที่ชำรุดทรุดโทรม 2 เดือนครั้ง

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- คมศร วงษ์รักษา. “การเปรียบเทียบคุณภาพและความสอดคล้องของเทคนิคการจัดเรียงลำดับความสำคัญที่อิงโมเดลความแตกต่างในการประเมินความต้องการจำเป็น.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เครือวัลย์ ลิ้มอภิชาติ. หลักการและเทคนิคการจัดการฝึกอบรมและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : สยามศิลป์การพิมพ์, 2531.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. “เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 8-15, 19 ม.ป.ท., 2544.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. “องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว.” จุลสารการท่องเที่ยว 14, 4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2538) : 40.
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. การพัฒนาชนบท: กลยุทธ์และเครื่องชีวิต. นครสวรรค์ : โรงพิมพ์คอมพิวเตอร์แอนกราฟฟิค, 2535.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์. “ส่วนการพัฒนาลิ่งอำนวยความสะดวก.” ใน เอกสารการประกอบการสอนวิชาหลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คณะวนศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 27 – 32. ม.ป.ท., 2542.
- นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์, 2544.
- นิตา ชัชกุล. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น, 2535.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด, 2548.
- พิศาส ดันสิน. “การออกแบบและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลักษณะแนวคิด : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุทยานและนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.

- มนตรี ปรากฏสูงเนิน. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่  
อุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว จังหวัดจันทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,  
2551.
- มนัส สุวรรณ. “การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย.” วารสาร  
ราชบัณฑิตยสถาน 27, 2 (เมษายน – มิถุนายน 2545) : 409 – 428.
- รัชนก มณีรัตน์. “ทัศนะของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้  
บริการ ณ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดเพชรบูรณ์.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2550.
- รัตนะ บัวสนธ์. การประเมินผลโครงการ การวิจัยเชิงประเมิน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ต้นอ้อ  
แกรมมี, 2540.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพมหานคร :  
สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คพับลิเคชันส์, 2546.
- ราณี อธิชัยกุล. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 1 – 7  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 226.  
ม.ป.ท., 2544.
- ราตรี โตเพ็งรัตน์. ตลาดน้ำ : วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง. กรุงเทพมหานคร :  
สำนักพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2543.
- รุ่งทิวา ปฎิสังข์. “ความพึงพอใจของประชาชนจังหวัดระยองที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาล  
จังหวัดระยอง.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.
- วันเพ็ญ แต่งตั้ง. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนิน  
สะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัด ราชบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,  
2546.
- วิมล จิโรจพันธุ์, ประชิต สกฤษะพัฒน์ และ อุดม เขยกีวงศ์. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร :  
สำนักพิมพ์แสงดาว, 2548.

- ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์. “การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผน และการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. ทฤษฎีการประเมิน. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- สมคิด พรหมจ้อย. เทคนิคการประเมินโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542.
- สมประสงค์ น่วมบุญลือ, สายสุนีย์ สิงห์ทัศน์ และ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. “ทรัพยากรการท่องเที่ยว ของไทย.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยสาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 286. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. ก วิธีวิทยาการประเมิน : ศาสตร์แห่งคุณค่า. พิมพ์ครั้งที่ 2. ม.ป.ท., 2544. \_\_\_\_\_ . ข รวมบทความทางการประเมินโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. ม.ป.ท., 2544.
- สุวรรณยา ชื่อเลื่อม. “การสร้างรูปแบบการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดท่องเที่ยว.” วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2551.
- สุขุม มูลเมือง. เทคนิคการประเมินโครงการ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย กองแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ, 2530.
- สุปราณี เวชประสิทธิ์. “การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัด สมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการวิจัยและสถิติ ทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.
- อุดม เขยทิวังศ์. ตลาดน้ำ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาสร้างสรรค์, 2552.
- อุไรวรรณ เปี่ยมนิเวศน์. “การจัดการด้านการสื่อความหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัด สมุทรสาคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- อัมพร เจริญชัย. “ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการ ของโรงพยาบาลจังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2521.

### ภาษาต่างประเทศ

Cochran, William G. Sampling Techniques. 3<sup>rd</sup> ed. New York : Wiley, 1977.

Cronbach, L. J. Designing Evaluation for Educational and Social Program. San Francisco :  
Jossey – Bass, 1982.

Maslow, Abraham. Motivation and Personality. New York : Harper and Row Publishers, 1970.

Mill, Robert Christie. Tourism: The International Business. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall,  
1990.

Provus, Malcolm. Discrepancy Evaluation for Educational Program Improvement and Assessment.  
Berkeley, California : McCutchan Publishing Corporation, 1971.

Rutman, L. Formative Research and Program Evaluability. California : Sage Publications, 1982.

Stufflebeam, D.L. Educational Evaluation and Decision – Marking. Illinois : F.E. Peacock Publisher,  
1971.

Wolman, Thomas E. Education and Organizational Leadership in Elementary Schools. Englewood  
Cliff, NJ: Prentice- Hall, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว

ตารางที่ 22 รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว

ลำดับที่	รายชื่อ	สถาบันหรือหน่วยงาน
1	รศ.ดร. วสิน อิงคพัฒนากุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2	ดร.สวรรยา ชื้อล้อม	มหาวิทยาลัยศิลปากร
3	ดร.วิโรจน์ เจษฎาต์กษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
4	ผศ.ชนกฤต ตั้งเฉย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
5	รศ.ดร.จำลอง อรุณเลิศอารีย์	มหาวิทยาลัยมหิดล
6	คุณสุพิศ่า กลุ่มบุตร	กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
7	คุณนงนิตย์ เต็งมณีวรรณ	ผู้อำนวยการ ททท.สำนักงานเพชรบุรี
8	คุณแสงระวี เหมทานนท์	ปลัดเทศบาลตำบลอัมพวา
9	คุณสุภัทร กล่ำกลิ่น	ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขเทศบาลตำบลอัมพวา
10	คุณศรีประภาส ศรีธวัช	นักพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลอัมพวา
11	คุณชัยยุทธ ชื่นอรุรา	หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ รักษาการหัวหน้าสำนัก ปลัดเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก
12	คุณดอกเอื้อง บวรสุคนธาชาติ	หัวหน้าบริหารงานสาธารณสุข รักษาการ ผู้อำนวยการกองสาธารณสุข
13	คุณวิมล อัทธพงษ์	นักพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก
14	คุณอัญชลี ประจงจัด	ผู้ประกอบการร้านอาหารในภาคตลาดน้ำอัมพวา
15	คุณธัญญา กาญจนภาส	ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าที่ระลึก กาญจนพานิช

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม



สถานที่ ( ) ตลาดน้ำดำเนินฯ ( ) ตลาดน้ำอัมพวา  
วันที่เก็บข้อมูล.....

### แบบสอบถามประกอบวิทยานิพนธ์

เรื่อง “ดัชนีการประเมินคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ”

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของ นางสาววรรณลดา ต่วนภูษานักศึกษาปริญญาโท สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงใคร่ขอความกรุณาและความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อเพื่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของงานวิจัยนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง ( ) ที่ท่านต้องการเลือก และ **กรอกข้อความ** ลงในช่องว่าง

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20-29 ปี ( ) 30-39 ปี  
( ) 40-49 ปี ( ) 50-59 ปี ( ) 60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ( ) โสด ( ) สมรส ( ) หย่าร้าง ( ) หม้าย
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษา  
( ) ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา ( )ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( ) พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน  
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
6. รายได้ต่อเดือน ( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 5,000 – 9,999 บาท  
( ) 10,000 – 14,999 บาท ( ) 15,000 – 19,999 บาท  
( ) 20,000 – 24,999 บาท ( ) 25,000 บาทขึ้นไป
7. วัตถุประสงค์หลักของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือสิ่งใด  
( ) พักผ่อน ( ) ไม่มีวัตถุประสงค์หลักเป็นเพียงเส้นทางผ่านเท่านั้น  
( ) ประชุมสัมมนา ( ) ธุรกิจ/การค้า  
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
8. การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านมีผู้ร่วมเดินทางเท่าใด  
( ) 1-2 คน ( ) 3-4 คน  
( ) 5-6 คน ( ) 7 คนขึ้นไป
9. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้กี่ครั้ง (รวมครั้งนี้)  
( ) ครั้งแรก ( ) 2-4 ครั้ง  
( ) 5-7 ครั้ง ( ) 7 ครั้งขึ้นไป
10. การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านเดินทางมาในลักษณะใด  
( ) มาคนเดียว ( ) มากับครอบครัว  
( ) มากับกลุ่มเพื่อน ( ) มากับที่ทำงาน  
( ) มากับกลุ่มทัวร์/บริษัทนำเที่ยว ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

11. ที่อยู่ปัจจุบันของท่านอยู่ในภูมิภาคใด

- ( ) ภาคเหนือ                      ( ) ภาคกลาง                      ( ) ภาคตะวันตก  
( ) ภาคใต้                          ( ) ภาคตะวันออก                      ( ) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว  
ตลาดน้ำ โปรตทำเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ร้านอาหาร</b>					
1) ราคาของอาหาร	.....	.....	.....	.....	.....
2) จำนวน/ความเพียงพอของร้านอาหาร	.....	.....	.....	.....	.....
3) ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร	.....	.....	.....	.....	.....
4) รสชาติ/ความอร่อยของอาหาร	.....	.....	.....	.....	.....
5) การกระจายตัวของร้านอาหาร	.....	.....	.....	.....	.....
6) ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร	.....	.....	.....	.....	.....
<b>2. ร้านขายสินค้าที่ระลึก</b>					
1) ราคาของสินค้าที่ระลึก	.....	.....	.....	.....	.....
2) จำนวน/ความเพียงพอของร้านขายสินค้าที่ระลึก	.....	.....	.....	.....	.....
3) ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก	.....	.....	.....	.....	.....
4) คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ระลึก	.....	.....	.....	.....	.....
5) การกระจายตัวของร้านขายสินค้าที่ระลึก	.....	.....	.....	.....	.....
<b>3. ความสามารถในการเข้าถึง</b>					
1) ความหลากหลายของเส้นทางในการเข้าถึง	.....	.....	.....	.....	.....
2) ความปลอดภัยของเส้นทาง	.....	.....	.....	.....	.....
3) ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ	.....	.....	.....	.....	.....
4) มีระบบการขนส่งที่หลากหลาย	.....	.....	.....	.....	.....
5) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ระยะทางจากที่จอดรถถึงตลาดน้ำ)	.....	.....	.....	.....	.....
6) ความสะดวกในการเรียกใช้รถโดยสารสาธารณะ	.....	.....	.....	.....	.....

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>4. ห้องน้ำ-ห้องสุขา</b> 1) ความเพียงพอของห้องน้ำ - ห้องสุขา 2) ความปลอดภัยของห้องน้ำ - ห้องสุขา 3) ความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องสุขา 4) การกระจายตัวของห้องน้ำ - ห้องสุขา 5) ค่าบริการที่เหมาะสมของห้องน้ำ - ห้องสุขา	.....	.....	.....	.....	.....
<b>5. ศูนย์บริการการท่องเที่ยว</b> 1) ความเพียงพอของจุดให้บริการ 2) การบริการ/ให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ 3) การกระจายตัวของศูนย์บริการการท่องเที่ยว	.....	.....	.....	.....	.....
<b>6. ป้ายสื่อความหมาย</b> 1) ความชัดเจนของป้าย 2) จำนวนของป้ายสื่อความหมาย 3) ป้ายเตือนจุดที่อันตราย 4) ป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ 5) ป้ายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	.....	.....	.....	.....	.....
<b>7. ร้านค้าปลีก</b> 1) ความเหมาะสมทางด้านราคา 2) ความสะอาดและมาตรฐานสินค้า 3) จำนวน/ความเพียงพอของร้านค้าปลีก 4) การกระจายตัวของร้านค้าปลีก 5) ความเหมาะสมด้านการบริการ	.....	.....	.....	.....	.....
<b>8. ระบบไฟฟ้า</b> 1) การเข้าถึงของระบบไฟฟ้า 2) ความสว่างบริเวณทางเดินและจุดต่างๆริมน้ำ	.....	.....	.....	.....	.....
<b>9. ระบบน้ำประปา</b> 1) การเข้าถึงของระบบน้ำประปา 2) ความพอเพียงของน้ำประปา 3) จุดบริการของระบบน้ำประปา	.....	.....	.....	.....	.....

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>10.ระบบรักษาความปลอดภัย</b>					
1) ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	.....	.....	.....	.....	.....
2) การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	.....	.....	.....	.....	.....
3) การกระจายตัวของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	.....	.....	.....	.....	.....
4) ระบบเตือนภัย เช่น สัญญาณเสียง , เสียงตามสาย ฯลฯ	.....	.....	.....	.....	.....
<b>11.ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว</b>					
1) ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ฯลฯ	.....	.....	.....	.....	.....
2) ปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	.....	.....	.....	.....	.....
3) ปลอดภัยจากอาชญากรรม	.....	.....	.....	.....	.....
4) ปลอดภัยจากโรคระบาด	.....	.....	.....	.....	.....

ข้อเสนอแนะ .....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อมูลที่ได้จากท่านจักเป็นประโยชน์ยิ่งต่อความสำเร็จของงานวิจัยชิ้นนี้และ  
ขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นางสาววรรณลดา ต่วนภูษา

นักศึกษาปริญญาโท

สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาววรรณลดา ต่วนภูษา
ที่อยู่	71/1 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าชุมพล อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 70120
ที่ทำงาน	บริษัทแอ็ดวานซ์ อินโนเวชั่น เทคโนโลยี จำกัด 11/80 ซอยวิสุทธินิเวศน์ 2 ถนนประชาอุทิศ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 โทรศัพท์ 02-6903889-90
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สำเร็จการศึกษาปริญญาธุรกิจบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ วิทยาเขต บพิตรพิมุข มหาเมฆ
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน	ตำแหน่งธุรการ บริษัทแอ็ดวานซ์ อินโนเวชั่น เทคโนโลยี จำกัด