

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนา

วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

Model of Floating Market Tourist Management affected to Development of Livelihoods and Culture in Thailand

ปัญญา คล้ายเดช¹, ณัฏฐิ์ ศรีดี², ปชาบดี แยมสุนทร³,
สุภาพร บัวช่วย⁴, เนตรทราย แยมเจริญ⁵ และไพฑูรย์ มาเมือง⁶
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย^{1,2,3,4,5}

นักวิชาการอิสระ⁶

**Panya Klaydesh¹, Naddhira Sridee², Pachabodee Yaemsoonthorn³,
Suphaphorn Buachuay⁴, Netsai Yaemcharoen⁵ and Paitoon Mamuang⁶**
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand^{1,2,3,4,5}
Independent academic, Thailand⁶
Corresponding Author, E-mail: panya.klay@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษานโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแห่งละ 10-15 คน สุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Interview) แบบสังเกต แบบประเมิน และทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลและนำมาเชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎี เพื่อให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า

1. ตลาดน้ำในประเทศไทย มีสภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เคยรุ่งเรืองในอดีต มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ศักยภาพของตลาดน้ำ 4 ด้านคือ ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ ด้านกายภาพ ด้านนิเวศวิทยา และด้านความรู้สึก

2. นโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ดังนี้

นโยบายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การเร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค 2) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทุกระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ 3) การเร่งพัฒนา บุธนะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ 4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ 5) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว 2 ประการ คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ การเมืองของโลก ความนิยมในการท่องเที่ยว การขยายเส้นทางคมนาคมและการแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (3As) คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยมีระบบการขนส่ง (Transportation)

รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ได้แก่

1) รูปแบบการท่องเที่ยวความเป็นธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวตามเทศกาล 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ 4) รูปแบบการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก

3. วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย 3 รูปแบบ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี 3) การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การมีส่วนร่วมของภาครัฐในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เจ้าของตลาดน้ำ ประชาชน นักท่องเที่ยว นโยบายการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การวางนโยบายความสามารถในการ

รองรับด้านต่างๆ ปูทางจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนให้กับบุคคลในพื้นที่ ผู้บริหารตลาดน้ำควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้เกิดรายได้ให้มากที่สุด การวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพในแต่ละพื้นที่ความสามารถในการรับรองรับการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ; การท่องเที่ยวตลาดน้ำ; การพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

Abstracts

The objectives of this research were as follows: 1) to study the condition and potential of the floating market in Thailand, 2) to study the policies, factors, and components of the floating market tourism management model, and 3) to study and analyze the floating market tourism management model in developing life and culture in Thailand. It is a qualitative research through in-depth interviews, surveys, content studies on the history and culture of floating markets tourism in the central region with personnel, communities, and stakeholders, and organizations related to floating markets tourism management. The data was analyzed by content analysis.

The results of the research revealed that

1. Floating markets in Thailand had flourished in the past and carried a long history. The potential of the floating market is divided into 4 areas, namely: economy, physical, ecology, and the feeling.

2. Policy, factors, and components of floating market tourism management model :

Policy of floating market tourism management are 1) Rehabilitation of relations with neighboring countries for Thailand to be most important. 2) Implement proactive marketing strategies by creating tourism activities at both the domestic and international levels. 3) Accelerating the development, restoration of heritage and cultural assets 4) Increase the variety of tourism. 5) Increase convenience measures Create security and prevent exploitation of tourists.

Factors of floating market tourism management are 1) Internal factors include tourism resources. 2) External factors : The political economy of the world Popular in tourism Expanding transportation routes and exchanging political policies.

components of floating market tourism management(3As) are 1) Attraction 2) Amenities 3) Accessibility.

Model of floating market tourism management are 1) tourism and activities patterns in the form of natural floating market tourism, 2) tourism and activities patterns of floating market tourism in the form of seasonal tourism, 3) tourism and activities patterns of floating market tourism in the

form of developing as a learning center (Natural conservation), and 4) tourism and activities patterns in the form of In-depth natural conservation.

3. Analyzing the floating tourism market management model in the development of life and culture in Thailand in 3 forms namely : 1) Historical Tourism 2) Cultural Tourism and 3) Buddhist Tourism. Government participation in management of stakeholders, owners of floating markets, people, tourists, creating tourism network and public relations policy, policy formulation, build awareness of being a good host and showing the community identity to people in the area. Floating market administrators should promote and support local products in the community to boost up the income of the locals, analysis and make a development plan in each area with ability in undertaking tourism.

Keywords: Floating Market Tourism; Tourist Management; Livelihoods and Culture.

บทนำ

วิถีชีวิตของคนไทยกับ “ตลาด” เป็นสิ่งที่แยกกันไม่ได้ การไปตลาดมีใช้เพียงเพื่อซื้อหาของกินของใช้เท่านั้น แต่ยังแสดงถึงการสืบทอดสายสัมพันธ์ที่อบอุ่นเอื้อเฟื้อความมีน้ำใจกันอย่างยาวนาน เช่น ข้อความจารึกในสมัยสุโขทัย “เบื้องต้นของสุโขทัยมีตลาดปสาน มีพระอนนะ มีปราสาท มีป่าหมากพร้าว มีป่าหมากกลาง มีไร่นา มีถิ่นฐาน มีบ้านใหญ่บ้านเล็ก ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา ก็ยังมีการเรียกตลาดว่า “ป่า” เช่น ป่าตะกั่วขายลูกแหและสิ่งที่ทำมาจากตะกั่ว ป่าผ้าไหม ขายผ้าไหม ป่าสังคมโลกขายขามสังคโลก ป่าพุทจะขายที่นอนหมอนมุ้ง ป่ามะพร้าวขายมะพร้าว เป็นต้น นักเศรษฐศาสตร์กลุ่มหนึ่ง ได้พิจารณาศึกษาเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางการค้าไทยและแบ่งยุคทางการค้าในสังคมไทยออกเป็น 3 ยุค คือ ยุคที่ 1 ยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ที่การค้าระหว่างประเทศถูกผูกขาดโดยพระคลังสินค้า และได้สิ้นสุดลงเมื่อประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ยุคที่ 2 คือ ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง (พ.ศ.2475-2500) ที่การผลิตและการค้าในประเทศไทยได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับพ่อค้าคนจีนเริ่มรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น ได้มีการจัดตั้งสมาคมพ่อค้าจีน รวมทั้งผูกขาดกิจกรรมการค้าในแต่ละแขนง และยุคที่ 3 คือ พ.ศ. 2501 – ปัจจุบัน ซึ่งเงินทุนเข้ามามีความสำคัญและเป็นตัวชี้ขาดทางเศรษฐกิจ รัฐบาลดำเนินนโยบายส่งเสริมการลงทุน เงินทุนต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยอย่างหนาแน่น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางอุตสาหกรรม (พอเจตน์ เรืองกลัด, 2552 : 10) ตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งในประเทศไทยซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

หลัง พ.ศ.2500 เงินทุนต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยอย่างหนาแน่น รัฐบาลดำเนินนโยบายส่งเสริมการลงทุน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางอุตสาหกรรม โดยการลงทุนจากเอกชนต่างชาติมากขึ้นทุกที่ตลาดหลายๆ แห่ง มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของยุคสมัยในสังคมนั้นๆ แต่ยังมีตลาดอยู่ไม่น้อยที่ยังคงมีวิถีชีวิตและความงดงามของวันวานให้คงอยู่ อาทิ เช่น สามตลาดเมืองบางกอก ได้แก่ ตลาดนางเลิ้ง ตลาดเยาวราช ตลาดวังหลัง(ศิริราช) กรุงเทพฯ หรือบางกอก เมืองหลวงของประเทศไทย เริ่มก่อตั้งภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงขึ้นครองราชย์เป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชจักรีวงศ์ เมื่อวันเสาร์ที่ 6 เมษายน เดือน 5 แรม 9 ค่ำปีชวด พ.ศ.2325 อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในชั้นแรกถือเอาแนวคูเมืองเดิมของกรุงธนบุรี คือ แนวคลองหลอดตั้งแต่ปากคลองตลาด จนออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนบริเวณที่สร้างพระราชวังนั้น เดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาโชฎีกกราชเศรษฐีและชาวจีน ซึ่งได้โปรดเกล้าให้ย้ายไปอยู่ที่สำเพ็งตลาดเก่าในกรุงเทพฯ มักมีความเป็นมาเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ของเมืองหลวง ไม่ว่าจะเป็นตลาดนางเลิ้ง ตลาดเยาวราช หรือตลาดวังหลัง ที่มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน จะไปชมตลาดเช้าที่เยาวราช กินข้าวเที่ยงที่นางเลิ้ง แล้วละเลียดบรรยากาศยามเย็นที่วังหลัง หรือจะตื่นเช้าไปวังหลัง เที่ยงที่นางเลิ้ง แล้วชมแสงสียามค่ำที่เยาวราช เราก็เที่ยวได้ไม่รู้เบื่อทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม แต่สภาพสังคมในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมทำให้เกิดภาวะตึงเครียดจึงต้องแสวงหาทางออก เพื่อสร้างความสุขทางกายและทางใจหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จึงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทหรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ทั้งนี้เพื่อความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป แหล่งท่องเที่ยวนั้นจัดออกเป็นหลายประเภท ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนจัดเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่สนใจอย่างยิ่งในปัจจุบัน การท่องเที่ยวตลาดน้ำจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประเภทหนึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวสามารถเลือกการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย ความเครียด ได้ตามความต้องการ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบหนึ่งในนั้นคือรูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่นบริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่งโดยเฉพาะในบริเวณภาคกลางเนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและที่ขุดขึ้น เพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและขยายพื้นที่เพาะปลูกย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่คู่กับชุมชน เหล่านั้นด้วย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการขุดคลองในทุกรัฐกาลด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมือง หรือเพื่อการยุทธศาสตร์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสายเพื่อใช้ในการคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วทั่วถึงรวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วย ขณะเดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วย จึงทำให้เกิดตลาดน้ำสำคัญหลายแห่ง เช่นปากคลองตลาด ที่กล่าวไว้เบื้องต้น ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชรและป้อมผีเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็กๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไป บ้านเมืองมีความเจริญขึ้นตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมาก จนถึงปัจจุบันตลาดน้ำในช่วงรัตนโกสินทร์ นอกจากปากคลองตลาดแล้ว ก็ยังมีตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพหัก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าศาลา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่นๆ ตามคลองซอยทั่วไป ในปัจจุบัน ตลาดน้ำลดความคึกคักจางลงไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการคมนาคมทางบกที่สะดวกและรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำจึงทำให้เกิดการถดถอย ทำให้การเปิดปิดน้ำ อันมีผลทำให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนไทยในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วยอย่างไรก็ตาม การค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่นตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือสวนไร่นาตามริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่าย เป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำในปัจจุบันนี้ยังคงมีอยู่และเป็นที่รู้จัก หากพูดถึง“ตลาดน้ำ” แล้ว นอกจากจะเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองไทย ตลาดน้ำหลายแห่งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

นักท่องเที่ยวต่างชาติจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนชาวสวน จากการค้าขายผลผลิตทางเกษตรทางน้ำของชาวบ้านที่หาได้ยากในปัจจุบัน

อนึ่ง ตลาดน้ำเป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งของการกระบวนการจัดการท่องเที่ยวในทางอนุรักษ์ธรรมชาติที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์มหาศาลกับประเทศ เช่นตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม เป็นต้น การได้มาเที่ยวตลาดน้ำและได้นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ชื่นชมความงดงามของศิลปะและสามารถถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของประวัติศาสตร์ดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในประเทศไทย

ดังนั้น ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ถึงรูปแบบ กระบวนการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย ตลอดจนถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย และศึกษารูปแบบการบริหารจัดการที่จะทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ประเพณีของไทย อันจะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำ ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษานโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Research) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (participation observation)

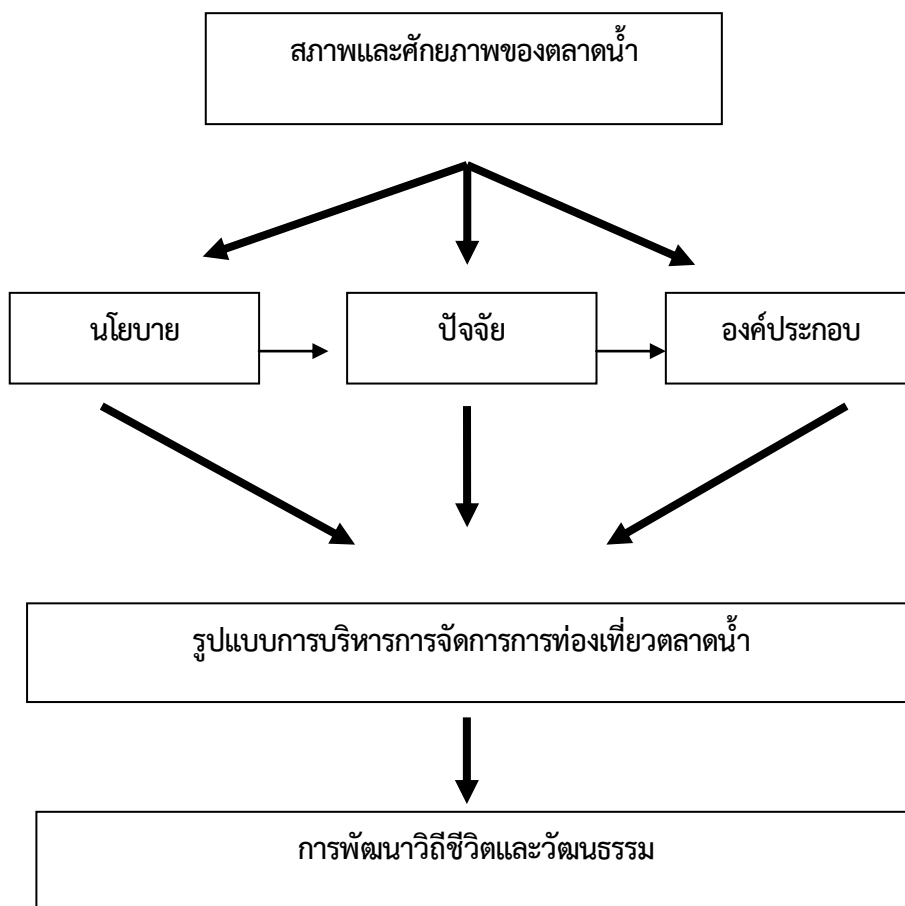
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ได้แก่ นายกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรรมการผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ บริษัทนำเที่ยว เจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทย จำนวน 14 แห่ง ประกอบด้วย

1) ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร 2) ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ กรุงเทพมหานคร 3) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ 4) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 5) ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม 6) ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี 7) ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี 8) ตลาดน้ำวัดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 9) ตลาดน้ำลำพญา วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 10) ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี 11) ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 12) ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 13) ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 14) ตลาดน้ำหัวหิน ใกล้กับวัดทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละแห่งละ 10-15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) 2) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) 3) สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (participation observation) 4) แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ 5) แบบประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎี เพื่อให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แนวคิดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศ แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แนวคิดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย, Carrying Capacity เป็นต้น



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อ
วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย” โดยการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (participation observation) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives) ได้ดังนี้

1. สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย พบว่า

1) สภาพทั่วไปของตลาดน้ำในประเทศไทยส่วนใหญ่ เป็นสถานที่เคยรุ่งเรืองในอดีต บางเป็นแหล่งประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีทางศิลปวัฒนธรรมและศิลปกรรมไทยอันงาม ประดิษฐานพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ มีความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวบ้าน ทำสวนปลูกพืชผักและผลไม้ บางแห่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยว มีกิจกรรม การล่องเรือ ชมทัศนียภาพและสภาพชีวิตของชุมชนตามแนวลำคลอง ชมการแสดงละครประวัติศาสตร์ ช้างคู่เมืองเก่า นั่งเกวียนเทียมวัวชมโบราณสถาน ศึกษาเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมไทยทั้งด้านการ แต่งกายสถาปัตยกรรม มีกิจกรรมตักบาตรพระทางน้ำ เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชน มีการการอนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียว มีเรือพายที่พ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขายและยังผูกพันกับวิถีชีวิตชาวบ้าน

2) ศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย ตลาดน้ำมีความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ

1) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ มีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนบริการ มีบริการพายเรือ ขี่จักรยาน ชมตลาด จัดเตรียมสถานที่ ที่นั่งเล่น , สวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชน มีบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติงานที่ให้บริการมีอยู่เป็นประจำ มีหน่วยประชาสัมพันธ์ มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ให้เช่า พายเรือสถานที่ๆ เป็นพื้นที่ OTOP จัดให้มีสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มรวมทั้งจัดพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่ม เพื่อรองรับความต้องการของประชาชน

2) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาคารสิ่งก่อสร้างมีความเพียงพอ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามามีความสะดวก เวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินไม่มาก

จนเกินไป จำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่หนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำ

3) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) มีการบริหารจัดการระบบนิเวศที่เหมาะสม เช่น จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยว จำนวนปริมาณขยะต่อวัน และอื่นๆ ตลาดน้ำต้องไม่มีปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงหรือมีวิธีการแก้ไข

4) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ตลาดน้ำส่วนใหญ่ไม่มีข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

2. นโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ (2561 : ออนไลน์) ผลการวิจัยพบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1) การเร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค

2) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ

3) การเร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่

4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

5) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว 2 ประการ คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ การเมืองของโลก ความนิยมในการท่องเที่ยว การขยายเส้นทางคมนาคมและการแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ได้แก่ (3As) คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยมีระบบการขนส่ง (Transportation)

รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ คือ

1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ มีตลาดนัด ปิดทองไหว้พระ ลอดใต้โบสถ์ ไถชีวิตโคกระบือ การพายเรือชมธรรมชาติและทัศนียภาพ วิถีคลอง การล่องเรือชมหิ่งห้อย ธรรมชาติวิถีชีวิต เทียน้ำตก ชาวบ้านนำผลผลิต พืชผักผลไม้มาขาย เรือพาย พ่อค้าแม่ค้า นำสินค้าอาหารคาวหวานมาขาย การทำน้ำตาลสด พายชมสวนธรรมชาติพื้นบ้านสวนดั้งเดิม การปั่นจักรยานชมทัศนียภาพ มีบริการนั่งช้าง อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน การแสดงที่หลากหลาย

2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ใส่บาตรยามเช้า ตักบาตรทางเรือ มีการแข่งเรือสปีดซานประเพณีไทยโบราณ สืบทอดประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษาทางน้ำ ชมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อนุสรณ์สถาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย

3) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย กิจกรรมย้อนอดีต ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง การแสดงศิลปวัฒนธรรม และสินค้าชุมชน OTOP มีการล่องเรือชมธรรมชาติ ชมสวนธรรมชาติ วิถีคนสวน โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วิถีชีวิตบ้านริมคลอง และสวนธรรมชาติดั้งเดิม การประกวดพันธุ์ไม้ เจ้าของสวนนำเอาผลไม้ พืชผักจากสวนมาขายเองโดยตรง มีบริการเรือยนต์ลากแพและนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตลาดย้อนยุคแบบโบราณ แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติแบบไทยพื้นบ้านและสายน้ำ การแสดงโขน กลางน้ำ พายเรือชมบริเวณตลาดโดยรอบ

4) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก เช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมศิลปโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม การแสดงสินค้าชุมชน OTOP และการขยายพันธุ์ต้นไม้หายากชนิด การอนุรักษ์ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย ชี่ช้างชมโบราณสถานนั่งเรือเพื่อชมวิวทิวทัศน์ ไล่ชิงช้า ปลายหาด นั่งรถไฟ มีปลูกป่าชายเลน ชาวบ้านยังคงทำสวน และแพร่พันธุ์ไม้ต่างๆ ทำสวน

เกษตรผสมผสาน มีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตร เรือสินค้าที่ชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายชนิดมาจำหน่ายราย่อมเยา

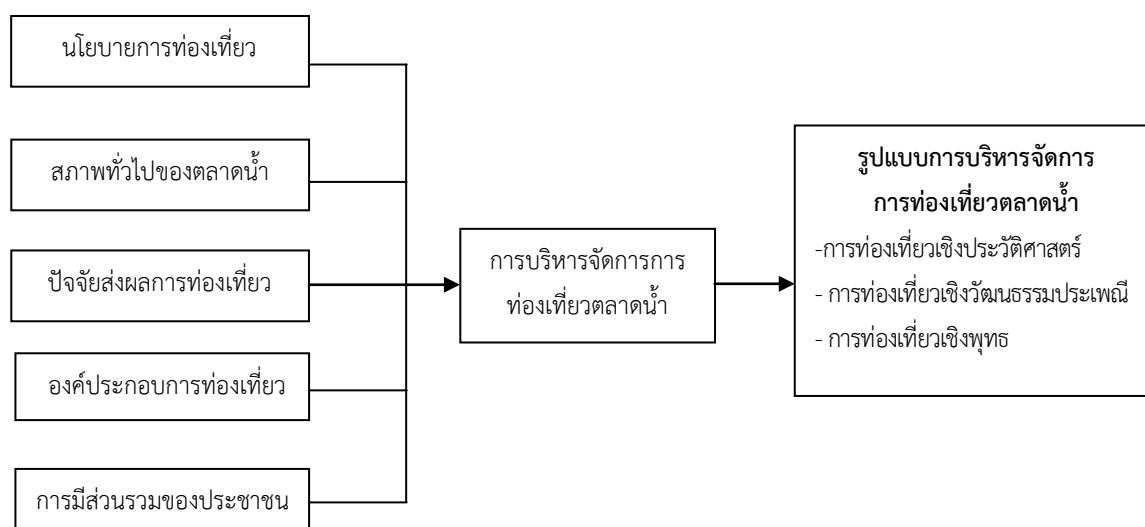
3. วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย สรุปจากการศึกษาสภาพ ศักยภาพ นโยบาย ปัจจัย และองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย 14 แห่ง ต่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนธรรมดา และคนพิการ กว้างขวางพื้นที่ มีที่จอดรถ มีจุดบริการน้ำดื่ม ที่เพียงพอ รวมถึงมีร้านขายของภายในตลาดน้ำ มีจุดบริการนักท่องเที่ยวรวมถึงหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำมีเอกสาร – โบว์ชัวร์ แจก มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม ต้นไม้ร่มรื่น แม่น้ำ/แหล่งน้ำ เป็นแหล่งพักผ่อนมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีป้ายบอก / ข้อเสนอแนะมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวกมีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ – เป็นระเบียบเรียบร้อย มีสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัยมีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิต ชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลผลิตทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระและสามารถนำมาวิเคราะห์เป็นรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำที่คงความดั้งเดิม มีความเป็นธรรมชาติ และการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่ มีกิจกรรมได้แก่ นั่งเรือชมสองฝั่งคลอง ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม

รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรมได้แก่ ตักบาตรทางเรือ ไหว้พระ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย สืบทอดประเพณีสงกรานต์ โยนส่บ้าแบบมอญ

รูปแบบที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงพุทธ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์การปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึก เช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร

(เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ ถวายสังฆทาน ไถ่ชีวิตโค กระบือ ปิดทองไหว้พระ การประกวดพันธุ์ไม้ การอนุรักษ์ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็ก ทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย มีปลูกป่าชายเลน



แผนภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย” โดยการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (participation observation) ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามประเด็นที่ให้ความสนใจ คือ รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย มี 3 รูปแบบ คือ รูปแบบที่

1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำเชิงประวัติศาสตร์ ความเป็นโบราณสถานโบราณวัตถุ ความ

เป็นอดีต ความยั่งยืน สถานที่ยังคงความดั้งเดิม มีเรื่องราวเล่าขาน มีเหตุการณ์บอกต่อความเป็นมา มีความเป็นธรรมชาติอันลึกซึ้ง และการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่ มีกิจกรรมได้แก่ นั่งเรือชมสองฝั่งคลอง ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม รูปแบบที่

2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีปฏิบัติพฤติกรรมความเชื่อต่างๆ มีกิจกรรมได้แก่ ตักบาตรทางเรือ ไหว้พระ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย สืบทอดประเพณีสงกรานต์ โยนสบ้าแบบมอญ รูปแบบที่

3 การท่องเที่ยวเชิงพุทธ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยววันสำคัญทางพระพุทธศาสนา การดูแลและฟื้นฟูสภาพจิตใจการปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึกเป็นการอนุรักษ์การรักษาและห่วงแหนธรรมชาติ รวมถึงการพัฒนาจิตใจผู้ที่ได้ท่องเที่ยวเช่น การปลูกต้นไม้ตามป่าชายเลน การชมสวนป่า การประกวดพันธุ์ไม้ การอนุรักษ์ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย มีปลูกป่าชายเลน เป็นเช่นนี้เพราะว่า ตลาดน้ำต่างยึดแนวปฏิบัติตามนโยบายภาครัฐรวมถึงการสนับสนุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมประเพณี พฤติกรรม การปฏิบัติตน วิถีชีวิต เศรษฐกิจของประชาชนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561 : ออนไลน์) ระบุว่าตลาดน้ำต้องดำเนินการดังนี้

1) ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกกระทบ หรือฟื้นตัวได้ยาก

2) ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับ รูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม

3) ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษา ระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมีรายได้แต่เพียงอย่างเดียว

4) ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนใน

กระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

5) ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

6) นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และเพียงพอ

7) สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

8) มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

9) จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างถูกต้อง

10) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวดิ่งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและ การจัดการร่วมกันในทุกระดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เถลิงศักดิ์ ชัยชาญ (2556 : บทคัดย่อ) เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มี ความเข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็น นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวร่วมกันการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารมีผลกระทบการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากที่สุดในด้านอาหาร และงานฝีมือท้องถิ่น และลักษณะการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรดาว พุพานิชย์พุกษ์ (2559 : 39-64) เรื่อง นโยบายการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกาะช้าง ผลงานวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น จึงได้มีการเสนอกรอบนโยบาย 4 ด้าน เพื่อให้การท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นไปในแนวทางของความยั่งยืน ได้แก่ กรอบนโยบายด้านการจัดการภาครัฐ กรอบนโยบายด้านเศรษฐกิจ กรอบนโยบายด้านสังคมและ วัฒนธรรม และ กรอบนโยบายด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรราช

มน จันทิษฐ์ (2552 : บทคัดย่อ) เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษานิเทศลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอย่างมากต่อตลาดน้ำอัมพวาเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับ สถานที่ ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา บัวงาม และคณะ (2546 : บทคัดย่อ) ผลการศึกษาการจัดการตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเพราะตลาดน้ำคงสภาพความเป็นตลาดน้ำโบราณมีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายรูปแบบมีการจัดกิจกรรมไว้รับรองนักท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมต่างกับประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงสอดคล้องกับผลสัมภาษณ์ผู้บริหารตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร เสนอแนวคิดที่ว่า ตลาดน้ำต้องมีความเป็นธรรมชาติ มีความเป็นอนุรักษ์นิยม มีความสวยงาม มีความหลากหลาย เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก คงความดั้งเดิม ตลาดน้ำขวัญเรียมจัดกิจกรรมไว้รับรองนักท่องเที่ยวคือ การทำสังฆทาน ไถ่ชีวิตโคกระบือ ปิดทองไหว้พระ มีการแข่งเรือสปีดซานประเพณีไทยโบราณ ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองแสนแสบ การแสดงศิลปวัฒนธรรม และจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง สอดคล้องกับผลสัมภาษณ์ของ ผู้บริหารตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี เสนอแนวคิดที่ว่า ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมคลองกับวัด ต้องมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ อนุรักษ์วิถีชีวิตบ้านริมคลอง และสวนธรรมชาติดั้งเดิม การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่นการให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมปลูกต้นไม้ วัดได้จัดกิจกรรมไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลอดใต้โบสถ์ วัดตะเคียน มีความเชื่อว่าล้างอาถรรพ์และมีความเป็นสิริมงคล มีการทำสังฆทาน สะเดาะเคราะห์ ไหว้พระ สวดมนต์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้เรื่อง การบริหารการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) การวางนโยบายความสามารถในการรองรับด้านต่างๆ เช่น ด้านนิเวศวิทยา เรื่องการกำจัดมลภาวะต่าง เช่น ขยะ เสียง เป็นต้น

- 2) จัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ อาหาร และบริการ ในพื้นที่เป็นประจำ
- 3) ภาครัฐควรมีส่วนรวมในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันได้แก่ เจ้าของตลาดน้ำ ประชาชน นักท่องเที่ยว เป็นต้น
- 4) ภาครัฐควรส่งเสริมนโยบายการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์อย่างเข้มแข็ง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- 1) การปลูกจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนให้กับบุคคลในพื้นที่
- 2) ผู้บริหารตลาดน้ำควรรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนักท่องเที่ยว พนักงาน และผู้ค้า เพื่อปรับปรุงพัฒนาตลาดน้ำให้ดียิ่งขึ้น
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพของตลาดน้ำตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตน
- 4) ผู้บริหารตลาดน้ำควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้เกิดรายได้ให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรนำความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยว มาเป็นตัวแปรในการพิจารณา
- 2) การวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพในแต่ละพื้นที่
- 3) การมีส่วนร่วมของภาครัฐในการจัดตั้งตลาดน้ำ
- 4) การจูงใจและการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว
- 5) วิจัยเรื่องความสามารถในการรับรองรับการท่องเที่ยว

องค์ความรู้ที่ได้รับ

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถองค์ความรู้จากการวิจัย คือ สภาพทั่วไป นโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบร่วมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนนำมาบูรณาการร่วมกับการบริหารจัดการตลาดน้ำก่อให้เกิดรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแนว 3 ทาง คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำที่คงความดั้งเดิม

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเทศกาล ประเพณีนิยม

3) การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติการปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึก ซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองให้กับชุมชนและคนในท้องถิ่นร่วมถึงการอำนุบำรุง วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ พร้อมทั้งสร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับประเทศชาติต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. *ออนไลน์*.

สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2563. แหล่งที่มา :

<https://www.truelookpanya.com/blog/content/59616>

เถลิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี*. รายงานการวิจัย: นครราชสีมา.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ. (2561). หลักการของนโยบายทางสังคม(แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2561. แหล่งที่มา : <https://www.nesdb.go.th>

พอเจตน์ เรืองกลัด. (2552). *การนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในโรงเรียนประถมศึกษา สำนักงานเขตลาดกระบัง อำเภอสครีราชา จังหวัดชลบุรี*. ชลบุรี: พีดีปริ้นส์ไตร์

แพรวดาว พุพานิชย์พฤกษ์. (2559). กรอบนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาเกาะช้าง จังหวัดตราด. *วารสารการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 23 (1),39-64.

นิตา บัวงาม และคณะ.(2546). *การจัดการตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม*. รายงานการวิจัย: นครปฐม.

วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. รายงานการศึกษาอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.