

การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
Floating Market Tourism Management

ศศิภาณ พลายกมล

นักศึกษา หลักสูตรการจัดการดุริยบัณฑิต คณะนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: sasikan.ru@gmail.com

อธิษฐ์ สิริวิศรา

อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: pote1964@gmail.com

ฐิติมา ให้อยอง

อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: thitimah@gmail.com

อำนวย บุญรัตน์มตรี

อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: m091107@hotmail.com

Sasikan Phlykhumphol

Doctoral Candidate, Doctoral of Management Program, College of Innovation

Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Athithat Sirawaritsara

Faculty of College of Innovation Management,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Thitima Holomyong

Faculty of College of Innovation Management,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Amnuay Boonratmaitree

Faculty of College of Innovation Management,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

รับเข้า: 27 พฤษภาคม 2565 แก้ไข: 7 มิถุนายน 2565 ตอบรับ: 21 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พรรณนาบริบทการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน 2) ระบุปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน และ 3) เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน ตัวแทนผู้ประกอบการ จำนวน 4 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน และตัวแทนชุมชน จำนวน 5 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ รวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า 1) การจัดการตลาดน้ำถูกดำเนินการโดยคณะกรรมการของตลาดน้ำ และมุ่งเน้นการสร้างที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น และแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบ ซึ่งเป็นเรื่องของความชัดเจนในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงปัญหาด้านการประสานความร่วมมือ 3) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคือสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ผู้บริหารตลาดน้ำและผู้ประกอบการร้านค้า โดยการจัดประชุมระดมความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ

คำสำคัญ: ความยั่งยืน การจัดการอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยว ตลาดน้ำ

Abstract

The objectives of this research were to 1) describe the context of sustainable management of floating market tourism in the central region, 2) identify the problem of sustainable management of floating market tourism in the central region, 3) present a sustainable management model for floating market tourism in the central region. This research using qualitative methods. The target group was 5 government representatives, 4 entrepreneur representatives, 6 tourist representatives, and 5 community representatives. Purposive sampling was used and collected data from documents, non-participant observation, and an interview. The data were analyzed using descriptive analysis.

The research results showed that: 1) Floating market management was implemented by the floating market committee and focused on creating economic sustainability by generating local income and showing social responsibility. 2) The sustainable management problem of floating market tourism in the central region is a structural problem of the

system. This was a matter of clarity in the authority of the relevant agencies, including problems in coordination. 3) The floating market tourism management model is to create participation among government sectors, floating market administrators, and shop operators by holding regular brainstorming meetings and allowing the community to participate in expressing opinions and making decisions.

Keywords: sustainable, sustainable management, tourism, floating market

บทนำ

“การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อสร้างความสนุกสนาน หรือเพื่อหาความรู้โดยเป็นการเดินทางที่ไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะไกลหรือใกล้และจะมีการค้างแรมหรือไม่ กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของมนุษย์เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรงานประจำ ปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวได้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวออกเป็นหลายประเภท อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว แบบผจญภัย การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท เป็นต้น (กชมน วงศ์คำ, 2562) ดังนั้น การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นนโยบายหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาคและท้องถิ่น (เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต, 2560) สอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนาบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค ที่พัก สาธารณสุขพื้นฐาน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การเสนอวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรี ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวมีความจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพและยั่งยืน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2561)

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) นำเสนอรายงานว่า ระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับที่ 4 ของโลก ซึ่งกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย สอดคล้องกับ จิตตภา สนิทจันทร์ (2564) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย โดยที่ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา แหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น เช่น “ตลาดน้ำ” (Floating Market) ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ด้วยมุมมองและแนวคิดที่มุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายผ่านการท่องเที่ยวรูปแบบวิถีไทยเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทำให้มีการกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวสู่ชุมชน นับเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาชุมชน ภายใต้การมีส่วนร่วมในการดำเนินการของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนได้ด้วยตนเอง และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศให้เกิดความยั่งยืนได้อีกรูปแบบหนึ่ง (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2561)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดี อย่างไรก็ตามเมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงย่อมส่งผลให้เกิดการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว จนอาจเป็นสาเหตุให้สภาพเดิมของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไปและหากการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยขาดการดูแลและการบริหารจัดการที่ดีก็สามารถทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมาได้เช่นกัน อาทิ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม ผลกระทบทางวัฒนธรรม และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพ ดังนั้น จากความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวและคุณค่าของตลาดน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำและวัฒนธรรมของคนไทยในอดีต ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญจึงศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลาง รวมถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนา โดยผลการวิจัยที่ได้จะเกิดเป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำและเกิดแนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน
2. เพื่อระบุปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทบทวนเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

World Tourism Organization (1997) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ สร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือน เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบรับกับนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้สร้างความประทับใจแล้วยังสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือน

ด้วยเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความสมดุลของสภาพแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการจัดการทรัพยากรเพื่อให้สามารถตอบสนองด้านเศรษฐกิจ สังคม ไปพร้อม ๆ กับการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ โดยที่ ศราวุธ ผิวแดง (2560) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวมีหลักการที่สำคัญที่หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องนำไปพิจารณา เพื่อลดผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้รับผลตามที่ได้คาดหวังและวางแผนไว้

แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการ

Heinz Weihrich and Harold Koontz (1993) ให้ความหมายไว้ว่า “การจัดการ” หมายถึง กระบวนการทำงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยการสั่งงานและปฏิบัติงานร่วมกับบุคคลอื่นและการจัดการมีลักษณะเป็นกระบวนการเนื่องจากมีลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติ โดยที่การจัดการจะประกอบไปด้วยลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการจัดการ เป็นเรื่องของการกำหนดทิศทาง พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ตลอดจนกรอบความคิดต่าง ๆ อีกทั้งแนวทางและวิธีการปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จ
2. การจัดองค์กร เป็นขั้นตอนการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับการจัดโครงสร้างขององค์กร และการกำหนดระบบงาน บทบาท อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต่าง ๆ ของบุคลากรภายในองค์กร
3. การจัดบุคลากร ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ความสามารถและทักษะต่าง ๆ ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการพัฒนาและธำรงรักษาบุคลากรอีกด้วยเช่นกัน
4. การนำ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริหารต้องใช้ภาวะผู้นำ ในการชักจูง กระตุ้น เพื่อให้บุคลากรเกิดความเปลี่ยนแปลงที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลัง
5. การควบคุม เป็นขั้นตอนในการกำหนดมาตรฐานและเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลการทำงานที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

Wertheim (1981) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ในการจัดการบริหารภายในชุมชนของตนเองและในทางการเมือง เพื่อร่วมกันกำหนดความต้องการให้ชุมชนของตนเอง ในขณะที่ Shirley A. White (1993) กล่าวว่า หลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการร่วมกันคิด ฟัง และเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกในชุมชนที่ร่วมสังคม วิเคราะห์ประเด็นปัญหาสังคมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ตลอดจนกระบวนการร่วมกันค้นหาแนวทาง และตัดสินใจร่วมกันโดยอาศัยพื้นฐานของข้อมูล

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมจะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกเชิงสาธารณะและกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 วิธี ได้แก่ การใช้ข้อมูลจากเอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 20 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติให้เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้ได้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน ได้แก่ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม จำนวน 1 คน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานราชบุรี จำนวน 1 คน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม จำนวน 1 คน องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) จำนวน 1 คน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา จำนวน 1 คน
2. ตัวแทนผู้ประกอบการ (บริษัททัวร์ ผู้ประกอบธุรกิจในตลาดน้ำ) จำนวน 4 คน ได้แก่ พ่อค้าหรือแม่ค้าในตลาดน้ำ จำนวน 2 คน สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน และบริษัทคุณชายออลอินวัน จำกัด จำนวน 1 คน
3. ตัวแทนนักท่องเที่ยว (เดินทางมาเองโดยรถส่วนตัว) จำนวน 6 คน (มากับครอบครัว มาเที่ยวตลาดน้ำมากกว่า 2 ครั้ง เป็นนักท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร ซื้อสินค้า ของฝาก) ได้แก่ ตัวแทนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 2 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 2 คน และตัวแทนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 2 คน
4. ตัวแทนชุมชน (ผู้ที่อาศัยละแวกนั้น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัคร จิตอาสา ประชาชนชาวบ้าน) จำนวน 5 คน ได้แก่ ประชาชนชาวบ้านในพื้นที่ใกล้ตลาดน้ำลำพญา จำนวน 1 คน กำนันในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 1 คน ชาวบ้านในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 1 คน ชาวบ้านในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 1 คน และชาวบ้านในตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 1 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data) โดยการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แนวคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564–กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

3. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในเหตุการณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

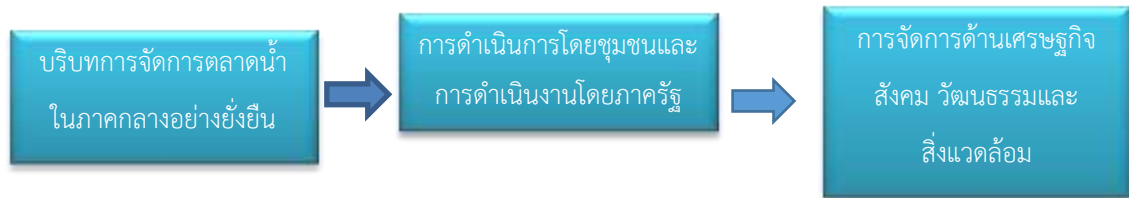
ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอผลสรุปแต่ละประเด็นหลักของการวิจัยการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน โดยนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ร่วมกันโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยวิธีการจัดหมวดหมู่และการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ปัจจุบันบริบทของการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำลำพญา โดยตลาดน้ำทั้ง 3 แห่ง เป็นการดำเนินการโดยชุมชนและบริหารจัดการโดยคณะกรรมการของตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ อาทิ การจัดการด้านที่จอดรถ การบริการเก็บขยะ จากนั้นจึงนำรายได้จากการดำเนินงานมาใช้ในการบริหารจัดการภายในตลาด นอกจากนี้แล้วการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนนั้นยังเป็นการดำเนินการตามนโยบายของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก ซึ่งเป็นแนวทางพื้นฐานในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนอย่างบูรณาการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวกับบริบทของตลาดน้ำนั้นมีรายละเอียด ผลการวิจัยมีดังนี้

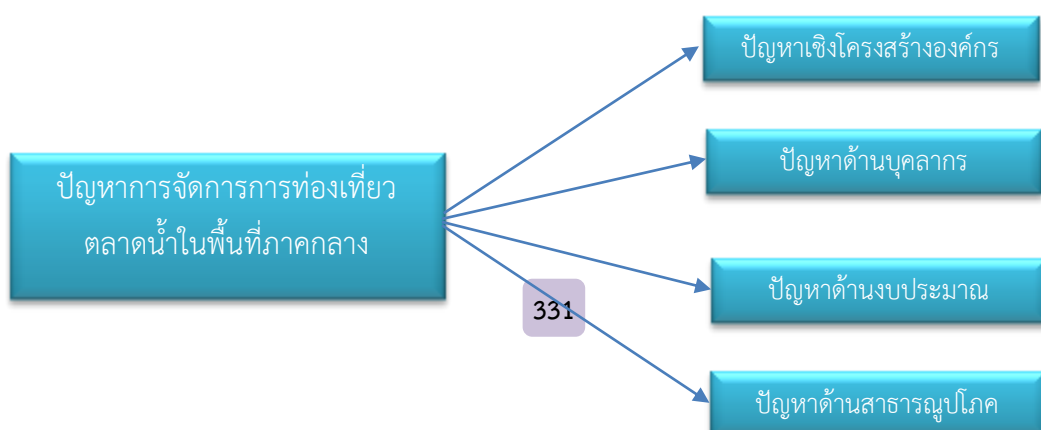
1. บริบทของการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนในปัจจุบันพบว่าเป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการสร้างคามยั่งยืนทางเศรษฐกิจโดยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่นและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสภาพแวดล้อม รวมทั้งการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำยังสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านคามยั่งยืนทางสังคมนั้น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญอธิบายว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำ มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและภาครัฐรวมทั้งผู้คนในชุมชน ส่วนคามยั่งยืนทางวัฒนธรรม พบว่า การจัดการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมอันดีงามเหล่านั้นให้กับคนรุ่นหลังต่อไป และในด้านคามยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมเป็นการดำเนินการที่สร้างความตระหนักด้านการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด รวมทั้งมีการส่งเสริมการนำของเสียกลับมาใช้งานได้อีกครั้ง เพื่อสร้างสมดุลให้กับธรรมชาติและผู้อยู่อาศัยในชุมชนให้มีความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน และดำเนินการวางแผนจัดการด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

และชาญฉลาดโดยรักษาเพื่อไม่ให้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เกิดความเสียหายและเสื่อมโทรม ซึ่งสามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 บริบทการจัดการตลาดน้ำ

2. สืบเนื่องจากพื้นที่ตลาดน้ำยังเป็นพื้นที่ในความรับผิดชอบของภาครัฐโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่ตลาดน้ำนั้นตั้งอยู่ ซึ่งปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางพบว่า ส่วนหนึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างโดยเฉพาะโครงสร้างของระบบการดำเนินงาน ซึ่งเป็นเรื่องของความชัดเจนในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงปัญหาด้านการประสานความร่วมมือ ซึ่งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองก็จะส่งผลทำให้เกิดการขาดเสถียรภาพเชิงนโยบาย ทำให้การบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ การวางแผนที่ไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และเกิดความไม่ชัดเจนในการดำเนินงานรวมถึงการนำนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดูแลตลาดน้ำในพื้นที่ไปสู่ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งปัญหาด้านบุคลากรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวมีจำนวนไม่เพียงพอ ในขณะที่บุคลากรที่มีอยู่ขาดการพัฒนาความรู้และทักษะที่ทันสมัย ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการได้รับงบประมาณที่ไม่เพียงพอและนอกจากนี้แล้วการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวยังขาดเอกภาพในการดำเนินงาน จนส่งผลให้เกิดปัญหาในด้านการจัดการสาธารณูปโภคต่าง ๆ สอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กล่าวว่า ระบบสาธารณูปโภคโดยเฉพาะห้องสุขายังขาดความสะอาด และทั้ง 3 ตลาดน้ำ ห้องสุขามีจำนวนน้อยทำให้ต้องอาศัยห้องสุขาของภาคเอกชนจึงจะทำให้เพียงพอต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดสุดสัปดาห์ ดังนี้



ภาพที่ 2 ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

3. ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยสรุปในภาพรวม พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญและควรเริ่มจากการที่หน่วยงานทุกภาคส่วนต้องตระหนักรู้ในบทบาทหน้าที่ของตนเอง และให้ความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ ให้เกิดเป็นรูปธรรม กล่าวคือ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนจะต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะชุมชนควรสร้างการมีส่วนร่วมใน 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการเก็บรักษาผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินการจัดการ และนอกจากนี้ หน่วยงานเทศบาลควรนำตัวแบบด้านการจัดการเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มสมรรถนะด้านการจัดการตลาดน้ำให้เกิดการพัฒนาควบคู่ไปกับความยั่งยืน ซึ่งจากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ และการสังเกต ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ตัวแบบการจัดการได้ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

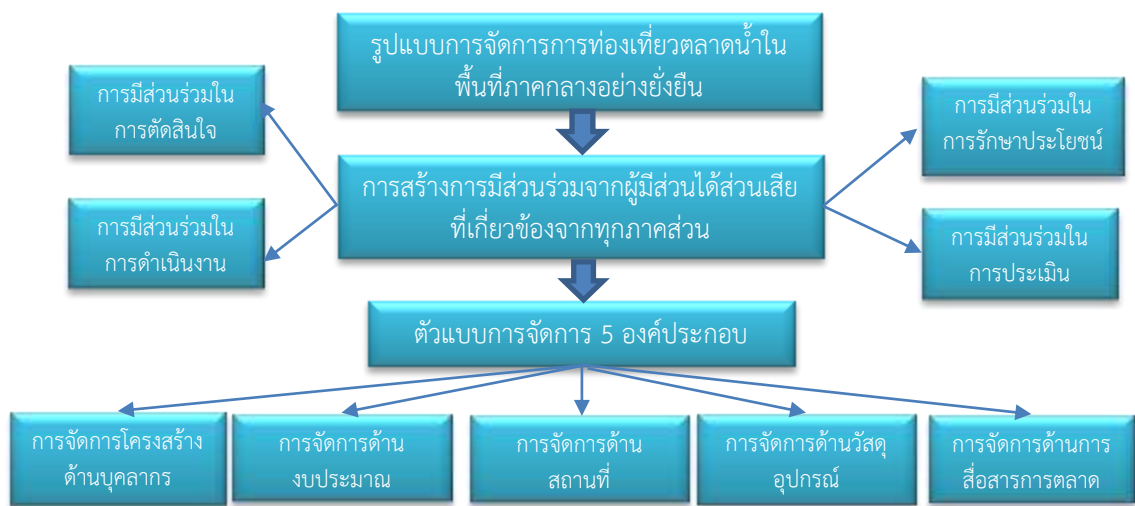
1. การจัดการด้านโครงสร้างบุคลากร (Structure) โดยการจัดแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจนและพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรในองค์กรที่มีส่วนรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการทบทวนทักษะที่มีอยู่ (Reskill) การพัฒนาเพิ่มทักษะที่มีอยู่ (Upskill) และการพัฒนาทักษะใหม่ (New Skill)

2. การจัดการด้านงบประมาณ (Budget) โดยที่องค์กรภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอ และอาจจะต้องขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากภาคเอกชนในพื้นที่

3. การจัดการความพร้อมของสถานที่ (Place) โดยที่การจัดการในส่วนนี้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อให้สามารถเตรียมความพร้อมของสถานที่ได้อย่างครอบคลุมรอบด้านในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภค การเตรียมความพร้อมด้านการจราจรในตลาดน้ำ การเตรียมความพร้อมด้านความสะอาด และการเตรียมความพร้อมในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4. การจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material) ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดการด้านการจราจร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์บอกทาง ถังขยะ ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้จะเป็นส่วนที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

5. การจัดการด้านการสื่อสารการตลาดของตลาดน้ำ (Marketing Communication) ซึ่งการจัดการด้านการสื่อสารการตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ซึ่งต้องเป็นการจัดการทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชนในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ผู้คนในชุมชน ซึ่งทั้งหมดสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างกระบวนการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

กล่าวโดยสรุป การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนทั้งตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำลำพญา ดำเนินการโดยชุมชนและการบริหารจัดการที่เกิดจากการมีส่วนร่วมโดยคณะกรรมการของตลาดน้ำและการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และเป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการสร้างที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจโดยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น รวมทั้งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ในขณะที่ปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พบว่า ประกอบด้วย ปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านงบประมาณ และปัญหาด้านสาธารณูปโภค ส่วนรูปแบบการจัดการตลาดน้ำต้องดำเนินการโดยสร้างความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของฝ่ายและพัฒนาร่วมกันจากทุกภาคส่วน โดยนำเอาตัวแบบการจัดการมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ

อภิปรายผล

“ตลาดน้ำ” เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชน สังคมและประเทศชาติ ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป และผลการวิจัยเรื่องจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

บริบทการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน เป็นการจัดการที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐ โดยมุ่งเน้นการสร้างควมยั่งยืนทางเศรษฐกิจโดยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นกระบวนการสร้างรายได้ และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อีรกันต์ โพธิ์แก้ว (2560) ที่พบว่าการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบางโรงตาปล่า คลอก อำเภอดงหลวง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมและมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีระบบร่วมกัน ยังคงมีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้เข้าสู่กลุ่มออมทรัพย์

ส่วนสภาพปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลาง พบว่า มีปัญหา 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาเชิงโครงสร้างและการประสานความร่วมมือ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านงบประมาณ และปัญหาด้านสาธารณูปโภค สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพ์า เพ็ญนาเรนทร์ (2561) พบว่า ระบบการบริหารจัดการภายในตลาดน้ำหรือการบริหารงานของคณะกรรมการพ่อค้าแม่ค้าและหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีการประสานที่ดี และระบบสาธารณูปโภค เช่น ช่องทางเดินที่ให้นักท่องเที่ยวเดินซื้อสินค้าค่อนข้างแคบ และไม่มีศูนย์สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีพิพิธภัณฑ์สำหรับจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาด และตลาดน้ำบางแห่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอทำให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักตลาดน้ำเท่าที่ควร ในขณะที่ผลการวิจัยของ วรุณี รักดีบุรุษ (2563) พบว่า ปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนของบ้านดอนซาก ตำบลห้วยสูง อำเภอดงหลวง จังหวัดชัยนาท ได้แก่ ปัญหาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ด้านการเข้าถึงชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน เป็นรูปแบบที่เน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้คนในชุมชน กล่าวคือในเบื้องต้นต้องสร้างการมีส่วนร่วมก่อนในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นส่วนร่วมในด้านการวางแผน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อีรพร ทองปัญญา (2561) พบว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างยั่งยืนนั้น คือ การสร้างความร่วมมือของทุกฝ่ายที่



เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่รัฐและนักท่องเที่ยว และในการพัฒนานั้นจะเน้นการรักษาอัตลักษณ์เดิมที่เป็นเสน่ห์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกไว้ถึงแม้ยุคสมัยจะมีการเปลี่ยนแปลง และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นสามารถดำเนินการได้ทั้งในแนวทางระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการประสานงานและการทำงานร่วมกันจนก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วม ซึ่ง Cohen and Uphoff (1981) อธิบายไว้ว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการซึ่งตรงกับแนวคิดของ สมบัติ นามบุรี (2562) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม โดยการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ

นอกจากนี้แล้วรูปแบบการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนนั้น ควรนำตัวแบบการจัดการมาประยุกต์ใช้ ได้แก่ การจัดการด้านโครงสร้าง การจัดการด้านสถานที่ การจัดการด้านงบประมาณ การจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ และการจัดการด้านการสื่อสารการตลาด เพราะการจัดการในสิ่งเหล่านี้ช่วยลดปัญหาด้านการจัดการและช่วยสร้างความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพงา เพ็ญนาเรนทร์ (2561) พบว่า การพัฒนาตลาดน้ำ ต้องดำเนินการใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐและสถานประกอบการให้มีความรู้สามารถเพิ่มมากขึ้น ควรจัดทำคู่มือที่มีข้อมูลของตลาดน้ำเป็นภาษาอังกฤษ ควรเพิ่มพูนความรู้ด้านการให้บริการของสถานประกอบการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ควรมีมีคฤหบดีท้องถิ่นคอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยควรจัดทำป้ายต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกหรือสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และควรมีหน่วยรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางตามสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด การใช้แผ่นพับหรือแผ่นโปสเตอร์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น 4) ด้านการประสานงานเครือข่าย ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ มีตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดในพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ ควรมีเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พัก ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. เทศบาล และควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วยัง

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณรงค์ โพธิ์พฤษานันท์ (2561) พบว่า เป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยเฉพาะในด้านของการจัดการด้านสถานที่ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในด้านวางแผน การประชุมนโยบายหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ชุมชนจะมีส่วนแค่การแสดงความคิดเห็นว่าดีหรือไม่ ต้องการหรือไม่ต้องการ แต่ไม่ได้เข้ามาส่วนในการวางแผน คัดนโยบาย หรือการจัดการมากแต่อย่างใดและด้านบุคลากร ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมมากแต่ในส่วนของการจัดการด้านกฎเกณฑ์ทางการท่องเที่ยวในตลาดน้ำลำพญานันท์ คนในชุมชนมีส่วนร่วมลดลงหากเทียบกับด้านอื่น ๆ เนื่องจากปัจจุบันกฎเกณฑ์ต่าง ๆ คือกฎที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมา ไม่ได้มีการวางกฎเกณฑ์ที่ตายตัว ส่วนการมีส่วนร่วมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการร้านค้า สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดแผนงานในเบื้องต้นสำหรับเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระหว่างที่รอการประสานงานจากหน่วยงานจากภาครัฐ เช่น การกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือสื่อบุคคล ฯลฯ
2. ผลการวิจัยพบว่า ยังมีปัญหา โดยเฉพาะในปัญหาด้านงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายและมาตรการการช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้าและชุมชน โดยอาจจะจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเพิ่มเติมลงไปในแผนนโยบายด้านการท่องเที่ยว
3. ชุมชนควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาดน้ำของคณะกรรมการที่รับผิดชอบ ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ในส่วนของการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอาจจะไม่สามารถได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลาย เนื่องจากการสัมภาษณ์มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยเชิงปริมาณ และเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งจะช่วยให้ได้รับข้อมูลที่รอบด้านและมีความหลากหลาย
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเพื่อสร้างแบบจำลองการจัดการการท่องเที่ยว ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งจะช่วยให้ได้รูปแบบการจัดการที่มี

ความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นรูปแบบที่ได้รับการยืนยันความสอดคล้องกับทฤษฎีจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาตลาดน้ำในภูมิภาคอื่นเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างบริบทที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพทางภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กชธมน วงศ์คำ. (2562). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวขัวตำบลแกตา อำเภอกงหรา จังหวัดมหาสารคาม**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2561). **มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **รายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว. รายงานฉบับสมบูรณ์ประจำปีงบประมาณ 2562**. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558**. ค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://thai.tourismthailand.org/>
- จิรดาภา สนิทจันทร์. (2564). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ**. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์. (2561). **การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดน้ำลำพญาจังหวัดนครปฐมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. งานวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ธีรกานต์ โพธิ์แก้ว. (2560). **การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบางโรงตาปลาคลอก อำเภอกงหรา จังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ธีรพร ทองปัญญา. (2561). **การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก**. วารสารสังคมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 48(2): 181–201.
- เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต. (2560). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลนางพญา อำเภอกงหรา จังหวัดอุดรธานี**. งานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

- พิมพ์งา เพ็งนาเรนทร์. (2561). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วรวิทย์ รักดีบุรุษ. (2563). ปัญหาและศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนของบ้านดอนซาก ตำบลห้วยสูง อำเภอน้ำหนาว จังหวัดชัยนาท. วารสารพัฒนศาสตร์, 3(1): 40–67.
- ศราวุธ ผิวแดง. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สมบัติ นามบุรี. (2562). ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารวิจัยวิชาการ, 2(1): 183–197.
- สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2561). กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน.
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1981). Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for International Studies. New York: Cornell University Press.
- Heinz Weihrich and Harold Koontz. (1993). Management: A Global Perspective. 10th ed. New York: McGraw-Hill.
- Shirley A. White. (1993). Participatory Communication: Working for Change and Development. New Delhi: Sage.
- Wertheim, A. H. (1981). On the relativity of perceived motion. Acta Psychologica. 48(1-3): 97–110.
- World Tourism Organization. (1997). Guide for local authorities on developing sustainable tourism. Madrid, Spain: WTO.