



ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ดลรวี บุญนาค

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
มิถุนายน 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร และคณะกรรมการ
ควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการบริหาร ได้พิจารณาปัญหาพิเศษฉบับนี้แล้ว เห็น
สมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร

.....

(อาจารย์ รักกิจ ศรีสรินทร์)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานปัญหาพิเศษทางการบริหาร

..... ประธานกรรมการ

(.....)

..... กรรมการ

(.....)

..... กรรมการและเลขานุการ

(รองศาสตราจารย์ ศรุติ สกุลรัตน์)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(รองศาสตราจารย์ ศรุติ สกุลรัตน์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....



ประกาศคุณูปการ

การจัดทำงานวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ศรุตี สุกุลรัตน์, อาจารย์รักกิจ ศรีสรินทร์, อาจารย์กฤษฎา นันทเพชร, อาจารย์สุปราณี ธรรมพิทักษ์ และ อาจารย์อุษณกร ทาวะรัมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้การดูแลเอาใจใส่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับงานวิจัยอย่างหลากหลาย และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยทำให้ผู้วิจัยได้มีความรู้และความสามารถทำงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

การศึกษาครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้หากขาดความช่วยเหลือจากสภากาชาดไทย สถาบันวิจัยและพัฒนาตลาดลำพญาส่วนประชาสัมพันธ์และผู้บริหารของตลาดน้ำวัดลำพญา กำนันณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์ (ประธานกรรมการบริหารตลาดน้ำวัดลำพญา) เจ้าหน้าที่ตลาดน้ำและผู้มีส่วนร่วมในการทำวิจัยครั้งนี้ในการให้ข้อมูลและได้รับผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปแก้ปัญหาพิเศษครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านจากใจจริง ที่ทำให้งานสำเร็จลงด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุก ๆ ท่านที่ได้กล่าวมาข้างต้น และมีได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้หากประโยชน์จากงานวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเสริมสร้างความรู้และเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้แก่สังคมและประเทศชาติได้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณความดีแก่บุคคลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น และมารดา ญาติพี่น้องของผู้วิจัยที่กำลังใจตลอดมา

ดลรวี บุญ



ชื่อปัญหาพิเศษ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ คลรวิ บุญนาค

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาการบริหารทั่วไป)

ปีการศึกษา 2549

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จำนวน 357 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ค่าความถี่, t - test, One - way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา ตามลักษณะทั่วไป คือ เพศ, รายได้, อาชีพ, วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว, ความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว และฤดูกาล ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพพื้นที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจกับความเป็นธรรมชาติและความสะอาดของแพริมน้ำ ด้านความสะอาด นักท่องเที่ยวได้รับความสะอาดจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราตลอดเวลา ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และอชยาศัยในการต้อนรับของประชาชนในพื้นที่จากข้อค้นพบดังกล่าวมีข้อเสนอแนะดังนี้ หน่วยงานของรัฐ องค์การบริหารตำบลส่วนท้องถิ่นและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรร่วมกันประสานงานและมีส่วนร่วมในการพัฒนา ทั้งด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม การสร้างทำความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ในการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยว จากปัญหาที่พบจากการศึกษา หน่วยงานที่รับผิดชอบควรกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจน ควรสร้างร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน สร้างมาตรการกฏระเบียบ เพื่อกำกับดูแลปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี มีมาตรฐานมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
สมมติฐานการวิจัย	2
ขอบเขตทางการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	5
แนวคิดและหลักการการท่องเที่ยว.....	7
แนวคิดเรื่องความสามารถในการรองรับของพื้นที่	9
แนวคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)	10
การจัดเตรียมความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับองค์การ	18
ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำวัดลำพญา.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	30



สารบัญ (ต่อ)

บทที่

หน้า

3	วิธีดำเนินการวิจัย	33
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
	การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
	การวิเคราะห์ข้อมูล	36
4	ผลการวิจัย.....	37
	ตอนที่ 1 สํารวจข้อมูลพื้นฐานและความคิดเห็นทั่วไปของนักท่องเที่ยว.....	37
	ตอนที่ 2 การวัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อม ตลาดน้ำวัดคำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	43
	ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข.....	57
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59
	สรุปผลการศึกษา.....	59
	อภิปรายผล	61
	ข้อเสนอแนะ.....	65
	บรรณานุกรม.....	68
	ภาคผนวก	72
	ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ	80



สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1	องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน	12
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	37
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค	38
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาชั้นสูงสุด.....	38
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	39
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	39
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	40
8	จำนวนและร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับตลาดน้ำจำแนกตามแหล่งข้อมูล...	40
9	จำนวนและร้อยละจำแนกตามสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง	41
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่มาท่องเที่ยว	41
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	42
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความประทับใจ	42
13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฤดูที่มาท่องเที่ยว	43
14	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพพื้นที่	43
15	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านความสะดวก.....	45
16	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย.....	46
17	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมประเพณี	47
18	สรุปผลรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมตลาดน้ำวัดลำพญา.....	48
19	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว เมื่อเพศต่างกัน	49
20	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว เมื่อภูมิภาคต่างกัน.....	49
21	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อ การศึกษาต่างกัน.....	50



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

22	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อรายได้ต่างกัน.....	50
23	การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายกลุ่มแบบเชฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดเมื่อระดับรายได้แตกต่างกัน	51
24	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดเมื่ออาชีพต่างกัน....	51
25	การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายกลุ่มแบบเชฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดที่มีต่อตลาดน้ำเมื่ออาชีพของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกัน	52
26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อสถานภาพต่างกัน.....	52
27	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อการรับรู้ข่าวสารต่างกัน.....	53
28	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อจำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยวต่างกัน	53
29	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อวันที่มาท่องเที่ยวต่างกัน	54
30	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน.....	54
31	การวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดเมื่อวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกัน.....	55
32	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเมื่อมีความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน	55
33	การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายกลุ่มแบบเชฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดเมื่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกัน	56



- 34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยต่อการท่องเที่ยว
เมื่อฤดูกาลเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน 56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

- 35 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่แบบเชฟเฟ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวย
เมื่อระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวยแตกต่างกัน 57
- 36 ผลการพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ 60

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1	แผนที่ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.....	23
2	กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	32

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตอย่างหนึ่งของไทย ซึ่งมีมานานกว่า 100 ปีแล้ว และถือว่าเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ของไทย ที่สะท้อนสภาพความเป็นอยู่ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีแบบไทยให้กับนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ

ตลาดน้ำวัดลำพญาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวซึ่งตั้งอยู่ที่บริเวณแม่น้ำนครชัยศรี วัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน เป็นสถานที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนไทยที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีแม่น้ำไหลผ่าน เป็นศูนย์กลางการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งปัจจุบันยังคงมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและมีผลิตภัณฑ์พื้นเมืองที่น่าสนใจ เช่น ผัก ผลไม้ ขนมหอมไทย โบราณ เครื่องจักสาน ผ้าทอพื้นเมือง ฯลฯ รวมทั้งบริการนวดแผนโบราณและสิ่งสำคัญคือการล่องเรือ ล่องแพลากงทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

การพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น มักประสบปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมกับการพัฒนาอยู่เสมอ จนทำให้มีการกล่าวว่าการท่องเที่ยวไม่สามารถประสานกับการอนุรักษ์ได้ แต่ในความจริงแล้ว การท่องเที่ยวต้องพึ่งพาการอนุรักษ์ เสมือนหนึ่งทรัพยากรที่มีค่าต่อการท่องเที่ยว ในทางตรงข้ามการท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ ทั้งทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หากการท่องเที่ยวนั้นอยู่ภายใต้ความร่วมมือกันพัฒนา “แบบมีส่วนร่วม” เข้าไปด้วย คือ ให้ชุมชน ผู้ใช้ประโยชน์และผู้ดูแล ได้เข้ามามีส่วนร่วมทำ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจด้วยในการพัฒนา กระบวนการพัฒนาดังกล่าวจะได้ตอบสนองความต้องการของชุมชน ได้จริงและชุมชนก็มีความเข้มแข็ง อันเป็นที่มาของการพัฒนาแบบยั่งยืน แนวความคิดเรื่อง Ecotourism ภาษาไทยเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ก็เป็นแนวความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการให้ประชาชนหรือชุมชนท้องถิ่นที่มาจากรากหญ้า (ประชาชนพื้นฐาน) อันจะเป็นหลักประกันที่จะให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีทิศทางที่ถูกต้อง มีการกระจายรายได้ที่เหมาะสม เป็นไปตามความต้องการของผู้ที่อยู่ในพื้นที่มากขึ้น และที่สำคัญ ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สามารถเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในชุมชน ช่วยทำให้ชุมชนที่ประกอบอาชีพเกษตรส่วนใหญ่ได้นำผลผลิตที่ได้มาจำหน่าย



เองโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และผลผลิตสดใหม่ ไม่ต้องเสียค่าขนส่ง ทำให้สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้น กลายเป็นแหล่งเศรษฐกิจ และได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดและประเทศต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมานั้น จึงเป็นเหตุจูงใจให้ต้องการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในการให้บริการการท่องเที่ยว เพื่อหาข้อเสนอแนะและแนวทางส่งเสริมของชุมชนในการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสมเหตุสมผล อันจะก่อให้เกิดมาตรฐานการบริการที่ดีขึ้นและก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสภาพการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
ต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
ต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่การศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
ต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
ต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
ต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา
ต่างกัน
7. นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน
8. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน



9. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวันที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน
10. นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน
11. นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน
12. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูกาลต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษากันไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา 4 ด้านคือ ด้านพื้นที่ ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านวัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาคือตลาดน้ำวัดลำพญาซึ่งตั้งอยู่บนพื้นที่บริเวณวัดลำพญาริมแม่น้ำท่าจีน

4. ขอบเขตด้านเวลา

เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในช่วงวันที่ 1 มิถุนายน 2549 - 1 ตุลาคม 2549 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 3 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น ในการศึกษานี้ หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว การแสดงออก และความต้องการ อันเกิดจากการประเมินผล หรือผลสะท้อนจากนักท่องเที่ยวที่ได้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา



การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพื่อพักผ่อน

ตลาดน้ำ หมายถึง ตลาดน้ำที่มีการค้าขายในน้ำ โดยอาศัยเรือแพ เป็นพาหนะบรรทุกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิต เช่น เสื้อผ้า อาหาร และผลผลิตทางการเกษตร มาขายตามแม่น้ำลำคลอง ที่มีผู้อาศัยอยู่ โดยในงานวิจัยนี้ หมายถึง ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

องค์กรปกครองท้องถิ่น หมายถึง องค์กรบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม เทศบาล องค์กรบริหารส่วนตำบลลำพญา

ด้านพื้นที่ หมายถึง สภาพแวดล้อม บรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติ อาณาบริเวณ การจัดสัดส่วน การวางผังเมือง ขนาดพื้นที่ ขอบเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของตลาดน้ำวัดลำพญา

ด้านความสะดวก หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับไม่ว่าจะเป็น การบริการ ความสะอาด ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกสบาย ความคล่องตัว ในการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

ด้านความปลอดภัย หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับการดูแลเอาใจใส่ เพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครอง ป้องกันภัยอันตราย อันอาจจะเกิดจากการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

ด้านวัฒนธรรมประเพณี หมายถึง การมีระเบียบแบบแผน ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี นิยม สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการรับบริการจากผู้ค้า ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ อัยาศัยของพ่อค้าแม่ค้าที่นำสินค้ามาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดลำพญา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืนและแนวทางการอนุรักษ์ที่คำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของชาวบ้านริมกลุ่มแม่น้ำท่าจีน
2. ได้ข้อมูลความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่ม ชุมชนเข้มแข็ง ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย และไม่ขาดดุลการค้าให้กับต่างชาติ ช่วยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชาวบ้านแบบโบราณสืบทอดสู่เยาวชน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวคิดและหลักการการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเรื่องความสามารถในการรองรับของพื้นที่
4. แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)
5. การจัดเตรียมความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบลในด้าน
การจัดการการท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับองค์การ
7. ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำวัดลำพญา
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น ได้มีคำจำกัดความไว้ต่าง ๆ ดังนี้

ความคิดเห็น หมายถึง ทศนะหรือการประมาณการเกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นใด
ประเด็นหนึ่ง เป็นข้อพิจารณา เห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ปัญญา ความคิดเห็นประกอบถึงแม้จะ
ไม่อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไปก็ตาม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524, หน้า 246 - 247)

ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อ การตัดสินใจ ความคิด ความรู้สึกประทับใจที่ได้จากการ
พิสูจน์หรือการชั่งน้ำหนักกว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่ (ทองหยด สนวนทอง, 2540)

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกซึ่งวิจรรณญาณ ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะ
ความคิดเห็นมีความหมายแคบกว่าเจตคติ (attitude) เพราะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไป
ตามข้อเท็จจริง (fact) และเจตคติของบุคคล ความคิดเห็นเป็นการอธิบายเหตุผลที่มี ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด
โดยเฉพาะ (สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ, 2522, หน้า 99)



ความคิดเห็น หมายถึง เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูดหรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนี้อาจจะได้รับหรือปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ก็ได้ (พงษ์ไพบูลย์ ศีลาเวทย์, 2538 อ้างถึงใน เสริมพันธ์ สาริมาน, 2544, หน้า 39)

ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อ (belief) ที่แรงและจริงจังกว่าการคิด (notion) หรือความรู้สึก (impression) แต่ก่อนกว่าความเชื่อที่มีหลักฐานอันได้รับรองการพิสูจน์แล้ว ความคิดเห็นเป็นความเชื่อมั่นอันเกี่ยวกับปัญหาขัดแย้งต่อประโยชน์ ต่อศีลธรรม ความคิดเห็นไม่หนักแน่นเหมือนความเชื่อมั่น ความแน่ใจ (conviction) เพราะความเชื่อมั่น ความแน่ใจนั้นเกี่ยวใกล้ชิดกับอารมณ์ (sentiment) (หลวงวิเชียร แพทยาคม, 2529, หน้า 162 - 163)

ความคิดเห็น หมายถึง ส่วนหนึ่งของทัศนคติ (attitude) เราสามารถจะแยกความคิดเห็นและทัศนคติจะไม่ถึงซึ่งเหมือนทัศนคติและความคิดเห็นนั้นมีลักษณะคล้ายกันแต่ลักษณะของความคิดเห็นจะไม่ถึงซึ่งเหมือนทัศนคติ (เรื่องวิทย์ แสงรัตนา, 2543 อ้างถึงใน เสริมพันธ์ สาริมาน, 2544, หน้า 14)

สุชา จันทรเอม และ สุรวศ จันทรเอม (2530, หน้า 104) ให้ความเห็นว่าเราไม่สามารถแยกทัศนคติและความคิดเห็นออกจากกันได้ เพราะทัศนคติและความคิดเห็นนั้นมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่ลักษณะของความคิดเห็นจะไม่ถึงซึ่งเหมือนทัศนคติ

ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อหรือการพิจารณาตัดสิน (judgement) โดยที่บุคคลซึ่งอาจจะไม่เป็นที่ยอมรับในแต่ละช่วงเวลา ความคิดเห็นนี้ไม่สามารถที่จะทดสอบความรู้ และความจริงของความเชื่อมั่นของบุคคลได้ และต้องยอมรับว่าประชาชนโดยทั่วไปนั้นอาจมีความคิดเห็นแตกต่างกันไป (Duncan, 1981, p. 135)

ความคิดเห็น หมายถึง การพิจารณาตัดสิน (judgement) หรือความเชื่อที่นำไปสู่การคาดคะเน หรือ การแปรผลในพฤติกรรม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Hilgard & Athinson, 1982, p. 626)

ความคิดเห็น หมายถึง การยอมรับในคำพูด (statement) ที่แสดงออกมาในเรื่องนั้น ๆ (Thomas, 1989, p. 223 อ้างถึงใน เสริมพันธ์ สาริมาน, 2544)

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกของบุคคลในการพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเป็นการประเมินผล (evaluation) เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากเหตุการณ์แวดล้อม (Kolasa, 1989, p. 368 อ้างถึงใน เสริมพันธ์ สาริมาน, 2544)

จากความหมายของคำว่า “ความคิดเห็น” ตามที่ได้ประมวลจากความเห็นของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถนำมาสรุปได้ว่าความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของ



บุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบ การตัดสินใจ และความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจจะเป็นไปในลักษณะเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ซึ่งอาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ นอกจากนี้ความคิดเห็นอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาได้เช่นกัน

การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็น สามารถวัดความคิดเห็นของบุคคลได้หลายวิธี วิธีที่ใช้กันทั่วไป คือ การใช้ตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เบส (Best, 1987, p. 177 อ้างถึงใน เสริมพันธ์ สาริมาณ, 2544) ได้เสนอแนะว่า วิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกถึงความคิดเห็นก็คือการแสดงให้เห็นถึงร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความ เพราะความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร และจะได้ทำตามความคิดเห็น เหล่านั้นได้ การตอบแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข้อความที่กำหนดไว้ และพิจารณาว่าข้อความแต่ละข้อความนั้น ผู้ตอบเห็นด้วยมากน้อยเพียงใด แล้วให้ทำเครื่องหมายลงในช่องที่แสดงระดับความคิดเห็นนั้น ๆ การศึกษาความคิดเห็นครั้งนี้เน้นเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

แนวคิดและหลักการการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี 2506 ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543, หน้า 1)

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องไม่ใช่การประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างดังต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและการบันเทิง



5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงอย่างยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ
2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
3. ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน
4. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
5. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น
6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมประเทศ

1. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
2. ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น
3. ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
4. ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
5. ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
6. ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์ที่เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย

7. ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

นับแต่ปี 2546 ททท. ได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, ออนไลน์)



นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2546 - 2549

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล
 2. ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน
 3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทุกระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย
 4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (driving force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้ง พัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด
 5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E - tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องปรามเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น
- การท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ตามเป้าหมายนั้นต้องมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวนั้นมีการวางแผนทางการตลาดมากขึ้น เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวและนำมาซึ่งรายได้ ให้แก่ชุมชนเพื่อชุมชน มีงานทำชาวบ้านเข้มแข็ง

แนวคิดเรื่องความสามารถในการรองรับของพื้นที่

การท่องเที่ยวของประเทศได้เติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นอุตสาหกรรม ความเจริญเติบโตดังกล่าวนี้ทำให้เกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมด้วย เช่นเดียวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ หากมีการจัดการที่ดีก็จะมีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติมากนัก และจะเป็นอุตสาหกรรมที่คงอยู่ต่อไปได้เป็นเวลานาน การจัดการที่ดี



ดังกล่าวคือ การจัดการที่ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) กล่าวคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ความเจริญเติบโต แต่ต้องคำนึงถึงขีดจำกัดที่ยอมรับได้เพื่อมิให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากเกินไป

การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543, หน้า 6) ที่สำคัญมี ดังนี้

1. ขีดจำกัดทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในที่นี้จึงหมายถึงจำนวนคนมากที่สุดที่สามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และไม่ทำให้ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมีคุณภาพลดลงจนไม่อาจยอมรับได้
2. ขีดจำกัดทางการตลาด แนวทางนี้เสนอว่า ขีดความสามารถในการรองรับตลาดการท่องเที่ยวจะถึงจุดวิกฤต เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่ไปขัดขวางความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว
3. ขีดจำกัดของชุมชน กล่าวได้ว่าเป็นขีดจำกัดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ก่อนที่ชุมชนบริเวณนั้นจะรู้สึกผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น

ในข้อสองทศวรรษที่ผ่านมามนุษย์เริ่มมีความตระหนักมากขึ้นว่า ความก้าวหน้าและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อมของโลก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาน้ำเสีย ขยะ อากาศเป็นพิษ หรือชั้นโอโซนในบรรยากาศถูกทำลาย ความตระหนักในปัญหาเหล่านี้ได้นำมาสู่ความตื่นตัวในเรื่องของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญว่าเป็นหนทางที่นำไปสู่ความอยู่รอดของมนุษยชาติ กล่าวอีกนัยหนึ่ง การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการในปัจจุบัน โดยไม่ทำให้ประชาชนรุ่นต่อไปได้รับประโยชน์ที่ย่นย่อไปกว่าชนรุ่นก่อน ๆ ได้รับ

แนวคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)

จากความจริงที่ปรากฏขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับความตื่นตัวของสาธารณชนในทุกระดับที่ให้ความสนใจในการดำเนินการป้องกัน แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอดีตโดยปราศจากการกำหนดนโยบาย และแผนการที่ดี



และเหมาะสม ทำให้ความผิดปกติที่เกิดขึ้นจากการเสียความสมดุลในตัวเองของสิ่งแวดล้อมได้
สะสมตัวเองและทวีความรุนแรงให้ปรากฏในปัจจุบัน

หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล ประชาชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชนที่เล็งเห็น และ
ตระหนักในความสำคัญของการป้องกัน และแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมจึง
ได้พยายามทุกวิถีทางในอันที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และ
อย่างจริงจังทั้งนี้ จากการบูรณาการแนวความคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสงวน การอนุรักษ์ และ
การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมผนวกเข้ากับสถานการณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ
และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันแล้ว แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาปราศจากการทำลาย (development
without destruction) ซึ่งครั้งหนึ่งในอดีตเปรียบเสมือนแนวความคิดที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้าง
น้อย แต่ในปัจจุบัน จากแนวความคิดนี้เองได้นำไปสู่ความหลากหลายทางความคิดในลักษณะอื่น ๆ
ที่ยังคงวัตถุประสงค์หลักเพื่อการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมี
ประสิทธิภาพที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable
development) ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในปัจจุบันทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และระดับ
สากล และเป็นที่ยึดถือว่าการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะมี
แนวโน้มที่ได้รับการพัฒนาไปในแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสมที่สุด

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จาก
องค์ประกอบ 4 ประการคือ

1. การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน
ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อ ชุมชน ขนบธรรมเนียม
ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ
ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. ประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
อย่างยั่งยืน



ตารางที่ 1 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
1. จีดีพีภาคและมาตรฐานทางนิเวศวิทยาหรือสิ่งแวดล้อม	ค่านิยม ความเชื่อที่สนับสนุนให้มีการใช้ การบริโภค และการบริหาร การจัดการที่ คำนึงถึง จีดีพีภาคเชิงนิเวศวิทยาและตอบสนองความต้องการของทุกคนอย่างสมเหตุสมผล โดยมีได้ ทำให้ระบบนิเวศหรือสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงกว่าที่เป็นอยู่
2. จีดีพีภาคทางสังคมและเศรษฐกิจ	ความสำเร็จของการตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานเพียงพอกับขนาดประชากรอย่างมีประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อความเจริญเติบโตด้านประชากรมีความสอดคล้องกับศักยภาพของระบบนิเวศที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลง ไปโดยให้ความสำคัญกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้วย
3. การเข้าถึงทรัพยากรอย่างเสมอภาคและการเพิ่มความพยายามในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ	ความเจริญเติบโตมิได้มีขีดเพดานสูงสุดด้านจำนวนประชากรหรือการใช้ทรัพยากร ซึ่งหากเกินขีดนี้แล้วจะนำไปสู่ความหายนะทางนิเวศวิทยา แต่ขีดเพดานสูงสุดนี้มีอยู่อย่างแน่นอน แต่ก่อนจะถึงขีดสุดนี้ ทุกฝ่ายต้องเข้าถึงแหล่งทรัพยากรอย่างเสมอภาคและเพิ่มความพยายามในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ
4. การรักษาทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพ	การพัฒนาอย่างยั่งยืนกำหนดให้มีการอนุรักษ์ การรักษาและการใช้สายพันธุ์ของพืชและสัตว์อย่างรู้คุณค่าโดยไม่ก่อให้เกิดการสูญสิ้นหรือสูญหายของสิ่งมีชีวิตนั้น ๆ
5. การลดผลกระทบทางลบ	การพัฒนาอย่างยั่งยืน กำหนดว่าผลกระทบทางลบที่มีต่อ ปริมาณและคุณภาพของทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า และองค์ประกอบอื่น ๆ ทางธรรมชาติ จะต้องมีน้อยที่สุด เพื่อการรักษาความสมดุลของระบบธรรมชาติเอาไว้



ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด
6. การมีส่วนร่วมโดยชุมชน	ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหาร การพัฒนา และการจัดการรวมถึงการมีอำนาจควบคุมการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาใด ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อระบบนิเวศของท้องถิ่น
7. กรอบความคิดเชิงนโยบาย	โลกชีวภาพ คือบ้านของมวลมนุษยชาติ การมีส่วนร่วมจัดการร่วมกันเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความมั่นคงทางการเมืองทั้งโลก

(ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543, หน้า 8)

การจัดเตรียมความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบล และ สภาตำบลในด้าน การจัดการการท่องเที่ยว

เพื่อให้การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของ องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุดในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล ควรจะมีการเตรียมความพร้อม ใน 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร

องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล ควรจัดเตรียมบุคลากรด้านต่าง ๆ เหล่านี้ไว้เพื่อรองรับการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเองตามความเหมาะสม

1. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป เพื่อทำหน้าที่บริหารและจัดการงานด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล
2. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และติดต่อหาตลาดเพื่อนำหรือชักชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่
3. เจ้าหน้าที่จัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่ดูแลความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยว จัดเก็บขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
4. เจ้าหน้าที่ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อคอยดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัฒนธรรมมิให้มีการถูกทำลาย



5. เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงและปรับปรุงฟื้นฟู เพื่อปรับปรุงซ่อมแซมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม
6. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อให้สวัสดิภาพแก่นักท่องเที่ยวทั้งทางด้านชีวิตและทรัพย์สิน
7. เจ้าหน้าที่บรรเทาสาธารณภัย เพื่อคอยตรวจตราดูแลช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวประสบภัยในสถานที่ท่องเที่ยว
8. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้นำนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

การเตรียมความพร้อมด้านงบประมาณ

ในการเตรียมความพร้อม เพื่อรับภาระหน้าที่บริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล จำเป็นจะต้องทราบถึงแหล่งที่มาของรายได้ และการจัดสรรรายการค่าใช้จ่ายสิ่งที่จะต้องทราบมีดังนี้

1. ด้านรายรับ เช่น เงินอุดหนุน ค่าธรรมเนียม รายได้จากสาธารณูปโภค และรายได้อื่นๆ เช่น เงินบริจาค เงินช่วยเหลือจากองค์การภายนอกที่รวมทั้งภาครัฐและเอกชน
2. ด้านรายจ่าย มีทั้งรายจ่ายประจำและรายจ่ายเพื่อดำเนินงานตาม โครงการที่จะเกิดขึ้น เป็นครั้งคราว เช่น โครงการสำรวจ ค้นหา และก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยว

การเตรียมความพร้อมด้านวัสดุอุปกรณ์

วัสดุ อุปกรณ์ ที่มีความจำเป็นสำหรับการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ รับผิดชอบ ที่ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล ควรจะได้ จัดเตรียม ไว้ เช่น ยานพาหนะ เพื่อตรวจการ และเพื่อการเคลื่อนย้ายบุคคล และสิ่งของเมื่อเกิดกรณีจำเป็น อาวุธ เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในการลาดตระเวน เพื่อรักษาความปลอดภัย เครื่องมือสื่อสาร อุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย วัสดุและอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุง และการดูแลรักษา

การวางแผนด้านการท่องเที่ยว

ระยะเวลาการดำเนินการสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. ระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) ได้แก่
 - 1.1 การสำรวจ ตรวจสอบ การศึกษา ค้นคว้าว่ามีแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างในพื้นที่
 - 1.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว
 - 1.3 จัดทำโครงการพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.4 โฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการเปิดตลาดให้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

โดยอาศัยสื่อประเภทต่าง ๆ



2. ระยะปานกลาง (1 - 3 ปี)

- 2.1 พัฒนาทรัพยากรบุคคล ขององค์การบริหารส่วนตำบล ให้มีความรู้ความเข้าใจ และมอบหมายงานให้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง
- 2.2 พัฒนาสาธารณูปโภคที่จำเป็น โดยเฉพาะเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
- 2.3 ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 สร้างจิตสำนึกให้แก่ชุมชน พยายามให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้มากที่สุด
- 2.5 มีการประชุมร่วมกันระหว่างสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และประชาชน เพื่อระดมความคิดในการพัฒนาและแก้ปัญหาอุปสรรค

3. ระยะยาว (มากกว่า 3 ปี)

- 3.1 จัดทำแผนงานดูแลรักษา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เมื่อมีการใช้ประโยชน์มาแล้วหลายปี จนก่อให้เกิดความเสื่อมสภาพ และมลภาวะต่าง ๆ รวมทั้งการรुक้าเข้าทำประโยชน์ของประชาชน
- 3.2 พัฒนาและหาแหล่งท่องเที่ยวทดแทนในกรณีแหล่งเดิมเสื่อมความนิยมลงไป
- 3.3 พัฒนาสาธารณูปโภคให้ถาวรและปรับปรุงถนนให้สามารถใช้งานได้ทุกฤดูกาล
- 3.4 จัดทำแผนการอนุรักษ์ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้ถาวร ยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การประสานงาน

องค์การบริหารส่วนตำบล จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจร่วมกัน เพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายการประสานงานดำเนินการ ใน 2 รูปแบบคือ

1. ประสานงานภายในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล โดยเฉพาะกรรมการ องค์การบริหารส่วนตำบล และประชาชนในพื้นที่
2. การประสานงานระหว่างพื้นที่
 - 2.1 จัดประชาสัมพันธแหล่งท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว
 - 2.2 ติดต่อสื่อมวลชนประเภทต่างให้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
 - 2.3 ร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐตั้งแต่ระดับ อำเภอ จังหวัด ไปถึง กรม กอง และกระทรวงที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง
- 3.4 ร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อรับการสนับสนุนด้านการเงิน บุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ เพื่อเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่



การดำเนินการ

การสำรวจและก่อสร้างทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถดำเนินการดังนี้

1. จัดสร้างสาธารณูปโภคที่จำเป็นก่อน เช่น ถนน หรือเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2. โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว
3. บำรุงรักษา และจัดเก็บผลประโยชน์
4. รักษาความปลอดภัย จัดทำป้ายประกาศเตือนภัยต่าง ๆ
5. รักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
6. รักษาความสะอาด และจัดมลภาวะต่าง ๆ เช่น น้ำเสีย การส่งเสียงดัง
7. จัดสรรงบประมาณสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวให้ดำเนินกิจการต่อไปได้

การติดตามและประเมินผล

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพของงานที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด ขั้นตอนการประเมินผลมีดังนี้

1. ประเมินผลก่อนเริ่มโครงการ เพื่อตรวจสอบความพร้อมทั้งบุคคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

2. ประเมินผลในระหว่างการดำเนินการเป็นการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายใน และนอกองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อดูว่าการดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ และมีปัญหาในส่วนใดบ้าง

3. ประเมินผลที่ได้รับว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด เช่นการประเมินผลการโฆษณา ประชาสัมพันธ์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวว่ามีสภาพเป็นอย่างไร

ความเป็นไปได้อีกประการหนึ่งของการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว กรณีไม่มีแหล่งท่องเที่ยว คือ การสร้างความเด่นเฉพาะของพื้นที่ให้เป็นที่รู้จัก เช่น ความเป็นสถานที่สะอาด ร่มรื่น มีความเป็นระเบียบ และมีความสงบเรียบร้อย เหล่านี้เป็นต้น

การวางแผนพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

การนำเสนอแนวทางการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น

3 ตอน คือ การเตรียมการ การวางแผนพัฒนา และปรับปรุง และการติดตามและประเมินผล

ซึ่ง แต่ละประเด็นมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้



การเตรียมการ

1. การทำความเข้าใจร่วม

ในการเตรียมการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับบุคคลากรภายในองค์การบริหารส่วนตำบล และบุคคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงลดอคติจนชุมชนให้เข้าใจถึงความหมาย เป้าหมาย และกระบวนการวางแผนให้ตรงกัน อาจจะโดยการพูดคุย ประึกษา หรือ จัดฝึกอบรม หรือเผยแพร่เป็นข้อมูลข่าวสาร

1.1 การสร้างความรู้สึกร่วม

เมื่อมีการสำรวจและกำหนดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงชัดเจนแล้วองค์การบริหารส่วนตำบล ควรสร้างความรู้สึกร่วม ให้เกิดแก่บุคคลและหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงร่วมกัน

1.2 การส่งเสริมรวมตัวและจัดตั้งองค์กรร่วม

การประสานงาน ให้มีการส่งเสริมและจัดตั้งองค์กร โดยทำการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการและเป็นทางการกับ ผู้เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น กรมป่าไม้ กรมศิลปากร กรมการศาสนา และกองทัพต่าง ๆ เป็นต้น การประสานงานเป็นการสร้างความมั่นใจ และความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกันตามบทบาทหน้าที่ผู้ร่วมประสานงานกำหนดขึ้นเพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วม โดยอาจดำเนินการได้ทั้งอย่างไม่เป็นทางการและเป็นทางการ

การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของ องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล ในการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543, หน้า 31) ควรดำเนินการตามแนวทางต่อไปนี้

1. กำหนดบทบาท ภารกิจ และแนวทางดำเนินงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ให้ชัดเจน โดยมีคณะกรรมการร่วมประสานการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงาน โครงการที่กำหนดไว้อย่างสอดคล้องกัน

2. กำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรุกเพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น การรักษาสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน

3. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้คงสภาพสมบูรณ์ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ โบราณสถานและศิลปวัฒนธรรม



4. ฟื้นฟู เผยแพร่ การจัดเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป

5. การกระจายหน้าที่และสนับสนุนงบประมาณ ให้คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับพื้นที่ สามารถดำเนินการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นและแก้ไขปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น รวมทั้งการจัดเก็บรายได้และแบ่งสรรรายได้ให้แก่หน่วยงานเจ้าของพื้นที่/ท้องถิ่น

6. มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผนตัดสินใจว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรจะเป็นไปในลักษณะใด การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้สมดุลกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ รวมทั้งการจัดการผลประโยชน์ที่ประชาชนในท้องถิ่นควรจะได้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับองค์การ

องค์การที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินกิจการใด ๆ นั้น ตามทฤษฎีขององค์การแล้วถือว่าองค์ประกอบสำคัญขององค์การมี 2 ส่วน คือ งาน และ คน หมายความว่า องค์การทุกประเภทจะต้องมีองค์ประกอบด้านงาน ซึ่งได้แก่ การกิจที่จะต้องกระทำตามวัตถุประสงค์และให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การที่จะประกอบภารกิจได้ตามเป้าหมายขององค์การจำเป็นต้องมีองค์ประกอบที่สองที่ดี คือ มีคนหรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมเพียงพอที่จะปฏิบัติงานเมื่อเป็นเช่นนี้ในบรรดาทรัพยากรทางการบริหาร 4 อย่าง หรือ 4'M (สมพงษ์ เกษมสิน, 2526, หน้า 7) ซึ่งได้แก่ บุคลากร (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Materials) และการจัดการ (Management) หรือในปัจจุบันอาจจะใช้ 4R's โดยที่ R ที่หนึ่งคือ Human Resources หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์ R ที่สองคือ Financial Resources หมายถึง ทรัพยากรที่เกี่ยวกับเงิน R ที่สามคือ Physical Resources หมายถึง ทรัพยากรที่ดิน อาคารวัสดุ เครื่องจักรกล รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ และ R ที่สี่คือ Information Resources หมายถึง ข้อมูลสารสนเทศทั้งหลาย บุคลากรหรือคนได้รับการพิจารณาว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการบริหารทั้งนี้ เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น เงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ ดังนั้น องค์การใดก็ตามถ้าเริ่มต้นด้วยการมีบุคลากรที่มีความเก่งกล้าสามารถแล้วก็จะสามารถบริหารปัจจัยด้านอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพได้

กูลิก และ เออร์วิค (Gulick & Urwick อ้างถึงใน สมพงษ์ เกษมสิน, 2526, หน้า 8 - 9) ได้ให้ความสำคัญกับคนหรือบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในการบริหารกระบวนการ



บริหารที่เรียกย่อ ๆ ว่า “POSDCORB” จึงกำหนดให้การบริหารงานบุคคลเป็นกระบวนการหนึ่งใน 7 กระบวน ดังนี้

1. กางวางแผน (Planning) หมายถึง การจัดวางโครงการและแผนปฏิบัติ รวมทั้งวิธีปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้าเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การกำหนดโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การแบ่งส่วนคน และการจัดสายงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์
3. การจัดบุคลากร หรือการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การบริหารงานด้านบุคลากรอันได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหาและการพัฒนาบุคลากร และการเสริมสร้างบรรยากาศ การทำงานที่ดี
4. การอำนวยการ (Directing) หมายถึง การวินิจฉัยสั่งการควบคุมบังคับบัญชา และการควบคุมดูแลปฏิบัติงานในฐานะที่ผู้บริหารเป็นหัวหน้าหน่วยงาน
5. การประสานงาน (Co-ordinating) หมายถึง การประสานกิจการด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อให้เกิดมีการร่วมมือประสานงานที่ดีและดำเนินไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางเดียวกัน
6. การรายงาน (Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้บริหารและสมาชิกของหน่วยงานได้รับทราบความเคลื่อนไหว และความคืบหน้าของกิจการอย่างสม่ำเสมอ
7. การงบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การจัดทำงบประมาณ การจัดทำบัญชี การใช้จ่ายเงิน และการควบคุมตรวจสอบทางการเงินและทรัพย์สิน

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมองเห็นความสำคัญของบุคลากรดังที่ได้กล่าวมาแล้วก็ตาม แต่ถ้าไม่สามารถหาวิธีการที่จะบำรุงรักษาคคนไว้ในองค์กรได้แล้ว ก็จะไม่เกิดประโยชน์อันใด และในทางตรงกันข้ามถ้าสามารถเก็บรักษาคคนไว้ในองค์กรได้ แต่คนเหล่านั้นไม่มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานด้วยความกระตือรือร้น ก็คงจะไม่เกิดประโยชน์อันใดเช่นกัน ดังนั้น ประเด็นที่น่าสนใจก็คือทำอย่างไรจึงจะสามารถบำรุงและเก็บรักษาคคนไว้ในองค์กร โดยที่คนเหล่านั้นตั้งใจและเต็มใจในการปฏิบัติภารกิจของเขาตามที่องค์กรได้กำหนดให้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประวัติความเป็นมาตลาดน้ำวัดลำพญา

การดำเนินงานของตลาดน้ำวัดลำพญา

เริ่มต้นจาก “โครงการตลาดน้ำเพื่อเผยแพร่วิถีชีวิตของชาวบ้านลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำนครชัยศรี” ซึ่งจัดตั้งขึ้นด้วยความร่วมมือของสภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา ท่านเจ้าอาวาสวัดลำพญา และชาวตำบลลำพญา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชาวบ้านอย่างแท้จริงในการส่งเสริมอาชีพและรายได้



ให้กับชาวบ้านด้วยบรรยากาศคึกคักน้ำที่สวยงาม และพืชพรรณธรรมชาติอันเขียวชอุ่ม สองฝั่งแม่น้ำท่าจีน ท่ามกลางรอยยิ้มของชาวบ้านและอากาศอันบริสุทธิ์

ตลาดน้ำวัดลำพญา เริ่มเปิดดำเนินการเป็นครั้งแรก ในวันอาทิตย์ที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2542 ตั้งอยู่บริเวณ หมู่ที่ 5 ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยช่วงแรก ๆ เปิดบริการเฉพาะวันอาทิตย์ และเมื่อเป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงเปิดบริการทุกวันเสาร์และอาทิตย์ รวมทั้งวันหยุดพิเศษ เปิดตั้งแต่เวลา 07.00 - 16.00 น. โดยใช้บริเวณวัดลำพญา และชายฝั่งแม่น้ำท่าจีนเป็นที่จัดตลาดน้ำวัดลำพญา

พื้นที่จัดตลาดน้ำบริเวณวัดลำพญา

ได้จัดพื้นที่ส่วนใหญ่ไว้สำหรับเป็นที่จอดรถของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดน้ำวัดลำพญา โดยมีลานจอดรถอยู่บริเวณด้านซ้ายและด้านขวาของศาลาการเปรียญ รวมทั้งบริเวณสนามหน้าอาคารเรียนและสนามฟุตบอลโรงเรียนวัดลำพญา

จัดซุ้มสำหรับออกร้านสินค้าหัตถกรรม สินค้าพื้นเมือง และสินค้าเกษตรกรรม อยู่บริเวณรอบ ๆ ศาลาการเปรียญ และบริเวณทางลงทางคันทิศเหนือ

- ศาลาร้านบาตร สถานที่รับดอกไม้ ธูป เทียน ทอง และเครื่องสังฆทานสำเร็จรูป สำหรับผู้ที่ประสงค์จะทำบุญกับวัดลำพญา

- สถานที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สักแท้ บริเวณใต้ศาลาการเปรียญ

- สถานที่สาธิตการสีข้าวซ้อมมือแบบโบราณ ของกลุ่มแม่บ้านตลาดน้ำวัดลำพญา

- ศาลาทรงไทยหลังเตี้ยกริมน้ำ ให้บริการนวดแผนโบราณ

- สำนักงานตลาดน้ำวัดลำพญา (กองอำนวยการ) เป็นสถานที่ติดต่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของตลาดน้ำวัดลำพญา เปิดบริการในวันพุธถึงวันอาทิตย์เป็นประจำ

พื้นที่จัดตลาดน้ำบริเวณชายฝั่งแม่น้ำท่าจีน

บริเวณชายเขื่อน ได้จัดเรือจำหน่ายสินค้าประเภทเกษตรกรรม อาทิ ผักผลไม้ และอาหารคาว - หวาน ต่าง ๆ มากมาย ตลอดแนวชายเขื่อน เริ่มตั้งแต่ทางด้านทิศเหนือจรดทิศใต้

บริเวณแพ ได้จัดแพขนาดใหญ่ จอดเรียงรายมีทางเดินเชื่อมต่อกันรวม 7 แพ ซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านอาหารคาว - หวาน สูตรโบราณต่าง ๆ มากมาย และเป็นที่นั่งพักผ่อนหรือรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวซึ่งพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่เป็นชาวท้องถิ่น นำอาหารหรือสินค้ามาจำหน่ายในวันเสาร์และวันอาทิตย์

สถานที่จำหน่ายอาหารปลา จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวเลี้ยงปลาที่อาศัยอยู่บริเวณชายฝั่งหน้าวัดลำพญา



บริการการท่องเที่ยวชมลำน้ำทำงิน

นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้พักผ่อนและชื่นชมธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำวัดลำพญาแล้ว ทางตลาดน้ำวัดลำพญายังได้จัดบริการการท่องเที่ยวชมลำน้ำไว้คอยต้อนรับนักท่องเที่ยวที่สนใจ หลายบริการด้วยกันคือ

1. **บริการล่องเรือแจวโบราณ** เรือไม้ตะเคียนขุดอายุมากกว่าร้อยปี นำมาล่องชมตลาดน้ำลำพญา ตลาดเก่า และร่องรอยความรุ่งเรืองในอดีต ตลาดริมน้ำที่ยังสมบูรณ์สร้างด้วยไม้ ที่อยู่ของชุมชนชาวจีน แล นมัสการเจ้าแม่ทับทิม หรือศาลเจ้าอาม้า ที่ชาวเรือให้ความเคารพ ด้วยบริการจากคนแจวเรือที่มีท่วงท่าและลีลา ให้บริการนักท่องเที่ยวตลอดวัน ค่าบริการท่านละ 25 บาท ใช้เวลาประมาณครึ่งชั่วโมง

2. **บริการล่องแพชมธรรมชาติ ด้านทิศใต้** เป็นแพขนาดใหญ่ รับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 100 ท่าน จะพาท่านไปศึกษาวิถีชีวิตของชาวบ้าน และสรรพสิ่งทางธรรมชาติสองฝั่งแม่น้ำทำงิน ไปยังวัดสุขวัฒนาราม หรือวัดบางระกำ แวะนมัสการหลวงพ่อบุญรอดที่ปึงกร ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน พร้อมทั้งเลี้ยงปลา และรับฟังรับชมดนตรีไทยจากคณะนักเรียน โรงเรียนวัดสุขวัฒนาราม ค่าบริการท่านละ 50 บาท ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ให้บริการวันละ 3 รอบ

วันเสาร์ - อาทิตย์ วันหยุดราชการ และวันนักขัตฤกษ์

รอบที่ 1 เวลา 10.00 น.

รอบที่ 2 เวลา 12.30 น.

รอบที่ 3 เวลา 14.30 น.

3. **บริการล่องแพธรรมชาติ ด้านทิศเหนือ** เป็นแพขนาดกลาง รับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 60 ท่าน นำท่านชมตลาดเก่าศาลเจ้าแม่ทับทิมแล้วขึ้นไปชมธรรมชาติสองฝั่งแม่น้ำและวิถีชีวิตชาวบ้าน ไปจนถึงวัดบางภาษี แวะนมัสการหลวงพ่อบุญรอด ชมนกพุดได้ ลิงเจ้าโมโห และพันธุ์ไม้หลากนานาพันธุ์ ค่าบริการท่านละ 50 บาท ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ให้บริการวันละ 2 รอบ

วันเสาร์ - อาทิตย์ วันหยุดราชการ และวันนักขัตฤกษ์

รอบที่ 1 เวลา 11.00 น.

รอบที่ 2 เวลา 13.30 น.

4. **บริการล่องเรือควนเจ้าพญาทำงิน** เป็นเรือสินค้าขนาดใหญ่ ใช้บรรทุกสินค้าในสมัยก่อน ปัจจุบันได้ปรับปรุง ตกแต่ง เป็นเรือบริการนักท่องเที่ยวที่โอ้อ่า สะดวกสบาย รับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 100 ท่าน พาท่านล่องผ่านเส้นทางกวีสุนทรภู่ ในนิราศสุพรรณ ช่วงเขตติดต่ออำเภอบางเลน - นครชัยศรี กรมหลวงนครชัยศรีสุระเดช และธรรมชาติสองฝั่งแม่น้ำทำงิน



นอกนั้นไปแวนมัสการหลวงพ่เป็นที่วัดบางพระใต้ทั้งธรรมและสิริมงคล ค่าบริการท่านละ 60 บาท ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง บริการวันละ 2 รอบ

วันเสาร์ - อาทิตย์ วันหยุดราชการ และวันนักขัตฤกษ์

รอบที่ 1 เวลา 11.30 น.

รอบที่ 2 เวลา 14.00 น.

5. บริการแพที่พักค้างแรมริมแม่น้ำท่าจีน เป็นแพที่พักค้างแรม แพละประมาณ 6 - 10 ท่าน ลักษณะเป็นแพไม้ไผ่ธรรมชาติที่ให้ความรู้สึกเงียบสงบท่ามกลางแม่น้ำอันงดงามภายในแพ ประกอบด้วย

1. ที่นอนหมอนมุ้ง

2. ห้องน้ำ

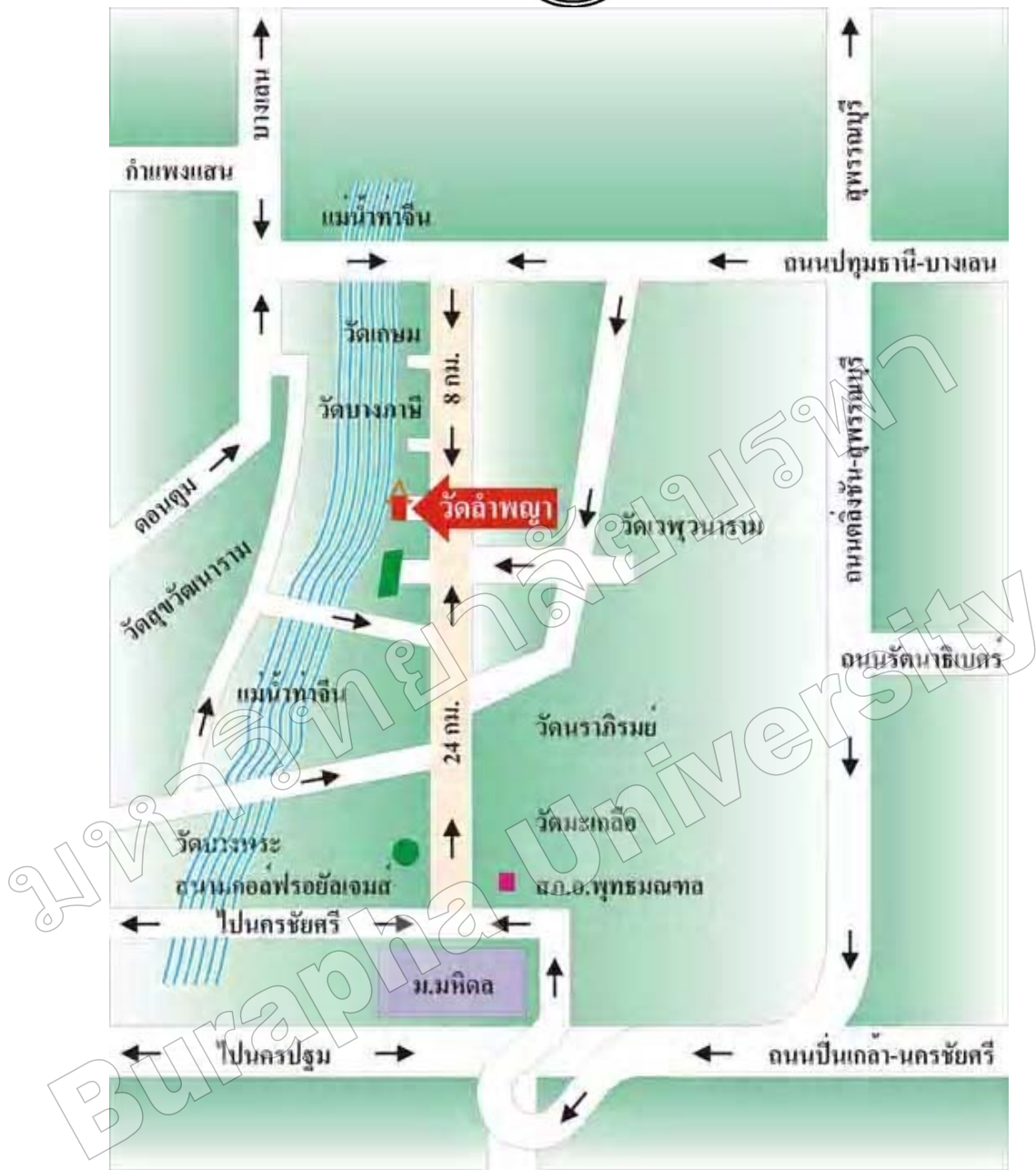
3. เตาสำหรับประกอบอาหาร

นอกจากนี้ยังมีบริการพิเศษ ลากู่งแพไปจอดตามที่ต้องการ

ราคาแพใหญ่ (10 ท่าน) วันละ 600 บาท

ราคาแพเล็ก (6 ท่าน) วันละ 400 บาท

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



ภาพที่ 1 แผนที่ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม



ร้านค้าในตลาดน้ำวัดลำพญา

บรรดาผู้ค้าขายและร้านค้าในตลาดน้ำวัดลำพญาในระยะเริ่มต้นซึ่งมีประมาณ 40 ร้านนั้น ตลอดเวลาที่ผ่านมาก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนในปัจจุบันมีทั้งหมดประมาณ 300 กว่าร้าน ซึ่งแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ร้านค้าบริเวณชุ่มจาก

ร้านค้าในเรือเช่า

ร้านค้าในเรือส่วนตัว

ร้านค้าในแพขนาดใหญ่

เมื่อมีร้านค้าจำนวนมากขึ้น จึงต้องมีการจัดระบบต่าง ๆ ทั้งงานทะเบียน งานด้านการเงิน การบัญชี และการควบคุมการจัดระเบียบความเรียบร้อยของบรรดาร้านค้าต่าง ๆ เพื่อรองรับความเติบโตต่อไปโดยมีคณะกรรมการบริหารหลายฝ่ายด้วยกัน ในรูปของสำนักงานตลาดน้ำวัดลำพญาาร่วมกันบริหารดังนี้

1. ที่ปรึกษา
2. กองอำนวยการ
3. แผนกประชาสัมพันธ์
4. แผนกทะเบียนและจัดระเบียบผู้ค้า
5. แผนกรักษาความปลอดภัย
6. แผนกปฏิคม
7. แผนกตรวจสอบคุณภาพสินค้าและมาตรฐานราคา
8. แผนกจัดกิจกรรม
9. แผนกการเงิน

บทบาทและหน้าที่ของสำนักงานตลาดน้ำวัดลำพญา

1. เป็นศูนย์รวมข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ของตลาดน้ำวัดลำพญา
2. ออกกฎระเบียบ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ให้ผู้ค้าปฏิบัติร่วมกัน
3. จัดทำเอกสาร รับเรื่องราว คำร้องจากนักท่องเที่ยว และผู้ค้าตลาดน้ำวัดลำพญา
4. เป็นศูนย์ประสานงาน ติดต่อสอบถาม และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

ทั่วไป



แผนงานพัฒนาตลาดน้ำวัดลำพญา

1. จัดการสัมมนาผู้ค้าในตลาดน้ำวัดลำพญา ในด้านการ
 - พัฒนาบุคลิกภาพ
 - พัฒนาสินค้า
 - พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ และเทคนิคในการค้าขาย จัดทำแผนและมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพสินค้า และมาตรฐานราคาเพื่อผลในระยะยาว
2. พัฒนาพื้นที่ของตลาดน้ำวัดลำพญา โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของธรรมชาติ

3. จัดทำแบบสอบถามประเมินผลนักท่องเที่ยวและผู้ค้าในตลาดน้ำวัดลำพญา

4. พัฒนาตลาดน้ำวัดลำพญา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศต่อไป

ประวัติวัดลำพญา

วัดลำพญา สร้างขึ้นเมื่อประมาณปีพุทธศักราช 2404 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นพุทธสถานอันสงบรวมรื่นและร่มเย็นท่ามกลางธรรมชาติอันเขียวชอุ่มแมกไม้บริเวณสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน ณ ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีอาณาบริเวณทั้งหมดประมาณ 38 ไร่

วัดลำพญา มีประวัติเล่าขานจนได้เป็นตำนานสืบต่อกันมาว่าข้าราชการชั้น “พระยา” ได้ลงเรือร่วมกับนายบวช ณ วัดลำพญาเต็มลำเรือ จวบจนสมัยรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว “เจ้าพระยากรมท่า” ให้ทำการขุดคลองเพื่อจับจองเป็นเจ้าของที่นา และนั่นคือตำนานแห่งที่มาของคำว่า “ลำพญา” ซึ่งขึ้นอยู่กับอำเภอบางปลา มณฑลนครชัยศรีในสมัยก่อน จนกระทั่งในปีพุทธศักราช 2442 ได้รับพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานวิสุงคามสีมา

พุทธสถานวัดลำพญาแห่งนี้ได้รับการพัฒนาเรื่อยมาโดยลำดับตามความศรัทธาของพุทธศาสนิกชนผู้อุปถัมภ์บำรุง จากกุฎีหลังคามุงจากพื้นวัดอันราบลุ่มรกรกฏไปด้วยหญ้าคา ป่าไม้ สะแก และกอลำเจียกแต่ก็อยู่กันท่ามกลางความสงบสุขร่มเย็น ได้ร่วมแห่งแสงธรรมที่ชี้นำใจเป็นสายใยสัมพันธ์ระหว่างสงฆ์ และสาธุชนที่เคารพนับถือมาช้านานจนได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น

“วัดลำพญา” และได้มีเจ้าอาวาสผลัดวาระการปกครองมาตามลำดับดังนี้ คือ

1. พระอธิการเลื้อย
2. รูปที่สองไม่สามารถที่จะค้นชื่อท่านได้
3. พระอธิการแป้น
4. พระอธิการเกิด หงษ์พญา
5. พระอธิการสด จ้อยภิญโญ (2483)



6. พระกรุสุวัตติธรรมประกาศ (2483 - 2532)

ในสมัยพระกรุสุวัตติธรรมประกาศ (หลวงพ่ोजำเนียร ขยายแสง) เป็นเจ้าอาวาส ท่านสร้างอุโบสถหลังใหม่ขึ้น แทนหลังเก่าที่ชำรุดทรุดโทรม เมื่อปีพุทธศักราช 2494 และวางศิลาฤกษ์โดยหลวงพ่อดศ วัดปากน้ำ - ภาษีเจริญ (หลวงพ่อมงคลเทพมณี) ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อมงคลมัลลานิमित พระประธานเก่าแก่และศักดิ์สิทธิ์คู่วัดลำพญาและพัฒนาเรื่อยมาจนถึงสมัยที่พระมหาสมศักดิ์ โทสัญญ เจ้าอาวาสรูปที่ 7 (2533 - ปัจจุบัน) ท่านได้พัฒนาวัดลำพญาทางด้านสิ่งแวดล้อมและความสวยงามร่มรื่นของสถานที่หรืออาณาบริเวณเป็นหลัก และเป็นผู้ริเริ่มและให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดแม่จ๋า เพื่อช่วยเหลือชาวบ้าน และมอบให้ สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา รับไปดำเนินการจัดตั้งต่อไป

โบราณสถานโบราณวัตถุที่สำคัญของวัดลำพญา

หลวงพ่อมงคลมัลลานิमित เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านลำพญาตลอดมา ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ประดิษฐานอยู่ภายในพระอุโบสถ คำนานกล่าวว่าสร้างด้วยศิลาแลง ผินพักตร์ไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ปัจจุบันพอกปูนและปิดทองทับไว้ และจะมีงานฉลองในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 4 ถึง ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 เป็นประจำทุกปี

พระพุทธสุวรรณพิทธิประสงค์ เดิมเป็นพระประธานในวิหารจัดสร้างโดยพระอธิการเป็นอดีตเจ้าอาวาส ก่อด้วยอิฐถือปูนงบนน้ำอ้อยปัจจุบันประดิษฐานด้านหน้าพระอุโบสถ

พระอุโบสถ เป็นสิ่งปลูกสร้างมีความแปลกหลายประการ เช่นมีประตูเข้า - ออก ถึง 6 ประตู สร้างด้วยคอนกรีตทั้งหลัง หันหน้าตามลำน้ำ ซึ่งแปลกกว่าวัดทั่วไป สร้างเมื่อปีพุทธศักราช 2494

ศาลาการเปรียญ สร้างด้วยไม้ ที่พิเศษมีบันได ขึ้น - ลง 3 ทางด้วยกัน ปัจจุบันนั้นได้บูรณะและปิดบันไดด้านกลางและตกแต่งเป็นสวนหย่อมมีรูปหนุมานอมพลับพลา ซึ่งเป็นปูนปั้นประดับไว้อย่างสวยงาม

ธรรมสถานไม้สัก เป็นงานชาวบ้านฝีมือช่างท้องถิ่น สร้างเมื่อปี ร.ศ. 128 ปัจจุบันบูรณะเก็บไว้ที่บนศาลาการเปรียญ

หน้าบันหอรระฆัง เป็นงานช่างฝีมือท้องถิ่น สร้างเมื่อปีพุทธศักราช 2475 ปัจจุบันบูรณะเก็บไว้ที่หอหน้าพระอุโบสถ

เรือไม้ตะเคียนขุด เป็นพาหนะที่ใช้ประกอบกิจกรรมทางน้ำทุกอย่างของวัดมาแต่ดั้งเดิม สร้างเมื่อปีพุทธศักราช 2475 ปัจจุบันบูรณะเก็บไว้ที่หอหน้าพระอุโบสถ

พันธุ์ไม้ประดับ ส่วนใหญ่สร้างเป็นสวนหย่อม และสวนธรรมชาติริมน้ำอันงดงาม โดยเฉพาะในเวลาเย็น น้ำใสสะอาด พันธุ์ปลานานาชนิดนับแสนตัวที่มาจากชัยภูมิบริเวณหน้าวัด



ปัจจุบันนั้น วัดลำพญาได้รับการพัฒนาเรื่อยมาทั้งทางโลก และทางธรรม ด้วยจิตศรัทธาของพุทธศาสนิกชน ด้านทางธรรม มีชาวพุทธมากมายหมั่นเวียนกันมาทำบุญ ถวายสังฆทาน ด้วยความศรัทธาในหลวงพ่อมงคลมาลานิมิต และที่วัดจะมีการทำบุญตักบาตรทุกวันพระเป็นประจำ ตลอดทั้งปีมีผู้มารักษาศีลอุโบสถเพื่อชำระจิตใจให้ผ่องใส ส่วนด้านทางโลก ก็ได้มีการพัฒนาตกแต่งบริเวณต่าง ๆ โดยรอบวัดให้สวยงาม ร่มรื่น เป็นที่ชื่นตาชื่นใจแก่ผู้พบเห็น รวมทั้งเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และสงบจิตใจของผู้ที่หนีร้อนมาพึ่งเย็น ทั้งปัจจุบันยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับชาวบ้านในรูปแบบของการจัดตั้ง “ตลาดน้ำวัดลำพญา” ขึ้นอีกด้วย

แผนพัฒนาวัดลำพญา

1. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านไทย เพื่อเป็นศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมและเครื่องมือเครื่องใช้โบราณของท้องถิ่น ให้ประชาชนทั่วไปได้ศึกษาค้นคว้า
2. จัดตั้งสหกรณ์ร้านค้าชุมชน เพื่อให้เป็นที่แสดงสินค้าหรือวางผลิตภัณฑ์งานฝีมือของชาวบ้านในท้องถิ่น และจำหน่ายสินค้าราคาถูกให้แก่ประชาชนทุกคน ในรูปแบบของการขายหุ้นให้ชาวบ้านเป็นเจ้าของร่วมกัน

แม่น้ำท่าจีน

แม่น้ำท่าจีน มีต้นกำเนิดมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยแยกจากฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาที่บ้านคลองมะขามเต่า อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดนครปฐมและไหลลงสู่อ่าวไทยที่จังหวัดสมุทรสาคร มีความยาว 325 กิโลเมตร เป็นแม่น้ำสายเดียวที่อยู่ระหว่างที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยากับแม่น้ำแม่กลอง ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและเกษตรกรรมของประเทศ โดยมีพื้นที่ลุ่มน้ำประมาณ 19,536 ตารางกิโลเมตร (11.6 ล้านไร่) เป็นพื้นที่ทางการเกษตร 7.8 ล้านไร่ ป่าไม้ 2.1 ล้านไร่ ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ 1.7 ล้านไร่

ลักษณะพื้นที่ของลุ่มแม่น้ำท่าจีน

ฝั่งตะวันออก ติดต่อกับลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีสภาพเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำฝืนเดียวกับที่ราบลุ่มแม่น้ำฝืนเดียวกับที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

ฝั่งตะวันตก มีความลาดเอียงสูงกว่าฝั่งตะวันออก ทำให้ทิศทางการไหลของน้ำจะไหลจากทิศตะวันตกไปสู่ทิศตะวันออก แบ่งพื้นที่ได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. พื้นที่ตอนบน ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเป็นที่เชิงเขา แต่มีระดับสูงไม่มากนัก ประกอบด้วยพื้นที่บางส่วนในจังหวัดกาญจนบุรี อุทัยธานี ชัยนาท และสุพรรณบุรี
2. พื้นที่ตอนกลาง เป็นที่ราบลุ่มติดต่อกับพื้นที่ลุ่มแม่น้ำแม่กลองในเขตอำเภอสองพี่น้อง อำเภอบางเลน อำเภอกำแพงแสน และอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม



3. พื้นที่ตอนล่าง เป็นที่ราบลุ่มชายทะเลตั้งแต่อำเภอสามพรานและจังหวัดสมุทรสาคร แม่น้ำสายน้ำไม่มีชีวิต แต่สายน้ำก็เป็นนักเดินทางไกลที่ยิ่งใหญ่ในความรู้สึกของหลาย ๆ คน และแม่น้ำจะไม่มีลมหายใจ ไม่มีความรู้สึกแต่สายน้ำก็สร้างความรู้สึกประทับใจให้กับผู้พบเห็นและผูกพันได้อย่างลึกซึ้งยิ่งเมื่อได้มีโอกาสใกล้ชิดกับสายน้ำก็จะรู้สึกชื่นเย็นสุขสบาย คล้ายคงชีวิตได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริงอีกครั้งหนึ่ง

ซึ่งปัจจุบันบรรดาวัดต่าง ๆ ที่อยู่ริมแม่น้ำท่าจีนต่างก็ได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้า วิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ ภูมิปัญญาชาวบ้านในแต่ละถิ่น ที่อยู่อาศัยและเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมรายได้ให้กับชาวบ้าน ในท้องถิ่นอีกด้วย ดังเช่นที่ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดริมน้ำ วัดคอนหาวย และในโอกาสต่อ ๆ ไป ก็คงจะมีแห่งอื่น ๆ เกิดขึ้นอีก

ตลาดน้ำวัดลำพญา

อยู่บนชายฝั่งแม่น้ำท่าจีน ในช่วงของอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีความยาวของแม่น้ำที่ไหลผ่านจังหวัดนครปฐม ประมาณ 44 กิโลเมตร โดยเริ่มตั้งแต่ อำเภอบางเลน อำเภอนครชัยศรี และอำเภอสามพราน ซึ่งทั้งสองฟากฝั่งแม่น้ำท่าจีนยังอุดมไปด้วยธรรมชาติ อ่างدام สงบร่มเย็น และสมบูรณ์ไปด้วยวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ เป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรม พื้นบ้านแต่ละท้องถิ่นที่น่าศึกษาค้นคว้าและเรียนรู้

แม่น้ำท่าจีน เส้นเลือดใหญ่ของชุมชนเกษตรกรรมที่ราบลุ่มภาคกลาง ซึ่งจะยังคงมีความสำคัญตลอดมาและตลอดไปนานแสนนาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

นวล สารสอน (2533) ศึกษาเรื่องผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศสำหรับวิธีการศึกษานั้น ได้ใช้วิธีการของวิชามนุษยวิทยาคือวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พยายามเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนที่ศึกษาให้ครบ ทุกด้าน จากการศึกษาลักษณะทั่วไปของชุมชนดำเนินสะดวก พบว่าเป็นชุมชนที่มีการพัฒนาการมาตั้งแต่มีการขุดคลองดำเนินสะดวก และสามารถแบ่งเขตชุมชนออกเป็นสองส่วนคือ ย่านตลาดซึ่งเรียกว่า เป็นชุมชนเมืองและย่านที่เป็นเขตทำการเกษตรอยู่รอบ ๆ เขตชุมชน โดยที่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เป็นที่ราบลุ่ม มีคลอง ต่าง ๆ หลายคลอง จึงทำให้วิถีชีวิตในชุมชนผูกพันอยู่กับน้ำ ทั้งด้านการค้าและการเกษตร



ตลาดน้ำก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในชุมชนแห่งนี้ เนื่องจาก เป็นที่ชาวสวนและชาวตลาดการค้าและแลกเปลี่ยนสินค้ากัน ประมาณปี 2514 เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางไป ชมภาพวิถีชีวิตของชุมชนแห่งนี้ และเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามลำดับมากถึงปัจจุบัน จากการศึกษาผลกระทบจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่าได้รับผลน้อย เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวในที่นี่มีข้อจำกัดอยู่อย่างมาก เช่น ระยะเวลาการท่องเที่ยวมีเฉพาะที่มีตลาดน้ำในตอนเช้าของวันเท่านั้น และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังถูกจำกัดเพื่อที่ชมตลาดน้ำให้อยู่ในเขตพื้นที่ของร้านค้าขายของที่ระลึกเท่านั้น จึงทำให้ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยวมีน้อย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ การพัฒนาถนน เข้ามามีบทบาทแทนที่เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ดังจะเห็นการเปลี่ยนแปลงศูนย์กลางตลาดชุมชนจากบริเวณริมคลองไปสู่สองฟากถนน เช่น ตลาดเสรีที่นับวันจะขยายมากขึ้นในอนาคต

สุรพล ปธานวนิช และคณะ (2548) ได้จัดทำงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยว พบว่า บุคคลเมื่อมีอายุมากขึ้นมักนิยมที่จะท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย ตลอดจนมีความพอใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและโบราณสถานมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ที่มีอายุสูง (36 ปีขึ้นไป) มักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุน้อยมักจะนิยมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากมีอิสระในการท่องเที่ยวและไม่รีบรีบหลักในการรับผิดชอบต่อครอบครัว และพบว่าผู้มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวทะเล ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบผ่อนคลายเป็นพิเศษ เข้าพักในโรงแรมและมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า ในขณะที่ผู้มีการศึกษาดำเนินความนิยมที่จะท่องเที่ยว ป่าเขา น้ำตก การท่องเที่ยวตามวัดและการทำบุญ พุทธกิจกรรมดังกล่าว อาจอธิบายได้โดยความผูกพันกับเรื่องประเภทของงานที่ทำ และรายได้ ซึ่งเป็นตัวบ่งบอกถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ โอกาสที่อาจเป็นไปได้ และอำนาจในการซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาดี้อย่างจะมีรายได้ที่สูง มีแนวโน้มที่จะทำงานในสำนักงาน มีรายได้ตลอดจนค่านิยมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน หรือมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ให้โอกาสได้เดินทางไปต่างจังหวัดมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีระดับการศึกษาดำกว่า

ทองหยด สวนทอง (2540) ศึกษาเรื่องระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน และศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งปัญหาที่ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่มีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชันมาคอยให้คำแนะนำอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยเฉพาะเด็กและคนชรา ห้องสุขาไม่เพียงพอ แพริมน้ำกับแคบ ไม่สะดวกต่อการเดินดูและซื้อสินค้า ถึงถึงขยะไม่เพียงพอ ชุมและศาลาที่นั่งพักผ่อน



ไม่เพียงพอ ป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำไม่ชัดเจนและขาดความต่อเนื่อง ราคาสินค้าบางชนิดแพงกว่าที่อื่น สินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่มบางชนิดมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

เสริมพันธ์ สาริมาน (2544, หน้า 56 - 57) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเขตอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิว จ.จันทบุรี ผลการศึกษา ปรากฏว่าทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงสถานที่พักผ่อนทำให้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว มีความพอใจอย่างมาก 80 - 90 % ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวให้การชมเชยและจะกลับมาท่องเที่ยวอีกเมื่อมีโอกาสในอนาคต ซึ่งมีเพียงส่วนน้อยที่ต้องการให้มีการปรับปรุงบ้าง เช่นความสะอาดร้านค้า การพัฒนาสถานที่รอบอุทยาน มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานราชการอื่น โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักท้องถิ่นในการบริหารงานด้วยตนเอง ซึ่งมีนโยบายในการอนุรักษ์อยู่ด้วยให้เข้าร่วมประชุม จัดอบรม ร่วมกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นกำลังใจในการประชาสัมพันธ์ในการอนุรักษ์ต่อไป ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ ควรแจกเอกสารให้นักท่องเที่ยวได้ทราบในการพัฒนาปรับปรุงอุทยานแห่งชาติแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้ง ออกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็น ในการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ และ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

สมิคร ณะกิจสุข (2546) ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล เกาะเสม็ด ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานของรัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ยังขาดการประสานงาน ขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน ซึ่งมีผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งทางด้านการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ และกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจนและสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน สร้างมาตรการ กฎ ระเบียบเพื่อกำกับดูแล ควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างกระบวนการเรียนรู้ ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดีมีมาตรฐาน มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตลอดไป

กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้



ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- เพศ
- ภูมิลำเนา
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- สถานภาพ
- แหล่งการรับข้อมูลข่าวสาร
- จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว
- วันที่มาท่องเที่ยว
- การเดินทาง
- ความประทับใจ
- ฤดูที่มาท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 ด้านพื้นที่

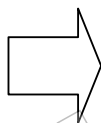
ด้านที่ 2 ด้านความสะดวก

ด้านที่ 3 ด้านความปลอดภัย

ด้านที่ 4 ด้านประเพณีวัฒนธรรม



- เพศ
- ภูมิสำเนา
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- สถานภาพ
- แหล่งการรับข้อมูลข่าวสาร
- สมาชิกที่มาท่องเที่ยว
- วันที่มาท่องเที่ยว
- การเดินทาง
- ความประทับใจ
- ฤดูที่มาท่องเที่ยว



1. ด้านพื้นที่

- วิว ทิวทัศน์
- ความสะอาดของแพริมน้ำ
- ความเพียงพอของที่นั่งพัก
- ความสะอาดของห้องสุขา
- ความสะอาดของร้านอาหาร
- ความพอเพียงในการเก็บขยะ
- การจัดพื้นที่ให้มีความเป็นสัดส่วน
- ความเหมาะสมของการพัฒนา

2. ด้านความสะดวก

- การคมนาคม
- การจัดที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน
- การขอข้อมูลจากศูนย์บริการ
- การให้บริการข้อมูลที่สมบูรณ์
- มีรถประจำทางเพียงพอ
- ป้ายประชาสัมพันธ์

3. ด้านความปลอดภัย

- มีเจ้าหน้าที่ตรวจตรา
- การจราจร
- ความปลอดภัยบริเวณแพริมน้ำ
- การให้ข้อมูล
- ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

4. ด้านวัฒนธรรมประเพณี

- อธิษาศัยในการต้อนรับ
- การไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคา
- สินค้าพื้นบ้าน
- ความประทับใจการประกอบอาชีพ
- มารยาทในการให้บริการ
- สถานที่ศักดิ์สิทธิ์

ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษา



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา เพื่อให้ทางตลาดน้ำวัดลำพญาได้นำข้อคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว มาพิจารณา แก้ไขปรับปรุง ทำให้ปัญหา สาธารณะที่ก่อตัวขึ้น ได้รับความสนใจจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยว เป้าหมายที่ทำการศึกษาค้นคว้า สำหรับวิธีการศึกษาค้นคว้า ผู้ทำการวิจัย ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยดำเนินการดังนี้

1. สืบค้นและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการสำรวจและศึกษาเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาจากแหล่งเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นความรู้พื้นฐานในการเขียนเค้าโครงวิจัย และประกอบในการศึกษาค้นคว้า
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามด้วยการสังเกตในพื้นที่ ใช้ แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา และเนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงไปสัมภาษณ์ กำหนดวงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์ (ประธานกรรมการบริหารตลาดน้ำวัดลำพญา) และเจ้าหน้าที่ตลาดน้ำ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2549 เกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำวัดลำพญา พบว่า ทางคณะกรรมการตลาดน้ำมีการตรวจนับนักท่องเที่ยว ทุกไตรมาส จากครั้งล่าสุด วันที่ 1 ตุลาคม 2548 - 31 ธันวาคม 2548 นั้น

มีจำนวนนักท่องเที่ยว มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา ในวันเสาร์ จำนวน 2,000 - 3,000 คน วันอาทิตย์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาจำนวน 6,000 - 7,000 คน ดังนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันจึงเท่ากับ 5,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำ จำนวน 357 คน ซึ่งผู้วิจัยมีแนวคิด ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากตารางของ (Krejice & Morgan อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 185 - 186) เมื่อจำนวนประชากร 5,000 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 357 คน และ



ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) จนได้ครบตามจำนวนที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการจัดเก็บข้อมูลปฐมภูมิภาคสนาม แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (check lists) มี 12 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ

- เพศ
- ภูมิลำเนา
- ระดับการศึกษาสูงสุด
- รายได้ต่อเดือน
- อาชีพ
- สถานภาพ
- แหล่งการรับข้อมูลข่าวสาร
- สมาชิกที่มาท่องเที่ยว
- วันที่มาท่องเที่ยว
- การเดินทาง
- ความประทับใจ
- ฤดูที่มาท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อสภาพแวดล้อมตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตามลักษณะสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำในทุกด้าน จำนวน 25 ข้อ ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------|---------------|
| - ด้านสภาพพื้นที่ | มีจำนวน 8 ข้อ |
| - ด้านความสะดวก | มีจำนวน 6 ข้อ |
| - ด้านความปลอดภัย | มีจำนวน 5 ข้อ |
| - ด้านวัฒนธรรมประเพณี | มีจำนวน 6 ข้อ |



มีลักษณะเป็นมาตราค่า (rating scale) บอกถึงระดับความคิดเห็นที่มี 4 ระดับ ได้แก่

- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า ดีที่สุด
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า ดี
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า ควรปรับปรุง
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่า ควรปรับปรุงที่สุด

สำหรับเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ยมีการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงคะแนน} &= \frac{4-1}{4} \\ &= 0.75\end{aligned}$$

การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย

- 3.26 - 4.00 อยู่ในระดับ ดีที่สุด
- 2.51 - 3.25 อยู่ในระดับ ดี
- 1.76 - 2.50 อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง
- 1.00 - 1.75 อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (open end) จำนวน 3 ข้อดังนี้

- ข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง
- ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
- ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content analysis)

ซึ่งลักษณะข้อคำถามปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยหาค่า reliability ของแบบสอบถาม ได้ค่า reliability ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.74 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง (ค่า reliability ที่ยอมรับได้มีค่ามากกว่า .60)



การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารความเป็นมาของปัญหาเพื่อกำหนดประเด็นปัญหา แก่ใจ และประเมินผล โดยอธิบายผลการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกซึ่งจดข้อความโดยสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการศึกษา
2. นำข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม มาสรุปสาระสำคัญและนำไปเสริมในส่วนสำคัญเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสังเกต มาตรวจสอบเพื่อสรุปสาระสำคัญและนำไปเสริมในส่วนสำคัญเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล
4. ข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามขอบเขตด้านเนื้อหาของงานวิจัยเพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ ในประเด็นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อต้องการทราบปัญหา และ เสนอแนวทางแก้ไขและจัดการการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาวิจัย พบว่าสภาพแวดล้อมทั่วไปของตลาดน้ำประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่
 - ด้านพื้นที่
 - ด้านความสะดวก
 - ด้านความปลอดภัย
 - ด้านวัฒนธรรมประเพณี
5. การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้
 - 5.1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อจัดทำเป็นหมวดหมู่และทราบการรับรู้และความคิดเห็นของกลุ่มประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ จะทำการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าความถี่ (frequency)
 - 5.2 สถิติเพื่อการพิสูจน์สมมติฐาน โดยใช้ค่า t - test ในการพิสูจน์สมมติฐานข้อที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเพศ และใช้ค่า One - way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และนำเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา มาพัฒนาและปรับปรุง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 357 คน ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 สำรวจข้อมูลพื้นฐานและความคิดเห็นทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	131	36.70
หญิง	226	63.30
รวม	357	100.00

ผลปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่ได้รับแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย ชาย 131 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 หญิง 226 คิดเป็นร้อยละ 63.30 จะเห็นได้ว่าข้อมูล จากตาราง จำนวนเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย



ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	142	39.80
นครปฐม	86	24.10
ราชบุรี	26	7.20
อื่น ๆ	103	28.90
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 3 ในด้านภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา ส่วนใหญ่ 142 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 มาจากกรุงเทพฯ ส่วนอันดับสองเป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่น ๆ 103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 อันดับสามมาจากจังหวัดนครปฐม 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 และอันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาชั้นสูงสุด

ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถม	38	10.60
มัธยม	75	21.00
ปริญญาตรี	202	56.60
สูงกว่าปริญญาตรี	42	11.80
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 202 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา 75 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 เป็นผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมจำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 10.60 ตามลำดับ



ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	54	15.10
5,000 - 10,000 บาท	73	20.40
10,000 - 15,000 บาท	119	33.30
มากกว่า 15,000 บาท	111	31.20
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าผู้มาท่องเที่ยว 119 คนคิดเป็นร้อยละ 33.30 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาทรองลงมา คือจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท อันดับสามมีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 มีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	67	18.80
รับจ้าง	119	33.30
ธุรกิจส่วนตัว	121	33.90
อื่น ๆ	50	14.00
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอันดับที่ 1 มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 อันดับที่ 2 อาชีพรับจ้างจำนวน 119 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.30 อันดับที่ 3 คืออาชีพรับราชการจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00



ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	183	51.30
สมรส	156	43.70
หย่า	10	2.80
แยกกันอยู่	8	2.20
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า อันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งมีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 มีสถานภาพโสด ส่วนอันดับที่ 2 มีสถานภาพสมรสแล้ว 156 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 และอันดับที่ 3 มีสถานภาพหย่า 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และอันดับสุดท้ายแยกกันอยู่ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับตลาดน้ำ จำแนกตามแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	90	25.20
หนังสือพิมพ์	60	16.80
วิทยุ	16	4.50
เอกสารประชาสัมพันธ์	191	53.50
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า อันดับที่ 1 เป็นการทราบจากเอกสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาเป็นการทราบจากโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 และอันดับที่ 3 เป็นการทราบจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และอันดับที่ 4 ทราบจากวิทยุ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50



ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิกที่มาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	20	5.60
เดินทางมา 2 คน	74	20.70
เดินทางมาระหว่าง 3 - 4 คน	120	33.60
เดินทางมามากกว่า 4 คน	143	40.10
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 9 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่ม มากกว่า 4 คนขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 รองลงมา คือ เดินทางมากับสมาชิกระหว่าง 3 - 4 คน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.60 และอันดับสาม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 2 คนนั้น มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 และอันดับสุดท้ายท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียวนั้น มีเพียง 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.60

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่มาท่องเที่ยว

วันที่มาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันเสาร์	156	43.70
วันอาทิตย์	173	48.50
วันหยุดนักขัตฤกษ์	28	7.80
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 10 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันอาทิตย์จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 ส่วนวันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80



ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว โดยวิธีใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	283	79.30
รถประจำทาง	22	6.20
รถทัวร์, รถบัส	13	3.60
รถจักรยานยนต์	39	10.90
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว อันดับที่ 1 ได้แก่ เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวจำนวน 283 คิดเป็นร้อยละ 79.30 อันดับที่ 2 เดินทางมาโดยรถจักรยานยนต์ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 อันดับที่ 3 เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถประจำทาง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และอันดับสุดท้าย เดินทางมาโดยรถทัวร์, รถบัส จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความประทับใจ

ประทับใจสิ่งใดเมื่อมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหาร	107	30.00
ผักสดและผลไม้	40	11.20
วิว, ธรรมชาติ	186	52.10
สินค้าหัตถกรรม	24	6.70
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 12 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อันดับที่ 1 สิ่งประทับใจ วิวและธรรมชาติ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10 อันดับที่ 2 ได้แก่อาหาร จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อันดับ ที่ 3 ได้แก่ผักสดและผลไม้ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 อันดับที่ 4 ได้แก่ สินค้าหัตถกรรม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70



ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามฤดูที่มาท่องเที่ยว

ฤดูที่มาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฤดูร้อน	52	14.60
ฤดูหนาว	58	16.20
ฤดูฝน	24	6.70
ไม่เลือกฤดู	223	62.50
รวม	357	100.00

จากตารางที่ 13 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ไม่เลือกฤดู เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 223 คนคิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาอันดับที่ 2 ฤดูหนาว 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 และอันดับที่ 3 ฤดูร้อน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 และอันดับสุดท้ายฤดูฝน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



ตอนที่ 2 การวัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมตลาดน้ำ
วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 14 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพพื้นที่

ด้านสภาพพื้นที่	ระดับความคิดเห็น				\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับ
	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุงที่สุด				
1. ธรรมชาติริมน้ำของตลาดน้ำมีความสวยงามเป็นธรรมชาติ	100 (28.00)	249 (69.70)	4 (1.10)	4 (1.10)	3.25	0.525	ดี	1
2. ความสะอาดของแพริมน้ำตลาดน้ำวัดลำพญา	40 (11.20)	261 (73.10)	54 (15.10)	2 (0.60)	2.95	0.532	ดี	2
3. ความพอเพียงของที่นั่งพักผ่อนน้ำวัดลำพญา	32 (9.00)	204 (57.10)	114 (31.90)	7 (2.00)	2.73	0.645	ดี	7
4. ความสะอาดของห้องสุขา	18 (5.00)	190 (53.20)	137 (38.40)	12 (3.40)	2.59	0.639	ดี	8
5. ความสะอาดของร้านอาหาร	21 (5.90)	248 (69.50)	85 (23.80)	3 (0.80)	2.80	0.541	ดี	6
6. ความเพียงพอและเหมาะสมในการจัดเก็บขยะ	31 (8.70)	243 (68.10)	82 (23.00)	1 (0.30)	2.85	0.553	ดี	5
7. การจัดบริเวณเป็นสัดส่วน	30 (8.40)	274 (76.80)	48 (13.40)	5 (1.40)	2.92	0.518	ดี	3
8. ความเหมาะสมด้านผังเมือง	32 (9.00)	267 (74.80)	54 (15.10)	4 (1.10)	2.91	0.528	ดี	4
รวม					2.92	0.545	ดี	

จากตารางที่ 14 พบว่า ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีดัชนีของทัศนคติอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 2.92, S.D. = 0.545$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ



กับวิว ทิวทัศน์ ธรรมชาติ ของตลาดน้ำวัดลำพญาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมี ($\bar{X} = 3.25$) อันดับที่ 2 คือ ความสะอาดของแพริมน้ำ ($\bar{X} = 2.95$) อันดับที่ 3 ได้แก่ การจัดบริเวณตลาดน้ำเป็นสัดส่วน ($\bar{X} = 2.92$) อันดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของห้องสุขา ($\bar{X} = 2.59$)

ตารางที่ 15 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก	ระดับความคิดเห็น				\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับ
	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุงที่สุด				
1. การคมนาคม	42 (11.80)	207 (58.00)	71 (19.90)	37 (10.40)	2.71	0.806	ดี	4
2. การจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วนมีความสะดวกสบาย	28 (7.80)	221 (61.90)	96 (26.90)	12 (3.40)	2.74	0.645	ดี	3
3. ความสะดวกในการขอข้อมูลจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	21 (5.70)	260 (70.70)	70 (19.00)	6 (1.60)	2.82	0.541	ดี	2
4. การให้บริการข้อมูลจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	24 (6.50)	266 (72.30)	61 (16.60)	6 (1.60)	2.86	0.535	ดี	1
5. มีรถประจำทางเพียงพอ	30 (8.20)	201 (54.60)	113 (30.70)	13 (3.50)	2.66	0.681	ดี	5
6. ป้ายประชาสัมพันธ์บอกสถานที่ท่องเที่ยว	30 (8.20)	179 (48.60)	131 (35.60)	17 (4.60)	2.61	0.708	ดี	6
รวม					2.74	0.607	ดี	

จากตารางที่ 15 พบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้ำในด้านความสะดวกอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 2.74$, S.D. = 0.607) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ความสะดวกในการขอข้อมูลจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.86$) อันดับที่ 2 ได้แก่ การให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.82$) อันดับที่ 3 การจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วนมีความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 2.74$) อันดับสุดท้าย ป้ายประชาสัมพันธ์บอกสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.61$)



ตารางที่ 16 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น				\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับ
	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุงที่สุด				
1. มีเจ้าหน้าที่ตำรวจตรวจตราตลอดเวลา	38 (10.30)	187 (50.80)	128 (34.80)	4 (1.10)	2.70	0.668	ดี	5
2. ความปลอดภัยจากการจราจร	28 (7.60)	219 (59.50)	109 (29.60)	1 (0.30)	2.75	0.592	ดี	3
3. ความปลอดภัยของบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวของแพริมน้ำ	27 (7.30)	242 (65.80)	87 (23.60)	1 (0.30)	2.80	0.553	ดี	1
4. การให้ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย	27 (7.30)	230 (62.50)	94 (25.50)	6 (1.60)	2.76	0.603	ดี	2
5. มีศูนย์ปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	31 (8.40)	216 (58.70)	102 (27.70)	8 (2.20)	2.72	0.639	ดี	
รวม					2.77	0.632	ดี	

จากตารางที่ 16 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านความปลอดภัยของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีดีด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 2.77$, $S.D. = 0.632$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อพบว่า ความปลอดภัยบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวของแพริมน้ำมีความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ($\bar{X} = 2.80$) รองลงมาคือ ความปลอดภัยจากการให้ข้อมูลเพื่อความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.76$) อันดับที่ 3 คือ ความปลอดภัยจากการจราจร ($\bar{X} = 2.75$) อันดับที่ 4 คือ มีศูนย์ปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.72$) อันดับสุดท้ายคือ มีเจ้าหน้าที่ตำรวจตรวจตราตลอดเวลา ($\bar{X} = 2.70$)



ตารางที่ 17 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมประเพณี

ด้านวัฒนธรรมประเพณี	ระดับความคิดเห็น				\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับ
	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุงที่สุด				
1. การมีอาชีพในการต้อนรับของประชาชนในพื้นที่	68 (19.00)	274 (76.80)	13 (3.60)	2 (0.60)	3.14	0.479	ดี	5
2. การขายสินค้าราคาเป็นธรรมไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า	58 (15.80)	264 (71.70)	33 (9.00)	2 (0.50)	3.05	0.529	ดี	6
3. สินค้าพื้นบ้าน เช่น ส้มโอ ไข่ ผลไม้ มะม่วงเขียวเสวย	77 (20.90)	259 (70.40)	20 (5.40)	1 (0.30)	3.15	0.511	ดี	4
4. ความประทับใจในการประกอบอาชีพของชุมชน	79 (21.50)	265 (72.00)	12 (3.30)	1 (0.30)	3.17	0.481	ดี	2
5. มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	73 (19.80)	270 (73.40)	13 (3.50)	1 (0.30)	3.16	0.477	ดี	
6. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หลวงพ่อมงคลเทพนิมิต เจ้าแม่ทับทิม เจ้าแม่ประกายแก้ว	90 (24.50)	250 (67.90)	16 (4.30)	1 (0.30)	3.22	0.528	ดี	
รวม					3.23	0.514	ดี	

จากตารางที่ 17 พบว่าในภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีดัชนีของขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น อยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 3.235, S.D. = 0.514$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างอันดับที่ 1 มีความเคารพต่อสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น หลวงพ่อมงคลเทพนิมิต เจ้าแม่ทับทิม เจ้าแม่ประกายแก้ว เจ้าแม่ประกายทิพย์ ($\bar{X} = 3.22$) อันดับที่ 2 คือ ความประทับใจในการประกอบอาชีพของชุมชน ($\bar{X} = 3.17$) อันดับที่ 3 คือความประทับใจมารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.16$)



อันดับสุดท้าย คือ ความประทับใจการขายสินค้าราคาเป็นธรรมไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า
($\bar{X} = 3.05$)

ตารางที่ 18 สรุปผลรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมตลาดน้ำวัดลำพญา

ผลรวมด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุงที่สุด			
1. ด้านสภาพพื้นที่	40 (11.20)	252 (70.60)	64 (17.90)	1 (0.30)	2.92	0.545	ดี
2. ด้านความสะดวก	28 (7.80)	215 (60.20)	110 (30.80)	4 (1.10)	2.74	0.607	ดี
3. ด้านความปลอดภัย	36 (10.10)	208 (58.30)	109 (30.50)	4 (1.10)	2.77	0.632	ดี
4. ด้านวัฒนธรรม ประเพณี	98 (27.50)	246 (68.90)	12 (3.40)	1 (0.30)	3.23	0.514	ดี
ภาพรวม					3.03	0.476	ดี

จากตารางที่ 18 ภาพรวมในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำวัดลำพญา ไม่ว่าจะเป็นด้านพื้นที่ ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านวัฒนธรรมประเพณี อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.03$, $S.D. = 0.476$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ด้านวัฒนธรรมประเพณี เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ($\bar{X} = 3.15$) รองลงมาคือ ด้านสภาพพื้นที่ ($\bar{X} = 2.87$) อันดับที่สามรองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 2.75$) และอันดับสุดท้ายคือด้าน ความสะดวก ($\bar{X} = 2.73$)



การพิสูจน์สมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	131	2.94	0.73	.432*	0.002
หญิง	226	2.91	0.58		

* $p \leq .05$

ผลการทดสอบ t - test พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อภูมิลำเนาต่างกัน

ภูมิลำเนา	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3	.987	.329	1.458	.226
ภายในกลุ่ม	353	79.674	.226		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 20 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2



สมมติฐานการวิจัยที่ 3 นักท่องเที่ยวที่การศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อการศึกษาต่างกัน

การศึกษา	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	.996	.332	1.471	.222
ภายในกลุ่ม	353	79.665	.226		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบโดยใช้ One-way ANOVA พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อรายได้ต่างกัน

รายได้	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	4.185	1.395	6.439*	.000
ภายในกลุ่ม	353	76.476	.217		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 22 ผลการทดสอบโดยใช้ One-way ANOVA พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 4

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อด้วยวิธีการทดสอบของ เชฟเฟ่ (Scheffe) ได้ผลดังตารางที่ 23



ตารางที่ 23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่แบบเชฟเฟ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
เมื่อระดับรายได้แตกต่างกัน

รายได้	\bar{X}	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
น้อยกว่า 5,000 บาท	3.27		*	*	*
5,000 - 10,000 บาท	3.02				
10,001 - 15,000 บาท	2.94				
มากกว่า 15,000 บาท	3.00				

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 23 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่ 3 คู่ คือ

คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว
สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท

คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว
สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 5,000 - 10,000 บาท

คู่ที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว
สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 15,000 บาท

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว
ต่างกัน

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่ออาชีพต่างกัน

อาชีพ	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	2.123	.708	3.181*	.024
ภายในกลุ่ม	353	78.538	.222		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$



จากตารางที่ 24 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 5

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อด้วยวิธีการทดสอบของ เชฟเฟ้ (Scheffe) ได้ผลดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่แบบ เชฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำเมื่ออาชีพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ	รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
รับราชการ	3.04				
รับจ้าง	3.05				
ธุรกิจส่วนตัว	2.94				*
อื่น ๆ	3.18				

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 25 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่ 1 คู่ คือ

นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่ำกว่ากับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อสถานภาพต่างกัน

สถานภาพ	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	1.015	.338	1.499	.214
ภายในกลุ่ม	353	79.646	.226		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$



จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวไม่ต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปฏิเสธ สมมติฐานที่ 6

สมมติฐานการวิจัยที่ 7 นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อการรับรู้ข่าวสารต่างกัน

การรับรู้ข่าวสาร	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	.737	.246	1.086	.355
ภายในกลุ่ม	353	79.924	.226		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 27 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปฏิเสธ สมมติฐานที่ 7

สมมติฐานการวิจัยที่ 8 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อจำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยวต่างกัน

ลักษณะการท่องเที่ยว	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	.489	.163	.718	.542
ภายในกลุ่ม	353	80.172	.227		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$



จากตารางที่ 28 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ 8

สมมติฐานการวิจัยที่ 9 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวันที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อวันที่มาท่องเที่ยวต่างกัน

วันที่มาท่องเที่ยว	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	2	.649	.324	1.435	.240
ภายในกลุ่ม	354	80.013	.226		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 29 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวันที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 9

สมมติฐานการวิจัยที่ 10 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน

วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	1.874	.625	2.800*	.040
ภายในกลุ่ม	353	78.787	.223		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$



จากตารางที่ 30 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ยอมรับ สมมติฐานที่ 10

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อด้วยวิธีการทดสอบของ เซฟเฟ้ (Scheffe) ได้ผลดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบ เซฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่อวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

วิธีการเดินทาง	\bar{X}	รถยนต์ส่วนตัว	รถประจำทาง	รถทัวร์, รถบัส	รถจักรยานยนต์
รถยนต์ส่วนตัว	3.00				*
รถประจำทาง	2.95				
รถทัวร์, รถบัส	3.07				
รถจักรยานยนต์	3.23				

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 31 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวต่างกัน อยู่ 1 คู่ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถจักรยานยนต์

สมมติฐานการวิจัยที่ 11 นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อมีความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ความประทับใจ	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	1.997	.666	2.987*	.031
ภายในกลุ่ม	353	78.664	.223		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$



จากตารางที่ 32 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ยอมรับ สมมติฐานที่ 11

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อด้วยวิธีการทดสอบของ เซฟเฟ้ (Scheffe) ได้ผลดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่แบบ เซฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ความประทับใจ	\bar{X}	อาหาร	ผักสดและผลไม้	วิว, ธรรมชาติ	สินค้าหัตถกรรม
อาหาร	3.05				
ผักสดและผลไม้	2.82			*	
วิว, ธรรมชาติ	3.06				
สินค้าหัตถกรรม	3.00				

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 33 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวต่างกัน อยู่ 1 คู่ คือ นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจใน สินค้าจำพวก ผักสดและผลไม้ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในวิว ธรรมชาติ ของสถานที่ท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัยที่ 12 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูกาลต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน

ตารางที่ 34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมื่อฤดูกาลเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน

ฤดูกาล	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	3	3.395	1.132	5.171*	.002
ภายในกลุ่ม	353	77.266	.219		
รวม	356	80.661			

* $p \leq .05$



จากตารางที่ 34 ผลการทดสอบโดยใช้ One - way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูกาลต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ายอมรับ สมมติฐานที่ 12

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อด้วยวิธีการทดสอบของ เชฟเฟ้ (Scheffe) ได้ผลดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่แบบ เชฟเฟ้ (Scheffe) ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่อระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ฤดูกาล	\bar{X}	ร้อน	หนาว	ฝน	ไม่เลือกฤดู
ร้อน	3.25		*		*
หนาว	2.96				
ฝน	3.12				
ไม่เลือกฤดู	2.98				

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 35 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูกาลต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวต่างกัน อยู่ 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในฤดูร้อนมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวฤดูหนาว

คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในฤดูร้อนมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโดยไม่เลือกฤดู

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข

จากสภาพปัญหาและผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยว ท่านมีความคิดเห็นในการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานอย่างไรบ้าง

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจะมีการปรับปรุงถนนสภาพการจราจร ป้ายบอกทางให้ชัดเจนขึ้น และมีรถประจำทางเพิ่มขึ้น จำนวน 280 คน



2. **สิ่งอำนวยความสะดวก** นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรมีฝ่ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และตำรวจจราจรคอยโบกรถเข้าออกให้นักท่องเที่ยว และสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้เพียงพอกแก่นักท่องเที่ยว จำนวน 181 คน

3. **ความปลอดภัย** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรมีตำรวจ ปรก. และหน่วยกู้ภัย ไว้คอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และมีเสื้อชูชีพให้นักท่องเที่ยวที่ล่องเรือทุกท่าน จำนวน 150 คน

4. **สภาพแวดล้อม และสถานที่** นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำวัดลำพญา มีความเป็นธรรมชาติ สวยงาม และบรรยากาศดีอยู่แล้ว ซึ่งเป็นที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวส่วนสถานที่ที่จอดรถ ถึงจะมีมากแต่ก็ไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 51 คน

5. **การปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานของรัฐ** องค์การบริหารตำบลส่วนท้องถิ่นและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรร่วมกันประสานงานและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นควรสร้างความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน สร้างมาตรการ กฎระเบียบ เพื่อกำกับดูแลปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี มีมาตรฐานมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว จำนวน 101 คน

6. **ราคาสินค้า ผลิตภัณฑ์** ราคาสินค้าของตลาดน้ำวัดลำพญา มีความเหมาะสมดีอยู่แล้ว แต่นักท่องเที่ยวบางส่วนเกรงว่าจะมีการขึ้นราคาสินค้าขึ้นในอนาคต จำนวน 30 คน

7. **อธยาศัยในการต้อนรับของประชาชนในพื้นที่** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการต้อนรับของประชาชนในพื้นที่ และประทับใจในอธยาศัย ความมีไมตรีของ พ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำวัดลำพญา จำนวน 195 คน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา พิจารณาจาก ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะการท่องเที่ยว การรับรู้ข่าวสาร และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางการปรับปรุง การบริหารและการจัดการตลาดน้ำวัดลำพญา รวมทั้งเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้ด้านการให้บริการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ต่อไป

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา มากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ 10,000 - 15,000 บาท มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพโสด ทราบข้อมูลข่าวสารจากเอกสารการประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำวัดลำพญา มีการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม หรือครอบครัว เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในวันอาทิตย์ โดยรถยนต์ส่วนตัว มีความประทับใจในวิว ทิวทัศน์ ตามธรรมชาติ และมาท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของตลาดน้ำ วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

2.1 ด้านสภาพพื้นที่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อธรรมชาติริมน้ำของตลาดน้ำว่ามีความสวยงามเป็นธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.25$) เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ความสะอาดของแพริมน้ำ ($\bar{X} = 2.95$) ต่อมาคือความเพียงพอของที่นั่งพักบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{X} = 2.92$) เป็นอันดับที่ 3 ความสะอาดของห้อง สุขา ($\bar{X} = 2.59$) เป็นอันดับสุดท้าย



2.2 ด้านความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.86$) เป็นอันดับที่ 1 ความสะดวกในการขอข้อมูลจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.82$) เป็นอันดับที่ 2 การจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วนมีความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 2.74$) เป็นอันดับที่ 3 และป้ายประชาสัมพันธ์บอกสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.61$) เป็นอันดับสุดท้าย

2.3 ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อ ความปลอดภัยบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ของแพริมน้ำ ($\bar{X} = 2.80$) เป็นอันดับที่ 1 การให้ข้อมูลเพื่อความปลอดภัย ($\bar{X} = 2.76$) เป็นอันดับที่ 2 ความปลอดภัยจากการจราจร ($\bar{X} = 2.75$) เป็นอันดับที่ 3 และการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราตลอดเวลา ($\bar{X} = 2.70$) เป็นอันดับสุดท้าย

2.4 ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 3.22$) เป็นอันดับที่ 1 ความประทับใจในการประกอบอาชีพของชุมชน ($\bar{X} = 3.17$) เป็นอันดับที่ 2 มารยาทในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.16$) เป็นอันดับที่ 3 และการขายสินค้าราคาเป็นธรรมไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.05$) เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 36 ผลการพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัย	ค่านัยสำคัญทางสถิติ	ผลการทดสอบ
1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.000	ยอมรับ
2. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.226	ปฏิเสธ
3. นักท่องเที่ยวที่การศึกษาแตกต่างกันต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.222	ปฏิเสธ
4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.000	ยอมรับ
5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.024	ยอมรับ
6. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.214	ปฏิเสธ



ตารางที่ 36 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ค่านัยสำคัญทางสถิติ	ผลการทดสอบ
7. นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.355	ปฏิเสธ
8. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.542	ปฏิเสธ
9. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวันที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.240	ปฏิเสธ
10. นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.040	ยอมรับ
11. นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.031	ยอมรับ
12. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฤดูกาลต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาต่างกัน	0.002	ยอมรับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษารวบรวมว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวและการบริการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำวัดลำพญา ประเด็นที่เป็นข้อพบและนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ดี และนำมาพิจารณารายชื่อของความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำให้ความสำคัญต่อสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความรู้สึกดีที่ได้เห็นภาพชีวิตที่เป็นเสมือนหนึ่งตัวแทนของคนไทยในอดีตที่มีความผูกพันอยู่กับแม่น้ำลำคลอง ซึ่งสอดคล้องกับ นวล สารสอน (2533, หน้า 68 - 69) ที่อธิบายความมีคุณค่าของตลาดน้ำ สำหรับการท่องเที่ยว เป็นแหล่งที่หายาก สำหรับในอดีตประเทศไทยจะมีตลาดน้ำอยู่ทั่วไป เนื่องจาก



การตั้งบ้านเรือนในที่ราบลุ่มแม่น้ำ วิธีชีวิตจึงผูกพันอยู่กับน้ำตลอด การคมนาคมทางน้ำมีความสำคัญต่อการสัญจรไปมา แต่ภายหลังหรือในปัจจุบันการคมนาคมทางบกมีการพัฒนามากขึ้น บทบาทถนนจึงมีมากกว่าบทบาทของแม่น้ำ ลำคลองที่ใช้อยู่ ฉะนั้น ตลาดน้ำในหลายพื้นที่จึงต้องเสื่อมโทรม และเลิกไป และ สอดคล้องกับสุเมธชา หลบภัย (2543, หน้า 35) พบว่า การอนุรักษ์วัฒนธรรมทางน้ำของตลาดน้ำเริ่มมีน้อยลง เนื่องจากเปลี่ยนเป็นการค้าขายทางบกมากขึ้น และ ประกอบกับความเจริญของชุมชนที่มีนักท่องเที่ยว เข้าไปเยี่ยมชมมาก และเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมาเป็นเวลานาน ทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากสภาพเดิม เหตุดังกล่าวจึงมีส่วนให้ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจึงมีความสนใจกับตลาดน้ำที่เกิดขึ้นใหม่ และสดกว่า มีบรรยากาศแม่น้ำที่กว้างใหญ่ ไร่ผลพืช และสุเมธชา หลบภัย ยังอธิบายความมีคุณค่าและความสำคัญทางศิลปวัฒนธรรม ว่าตลาดน้ำเป็นภาพจำลองชีวิตของคนไทยในอดีตได้เป็นอย่างดี และยังเป็นชุมชนที่หาดูได้ยากในปัจจุบันที่บ้านเมืองกำลังพัฒนาอยู่ในขณะนี้ แต่ระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา มีบรรยากาศดีกว่าตลาดน้ำอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำสะท้อนภาพจำลองชีวิตของคนไทยในอดีตได้ดีกว่า

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมให้ความสำคัญต่อการบริการและอรรถาศัยไมตรีของพ่อค้าและแม่ค้าในตลาดน้ำซึ่งไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก พ่อค้าและแม่ค้าของตลาดน้ำวัดลำพญา มีความเป็นกันเอง ตามวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำที่ปฏิบัติกันมาช้านาน ที่ส่วนใหญ่จะค้าขายระหว่างพ่อค้าและแม่ค้าด้วยกันเอง เป็นที่รู้จักกันมานาน ทำให้การแสดงออกเป็นมิตร เหมือนกับการค้าขายกับคนคุ้นเคย ซึ่งสอดคล้องกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543, หน้า 26) ที่อธิบายไว้ว่า ผู้รับบริการจะรับรู้ ว่า วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และให้ความสำคัญรองลงมา ได้แก่ การบริการสถานที่จอดรถ และความสะดวกปลอดภัยทางสภาพทางเดินริมน้ำ คุณภาพของผักสดและผลไม้ ความเหมาะสมของราคาผักและผลไม้ ความเหมาะสมของราคาอาหาร และขนม และความเหมาะสมของค่าบริการเรือ โดยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มาก แต่ในส่วนความเหมาะสมของช่วงเวลาจัดให้มีตลาดน้ำวัดลำพญาก็น้อยมากขึ้นจนถึงเย็น ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทยได้อธิบายการจัดการ



ท่องเที่ยวของไทยที่มุ่งหวังที่จะให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับพื้นฐานที่สุด คือ การจัดที่กินอยู่หลับนอน และการท่องเที่ยว พยายามจัดให้มีการรองรับ (supply) เท่ากับความต้องการ (demand)

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตามตัวแปรดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวเพศหญิงนิยมมาท่องเที่ยวตลาดน้ำมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียงกัน

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพล ปธานวนิช และคณะ (2548) ซึ่งกล่าวว่า ผู้มีการศึกษาย่อมมีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะทำงานในสำนักงาน มีรายได้ตลอดจนค่านิยมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน หรือมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ให้มีโอกาสได้เดินทางไปต่างจังหวัดมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับผู้มีการศึกษาค่ำกว่า

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน บุคคลที่มีรายได้มากย่อมมีโอกาสมาท่องเที่ยวและมีกำลังซื้อมากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จะมาท่องเที่ยวมากกว่าอาชีพอื่น ๆ สาเหตุน่าจะมาจากบุคคลเหล่านั้นมีรายได้ดี มีโอกาสมากกว่าที่จะมาใช้จ่ายใช้สอย และท่องเที่ยว อีกทั้งฐานะอยู่ในระดับสูง มีเวลามากกว่าอาชีพอื่น ๆ

2.6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าสถานภาพของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

2.7 นักท่องเที่ยวที่มีการรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540, หน้า 175) อธิบายว่า สื่อสิ่งพิมพ์ให้ข้อมูลแต่ละรายละเอียดได้ดีกว่าสื่อกระจายเสียง และนิตยสาร จึงสามารถเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีจำนวนมากและชัดเจน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา พรประสิทธิ์ (2541, หน้า 4) พบว่า ผู้ติดตามข้อมูลเพิ่มเติมจะค้นพบจากนิตยสาร หรือวารสารมากที่สุด



2.8 จำนวนสมาชิกของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าจำนวนสมาชิกของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา

2.9 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาในวันที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวทุกวันหยุด

2.10 วิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาด้วยรถส่วนบุคคล มีผลมาจากนักท่องเที่ยวใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญามากที่สุด หากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขต่อไป อาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว และความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยพบว่า การจะทำให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวมีมูลค่าเพิ่มในการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนบันไดเวียน ต้องมีการลงทุนซ้ำในถาวรวัตถุ ระบบการจัดการ และบุคลากรในระดับที่เหมาะสม และต้องลงทุนเพิ่มเติมอีกเป็นระยะ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำกลุ่มคนที่มาเที่ยวส่วนใหญ่ว่าจะมีความคล่องตัวมากกว่าการเดินทางโดยรถประจำทางหรือรถทัวร์ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะซื้อของฝาก เช่น ผักสดและผลไม้ จำนวนมาก กลับบ้านซึ่งไม่สะดวกถ้าเดินทางโดยรถประจำทาง, รถทัวร์ หรือรถจักรยานยนต์ ซึ่งรถประจำทางค่อนข้างน้อยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด

2.11 นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างกันความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ตลาดน้ำวัดลำพญาส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพราะบรรยากาศที่แตกต่างจากตลาดน้ำอื่นเพราะยังคงมีธรรมชาติที่เป็นแม่น้ำขนาดใหญ่ มีอากาศดี ไม่มีฝุ่นละออง เหมาะสำหรับการพักผ่อนและยังคงไว้ซึ่งธรรมชาติอันสวยงาม

2.12 ฤดูกาลที่แตกต่างกันความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยว ในแต่ละฤดูกาลจะมีวัตถุประสงค์และความสะดวกต่างกัน เช่น ในฤดูฝนจะมีผัก และผลไม้ขาย เป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวก็จะมาหาซื้อสินค้า อาหาร จำพวกผัก ผลไม้ซึ่งเป็นฤดูกาลของผักสด ผลไม้ที่มีให้เลือกหลากหลาย ส่วนในฤดูร้อน อากาศเหมาะสมในการเดินทางมาพักผ่อนเพื่อรับลม อากาศที่เย็นสบายทำให้คลายร้อน



ในฤดูหนาว นักท่องเที่ยวก็จะมาล่องเรือชมบรรยากาศที่มีเมฆหมอกสวยงาม ธรรมชาติริมน้ำ น่าประทับใจ ซึ่งในแต่ละฤดูมีความเป็นเอกลักษณ์และเสน่ห์ที่หลากหลายตามฤดูกาลนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรให้ความสำคัญกับการแสดงบทบาทของคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มมากขึ้น
2. สนับสนุนให้องค์การบริหารส่วนตำบลมีบทบาทและศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยการสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากรและวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด ภาคเอกชน และ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต
4. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเป็นแกนหลักในการจัดการประชุม ทั้งในการเชิญหน่วยงานและบุคคลฝ่ายต่าง ๆ เข้าร่วมประชุม การกำหนดประเด็นการสนทนา ตลอดจนการใช้สถานที่ในการประชุม เพื่อการประสานความร่วมมือของชุมชน ได้อย่างจริงจัง
5. ภาครัฐและเอกชน ในธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านสภาพแวดล้อม ความปลอดภัย รวมถึงการยกระดับคุณภาพและปริมาณของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
6. ปรับบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เน้นการพัฒนา และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ตลอดจนเป็นแกนกลางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ
7. ปลูกฝังจิตสำนึกและทัศนคติของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพ ให้แก่คนไทย เพื่อให้ทุกคนมีความรักและหวงแหนทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. สนับสนุนให้ชุมชนมีการฝึกทักษะและเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการบริการทางการท่องเที่ยว การผลิตหัตถกรรมของท้องถิ่น ให้มีความหลากหลาย มีรูปแบบที่น่าสนใจ และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น
2. ร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทย โดยการสร้างค่านิยมให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ พัฒนาและสืบทอดวิถีชีวิตของชุมชนอย่างต่อเนื่อง



3. ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและกวดขันมาตรฐานด้านความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวง การเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

4. ควรมีการประชุมเป็นประจำสม่ำเสมอ ในลักษณะร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ประเด็นและปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในพื้นที่ เช่น ผลกระทบของขยะมูลฝอยจากนักท่องเที่ยว และการปรับภูมิทัศน์ ภายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นต้น เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันอย่างแท้จริง

5. ควรกำหนดอำนาจและบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายในคณะกรรมการให้ชัดเจน และกำหนดบทบาทหน้าที่ของกลุ่มที่เข้าร่วมด้วย เพื่อจะได้ร่วมมือด้วยภารกิจของชุมชนเป็นหลัก ตลอดจนมีจิตสำนึกร่วมให้ชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกิดประโยชน์แก่ชุมชนมากที่สุด

6. ควรมีการระดมทุนเพื่อร่วมจัดทำแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะของการร่วมหุ้น หรือสมาชิก เพื่อเป็นกองทุนในการดำเนินการ โดยกำหนดสัดส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์กันอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส อันจะเป็นการเสริมสร้างความรู้สึกลึกและตระหนักในการเป็นเจ้าของร่วมกัน ตลอดจนการร่วมกันรักษาประโยชน์ของชุมชน

7. ควรมีการให้การพัฒนาการเรียนรู้แก่สมาชิกในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวของตนเชิงประวัติศาสตร์ หรือเชิงธรรมชาติ หรือภาษาต่างประเทศ เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกันอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงสภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันปัญหาและดำเนินการแก้ไขที่ต้นเหตุ ปัญหาและอุปสรรคที่แต่ละชุมชนประสบอยู่ก็คือ ความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนจากภายนอกทั้งสิ้น ซึ่งส่วนราชการหรือหน่วยงาน หรือภาคเอกชนควรมีความเข้าใจในสิ่งเหล่านั้น และพร้อมที่จะช่วยเหลืออย่างแท้จริงเพื่อการพัฒนาต่อไป

2. ควรศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งอื่นในจังหวัดและต่างจังหวัดเพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบ เสียเปรียบ ลักษณะเด่น ลักษณะด้อยเพื่อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวที่จะเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งใดโดยไม่ต้องไปเที่ยว ทุกสถานที่ และเปรียบเทียบด้วยตนเอง เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและคัดสรรสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกต่อไป



3. ควรศึกษาพฤติกรรมกรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนในท้องถิ่น ปลูกฝังจิตสำนึก และทัศนคติของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไป
4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญาเพื่อหาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม. (2541).
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: กองส่งเสริมและเผยแพร่กรมส่งเสริมคุณภาพ
สิ่งแวดล้อมกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.). (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: เสนอการท่องเที่ยวการพิมพ์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). การส่งเสริมการท่องเที่ยว. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://www.tat.or.th/thai/tatinfo-profile.php>.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์, บุญเสริม หุตะแพทย์ และ ประกายรัตน์ ภัทรชิตี. (2543). รายงานการวิจัย
เรื่องความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดบริการสถานรับเลี้ยงเด็กในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- จิราภรณ์ คชเสนี. (2544). มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ เลิศสิทธิพันธ์. (2548). ปรชชานกรรมการบริหารตลาดน้ำวัดลำพญา.
แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม อำเภอบางเลน, 2 (1), หน้า 2 - 15.
- ทองหยด สวนทอง. (2540). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธงชัย อินทรพันธุ์. (2545). การจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทย : ศึกษาเฉพาะ
กรณี ตำบลปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรปราการ. ปัญหาพิเศษ
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นวล สารสอน. (2533). ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจที่
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 - 2. กรุงเทพฯ:
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พัชรา ลากลือชัย. (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม.
ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษ - ไทย ฉบับบัณฑิตยสถาน.
กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

รูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21. (ม.ป.ป.). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://tour.pantown.com>.

วรรณพร วนิชชนุกร. (2540). แนวคิดการบริหารจัดการ. ม.ป.ท.

วสิน อิงคพัฒนากุล. (2548). การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม.
นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
จังหวัดนครปฐม.

วสุ เจียมสุข. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติการกิจของกำลังในหน่วยเฉพาะกิจ กรมทหาร
พรานที่ 12 อ.อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขา นโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วันชัย เรืองอุดม. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาบริการ
ทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี.
ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศรีธญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเวศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา.

ศิริรัตน์ เสรีรัตน์. (2540). ศัพท์การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: ไคมอน อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ จังหวัดนครปฐม. (2549). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.tsnakhonpathom.cjb.net>.

ศูนย์วิจัยป่าไม้คณะวนศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2538). โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อ
รักษาระบบนิเวศกรณีภาคใต้. ม.ป.ท.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ. (2522). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: ชัยศิริการพิมพ์.

สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ร่วมกับสำนักงานนโยบายและแผน
สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย และกรมการพัฒนาชุมชน. (2542). การมีส่วนร่วม
ของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. ใน เอกสารวิชาการ ลคร.
ม.ป.ท.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย และมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทยในพระราชบัญญัติฉบับที่ 2540). *พืชและสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: คุรุสภา ลาดพร้าว.

สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา. (2547, 25 สิงหาคม). กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำวัดลำพญา. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.lampaya.com>.

สมพงษ์ เกษมสิน. (2546) *การปกครองของไทย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.

สมัคร ณะเกิงสุข. (2546). *สภาพปัญหาและแนวทางการจัดการ การท่องเที่ยว: กรณีศึกษา เกาะเสม็ด ตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุชา จันทร์เอม และ สุรเวศ จันทร์เอม. (2530). *การวัดทางจิตวิทยาและการศึกษา*. กรุงเทพฯ: แพรววิทยา.

สุพัตรา พรประสิทธิ์. (2541). *การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุมณฑา หลบภัย. (2543). *จิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้า บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุรพล ปรานวนิช และคณะ. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เสริมพันธ์ สาริมาณ. (2544). *การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จ.จันทบุรี*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา นโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

หลวงวิเชียร แพทยาคม. (2529). *จิตวิทยาสังคม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

องค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา, สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา. (2548). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.info@lampaya.com>.

Duncan, G. W. (1981). *Neurology for Psychiatrists*. Philadelphia: F.A. Davis.

Hilgard, E. R. & Athinson, R. C. (1971). *Introduction to psychology*. New York: Harcourt Brance Jovanovich.



มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งจะเป็น
ประโยชน์ต่อการศึกษางานวิจัยและประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

เรื่อง **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน
จังหวัดนครปฐม**

โปรดกากบาทเครื่องหมาย X หน้าคำตอบที่ต้องการและในกรณีที่มี ช่องว่างโปรดเติม
คำตอบด้วย

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ มี 3 ขั้นตอน ด้วยกัน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข



แบบสอบถาม

โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและผู้ให้บริการในตลาดน้ำ
วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดย / ตามที่ท่านต้องการเพียง 1 ช่อง แบบสอบถาม
แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

- รหัสข้อมูล
1. เพศ 4
- ชาย
 หญิง
2. ภูมิลำเนา 5
1. กรุงเทพฯ 2. นครปฐม
 3. ราชบุรี 4. อื่น ๆ (ระบุ.....)
3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด 6
1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษา
 3. ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ของท่านต่อเดือน 7
1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. 5,000 - 10,000 บาท
 3. 10,000 - 15,000 บาท 4. มากกว่า 15,000 บาท
5. อาชีพ 8
1. รับราชการ 2. รับจ้าง
 3. ธุรกิจส่วนตัว 4. อื่น ๆ (ระบุ.....)
6. สถานภาพ 9



1. โสด 2. สมรส
 3. หย่า 4. แยกกันอยู่

รหัสข้อมูล

7. ท่านทราบว่ามิตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมจากแหล่งใด 10

1. โทรทัศน์ 2. หนังสือพิมพ์
 3. วิทยู 4. เอกสารประชาสัมพันธ์

8. ท่านมาตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 11

รวมสมาชิกที่มาท่องเที่ยวกี่คน

1. มาคนเดียว 2. มา 2 คน
 3. ระหว่าง 2 - 4 คน 4. มากกว่า 4 คน

9. ท่านมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดลำพญาในวันใดเป็นส่วนใหญ่ 12

1. วันเสาร์
 2. วันอาทิตย์
 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์

10. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาโดยวิธีใด 13

1. รถยนต์ส่วนตัว 2. รถประจำทาง
 3. รถทัวร์, รถบัส 4. รถจักรยานยนต์

11. ท่านประทับใจสิ่งใดเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดน้ำวัดลำพญา มากที่สุด 14

1. อาหาร 2. ผักสดและผลไม้
 3. วิว, ธรรมชาติ 4. สินค้าหัตถกรรม

12. ฤดูที่ท่านชอบมาท่องเที่ยว คือ 15

1. ฤดูร้อน 2. ฤดูหนาว
 3. ฤดูฝน 4. ไม่เลือกฤดู



ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
สภาพแวดล้อมตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมตลาดน้ำ วัดลำพญา	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุง ที่สุด
ด้านสภาพพื้นที่				
1. วิว ทิวทัศน์ แพร่มน้ำของ ตลาดน้ำมีความสวยงามเป็น ธรรมชาติ				
2. ความสะอาดของแพร่มน้ำ ตลาดน้ำวัดลำพญา				
3. ความเพียงพอของที่นั่งพัก ตลาดน้ำวัดลำพญา				
4. ความสะอาดของห้องสุขา				
5. ความสะอาดของร้านอาหาร				
6. ความเพียงพอและเหมาะสม ในการจัดเก็บขยะ				
7. จัดบริเวณธุรกิจสถานบริการ เป็นสัดส่วน				
8. ความเหมาะสมของการพัฒนา ตลาดน้ำด้านผังเมือง				
ด้านความสะดวก				
1. การคมนาคม สู่ตลาดน้ำ วัดลำพญา				
2. การจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วนมี				



ความสะอาดสบาย				
สภาพแวดล้อมตลาดน้ำ วัดลำพญา	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุง ที่สุด
3. ความสะดวกในการขอข้อมูล จากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว				
4. การให้บริการข้อมูลที่สมบูรณ์ ของศูนย์บริการข้อมูล				
5. มีรถประจำทางเพียงพอ				
6. ป้ายประชาสัมพันธ์บอกรับ สถานที่ท่องเที่ยว				
ด้านความปลอดภัย				
1. มีเจ้าหน้าที่ตำรวจตรวจตรา ตลอดเวลา				
2. ความปลอดภัยจากการจราจร				
3. ความปลอดภัยของบริเวณ สถานที่ท่องเที่ยวของ แพริมน้ำ				
4. การให้ข้อมูลเพื่อ ความปลอดภัย				
5. มีศูนย์ปฏิบัติการให้ ความช่วยเหลือแก่นัก ท่องเที่ยว				
ด้านวัฒนธรรมประเพณี				
1. การมีมัคทายในการต้อนรับ ของประชาชนในพื้นที่				
2. การขายสินค้าราคาเป็นธรรม ไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า				
3. สินค้าพื้นบ้าน เช่น ส้มโอ ไข่				



ผลไม้ มะม่วงเขียวเสวย				
สภาพแวดล้อมตลาคน้ำ วัดลำพญา	ดีที่สุด	ดี	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุง ที่สุด
4. ความประทับใจในการ ประกอบอาชีพของชุมชน				
5. มารยาทในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่				
6. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หลวงพ่อ มงคลเทพนิมิต เจ้าแม่ทับทิม เจ้าแม่ประกายแก้ว เจ้าแม่ประกายทิพย์				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไข

จากสภาพปัญหาและผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยว ท่านมีความคิดเห็นในการปรับปรุง
สถานที่ท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานอย่างไรบ้าง

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการเดินทาง

.....
.....

2. สิ่งอำนวยความสะดวก

.....
.....

3. ความปลอดภัย

.....
.....

4. สภาพแวดล้อม และสถานที่

.....
.....



5. การปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

.....
.....

6. ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์

.....
.....

7. ทัศนคติในการต้อนรับของประชาชนในพื้นที่

.....
.....

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ

ชื่อ - สกุล	ศรวิ บุญนาค
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 3 มีนาคม 2516
สถานที่เกิด	จังหวัดนครปฐม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	19/565 นวมินทร์ 50 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.

ตำแหน่งและประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2538 - 2547	เจ้าหน้าที่อำนวยการฝาก - ถอน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จก. (มหาชน) สาขา ถ.พระรามที่ 9 - ศรีนครินทร์
พ.ศ. 2548 - 2549	เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จก. (มหาชน) สาขา ถ.ศรีนครินทร์ - กรุงเทพมหานคร

วุฒิการศึกษา

พ.ศ. 2537	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2550	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาการบริหารทั่วไป) วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา