

ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภoprะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

Potential Factors to Promote Sustainable Tourism of Bang Nam Pheung Floating Market, Amphoe Phra Pradaeng, Samut Prakan

♦ วรรณวิศา สัจจธรรม

นิสิตปริญญาโท ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว)

มหาวิทยาลัยนเรศวร

Wanvisa Satjatham

MBA. Student, Master of Arts Program in Hotel and Tourism Management, Naresuan University,

E-mail: wanvisa_satjatham@hotmail.com

♦ ศรีสุดา จงสิทธิผล

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา

Srisuda Chongsitthiphol

Ph.D., Lecturers of College of Management Bangkok, University of Phayao

♦ ชวลีย์ ณ ถลาง

รองศาสตราจารย์ คณะกรรมการบริหารวิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

Chawalee Na Thalang.

Associate Professor Faculty Board: College of Management Bangkok, University of Phayao,

E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

Abstract

This research aimed to 1) studies the potential factor of sustainable tourism of Bang Nam Pheung Floating Market in the term of 7Ps marketing mix factor. 2) Examine the participation of the local community of promoting the research site. The research was a quantitative research with two sampling groups. The questionnaires will be collected from 400 Thai tourists and 100 local communities. The research data are analyzed by using descriptive statistic including frequency, percentage, mean, standard Deviation and Chi-square. The hypothesis testing will be done on the inferential statistic: T-test, ANOVA or F-test to determine the statistical significance at 0.05. The research found that 1) the majority of sampling group was female with the average age between 25-30 years old and educational background is bachelor degree level .Most of them are private sector employee with the average salary 20,000-50,000.The trip frequency is once a

year. The most significance Marketing Mix factors are: price, process, and product, place, physical evidence, promotion and people accordingly. 2) The research of the second sampling group indicated the majority was male with the average age between 30-40 years old. The marital status is marriage with the bachelor degree educational background and the average length of stay at Bang Nam Plueng is 5-10 years. The most significant factors is community benefit sharing follow by the taking part in decision making, the project implementation and evaluation. They suggested to have the project leader who has the strong will and who be able to working with the public resource on the budget management, meeting venue providing d as well as being the project advisor. This study benefited to 1) presents the guideline information to the government authority for promoting the tourism of the research area. 2) Provide the data to the public resources for the tourism development plan and to increase the local participation.3) the case can be a guideline for the business owner to development and create the new tourist product.

Keyword: Development Potentiality Tourism Area Marketing Mix

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และ 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และประชาชนในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การเปรียบเทียบปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้ค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One -way ANOVA or F-test) ในกรณีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 50,000 บาท โดยที่นักท่องเที่ยวมีความรักดีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีความถี่ในการใช้บริการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งปีละครั้ง มีแนวโน้มการให้บริการครั้งต่อไปมากขึ้นและจะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมากขึ้น มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอยะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 เมื่อ

พิจารณารายด้านปัจจัยลำดับแรกคือ ด้านราคา (Price) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ (Process) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยลำดับสุดท้ายคือ ด้านบุคคล (People) และนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยส่วนสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.34 โดยมีส่วนร่วมลำดับแรกคือ การรับผลประโยชน์จากการพัฒนา รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนา และมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามลำดับ

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา ศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด

บทนำ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและตลาดน้ำ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปตามลักษณะท้องถิ่นนั้น ๆ และการจัดการการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว วิมล จิโรจน์พันธุ์และคณะ (2548: 85) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า “การจัดการการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบร่วมกันโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน” การจัดการการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพราะว่าสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวหรือไม่ขึ้นอยู่กับระบบการจัดการที่ดี ซึ่งระบบการจัดการต้องเกิดจากแผนนโยบายขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นได้เกิดความรักความผูกพันเกิดความตระหนักในการวางแผนทรัพยากรการท่องเที่ยวและปกป้องรักษาทรัพยากรเหล่านั้นอยู่คู่ประเทศของเราต่อไป

เนื่องจากการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่ว่านักท่องเที่ยวก็มีประเพณี วัฒนธรรมเป็นของตนเองเช่นกัน เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น วัฒนธรรมการท่องเที่ยวจะเกิดการเลียนแบบ แลกเปลี่ยนกับผู้คนในท้องถิ่นท่องเที่ยวนั้น แต่จะมีปริมาณมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและการยอมรับทั้งหมด หรือการยอมรับเพียงบางส่วน หรือการต่อต้านทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมทางวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้ (1) ทำให้ค่านิยมเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวนำเอาวัฒนธรรมของชาติตนเข้าไปในประเทศที่ตนเข้าไป

ท่องเที่ยวและผู้คนท้องถิ่นมีการยอมรับวัฒนธรรมนั้น (2) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือบางอย่างสูญหายไปจนกลายเป็นลักษณะศิลปกรรมแบบโรงงาน และ (3) เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเทศกาล ประเพณี และระบบสังคมวัฒนธรรม เนื่องจากการลอกเลียนแบบนักท่องเที่ยว หรือเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว และมีการบิดเบือน เปลี่ยนรูปแบบ อัตลักษณ์ของประเพณีการเล่นเทศกาลของท้องถิ่นไปจากเดิมเพื่อการพาณิชย์มากขึ้น (นิศา ชัชกุล, 2550: 69-71) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงในทรัพยากรทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคและมักส่งผลกระทบต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิม โดยการปรับสิ่งใหม่เข้าไปผสมผสานใช้กับวิถีดั้งเดิม เพื่อความสะดวกสบาย หรือเพื่อเพิ่มเกียรติยศ ศักดิ์ศรี และการยอมรับจากสังคม จนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเอกลักษณ์เดิม (ชนัญ วงษ์วิภาค และคณะ, 2547: 53)

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็นตลาดน้ำแห่งใหม่ใกล้กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ที่ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและชาวบ้านในชุมชน ได้ร่วมใจรื้อฟื้นภาพชีวิตในวันคืนเก่าให้กลับคืนมา ด้วยการสร้างตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ เพื่อใช้เป็นสถานที่ขายผลผลิตของชุมชนและตำบลใกล้เคียงภายในตลาดน้ำแห่งนี้ มีของกินมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรจับจ่าย ไม่ว่าจะเป็นอาหารขึ้นชื่อประจำถิ่นอย่างขนมครกหอยทอด ปลาตะเพียนต้มเค็ม แกงบอน ทอดมันปลาทราย และอื่น ๆ อีกมากมาย รวมถึงมีต้นไม้นานาพันธุ์ ปลาสวยงามหลากชนิด และผักผลไม้สดจากสวนในราคาย่อมเยา เช่น มะพร้าวอ่อน มะม่วงน้ำดอกไม้ ผักพื้นบ้าน ฯลฯ นอกจากการชมตลาดและลิ้มลองอาหารจนอิ่มท้องแล้ว ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การเช่าเรือพายล่องไปตามคลอง เพื่อชมวิถีชีวิตชาวบ้านริมคลอง หรือการเช่าจักรยานถีบลัดเลาะในเขตพื้นที่สีเขียวรูปกระเพาะหมูย่านพระประแดง เพื่อชมวิถีชีวิตชาวสวนและชื่นชมธรรมชาติอันสวยงาม นอกจากนี้ หากรู้สึกเหนื่อยล้า ที่ด้านหลังของตลาดยังมีสวนพฤกษศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปพักผ่อนบรรยากาศภายในร่มรื่น มีมุมที่จัดตกแต่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับอย่างสวยงามให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปเป็นที่ระลึก และบางเวลามีการแสดงดนตรีในสวนให้ได้ฟังเพลงเพราะ ๆ กันอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากประชาชนในพื้นที่ ซึ่งข้อมูลที่ได้ศึกษาในครั้งนี้สามารถใช้เป็นประโยชน์ด้านข้อมูลให้กับเทศบาลเมืองพระประแดง สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่สนใจนำไปปรับใช้ในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรต้น ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลและความภักดีของลูกค้า
2. ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

2.1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

2.2 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณจะแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ทำการวิเคราะห์การตลาด โดยมีตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว อันประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยมีตัวแปรตาม คือ ส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินการพัฒนา การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาและการมีส่วนร่วมในขั้นตอนประเมินผลการพัฒนา

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 1) แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (7P's) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในงานวิจัย สามารถนำองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มาเป็นกรอบในการวัดปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอ

พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) มาเป็นกรอบในการวิจัย 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิดของปาริชาติ วัลย์เสถียร และคณะ (2556: 201) มาเป็นกรอบในการวิจัย 3) แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ อาทิเช่น มนัส สุวรรณ (2558) สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2551) และ Williams & Gill (1994) 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น มณีวรรณ ผิวฉิม และคณะ (2556) ได้ศึกษาโครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ ประหยัด ตะกอนรัมย์ (2554) ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยกรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ศิริจรรยา ประพุดติกิจ. (2553) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด และ นักรบ เถียรอำ (2552) ได้ศึกษา การสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นต้น ซึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ การที่ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละภาคส่วนก็จะมิตบหาทของตัวเอง เพื่อให้การพัฒนาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ดีขึ้นสู่การยั่งยืน โดยมีรูปแบบการมีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา และการมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ราย และประชาชนในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 100 ราย ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive) โดยการคำนึงถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถตอบตามวัตถุประสงค์ และคำถามของการวิจัยในครั้งนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 2 ชุด ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ (Check list) และ 2) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ (Check list)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการตามขั้นตอนโดยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และจากชาวบ้านในชุมชนจำนวน 100 ราย ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากตำรา และจากแหล่งค้นคว้าอื่น ๆ เช่น วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยศึกษาทฤษฎี เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้เกณฑ์การแบ่งคะแนน 1-5 โดยจัดเป็นช่วงคะแนนด้วยสูตรเฉลี่ยได้ 5 ช่วง จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้ 4.50-5.00 คือ อยู่ในระดับมากที่สุด 3.50-4.49 คือ อยู่ในระดับมาก 2.50-3.49 คือ อยู่ในระดับปานกลาง 1.50 – 2.49 คือ อยู่ในระดับน้อย และ 1.00 – 1.49 คือ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จะใช้อธิบายข้อมูลประกอบด้วยจำนวน หรือความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จะใช้การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ t-test และ ANOVA (F- test) และกรณีที่มีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe Method)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ สรุปผลได้ดังนี้

1.1 สถานภาพและลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ 31 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 อายุ 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.00 ต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.00 อายุ 41 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.50 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.50

อาชีพปัจจุบัน คือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.30 รองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.00 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 21.30 เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.50 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.30 รองลงมาคือ 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.80 และต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.30 รองลงมาคือสมรส คิดเป็นร้อยละ 33.00 และหย่า/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 4.80

1.2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.99	0.689	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.08	0.502	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.99	0.602	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.73	0.644	มาก
5. ด้านบุคคล (People)	3.55	0.760	มาก
6. ด้านกระบวนการ (Process)	4.01	0.527	มาก
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	3.82	0.664	มาก
รวม	3.88	0.355	มาก

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณารายด้าน ผลการศึกษาเรียงตามลำดับ ดังนี้

1) ด้านราคา (Price) มีคะแนนเฉลี่ย 4.08 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือสินค้าในตลาดไม่แพงเกินไป รองลงมาคือ ราคาอาหาร เครื่องดื่ม เหมาะสม

2) ด้านกระบวนการ (Process) มีคะแนนเฉลี่ย 4.01 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือมีการอำนวยความสะดวกจากเจ้าหน้าที่และชาวชุมชน รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

3) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีคะแนนเฉลี่ย 3.99 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือ มีร้านถ่ายรูป โบราณวัตถุบริการ รองลงมา คือ มีจุดแวะพักผ่อนคลายและมีร้านขายสินค้าและของที่ระลึกที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีคะแนนเฉลี่ย 3.99 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือสามารถจองการใช้บริการเรือ หรือที่พักล่วงหน้าได้ รองลงมาคือ มีการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อหลายประเภท

5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีคะแนนเฉลี่ย 3.82 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือ ตลาดมีบริเวณกว้างขวางและสะอาด รองลงมาคือมีความเป็นธรรมชาติ และบรรยากาศร่มรื่น

6) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีคะแนนเฉลี่ย 3.73 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือ มีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น การจัดประเพณีต่าง ๆ รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา แผ่นพับ เป็นต้น

7) ด้านบุคคล (People) มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลลำดับแรกคือ พ่อค้าแม่ค้าแต่งกายอย่างสะอาด รองลงมา คือ พ่อค้าแม่ค้าให้บริการอย่างเป็นมิตร

1.3 ข้อมูลความภักดีของลูกค้าที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยที่ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งปีละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมา คือ มากกว่า 3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 และนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.80 มีแนวโน้มการใช้บริการครั้งต่อไป คือ แนวโน้มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 39.50 แนวโน้มมากขึ้นอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 38.80 แนวโน้มเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 14.30 แนวโน้มลดลง คิดเป็นร้อยละ 3.80 และแนวโน้มลดลงอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 3.80 และนักท่องเที่ยวจะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คิดเป็นร้อยละ 78.30 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 17.50 และไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 4.30

1.4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจากการศึกษา สรุปผลได้ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

3) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพปัจจุบันต่างกัน มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

5) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

6) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมี ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

2. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภoprะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ สรุปผลได้ดังนี้

2.1 สถานภาพและลักษณะทั่วไปของประชาชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.00 ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 68.00 โสด คิดเป็นร้อยละ 22.00 และหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.00 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.00 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คิดเป็นร้อยละ 69.00 และนอกพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คิดเป็นร้อยละ 31.00 และมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระยะเวลา 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมีระยะเวลา 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.00

2.2 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภoprะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภoprะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

การมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว	2.91	0.694	ปานกลาง
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน	3.04	0.654	ปานกลาง
3. การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา	3.61	0.684	มาก
4. การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา	4.13	0.518	มาก
5. การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนา	3.02	0.511	ปานกลาง
รวม	3.34	0.250	ปานกลาง

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภoprะประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.34 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงตามลำดับ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา มีคะแนนเฉลี่ย 4.13 ซึ่งมีส่วนร่วมลำดับแรก คือ อบต.ได้จัดทำโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับงานด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ให้กับประชาชนในท้องถิ่น รองลงมา คือ อบต. ได้จัดทำโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงตลาดให้กับชุมชน

2) การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา มีคะแนนเฉลี่ย 3.61 ซึ่งมีส่วนร่วมลำดับแรก คือ การแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้ง รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการจัดระเบียบบริเวณสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

3) การมีส่วนร่วมในการวางแผน มีคะแนนเฉลี่ย 3.04 ซึ่งมีส่วนร่วมลำดับแรก คือ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชนเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง รองลงมา คือ การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

4) การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนา มีคะแนนเฉลี่ย 3.02 ซึ่งมีส่วนร่วมลำดับแรก คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง รองลงมา คือ การติดตามผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 2.91 ซึ่งมีส่วนร่วมลำดับแรก คือ การบริจาคเงินหรือออกแรงกายเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง รองลงมา คือ การได้ช่วยรณรงค์ให้ประชาชนในชุมชนให้รู้คุณค่าของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาการส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 50,000 บาท โดยที่นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีความถี่ในการใช้บริการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งปีละครั้ง มีแนวโน้มการให้บริการครั้งต่อไปมากขึ้นและจะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมากขึ้น มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาทางด้านปัจจัยลำดับแรก คือ ด้านราคา (Price) ในส่วนของสินค้าในตลาดไม่แพงเกินไป รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (Process) ในส่วนของมีการอำนวยความสะดวกจากเจ้าหน้าที่และชาวชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในส่วนของมีร้านถ่ายรูปโบราณไว้คอยบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในส่วนของสามารถจองการใช้บริการเรือ หรือที่พักล่วงหน้าได้ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) คือ ตลาดมีบริเวณกว้างขวางและสะอาด ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ มีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น การจัดประเพณีต่าง ๆ และปัจจัยลำดับสุดท้าย คือ ด้านบุคคล (People) ในส่วนของพ่อค้าแม่ค้าแต่งกายอย่างสะอาด และจากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง

อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤษณ์ โคตรสมบัติ (2553) ศึกษาการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัย พบว่า 1. ผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โดยภาพรวม มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ด้านคุณค่า ความสำคัญ และการให้การศึกษา ด้านความร่วมมือของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และด้านองค์การในการจัดการและการบริหารการท่องเที่ยว 2. ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตแก่งสามพันโบก เนื่องจากเป็นการทำให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมมากนัก ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาโดยกลุ่มนายทุน และกลุ่มผู้นำบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) ตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการ โดยบูรณาการความร่วมมือกับชุมชนในการวางแผนดำเนินการ เพื่อดึงแนวร่วมของชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้มากขึ้น 2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นในรูปแบบธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ป่าไม้ น้ำตก หาดทรายตามแก่งต่าง ๆ รอบ ๆ บริเวณพื้นที่แก่งสามพันโบก 3) ควรพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ป้ายประชาสัมพันธ์ ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ห้องน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น 4) ควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย ไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น 5) ควรพัฒนาระบบการรักษาความสะอาด มีการจัดหรือเพิ่มจุดวางถังขยะ ให้มากขึ้น เพื่อรักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ 6) ควรพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์การบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของประหยัด ตะกอนรัมย์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยกรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารและจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย เนื่องจากตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมาในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในพื้นที่อันจำกัด (ประมาณ 74 ไร่) อันอาจจะทำให้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งการบริหาร และจัดการท่องเที่ยวปัจจุบันอยู่ในรูปขององค์กรชุมชน คือ คณะกรรมการตลาดริมน้ำ ดอนหวาย วิธีการศึกษาอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสำรวจภาคสนาม โดยใช้แบบการสัมภาษณ์ การสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่พร้อมศึกษารูปแบบและบทบาทการบริหารและจัดการการบริหารที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวบรวมสภาพ ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอแนวทางในการ

บริหารและจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ ธรรมชาติ อาหารและความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ ในด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาด้านการบริการท่องเที่ยวและเกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแหล่งน้ำธรรมชาติ ในด้านปัญหาการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวขององค์กรชุมชน ได้แก่ การขาดการบริหารจัดการที่ดี การหน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน ปัญหาการจัดเก็บผลประโยชน์ ปัญหาด้านงบประมาณ การขาดการประสานงานกับองค์กรอื่น ๆ และปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง 5 – 10 ปี มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 3.34 เมื่อพิจารณารายด้านมีส่วนร่วมลำดับแรกคือขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา ในส่วนของอบต.ได้จัดทำโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวกับงานด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ให้กับประชาชนในท้องถิ่น รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา ในส่วนของการแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้ง การมีส่วนร่วมในการวางแผน ในส่วนของการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชนเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนา ในส่วนของการประเมินผลสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และมีส่วนร่วมลำดับสุดท้ายคือการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในส่วนของการบริจาคเงินหรือออกแรงกายเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับทิวชัย เทียนน้อย (2550) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวไว้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม จะต้องได้รับการดูแลรักษาเป็นอย่างดี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาเยือนเกิดความประทับใจ และสบายใจหลังจากเข้ารับบริการแล้ว การจัดการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วม และสอดคล้องกับการศึกษาของ กันทิมา จินโต (2550) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนย่านคลองดำเนินสะดวกในการจัดการการท่องเที่ยว แบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรในชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการจัดการในชุมชนนั้น ชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการในชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ซึ่งถือว่ายังไม่ได้มาตรฐานบริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไทย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ได้มาตรฐานบริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไทยได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อม ส่วนข้อที่ยังไม่ได้มาตรฐานได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อพัฒนา ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดังนี้

1. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการตลาดน้ำประสบความสำเร็จ ควรประกอบด้วย การมีผู้นำที่เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล กล้าคิด กล้าทำ กล้าที่จะตัดสินใจ ในการเปลี่ยนท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบพาหนะและหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สนับสนุนด้านงบประมาณ สถานที่ และคอยให้คำปรึกษาด้วยการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมาร่วมกันประชุมประชาคม สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม จะเป็นลักษณะของการทำประชุมประชาคมทั้งที่เป็นของตำบลบางน้ำผึ้งและตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง สร้างระเบียบและกฎเกณฑ์ เป็นข้อตกลงร่วมกันในการใช้ระเบียบว่าด้วยการบริหารกิจการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง พ.ศ. 2550

2. การสร้างเครือข่าย ในระดับชุมชนจะมีลักษณะของการสร้างกลุ่มธุรกิจเป็นกลุ่ม ๆ นอกจากนี้ยังร่วมมือกับกลุ่มอาชีพอื่นเพื่อประสานกำลังในการบริการนักท่องเที่ยว และภายนอกชุมชนนั้นมีการสร้างพันธมิตรกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกันเพื่อเพิ่มความหลากหลายทางการท่องเที่ยว และภาควิชาการเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว

3. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดควรสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยว โดยเน้นความเป็นธรรมชาติ เป็นการพยายามดึงเอาความเป็นที่สุดด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เน้นความเป็นท้องถิ่นให้ชัดเจน เพราะตลาดน้ำที่อื่นก็นำความเป็นท้องถิ่นของตนมาเป็นจุดขายเช่นกัน และสร้างความโดดเด่น แสดงความเป็นมืออาชีพโดยการแต่งกายของผู้ประกอบการที่เหมือนกัน และบรรจุภัณฑ์สินค้า รวมถึงการสร้างประทับใจโดยการบริการรับส่งนักท่องเที่ยวและหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวนอกเหนือไปจากการซื้อของ โดยการนำเทศกาลต่างประเพณีมาบรรจุไว้ในตลาดน้ำ กระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสร้างตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่มีต่อชุมชน อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

รายการอ้างอิง

กรวรรณ สังขร. (2552). ผลกระทบจากการเป็นเมืองท่าของอำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของจังหวัด

เชียงราย. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฉันทิช วรรณอนม. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่.สารนิพนธ์ ศศ.ม.(ศิลปศาสตร์).เชียงใหม่: บัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- มณีวรรณ ผิวนิ่ม และคณะ. (2556). “โครงการพัฒนาการและ ผลกระทบของการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา. ชุมชนตลาดน้ำ.” งานวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรุงเทพฯ.
- ประหยัด ตะกอนรัมย์. (2554). “แนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษา ตลาด ริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์ (การวางผัง เมือง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2555). รายงานหลักโครงการจัดทำรูปแบบหลักการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน การจัดทำ นโยบายแบบมาตรฐาน กฎหมาย หลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วรรณภา ศิลปะอาษา. (2549). เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวหน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิชัย เทียนน้อย. (2550). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2540
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. (2550). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนท่าคา อำเภอบ้านนา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยได้รับเงินทุนสนับสนุน การวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกริก, มหาวิทยาลัยเกริก.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2551). การจัดการ : จากมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ : ผู้จัดทำหน่วยศูนย์หนังสือ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน.



Warvisa Satjatham, Master's Degree of Arts, Naresuan University, Sales Manager in Donna Tour.Co.,Ltd.



Srisuda Chongsitthiphol, Ph.D., Master of Accounting Accounting Utah State University, USA, Doctor of Business Administration Business Administration Southern Illinois University.



Associate Professor Chawalee Na Thalung. Master Degree of Arts, Major History. Chulalongkorn University. Faculty Board: College of Management Bangkok University of Phayao.