

บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

- 6.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 6.1.2 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง
- 6.1.3 ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง
- 6.2.4 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

6.2 อภิปรายผล

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวนร้อยละ 56.5 และเป็นเพศชายมีจำนวนร้อยละ 43.55 มีสถานภาพโสดร้อยละ 69.35 และสถานภาพสมรสแล้วจำนวนร้อยละ 27.15 โดยมีช่วงอายุส่วนใหญ่น้อยกว่า 24 ปี รองลงมา 25-34 ปี , 35-44 ปี และมากกว่า 45 ปี ตามลำดับ มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี และอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลง นิสิต/นักศึกษา และกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ข้าราชการ และอื่นๆ เช่นแม่บ้านตามลำดับ รายได้โดยส่วนใหญ่เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท/เดือน และ 10,001 – 15,000 บาท/เดือนมีจำนวนใกล้เคียงกันโดยมีจำนวนเฉลี่ยร้อยละ 25.15

6.1.2 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก รองลงมา มาท่องเที่ยว 4 ครั้งหรือมากกว่า และมาท่องเที่ยว 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมามีจำนวนร้อยละ 70.2 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่งได้รับทราบข่าวการมาท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติมากที่สุด รองลงมาได้รับสื่อวิทยุ/ทีวี นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และอื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ส่วนใหญ่คือมาชมบรรยากาศตลาดน้ำ รองลงมา รับประทานอาหารซื้อของฝากกลับบ้าน นั่งเรือชมธรรมชาติ/หิ่งห้อย ถ่ายรูป และพักผ่อนตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่งนิยมเลือกซื้ออาหาร ผลไม้และเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาเป็นขนมไทย ของที่ระลึก/เครื่องประดับ ของชำร่วย ของตกแต่งบ้านตามลำดับ

6.1.3 ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

ความพึงพอใจตลาดน้ำทั้งสองแห่งด้านอาหารและขนม สินค้าที่จำหน่ายและของที่ระลึก ราคาสินค้าในตลาดน้ำ ความสะอาดของสถานที่ ความสวยงามของสถานที่ ความปลอดภัยในการให้บริการทางน้ำ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย/ธรรมชาติในตลาดน้ำ รับประทานอาหารริมคลอง/แพ ทั้งการให้บริการของพ่อค้าแม่ค้าสองแห่งมีความคิดเห็นในระดับมาก และความพอใจด้านห้องน้ำ/สุขามีพอใจในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจที่แตกต่างกันในตลาดน้ำอัมพวา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่จอดรถ เส้นทางจำหน่ายสินค้าในบริเวณตลาดน้ำ การบริการของมัคคุเทศก์ ป้ายบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว (แผนที่, ประวัติของตลาดน้ำ) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และพอใจกับที่พักโฮมสเตย์ในระดับมาก และพึงพอใจบรรยากาศตลาดน้ำอัมพวามากที่สุด ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพอใจที่พักโฮมสเตย์ในระดับปานกลาง และพึงพอใจในบรรยากาศตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับมาก

6.2.4 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

ความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีความต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวโดยมีจำนวนร้อยละ 87.38 โดยตลาดน้ำอัมพวามีความต้องการกลับมาจำนวนร้อยละ 92.25 และตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวจำนวนร้อยละ 82.5 ทั้งนี้ ความต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกต้องการให้อนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้าน รองลงมาต้องการให้อนุรักษ์การขายสินค้าบนเรือ และการขายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านหรือสินค้าเกษตรแปรรูปท้องถิ่น ส่วนตลาดน้ำอัมพวาต้องการให้อนุรักษ์สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำทั้งสถานที่ และความสะดวกของแม่น้ำลำคลอง รองลงมาต้องการให้อนุรักษ์บรรยากาศดั้งเดิมของตลาดน้ำ และต้องการให้อนุรักษ์ที่นั่งห้อยในเวลาากลางคืน

6.2 อภิปรายผล

6.2.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่เป็นหญิง มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 24 ปี รองลงมา 25-34 ปี 35-44 ปี และมากกว่า 45 ปี ตามลำดับ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท ตลาดน้ำทั้งสองมีสัดส่วนของรายได้ส่วนใหญ่อีกต่อเดือน 5,001-10,000 บาท/เดือนและ 10,001 – 15,000 บาท/เดือนโดยมีจำนวนใกล้เคียงกันสอดคล้องกับลักษณะกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยพวงพิศ บุญระรัตน์ (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงครามพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร บุญปก (2551) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของโยธิน ทองชานา (2550) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการจัดการด้านบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดน้ำวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวอายุเฉลี่ย 15-34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร (2552) ที่ได้ศึกษาความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเขตเมืองหลวงภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 15-24 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ส่วนใหญ่ 5,001-10,000 บาท/เดือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์สุดา คำรงหัด (2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ภายในประเทศของผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วงใกล้เคียงกันคือ ระหว่างช่วงอายุ 15 - 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างบริษัทและร้านค้า รายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า สถานภาพโสด และสอดคล้องกับลักษณะกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยของ ทศน์วรรณ วิบุรุษมานนท์ (2545) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมชมพบว่า ผู้มาเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี โสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 5,000-9,999 บาทต่อเดือน

6.2.2 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำจากญาติ/เพื่อน รองลงมารู้จักจากสื่อทีวี วิทยู จะเห็นว่าการแนะนำผ่านเพื่อนหรือญาติมีผลต่อการเข้าถึงในการแนะนำบอกต่อ นอกจากนี้สื่อทีวี/วิทยูมีบทบาทในปัจจุบันมากและสื่อสารได้รวดเร็ว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวท้องถิ่นในรูปแบบตลาดน้ำ นอกจากนี้ตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวครั้งแรก และเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว โดยจากสถานที่จริงของตลาดน้ำทั้งสองแห่งสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้อย่างสะดวกและคล่องตัว และส่วนใหญ่ผู้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีกิจกรรมท่องเที่ยวคือ ชมบรรยากาศตลาดน้ำ รองลงมาคือ รับประทานอาหาร ซื้องานฝากกลับบ้าน นั่งเรือชมธรรมชาติ/นั่งเรือ จากกิจกรรมของนักท่องเที่ยวจะสอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในลักษณะของตลาดน้ำในลักษณะการชมบรรยากาศของสภาพแวดล้อมในตลาดน้ำ ทั้งนี้ตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีลักษณะที่โดดเด่นจากบรรยากาศโดยรวมทั้งสภาพบ้านเรือนที่เก่าแก่และความเป็นอยู่และวิถีชีวิตชุมชนและมีการค้าขายสินค้าท้องถิ่น และบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง นอกจากนี้ตลาดน้ำทั้งสองแห่งนักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้ออาหาร ผลไม้และเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาเป็นขนมไทย ของที่ระลึก/เครื่องประดับของชำร่วยของตกแต่งบ้านตามลำดับ ซึ่งพื้นที่ตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีการจำหน่ายอาหารและขนมรวมถึงผลไม้ของที่ระลึกและสินค้าต่าง ๆ มากมายหลากหลายชนิดทั้งทางเรือและทางบก โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของประเสริฐ สายเกื้อกุล (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นครั้งแรก โดยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเรื่องตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากเพื่อน และมีกิจกรรมที่ทำขณะอยู่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก 3 อันดับแรก คือ เดินเที่ยวชมบรรยากาศตลาดน้ำ รับประทานอาหาร และนั่งเรือชมบรรยากาศตลาดน้ำและนิยมซื้อ ผัก/ผลไม้ เป็นของฝากของที่ระลึก หรือของซื้อกลับบ้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพวงพิศ

บุญนะรัตน์ (2549) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงครามพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก และมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และสอดคล้องกับงานวิจัยของโยธิน ทองชาวนา (2550) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการจัดการด้านบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดน้ำวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว บุคคลในครอบครัว/ญาติ แนะนำ และสอดคล้องเช่นเดียวกับการวิจัยของ เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร(2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเขตเมืองหลวงภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชันมาโดยรถส่วนตัว รู้จักตลาดน้ำจากคนรู้จัก/เพื่อน ส่วนใหญ่มาเพื่อรับประทานอาหาร ของฝากที่นิยม คือ ขนมไทย ผักและผลไม้ ถัวยไม้ และของตกแต่งบ้าน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของศศินางค์ วรัญจุนเกียรติ (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก โดยมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมักจะทำขณะอยู่บนเกาะเกร็ด 3 อันดับแรก คือ เดินเที่ยว ชื้อของฝากกลับบ้าน และรับประทานอาหาร และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเกาะเกร็ดซ้ำอีก และสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนัวรรณ วิบุรุษมานนท์ (2545) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมมาท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อนเป็นผู้แนะนำมาเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว เสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

6.2.3 ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับอาหารและขนมในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ซึ่งในพื้นที่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีอาหารพื้นบ้านและอาหารจากฝีมือชาวบ้านมาจำหน่ายมากมายหลายประเภท นอกจากนี้สินค้าที่จำหน่ายและของที่ระลึก และความสวยงามของสถานที่ โดยเฉพาะตลาดน้ำอัมพวา มีนักท่องเที่ยวชมของเก่า และมีการแสดงของใช้เก่าแก่และของสะสมอื่น ๆ รวมถึงพื้นที่เป็นชุมชนดั้งเดิม มีภาพเขียนตลาดน้ำในอดีตมาแสดงและจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงของที่ระลึกอื่น ๆ เช่น เสื้อยืดสติ๊กเกอร์ตลาดน้ำอัมพวาในยุคเก่า กรอบรูป ตุ๊กตาไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ตลาดน้ำอัมพวามีบ้านเก่าแก่เป็นรูปแบบเฉพาะที่หาชมได้ยากและมีการอนุรักษ์บ้านเก่าแก่ให้คงไว้ในสภาพเดิม ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่าของที่จำหน่ายโดยเฉพาะของที่ระลึกมีการนำมาจากท้องถิ่นบางส่วนและรวบรวมจากพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้เลือกซื้อ ด้านความสะอาดพอใจในระดับมาก ทั้งนี้ตลาดน้ำอัมพวามีเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยดูแลรักษาความสะอาดและชุมชนในท้องถิ่นช่วยกันดูแล ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกเนื่องจาก

เป็นพื้นที่เอกชนส่วนหนึ่งจากเทศบาลและชุมชนช่วยกันดูแล และการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ทั้งความปลอดภัยในการให้บริการทางน้ำ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย/ชมธรรมชาติในตลาดน้ำ ราคาสินค้าในตลาดน้ำรับประทานอาหารริมคลอง/แพ การให้บริการของพ่อค้าแม่ค้าทั้งสองแห่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อสังเกตบางประการด้านราคาในการจำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความคิดเห็นในระดับมากแต่มีระดับค่าเฉลี่ยน้ำหนัก 3.43 ใกล้เคียงกับระดับปานกลาง ทั้งนี้สินค้าส่วนใหญ่ในตลาดน้ำดำเนินสะดวกขนส่งจากภูมิภาคต่าง ๆ จึงอาจมีค่าขนส่ง และอาจมุ่งจำหน่ายไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีกรุ๊ปทัวร์มาลงในพื้นที่ นอกจากนี้ด้านการอำนวยความสะดวกในการให้บริการตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนหนึ่งจะมีการจัดการของชุมชนในการให้บริการ โดยตลาดน้ำอัมพวา มีเทศบาลท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือ ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีเอกชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่เข้ามาช่วยจัดการอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่ของตน โดยเฉพาะบริการด้านที่จอดรถ เส้นทางจำหน่ายสินค้า การบริการของมัคคุเทศก์ ป้ายบริการข้อมูลนักท่องเที่ยวมีความพอใจในระดับมาก ทั้งนี้ในระยะ 1-2 ปีได้มีการปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ในสภาพจริงได้ดียิ่งขึ้น ส่วนตลาดน้ำอัมพวาพอใจในระดับปานกลางซึ่งจะเห็นว่าพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นของชุมชนทั่วไป จึงอาจให้บริการที่ไม่ดีพอและไม่ทั่วถึง ส่วนความพึงพอใจกับบรรยากาศตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับมาก และบรรยากาศตลาดน้ำอัมพวาในระดับมากที่สุด จะเห็นว่าลักษณะโดยรวมของตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีความเป็นวิถีชาวบ้าน และมีสภาพแวดล้อมบ้านเรือนเก่าแก่ในชุมชนและชาวบ้านท้องถิ่นที่ยังหาชมได้

ด้านการบริการห้องน้ำของตลาดน้ำทั้งสองแห่งพอใจในระดับปานกลาง

โดยพบว่าหากนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงวันเสาร์-อาทิตย์อาจให้บริการไม่ดีพอ และไม่ได้รับความสะดวกในการให้บริการเท่าที่ควร นอกจากนี้การบริการโสมสเดย์ในตลาดน้ำดำเนินมีความพอใจในระดับปานกลาง โดยส่วนหนึ่งนักท่องเที่ยวอาจเปรียบเทียบกับจำนวนที่พักในตลาดน้ำอัมพวาที่มีจำนวนมากและอยู่ใกล้เคียงกัน โดยตลาดน้ำอัมพวาที่พักแบบโสมสเดย์จำนวนมากให้เลือกได้หลากหลายราคาและขนาดห้อง ทั้งนี้ที่พักโสมสเดย์ในตลาดน้ำอัมพวาพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลโฆษณาที่มีจำนวนมากในการเลือกพักโสมสเดย์ นอกจากนี้พื้นที่ตลาดน้ำอัมพวานักท่องเที่ยวนิยมมาพักเพื่ออยู่ชมหิ่งห้อยเวลากลางคืน ทำให้ชาวบ้านมีการปรับบ้านของตนเองในรูปโสมสเดย์ และพัฒนาพื้นที่สร้างที่พักนักท่องเที่ยวมากขึ้นและมีจัดบริการอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น จัดเตรียมอาหารให้นักท่องเที่ยวใส่บาตรพระทางน้ำ และจัดอาหารบริการแก่นักท่องเที่ยวตอนเช้า จัดกิจกรรมอื่น ๆ ตามเหมาะสม ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกแหล่งที่พักมีจำนวนน้อยกว่า และไกลจากบริเวณตลาดน้ำ

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจถึงอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

โดยรวมของตลาดน้ำทั้งสองได้แก่ ที่จอดรถ ที่พักโฮมสเตย์ เส้นทางจำหน่ายสินค้าในบริเวณตลาดน้ำ การบริการของมัคคุเทศก์ ป้ายบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว (แผนที่,ประวัติของตลาดน้ำ) ห้องน้ำ นั่งเรือชมหิ่งห้อย/ธรรมชาติ ที่รับประทานอาหารริมคลอง มีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้จะเห็นว่าที่ผ่านมตลาดน้ำทั้งสองแห่งได้มีความพยายามในการพัฒนาการบริการต่าง ๆ ให้ดีขึ้นไปตามลำดับ โดยเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชนที่เข้าร่วมกัน

จากผลวิจัยด้านความพึงพอใจของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ผลที่ได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร บุญปก (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่ามีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกันคือ ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และสอดคล้องกับพัชรา ภาภลือชัย (2546) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและด้านบริการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสภาพวิถีชีวิตความเป็นชุมชนในตลาดน้ำ ขัดแย้งกับกับพงพิศ บุญระรัตน์ (2549) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝากมีน้อยกว่าการรับรู้จริง และสรุปว่าผู้ตอบไม่พึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่จอดรถ และข้อเสนอแนะจากงานวิจัยของวันเพ็ญ แต่งตั้ง (2546) ศึกษาเรื่องระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีข้อเสนอแนะปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ได้แก่ ห้องน้ำ ถึงขยะ มลภาวะทางอากาศ ทางเดินเพื่อชมบรรยากาศริมน้ำ ปรับปรุงความสะอาดของลำคลอง และความสะอาดของอาหารที่จำหน่าย ควบคุมผู้ประกอบการไม่ให้เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและแสดงอัตราค่าบริการอย่างเปิดเผยให้นักท่องเที่ยวทราบ ตลอดจนส่งเสริมชุมชนให้ผลิตสินค้าหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนมากกว่านี้ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในงานวิจัยของอภิญา พัดพาดิ (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้เสนอแนะถึงผู้ที่มีอำนาจในการบริหารจัดการตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรมีความเด็ดขาดหรือชัดเจนในการสั่งการและใช้มาตรการบังคับที่ตั้งขึ้นมาให้มากกว่าปัจจุบัน และควรมีการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพิ่มขึ้น แก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ อาทิ เพิ่มถังขยะ เพิ่มห้องน้ำสาธารณะ โดยควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เพิ่มโต๊ะ-เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหารและพักผ่อน และเพิ่มที่จอดรถให้

เพียงพอ นอกจากนี้จากการศึกษางานวิจัยของเสาวณิต ตั้งตระกูล (2533) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ปริมาณถึงขยะ การตั้งร้านอาหารบนชายหาด จำนวนแผ่นป้ายสื่อความหมาย การเลือกที่ตั้งแผ่นป้ายและการปลูกสร้างเพิ่มขึ้น

6.2.4 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

ความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีความต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวอีก โดยมีความต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งสองแห่งคือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 3 ลำดับแรกคือ อนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้าน รองลงมาต้องการให้อนุรักษ์การขายสินค้าบนเรือ และการขายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านหรือสินค้าเกษตรแปรรูปท้องถิ่น ส่วนตลาดน้ำอัมพวามีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวมีจำนวนร้อยละ 92.25 โดยมีความต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 3 ลำดับแรกคือ ให้อนุรักษ์สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำทั้งสถานที่และความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง รองลงมาคือ ต้องการให้อนุรักษ์บรรยากาศดั้งเดิมของตลาดน้ำ และการชมทิวทัศน์ในเวลากลางคืน ทั้งนี้เป็นลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวรูปแบบตลาดน้ำที่แสดงถึงวิถีความเป็นอยู่ของผู้คนริมน้ำ และวัฒนธรรมการเป็นอยู่ของชุมชน โดยตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีความสอดคล้องกับพัชรา ลากคือชัย (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสภาพวิถีชีวิตความเป็นชุมชนในตลาดน้ำและการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา นงนุช (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการดูวิถีชีวิตและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ อุษพงษ์อมร (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพฤติกรรมมารมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำเขตนครหลวงภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน ความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การจำหน่ายสินค้าอาหารบนเรือ ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดของ ครรชณี เอมพันธ์ และสุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2539) ที่ได้กล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องมีเรื่องของการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพร บุญปก (2551) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

พบว่าสิ่งดึงดูดที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวคือบรรยากาศ และกิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือชมวิถีชีวิตของชาวบ้านบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจของงานวิจัย ศูนย์วิจัยกสิกร (2550) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศ สรุปแนวโน้มของตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศดังกล่าวเป็นแนวทางในการเพิ่มพูนรายได้ด้านการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทำบุญไหว้พระที่กระแสน้ำกำลังมาแรงในปัจจุบัน และมีกิจกรรมงานบุญประเพณีที่แตกต่างไปในแต่ละท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยว

6.2.5 ความคิดเห็นของชุมชนในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตลาดน้ำอัมพวา – ชุมชนส่วนใหญ่เห็นว่าการกลับมาของนักท่องเที่ยว จาก

ความเป็นสถานที่ที่สวยงาม และมีศิลปะต่าง ๆ ในชุมชนที่แสดงให้เห็น เช่น บ้านครูเอื้อ และแกดอรัภาพตลาดน้ำในอดีต และชุมชนอดีตในตลาดน้ำรวมถึงบ้านเรือนเก่าแก่ที่คงสภาพเดิม ๆ ไว้ ทั้งนี้คนในตลาดน้ำต้องแสดงความมีน้ำใจ ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตรไมตรี และการขายสินค้าต่าง ๆ ที่ดี และมีราคาไม่แพง โดยเฉพาะขนมและอาหาร ต้องสะอาดถูกหลักอนามัยมีรสชาติดี และเป็นขนมไทยโบราณที่หาทานได้ยาก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยานิพนธ์กาญจนาภิญโญ (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่องขนมไทยและวัฒนธรรมการบริโภคกรณีศึกษาตลาดดอนหวาย โดยขนมต้องมีความเก่าแก่และความโบราณหรือความเป็นท้องถิ่นเพราะขนมที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องการที่จะบริโภคเมื่อมาเที่ยวที่นี่จะต้องสามารถบอกได้ว่าเป็นขนมดั้งเดิม เพื่อให้รู้สึกว่ามีมาจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ลักษณะการบริโภคขนมยังคงมีความสำคัญในวัฒนธรรมการกินของคน และยังคงมีอยู่คู่กับวิถีชีวิตมนุษย์ เพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบการบริโภคตามสภาพสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ชุมชนตลาดน้ำอัมพวายังเห็นว่าการใช้เรือเป็นพาหนะซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำและชุมชนอัมพวา การเที่ยวชมทิวทัศน์ การรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และการอนุรักษ์ความเป็นรูปแบบตลาดน้ำเดิม ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีก และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของโยธิน ทองชวานา (2550) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการจัดการด้านบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดน้ำวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า การรับรู้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติควรกระตุ้นให้ชุมชนร่วมมือร่วมใจดูแลรักษาให้คงสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง เช่น สภาพริมน้ำ คุณภาพของน้ำในแม่น้ำนครชัยศรี ทรัพยากรที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม สภาพวิถีชีวิตพื้นบ้านของชุมชนพื้นที่ใกล้เคียง บ้านเรือนมีเอกลักษณ์เฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ และจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมากยิ่งขึ้น รวมถึงสนับสนุนด้านงบประมาณจัดทำป้ายแนะนำเส้นทาง การประชาสัมพันธ์แหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญต่าง ๆ และงานวิจัยของนริศรา นงนุช (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบ การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ได้ เสนอแนะไว้อย่างน่าสนใจถึง ความสำคัญของคนในชุมชนที่เห็นความสำคัญของการจัดการ ท่องเที่ยว โดยมีการสร้างความเข้าใจและการปฏิบัติร่วมกันในข้อกำหนดกฎเกณฑ์ที่ได้วางไว้ เกิด จิตสำนึกของการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนตนเอง มีการพัฒนาและการ อนุรักษ์ควบคู่กันไป โดยให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย การท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วน ร่วม ด้วยรูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วม ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการ จัดการท่องเที่ยวตั้งแต่ระยะแรก เพื่อการเปลี่ยนแปลงชุมชนที่ใช้อยู่อาศัยมาเป็นชุมชนที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว จนกระทั่งถึงการกำหนดแผนการจัดการในเรื่องต่าง ๆ การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล การ ดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชน ในเรื่องการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชน นอกจากนี้จากการศึกษาของงานวิจัยของ จริยาวัฒน์ โทหะพูนตระกูล (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดย ชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยที่ ส่งเสริมให้การพัฒนาประสบความสำเร็จมีปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยว รูปแบบต่างๆ ของภาครัฐ ที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นนั้น ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวในระดับ ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และปัจจัยภายในของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการพัฒนา คือ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมีเอกลักษณ์ทางท้องถิ่น เพราะเป็นพื้นที่สวน เกษตรดั้งเดิมแบบยกทอร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี พ.ศ 2520 และการมีผู้นำที่ เข้มแข็งมีความมุ่งมั่นในการพัฒนา และเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการคือดำรงตำแหน่งนายกองค์การ บริหารส่วนตำบล(อบต.)นั้น สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่าง ต่อเนื่อง รวมถึงสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้าน ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภคต่างๆ การรื้อฟื้นวัฒนธรรม ประเพณี และผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นผู้มีอาชีพค้าขาย มีน้ำใจ พุดคุยตอบคำถามนักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจ จนเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่าผู้ จำหน่ายสินค้านอกจากขายสินค้าแล้วยังเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก - คนในชุมชนให้ความคิดเห็นส่วนใหญ่ว่า ชุมชนมี

อาชีพค้าขาย ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง และมีการต้อนรับที่ดี พ่อค้าแม่ค้าขายใช้วาจาดี โดยสินค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายมีมาตรฐาน และไม่ขายของเกินราคา ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และการให้บริการต่าง ๆ เช่น การบริการเรือ ด้วยราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับนวล สารสอน (2533) ศึกษาเรื่อง

ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจ ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่าชุมชนที่ยังเน้นความรู้จักคุ้นเคยกันทำให้การดำรงอยู่ของคนในชุมชนเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งคนจากสังคมเมืองหรือท้องถิ่นอื่นๆ อาจเห็นว่าเป็นวิถีชีวิตที่สวยงาม จนกลายเป็นสิ่งดึงดูดให้คนต่างถิ่นเข้าไปดูในรูปของนักท่องเที่ยว จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการทำธุรกิจสินค้าของที่ระลึกซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกฎ ตราชู (2545) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวศึกษากรณีตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในด้านมารยาทการขาย รองลงมาในด้านการพัฒนาบุคลากร และในด้านความสะอาด นอกจากนี้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังมีธรรมชาติที่สวยงามมีความเป็นไทยพื้นบ้าน โดยยังมีขนมไทยพื้นบ้าน และมีการสาธิตการทำขนมพื้นบ้าน และอาหารอร่อยราคาถูกมีที่จอดรถและบริการห้องน้ำฟรี ความสะอาดในตลาดน้ำ วิถีชีวิตชาวบ้านแบบเดิม ๆ ของคนในท้องถิ่น การนั่งเรือไปชมตลาด การชมสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ในตลาดน้ำ เช่น วัดเก่าแก่โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางเรือเพื่อไปไหว้พระ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงใกล้เคียงกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก เช่นสวนงู ลานช้าง บ้านช้าง โรงงานตุ๊กตา โรงงานหุ่นขี้ผึ้ง

อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอแนะในงานวิจัยด้านการอนุรักษ์ชุมชนน้ำของ กรกฎ ตราชู (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวศึกษากรณีตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยผู้วิจัยเสนอแนะว่าการอนุรักษ์ชุมชนน้ำควรส่งเสริมการรักษาสมดุลระบบนิเวศน์และเพื่อให้สอดคล้องกับการสร้างเศรษฐกิจที่ดี และการส่งเสริมกิจกรรมในแม่น้ำ น้ำดี การใช้ที่ดินของแหล่งชุมชนริมน้ำ โดยกำหนดให้มีการจัดทำผังเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน เพื่อกำหนดขอบเขตการขยายตัวของชุมชนให้เป็นระเบียบและชัดเจน รวมทั้งจัดระบบสาธารณูปโภคให้แก่แหล่งชุมชน พร้อมทั้งกำหนดให้มีการปรับปรุงการศึกษาจึงเสนอแนวทางการจัดการชุมชน โดยดำเนินการเป็นโครงการแก้ไขปัญหาการขับถ่ายสิ่งปฏิกูลและโครงการแก้ไขปัญหาการทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่แม่น้ำโดยตรง

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 จากผลวิจัยลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน มีลักษณะเป็นคนรุ่นใหม่เน้นท่องเที่ยวท้องถิ่นตามกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรายได้ระดับปานกลางขึ้นไปเน้นความคล่องตัวในการเดินทาง โดยมาเป็นครั้งแรกร้อยละ 56.0 และอีกจำนวนร้อยละ 44 กลับมาท่องเที่ยว ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป และการกลับมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นชมกับลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีลักษณะความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตลาดน้ำในอดีต ดังนั้นจึงควรคงความเป็นรูปแบบตลาดน้ำดั้งเดิมที่มีลักษณะเฉพาะและการรักษาทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่น โดยร่วมกันอนุรักษ์ให้คงสภาพลักษณะเดิมของตลาดน้ำ ทั้งนี้จะเป็นเสน่ห์ของตลาดน้ำและเชิญชวนการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งของนักท่องเที่ยว

6.3.2 การได้รับข่าวสารการมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากเพื่อนหรือญาติ ซึ่งคนที่เคยมาท่องเที่ยวจะประชาสัมพันธ์ต่อ ๆ ไปจากความประทับใจที่ได้รับ ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องในตลาดน้ำควรมีความพร้อมในการจัดการและอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการประทับใจและบอกต่อ นอกจากนี้ชุมชน พ่อค้าแม่ค้าควรแสดงความมีไมตรีจิตและการต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมือนแขกผู้มาเยี่ยมเยือนตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ทั้งนี้สินค้าอาหารที่นำมาบริการควรสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดยควรเน้นความสดใหม่รสชาติดีและราคาย่อมเยา รวมถึงค่าบริการอื่น ๆ ที่เหมาะสมอย่างเป็นธรรมชาติ

6.3.3 การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสภาพลักษณะเด่นของตลาดน้ำที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งจะแสดงถึงบรรยากาศตลาดน้ำโดยรวม เป็นสิ่งสำคัญในความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก นอกจากนี้การดูแลความสะอาดบริเวณตลาดน้ำ และบ้านเรือนไทยที่เก่าแก่ การซื้อขายสินค้าทางเรือในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง รวมถึงศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นประจำถิ่น การแต่งกายพื้นบ้านของคนในชุมชน คงเป็นสิ่งที่ชุมชนและหน่วยราชการควรให้การอนุรักษ์และสนับสนุนเพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม และสืบทอดต่อไปยังรุ่นหลัง ทั้งนี้จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและการสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งจะเป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองได้ดีต่อไปในอนาคต

6.3.4 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ควรมีการปรับปรุงเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ปัจจุบันตลาดน้ำอัมพวา มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากเส้นทางจำหน่ายสินค้าทางบกมีการขยายพื้นที่แนวยาวตลอดสองฝั่งคลองเพิ่มขึ้น และจำนวนคนที่หนาแน่นในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ตลอดเส้นทางเข้าสู่ตลาดน้ำ จึงควรรองรับและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การบริการห้องน้ำ จำนวนห้องน้ำซึ่งมีไม่เพียงพอ จำนวนถังขยะ จำนวนที่นั่งรับประทานอาหารริมคลอง เป็นต้น ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกควรปรับปรุงการให้บริการห้องน้ำ และการใช้เรือเครื่อง

ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางเสียง และเขม่าร่วมถึงการสัญจรที่แออัดทางน้ำ โดยชุมชนเสนอให้หันมาใช้เรือพายและให้หน่วยราชการได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือในเรื่องนี้

6.3.5 ข้อเสนอแนะด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง เนื่องจากพื้นที่ตลาดโดยส่วนใหญ่มีการซื้อขายและบริโภค จึงเป็นเรื่องปกติของขยะในพื้นที่ โดยหากขาดการดูแลอย่างต่อเนื่องอาจมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะแหล่งน้ำหรือขยะในแม่น้ำลำคลองบริเวณตลาดน้ำ ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะงานวิจัยของศักดิ์ศรี แก้วเอี่ยม (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องความรู้และการปฏิบัติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีในการจัดการขยะมูลฝอย ควรจะมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ การประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดตั้งกลุ่มดูแลความสะอาด การจัดหาถังขยะเพิ่ม และควรเข้มงวดในเรื่องการรักษาความสะอาด รวมไปถึงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ควรมีการจัดสภาพแวดล้อมชุมชนในห้วงดงม สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย

6.3.6 การท่องเที่ยวตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวิถีชีวิตชุมชนในบริเวณตลาดน้ำ ดังนั้นอาจจัดกิจกรรมโครงการท่องเที่ยวตามเส้นทางย้อนรอยวิถีชีวิตชุมชนตลาดน้ำ ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจและสามารถพานักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมวิถีชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่น โดยเน้นพื้นฐานอาชีพของชาวบ้านในพื้นที่นั้น ๆ ทั้งนี้อาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอื่น ๆ ด้วย เช่น เก็บผลผลิตและซื้อสินค้าจากสวนโดยตรง ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้แก่ชาวบ้านในพื้นที่อีกทางหนึ่ง และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าพอใจ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงชุมชนท้องถิ่น รวมถึงงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในตลาดน้ำหรือบริเวณใกล้เคียง

6.3.7 เนื่องจากการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาเพื่อซื้ออาหารคาวหวานขึ้นชื่อจากชาวบ้านในชุมชนผ่านทางเรือ โดยหากนักท่องเที่ยวได้ลิ้มรสอาหารที่ดีและสัมผัสบรรยากาศซื้อขายแบบไทยๆในอดีต จะมีส่วนสำคัญยิ่งในการกลับมาท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่ดีต่อไป นอกจากนี้สินค้าในบริเวณตลาดน้ำยังสามารถสะท้อนความเป็นชุมชนในพื้นที่จึงอาจจัดให้มีสถานที่แสดง/จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยคัดเลือกสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเป็นสินค้าท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนและมีความเป็นอยู่แบบไทยของคนในชุมชนซึ่งจะสอดคล้องกับบรรยากาศการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

6.3.8 ความต้องการในการกลับมาของนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นของชุมชน ในการกลับมาท่องเที่ยวพบว่ามีมากกว่าร้อยละ 70 ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตของชาวบ้านแบบดั้งเดิมทั้งความเป็นอยู่ การใช้เรือพาย การอนุรักษ์บ้านเรือนไทย ประเพณีต่าง ๆ ที่มีประจําถิ่น ทั้งนี้ชุมชนควรสร้างความภูมิใจและความสามัคคีให้กับคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ควรมีการอนุรักษ์ผ่านไปยังนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งคือ การส่งเสริมความรู้ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่าและสัมผัสเสน่ห์การท่องเที่ยวตามลักษณะของตลาดน้ำดั้งเดิม

6.3.9 ความต้องการกลับมาของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังคงต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐต่อไป โดยเฉพาะหน่วยงานราชการท้องถิ่น ทั้งนี้การส่งเสริมในแง่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมถึงประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนตลาดน้ำ และสินค้าที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

6.3.10 ครึ่งหน้าควรทำการศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยว และศึกษาถิ่นที่มาจากนักท่องเที่ยว รวมถึงระยะเวลาการมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อจะเข้าใจพฤติกรรมในเชิงลึกของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

6.3.11 ควรทำการศึกษาเชิงลึกในด้านผู้ประกอบการ พ่อค้า/แม่ค้า และพื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำ เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ และในความรู้ลึกของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชุมชนและวิถีชีวิตของคนในชุมชนด้วยเช่นกัน รวมถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวในตัวสินค้า โดยเฉพาะสินค้าดั้งเดิมที่ยังคงเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

6.3.12 ควรศึกษาความต้องการท่องเที่ยวของตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ ในพื้นที่ภาคกลาง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลางให้ดีขึ้นต่อไป