

**ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย**  
**(Thai Tourists' Intention to Revisit Traditional Floating Markets for Conservative Purpose in Central Region of Thailand )**  
**การประมุขวิชาการระดับชาติ “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์”**

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

235 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10163 โทรศัพท์:0-2867-8088, 0-2868-6000 E-mail : benchawan\_u@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นโดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตริมคลองมีการขยายตัวมากขึ้น แต่จะอย่างไรให้เป็นที่ต้องการของการมาท่องเที่ยวและดำรงไว้ซึ่งการอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดน้ำดั้งเดิม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการมาท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลาง โดยเฉพาะจศึกษาตลาดน้ำภาคกลางที่มีชื่อเสียงสองแห่งคือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี และตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 800 คน และใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ชาวบ้าน ข้าราชการระดับท้องถิ่น ผู้ประกอบการ พ่อค้าแม่ค้า

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาครั้งแรกเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวและรู้จักตลาดน้ำจากเพื่อน ด้วยเหตุผลในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำที่สำคัญของทั้งสองแห่งคือ มาเพื่อเที่ยวชมบรรยากาศตลาดน้ำ ด้านความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง พบว่า พอใจกับสินค้าที่จำหน่ายและของที่ระลึก อาหารและขนม ราคาสินค้าในตลาดน้ำ การให้บริการของพ่อค้าแม่ค้าในพื้นที่ ความสวยงามของสถานที่ การรับประทานอาหารริมคลอง การนั่งเรือชมธรรมชาติ ความปลอดภัยทางน้ำ ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมมีความพอใจในระดับมาก และบรรยากาศตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความพอใจระดับมากและตลาดน้ำอัมพวาพอใจมากที่สุด ส่วนความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองแห่งพบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวมีจำนวนร้อยละ 82.5 โดยมีความต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 3 ลำดับแรกคือ อนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้าน รองลงมาต้องการให้อนุรักษ์การขายสินค้าบนเรือ และการขายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านหรือสินค้าเกษตรแปรรูปท้องถิ่น ส่วนตลาดน้ำอัมพวามีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวมีจำนวนร้อยละ 92.25 โดยมีความต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 3 ลำดับแรกคือ ให้อนุรักษ์สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำทั้งสถานที่และความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง รองลงมาคือต้องการให้อนุรักษ์บรรยากาศดั้งเดิมของตลาดน้ำ และการชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืน และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกชุมชนในการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา พบว่ากลับมาเพื่อชมบ้านเรือนเก่าแก่และมีสถานที่ที่สวยงาม ความเป็นวิถีชาวบ้าน การขายสินค้าในเรือ และอาหารขนมไทยหาทานยาก และความมีน้ำใจของชาวบ้าน ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกเห็นว่าเพราะความเป็นกันเอง การใช้ภาษาถิ่นและวาจาที่ดี ทิวทัศน์ธรรมชาติและความเป็นอยู่แบบชาวบ้าน ตลอดจนบ้านเรือนไทยและขนมพื้นบ้าน

คำสำคัญ : ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ,ตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลาง

### ABSTRACT

Economic development in rustic community by developing tourist attraction of ways of living by the canal is being expanded. However, how to promote this kind of tourist attraction and maintain traditional floating market is needed to be explored. This study aims to look at tourists' behavior, satisfaction, and intention to revisit traditional floating markets in central region of Thailand. A study focused on two well-known floating markets, Damnoen Saduak Floating Market in Ratchaburi and Amphawa Floating Market in Samut Songkhram. A study included a representative random sample of 800 individuals. A survey method and depth interview were used to collect the data from local people, local government officers, local business owners and market vendors.

The result shows that the tourists' behavior, this study found that most tourists visit the floating markets for the first time. They travel by personal cars and know the markets from friends. Reasons for visiting are experiencing atmosphere of the floating markets

Respondents at both floating markets reported high level of satisfaction with product and souvenir, food and Thai dessert, price of product, service of vendors, environment, dining along canal, river boat tour, water safety, cleanliness, and all facilities in the area. For atmosphere of the places, respondents at Damnoen Saduak Floating Market reported high level of satisfaction while the others at Amphawa Floating Market reported highest level of satisfaction.

According to the survey, respondents at Damnoen Saduak Floating Market want to revisit the place 82.5%. Revisiting are reported on conservative purposes that categorized into top three ranking as Thai traditional life, goods selling boat, and handicraft or local agricultural food process selling. While respondents at Amphawa Floating Market want to revisit the place 92.25%. Revisiting is also reported on conservative purposes as well. They are categorized into top three ranking as atmosphere of traditional floating market, cleanliness of river and canal, and seeing of fireflies at night.

On depth interview with local community for the reasons that Thai tourists revisit Amphawa Floating Market, the reasons are Thai old style houses, Thai traditional life, beautiful places, goods selling boat, authentic Thai food and dessert, generosity of local

people. While the reasons that Thai tourists revisit Damnoen Saduak Floating Market are friendliness, local language, friendly words and manners, view and nature of floating market, suburban life style, Thai old style houses and local Thai dessert.

Keywords: Intention to Revisit the Eco-tourism , Traditional Floating Markets in Central Region of Thailand

## 1. บทนำ

ตั้งแต่อดีตชุมชนภาคกลางส่วนใหญ่อาศัยอยู่ริมน้ำ ใช้น้ำเพื่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ บ้านเรือนที่ตั้งริมสองฝั่งแม่น้ำและการสัญจรไปมากลายเป็นจุดพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนผลผลิตที่เหลือเก็บในครัวเรือน โดยขยายวงกว้างมากขึ้นกลายเป็นศูนย์กลางในรูปแบบตลาดน้ำเพื่อกระจายสินค้าและสร้างเศรษฐกิจชุมชน แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปชุมชนเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง (สฤณี ณัฐพรวัดน์, 2542) มีถนนหนทางตัดเข้าไปสู่ชุมชนและการเดินทางเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบรถยนต์มากขึ้น เพื่อให้ผู้คนได้รับความสะดวกและการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของรัฐบาลในการตัดถนนเข้าหาชุมชนและเส้นทางลัด ตลาดน้ำและชุมชนริมน้ำเริ่ม โยกย้ายขึ้นฝั่ง บางแห่งผสมผสานกับร้านค้าบนฝั่งที่เพิ่มมากขึ้น บางแห่งรวมตัวกับตลาดบนฝั่งกลายเป็นตลาดบนบกแทน จุดเปลี่ยนในช่วงเวลานี้เองทำให้ตลาดน้ำบางแห่งปิดฉากประวัติศาสตร์ความเป็นตลาดน้ำลง ในขณะที่บางแห่งมีการปรับรูปแบบตลาดเพื่อให้ง่ายขึ้นท่ามกลางกระแสสังคมที่ผันแปรไป อีกทั้งเมื่อเทียบการขยายตัวของตลาดน้ำในอดีตกับปัจจุบัน ได้ลดจำนวนลงและบางแห่งเลือนหายไป ด้วยเวลาและการเปลี่ยนแปลงของสังคม ปัจจุบันภาครัฐให้ความสนใจพัฒนาให้ท้องที่หลายแห่งกลับมามีสภาพตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550-2554) (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550) มีวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลก โดยสามารถสร้างความมั่นใจ อำนวยความสะดวก และให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีมาแต่ดั้งเดิมได้ดำรงอยู่ต่อไป และสืบเนื่องจากพื้นที่บริเวณตลาดน้ำในอดีตเคยเป็นแหล่งกระจายสินค้าเกษตรและการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ทั้งสินค้าประมงและอาหารดั้งเดิมในท้องถิ่น ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงทัศนียภาพความเป็นอยู่ริมสองฝั่งคลองที่ยังคงสภาพสวยงาม โดยจากการศึกษาตลาดน้ำปัจจุบันเติบโตอย่างเต็มที่ในพื้นที่ภาคกลาง และได้รับความนิยมมาตั้งแต่อดีต หลายแห่งในปัจจุบันเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนไทยในประเทศและคนต่างชาติ นอกจากนี้ตลาดน้ำภาคกลางหลายแห่งที่ได้เคยเกิดขึ้นมานานหลังจากที่ได้หายไปในช่วงเวลาหนึ่ง โดยบางแห่งได้รับการฟื้นฟูใหม่จนเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดราชบุรี และได้รับการยอมรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงเช่นเดียวกัน โดยตลาดน้ำอัมพวาได้รับรางวัลต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวและยังคงอนุรักษ์รูปแบบการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนไว้ค่อนข้างสมบูรณ์ จนได้รับรางวัลชุมชนอนุรักษ์ดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2545 การศึกษาตลาดน้ำทั้งสองแห่งจึงเป็นกรณีตัวอย่าง ตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลางเพื่อเป็นแนวทางต่อการพัฒนาตลาดน้ำใหม่ให้มีรูปแบบเป็นที่ต้องการในการกลับมาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ติดใจ

### 1.1 คำสำคัญ

ความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ หมายถึง ความประสงค์หรือความต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในรูปแบบเชิงอนุรักษ์ตามลักษณะตลาดน้ำอีกครั้งในคราวหน้า

ตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลาง หมายถึง ตลาดน้ำที่เคยเกิดขึ้นมา และปัจจุบันได้รับความนิยมอีกครั้ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลาง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา และความคิดเห็นของชุมชนในการกลับมาของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลาง

## 3. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิยาม แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ ประวัติตลาดน้ำดำเนินสะดวก ประวัติตลาดน้ำอัมพวา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการมีส่วนร่วมชุมชน ตลอดจนแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค มาตรการและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ งานวิจัยตลาดน้ำและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะที่คล้ายกับวิถีชีวิตและชุมชนตลาดน้ำ

## 4. วิธีการดำเนินงาน

### 4.1 การสำรวจ

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลางโดยเลือกเจาะจงศึกษาตลาดน้ำที่ได้รับความนิยมภาคกลางในปัจจุบัน สองแห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำอัมพวา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือผู้มาท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา

### 4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ที่ 5%

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2} \text{ หรือ } (0.5)(1-0.5)(1.96)^2 / (0.05)^2$$

จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละแห่งจำนวน 384 ราย โดยผู้วิจัยกำหนดเป็นจำนวนแห่งละ 400 ราย หรือสองแห่งเป็นจำนวน 800 ราย

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในพื้นที่บริเวณตลาดน้ำทั้งสองแห่งอย่างทั่วถึง

### 4.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะคำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเป็นคำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ เป็นออกเป็น 5 ระดับ (Rating Scale) แบบสอบถามจะเป็นข้อความที่ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น โดยให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ มีการแบ่งอันดับจากขั้นของความคะแนน โดยใช้สูตรการหาอันดับจากขั้นดังนี้

ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย แปลผล  
1.00 - 1.80 หมายถึงความพึงพอใจน้อยที่สุด

- 1.81 - 2.60 หมายความว่า ฟุ้งพองน้อย  
 2.61 - 3.40 หมายความว่า ฟุ้งพองปานกลาง  
 3.41 - 4.20 หมายความว่า ฟุ้งพองมาก  
 4.21 - 5.00 หมายความว่า ฟุ้งพองมากที่สุด  
 ส่วนที่ 4 เป็นคำถามความคิดเห็นตอบโดยอิสระ (Open Question)

#### 4.1.4 ทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) จากเนื้อหา และการสำรวจสถานที่จริง

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบที่แก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา จำนวน 30 ชุด ในตลาดน้ำดำเนินสะดวกและวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) เท่ากับ 0.947

#### 4.1.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ข้อมูลความฟุ้งพอง ใช้สถิติ ค่ามัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 4.1.6 การรวบรวมข้อมูล

ตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม เก็บบริเวณจุดตลาดน้ำตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ ตลอดเส้นทางจำหน่ายสินค้า และริมเขื่อนแม่น้ำแม่กลองหรือจุดท่องเที่ยวชมวิริมคลอง จุดพักผ่อนสถานที่สำรวจ ในช่วงวันอาทิตย์เวลา 16.00-20.00 น. และตลาดน้ำดำเนินสะดวก เก็บบริเวณจุดตลาดน้ำ ทางเข้า-ออก จุดขายของด้านในบริเวณริมฝั่งคลองตลอดแนว และร้านจำหน่ายอาหาร ช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 8.30 - 14.30 น. การรวบรวมตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ใช้ระยะเวลา ช่วงเดือน กรกฎาคม - กันยายน พ.ศ 2550

#### 4.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview)

สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในบริเวณตลาดน้ำ ได้แก่ ชาวบ้านในพื้นที่ พ่อค้าแม่ค้า เจ้าหน้าที่ราชการส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการเรือ แห่งละ 13 ท่าน รวมการสัมภาษณ์ที่ตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำดำเนินสะดวกทั้งหมดที่ได้ทำการสัมภาษณ์ จำนวน 26 ท่าน โดยได้สัมภาษณ์ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม พ.ศ 2552

### 5. ผลการศึกษา

#### 5.1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

พบว่า ตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก มีจำนวนร้อยละ 56.0 รองลงมาท่องเที่ยว 4 ครั้งหรือมากกว่า และมาท่องเที่ยว 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง ตามลำดับ

โดยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมา มีจำนวนร้อยละ 70.2 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่งได้รับทราบข่าวการมาท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 46.72 รองลงมาได้รับสื่อวิทยุ/ทีวี มีจำนวนร้อยละ 23.49 และนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และอื่น ๆ เช่นบริษัททัวร์และแผนพับตามลำดับ ส่วนกิจกรรมในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่มาเพื่อชมบรรยากาศตลาดน้ำมีจำนวนร้อยละ 27.61 รองลงมารับประทานอาหารมีจำนวนร้อยละ 23.49 และซื้อของฝากกลับบ้าน นั่งเรือชมธรรมชาติ/หิ่งห้อย ถ่ายรูป และพักผ่อนตามลำดับ นักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งนิยมเลือกซื้ออาหารผลไม้และเครื่องดื่มมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 41.69 รองลงมาเป็นขนมไทย ของที่ระลึก/เครื่องประดับ ของชำร่วย ของตกแต่งบ้านตามลำดับ

### 5.2 ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลาง

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดั้งเดิม

ความพึงพอใจ	ตลาดน้ำดั้งเดิม			
	อัมพวา		ดำเนินสะดวก	
	ค่าเฉลี่ย (mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย (mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
อาหาร/ขนม	3.79	.735	3.71	0.739
สินค้า/ของที่ระลึก	3.92	.759	3.68	.764
ราคาสินค้าในตลาดน้ำ	3.63	.765	3.43	.853
ความสะอาดสถานที่	3.70	.795	3.63	.851
ความสวยงามสถานที่	3.88	.731	3.63	.851
บรรยากาศตลาดน้ำ	4.27	.65	3.89	.790
ปลอดภัยบริการทางน้ำ	3.63	.782	3.61	.818
ห้องน้ำ/สุขา	3.12	.898	3.23	.985
บริการที่จอดรถ	3.31	1.06	3.85	.842
เส้นทางจำหน่ายสินค้า	3.36	.876	3.74	.795
ชมหิ่งห้อย/ธรรมชาติ	3.76	.863	3.74	.853
ที่รับประทานอาหารริมคลอง	3.8	.768	3.74	.795
ที่พักโฮมสเตย์	3.96	0.66	3.27	.736
บริการพ่อค้าแม่ค้า	3.77	0.739	3.85	0.758
บริการมัคคุเทศก์	3.15	.923	3.60	.834
ป้ายข้อมูลท่องเที่ยว	3.36	1.01	3.51	1.004

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งพึงพอใจด้านอาหารและขนม สินค้าที่จำหน่ายและของที่ระลึก ราคาสินค้า ความสะอาดของสถานที่ ความสวยงามของสถานที่ ความปลอดภัยการบริการทางน้ำ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย/นั่งเรือชมธรรมชาติ รับประทานอาหารริมคลอง การบริการของแม่ค้าทั้งสองแห่งมีความพึงพอใจในระดับมาก และการบริการห้องน้ำ/สุขา พอใจระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่จอดรถ เส้นทางจำหน่ายสินค้าในบริเวณตลาดน้ำ การบริการของมัคคุเทศก์ ป้ายบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว (แผนที่, ประวัติของตลาดน้ำ) ในตลาดอัมพวาพอใจในระดับปานกลาง ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวกพอใจในระดับมาก และการบริการที่พักโฮมสเตย์ตลาดน้ำอัมพวาพอใจในระดับมากและตลาดน้ำดำเนินสะดวกพอใจระดับปานกลาง ทั้งนี้บรรยากาศตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดในตลาดน้ำอัมพวา และพึงพอใจระดับมากในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

### 5.3 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลาง

ตารางที่ 2 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดดั้งเดิม

ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่ง	ตลาดน้ำดั้งเดิม				รวม
	อัมพวา		ดำเนินสะดวก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
	(n)	(%)	(n)	(%)	(%)
กลับมา	369	92.25	330	82.5	87.38
ไม่กลับมา	5	1.25	9	2.25	1.75
ไม่แน่ใจ	26	6.5	61	15.25	10.88
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าตลาดน้ำอัมพวามีความต้องการกลับมาจำนวนร้อยละ 92.25 และตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวจำนวนร้อยละ 82.5 โดยตลาดน้ำดั้งเดิมทั้งสองแห่งมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 80

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลกับความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำทั้งสองแห่งคือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกต้องการให้คงรูปแบบวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้าน การขายสินค้าบนเรือ และสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านหรือสินค้าเกษตรแปรรูปท้องถิ่น ส่วนตลาดน้ำอัมพวาต้องการให้อนุรักษ์สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำทั้งสถานที่ และความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง บรรยากาศดั้งเดิมของตลาดน้ำ และการชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืน

## 5.4 ความคิดเห็นของชุมชนในการกลับมาของท่องเที่ยวตลาดน้ำ

### 5.4.1 ตลาดน้ำอัมพวา

ชุมชนส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก ด้วยเหตุผลคือ สถานที่เก่าแก่บริเวณตลาดน้ำเป็นสถานที่สวยงามบ้านเรือนที่เก่าแก่รวมถึงมีศิลปะต่าง ๆ ในชุมชนที่สะท้อนความเป็นอยู่และวิถีชีวิตชุมชนตลาดน้ำในอดีตและความสะอาดบริเวณตลาดน้ำ นอกจากนี้คนในท้องถิ่นยังมีลักษณะความเป็นอยู่แบบไทยไทยยิ้มแย้มแจ่มใส และมีน้ำใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และการขายสินค้าต่าง ๆ ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ราคาไม่แพง โดยเฉพาะขนมและอาหารไทยโบราณสะอาดถูกหลักอนามัยรสชาติดี มีวัฒนธรรมการใช้เรือสัญจรไปมาของชาวบ้านให้ชม และขายสินค้าในเรือบริเวณตลาดน้ำอัมพวา



รูปที่ 1 นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้ออาหารทางเรือเพื่อรับประทานริมคลองแบบสดใหม่บริเวณตลาดน้ำอัมพวา

ทั้งนี้การจำหน่ายสินค้าทางเรือกลายเป็นสัญลักษณ์ของตลาดน้ำและชุมชนอัมพวา นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งเกษตรกรรม ทิวทัศน์ และการชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืน รวมถึงบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำชาวบ้านส่วนใหญ่ยังมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในการตั้งบ้านเรือนริมน้ำ และบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำมีสถานที่เก่าแก่ทางศิลปวัฒนธรรมให้ชื่นชมหลายแห่ง เช่น วัดช้างเผือก ค่ายบางกุ้ง ดินพิบูลทอง อุทยานรัชกาลที่ 2 เป็นต้น นอกจากนี้คนในชุมชนเสนอแนะการกลับมาท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ คือ ควรมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจุดต่าง ๆ เพื่อบริการ เช่น บริการที่จอดรถ ป้ายบอกทางจุดต่าง ๆ และการทำถนนให้กว้างกว่านี้รวมถึงที่พักโฮมสเตย์ เป็นต้น

### 5.4.2 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

คนในชุมชนให้ความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก ด้วยเหตุผลคือ ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอุปนิสัยเป็นกันเอง อธิษาศัยที่ดี และความมีน้ำใจในการต้อนรับ และยังมีการใช้ภาษาถิ่นที่ฟังง่ายแบบชาวบ้าน มีการจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐานราคาไม่แพง และการไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และการให้บริการต่าง ๆ ในราคาที่เหมาะสมนอกจากนี้ตลาดน้ำดำเนินยังมีธรรมชาติทิวทัศน์ที่สวยงาม



รูปที่ 2 ทิวทัศน์ธรรมชาติและความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก

มีความเป็นอยู่แบบไทยไทย จากลักษณะบ้านเรือนไทยที่ยังมีให้ชมอยู่ และกิจกรรมการนั่งเรือชมเตาตาล การนั่งเรือชมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ มีการขนมไทยพื้นบ้านและสาธิตการทำขนมไทยแก่นักท่องเที่ยว มีอาหารที่อร่อย และมีบริการที่จอดรถและห้องน้ำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่น่าสนใจหลายแห่งไม่ไกลจากตลาดน้ำ เช่น สวนงู ลานช้าง บ้านช้าง โรงงานตุ๊กตา โรงงานหุ่นขี้ผึ้ง เป็นต้น

## 6. สรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 นักท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมาท่องเที่ยวครั้งแรก และทราบข่าวจากเพื่อน/ญาติ โดยมาชมบรรยากาศตลาดน้ำและรับประทานอาหาร ซึ่งหากชุมชนให้การต้อนรับและบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวจะเป็นกระบอกเสียงในการบอกต่อและการประชาสัมพันธ์ที่ตรงถึงคนที่ชุมชนสามารถอนุรักษ์บรรยากาศตลาดน้ำไว้ได้ทำให้เป็นที่ต้องการกลับมาท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อรับประทานอาหาร โดยนิยมซื้อและบริโภคริมคลอง ดังนั้นชุมชนจึงควรอนุรักษ์จุดเด่นการจำหน่ายสินค้าทางเรือและเน้นอาหารสินค้าที่ปรุงสดใหม่

6.2 ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งสองแห่งส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมาก แต่บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การบริการห้องน้ำ ที่จอดรถ ยังไม่เพียงพอ จึงควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติม นอกจากนี้ปัจจุบันในตลาดน้ำอัมพวา มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากเส้นทางจำหน่ายสินค้าทางบกมีการขยายพื้นที่เพิ่มขึ้น และจำนวนคนที่หนาแน่นในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ตลอดเส้นทางเข้าสู่ตลาดน้ำ ควรมีการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับบรรยากาศตลาดน้ำทั้งสองแห่งในระดับมากและมากที่สุด โดยสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

6.3 นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำดั้งเดิมมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 80 โดยนักท่องเที่ยวต้องการให้อนุรักษ์ลักษณะที่โดดเด่นจากสภาพแวดล้อมในพื้นที่ของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง และวิถีชีวิตชุมชน และต้องการให้คงสภาพความโดดเด่นเฉพาะทั้งสภาพแวดล้อมในพื้นที่ อาหาร/ขนมดั้งเดิม ศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่แตกต่างของการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแต่ละแห่ง

6.2.3 ความคิดเห็นของชุมชนในความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำดั้งเดิม ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตของชาวบ้านแบบดั้งเดิมทั้งความเป็นอยู่ การใช้เรือพาย การอนุรักษ์บ้านเรือนไทย ประเพณีต่าง ๆ ที่มีประจำถิ่น และความมีไมตรีจิตที่ดีในการต้อนรับ อย่างไรก็ตามก็ควรส่งเสริมความรู้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในการมาท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่ารวมถึงสัมผัสเสน่ห์การท่องเที่ยวตามลักษณะของตลาดน้ำดั้งเดิม นอกจากนี้การอนุรักษ์ดังที่กล่าวมานี้ คนในชุมชนควรให้การส่งเสริมและสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่ลูกหลาน โดยจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง ในการสร้างงานอาชีพในชุมชนที่มั่นคง กลายเป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองที่ได้ต่อไป

6.4 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับความสะอาดในพื้นที่ตลาดน้ำ โดยเฉพาะแหล่งน้ำหรือขยะในแม่น้ำลำคลองในบริเวณตลาดน้ำ ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะงานวิจัยของศักดิ์ศรี แก้วเอี่ยม (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องความรู้และการปฏิบัติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ในการจัดการขยะมูลฝอย ควรจะมีการ

จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ การประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดตั้งกลุ่มดูแลความสะอาด การจัดหาถังขยะเพิ่ม และควรเข้มงวดในเรื่องการรักษาความสะอาด รวมไปถึงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ควรมีการจัดสภาพแวดล้อมชุมชนให้คงความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย

6.5 ผู้ประกอบการชุมชนควรที่ส่วนร่วมในการส่งเสริม และสื่อสารข้อมูลการอนุรักษ์และสนับสนุนเกี่ยวกับการพานักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่น และการประกอบอาชีพการเกษตร โดยเน้นพื้นฐานชาวบ้านในพื้นที่นั้น ๆ เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรปลูกต้นมะพร้าว สวนกล้วยไม้ และอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวและวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสร่วมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และงานประเพณีที่สำคัญต่าง ๆ

6.6 เนื่องจากการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาเพื่อซื้อสินค้า และอาหารคาวหวานขึ้นชื่อจากชาวบ้านในชุมชนทางเรือและบก โดยหากนักท่องเที่ยวได้ลิ้มรสอาหารที่ดี และสัมผัสบรรยากาศชิวๆแบบไทยๆในอดีต จะมีส่วนสำคัญยิ่งในการกลับมาท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่ดีต่อไป นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นชุมชนในพื้นที่ จึงควรจัดสถานที่แสดง/จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยคัดเลือกสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเป็นสินค้าท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน โดยส่วนหนึ่งเป็นการส่งเสริมรายได้ชุมชนและสินค้ายังสะท้อนบรรยากาศการท่องเที่ยวชุมชนอีกทางหนึ่ง

6.7 ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดั้งเดิม ผู้วิจัยเห็นว่าส่วนหนึ่งยังต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนโดยมีผลต่อชาวบ้านในชุมชน และการขยายผลทางเศรษฐกิจที่ดี ทั้งในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานราชการท้องถิ่นต้องมีบทบาทการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องด้านเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนตลาดน้ำทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่และวัฒนธรรมของคนในชุมชน ตลอดจนสินค้าที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้รู้จักและมาเที่ยวชม สร้างบทบาทให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ อนุรักษ์ถิ่นฐาน

6.8 การวิจัยในครั้งหน้าควรทำการศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวและศึกษาถิ่นที่มาของนักท่องเที่ยว รวมถึงระยะเวลาการมาท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อจะเข้าใจพฤติกรรมในเชิงลึกของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

6.9 การวิจัยในครั้งหน้าควรทำการศึกษาเชิงลึกในด้านผู้ประกอบการพ่อค้า/แม่ค้า และพื้นที่ของพ่อค้า/แม่ค้าในตลาดน้ำ เนื่องจากพ่อค้า/แม่ค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญและเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำในพื้นที่และควรศึกษาถึงสภาพแวดล้อมชุมชนตลาดน้ำเชิงลึก รวมถึงวิถีชีวิตแก่นักท่องเที่ยวในชุมชนดั้งเดิม และสินค้าเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นในตลาดน้ำทั้งสองแห่งเพิ่มเติม

6.10 ควรศึกษาความต้องการท่องเที่ยวของตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ ในพื้นที่ภาคกลาง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลางให้ดีขึ้น

## 7. กิตติกรรมประกาศ

ขอบพระคุณชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำอัมพวาทั้งชาวบ้าน พ่อค้า/แม่ค้า หน่วยงานข้าราชการ ในระดับท้องถิ่น

ตลอดจนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ในการอนุรักษ์และ  
ระยะเวลาในการให้ข้อมูลทำให้นักวิจัยนี้สำเร็จลงได้

## 8. เอกสารอ้างอิง

- [1] สกุนี ณิชกุลวัฒน์, “ตลาดน้ำ วิถีชีวิตพ่อค้า – แม่ขายไทย”,  
กรุงเทพมหานคร, เอส.ที.พี. เวลด์ มีเดีย, 2542.
- [2] สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, “แผนพัฒนาเศรษฐกิจ  
และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10( 2550-2554)”,  
แหล่งที่มา: <http://www.tourism.go.th/index.php>,  
30 กุมภาพันธ์ 2550.
- [3] สักคีศรี แก้วเอี่ยม, “ความรู้และการปฏิบัติของผู้ประกอบการ  
เกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย บริเวณตลาดน้ำ ดำเนินสะดวก  
จังหวัดราชบุรี”, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.