



รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนา
วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

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

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏธีร์ ศรีดี

ดร.ปชาบดี แยมสุนทร

ดร.สุภาพร บัวช่วย

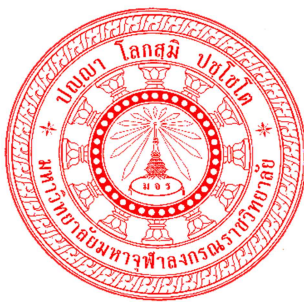
นางสาวเนตรทราย แยมเจริญ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

พ.ศ. ๒๕๖๑

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 610761057



รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนา

วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

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

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏธีร์ ศรีดี

ดร.ปชาบดี แยมสุนทร

ดร.สุภาพร บัวช่วย

นางสาวเนตรทราย แยมเจริญ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตขอนแก่น

พ.ศ. ๒๕๖๑

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 610761057

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

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

By

Assistance Professor Dr. Panya Klaydesh

Associate Professor Dr.Naddhira Sridee

Dr. Pachabodee Yaemsunthorn

Dr. Suphaphorn Buachuay

Miss. Netsai Yaemcharoen

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Khonkaen campus

B.E.2561

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU RS 610761057

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย:	รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย
ผู้วิจัย:	ผศ.ดร.ปัญญา คล้ายเดช, รศ.ดร.ณัฏฐิ์ ศรีดี, ดร.ปชาบดี แยมสุนทร ดร.สุภาพร บัวช่วย และนางสาวเนตรทราย แยมเจริญ
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๑
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ๑) เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย ๒) เพื่อศึกษานโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ๓) เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจศึกษาเนื้อหาสาระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลาง กับ บุคลากร ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ผลการวิจัยพบว่า

๑. ตลาดน้ำในประเทศไทย มีสภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เคยรุ่งเรืองในอดีต มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ศักยภาพของตลาดน้ำ ๔ ด้านคือ ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ ด้านกายภาพ ด้านนิเวศวิทยา และด้านความรู้สึกลับ

๒. นโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคือ ๑) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ๒) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ๓) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ๔) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก

๓. วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย ๓ รูปแบบ คือ ๑. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ๒. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี ๓. การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การมีส่วนร่วมของภาครัฐในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เจ้าของตลาดน้ำ ประชาชน นักท่องเที่ยว นโยบายการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การวางนโยบายความสามารถในการรองรับด้านต่างๆ ปฏิบัติการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

และการแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนให้กับบุคคลในพื้นที่ ผู้บริหารตลาดน้ำควรมีการส่งเสริมและสนับสนุน
ผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้เกิดรายได้ให้มากที่สุด การวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพในแต่ละพื้นที่
ความสามารถในการรับรองรับการท่องเที่ยว



Research Title: Model of Floating Market Tourist Management to Development of Livelihoods and Culture in Thailand

Authors: Panya Klaydesh, Naddhira Sridee, Pachabodee Yaemsunthorn
Suphaphorn Buachuay and Netsai Yaemcharoen

Department: Mahachulalongkornrajavidyala University

Academic Year: 2561/2018

Funds granted by: Mahachulalongkornrajavidyala University

ABSTRACT

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 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 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.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความอนุเคราะห์จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอ
พระคุณสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ที่ได้อนุมัติทุนอุดหนุนการวิจัย และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ทุกท่านที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ และแนวทางแก้ไขให้งานวิจัยฉบับนี้ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทำให้
งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้
ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจทั่วไป ตลอดจนจะเป็นประโยชน์ใน
การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช และคณะ

๒๔ สิงหาคม ๒๕๖๓



สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย.....	๔
๑.๓ คำถามวิจัย.....	๔
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย.....	๕
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	๖
๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย.....	๗
๑.๗ ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัย.....	๗
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๙
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ.....	๙
๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	๑๒
๒.๓ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔).....	๑๖
๒.๔ นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	๒๓
๒.๕ นโยบายการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ.....	๒๔
๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยว.....	๓๘
๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน.....	๔๒
๒.๘ ข้อมูลตลาดน้ำ ในประเทศไทย.....	๔๔
๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๔๕
๒.๑๐ สรุป.....	๕๒
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๕๓
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๕๓
๓.๒ พื้นที่การวิจัย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๕๕

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๕๖
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๕๗
๓.๕ การจัดกระทำข้อมูล.....	๕๘
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๕๘
๓.๗ สรุป.....	๕๙
บทที่ ๔ ผลการศึกษาวิจัย.....	๖๐
๔.๑ สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย.....	๖๐
๔.๒ นโยบาย ปัจจัย องค์ประกอบ และรูปแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย.....	๙๕
๔.๓ วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย.....	๑๐๕
๔.๔ สรุป.....	๑๑๑
๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย.....	๑๑๒
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	๑๑๓
๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๑๑๓
๕.๒ อภิปรายผล.....	๑๒๐
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๑๒๒
บรรณานุกรม.....	๑๒๔
ภาคผนวก.....	๑๒๘
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์การวิจัย.....	๑๒๙
ภาคผนวก ข ภาพลงพื้นที่การวิจัย.....	๑๕๔
ภาคผนวก ค หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์.....	๑๕๘
ภาคผนวก ง ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย.....	๑๖๑
ประวัติผู้วิจัย.....	๑๖๕

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่ ๑.๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๗
ภาพประกอบที่ ๔.๑ แผนที่ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร.....	๖๑
ภาพประกอบที่ ๔.๒ แผนที่ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ กรุงเทพมหานคร.....	๖๔
ภาพประกอบที่ ๔.๓ แผนที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ.....	๖๗
ภาพประกอบที่ ๔.๔ แผนที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	๖๙
ภาพประกอบที่ ๔.๕ แผนที่ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	๗๑
ภาพประกอบที่ ๔.๖ แผนที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี.....	๗๔
ภาพประกอบที่ ๔.๗ แผนที่ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี.....	๗๖
ภาพประกอบที่ ๔.๘ แผนที่ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม.....	๗๘
ภาพประกอบที่ ๔.๙ แผนที่ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม.....	๘๑
ภาพประกอบที่ ๔.๑๐ แผนที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี.....	๘๓
ภาพประกอบที่ ๔.๑๑ แผนที่ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	๘๖
ภาพประกอบที่ ๔.๑๒ แผนที่ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	๘๘
ภาพประกอบที่ ๔.๑๓ แผนที่ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	๙๑
ภาพประกอบที่ ๔.๑๔ แผนที่ตลาดน้ำหัวหิน ไกล่วัดทับใต้ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	๙๓
ภาพประกอบที่ ๔.๑๕ องค์ความรู้จากการวิจัย.....	๑๑๒

สารบัญตาราง

ตารางที่ ๓.๑ รายชื่อตลาดน้ำที่ทำการวิจัย.....๕๕



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิถีชีวิตของคนไทยกับ “ตลาด” เป็นสิ่งที่แยกกันไม่ได้ การไปตลาดมิใช่เพียงเพื่อซื้อหาของกินของใช้เท่านั้น แต่ยังแสดงถึงสายสัมพันธ์ที่อบอุ่น เอื้อเฟื้อมีน้ำใจแบบไทยๆ ตลาดจึงเป็นสถานที่ซึ่งหลายคนหวนกลับไปหลายๆ ครั้งเพื่อเติมเต็มความสุขเล็กๆ ที่ไม่อาจลืม ในสมัยสุโขทัยปรากฏข้อความจารึกเบื้องต้นของสุโขทัยมีตลาดปสาน มีพระอนนะ มีปราสาท มีป่าหมากพร้าว มีป่าหมากกลาง มีไร่นา มีถิ่นฐาน มีบ้านใหญ่บ้านเล็ก สืบเนื่องต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา ก็ยังมีการเรียกตลาดว่า “ป่า” เช่น ป่าตะกั่วขายลูกแหและสิ่งที่ทำมาจากตะกั่ว ป่าผ้าไหม ขายผ้าไหม ป่าสังคัมโลกขายขามสังคัมโลก ป่าฟูกจะขายที่นอนหอมอมุ้ง ป่ามะพร้าวขายมะพร้าว เป็นต้น

นักเศรษฐศาสตร์กลุ่มหนึ่ง ได้พิจารณาในแง่ประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการทางการค้าไทย แล้วสามารถแบ่งยุคทางการค้าในสังคมไทยออกเป็น ๓ ยุค คือ ยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ยุค พ.ศ. ๒๔๗๕-๒๕๐๐ และยุค พ.ศ. ๒๕๐๑-ปัจจุบัน การค้าขายในสังคมไทยได้ดำเนินการค้าขายผ่านพัฒนาการทางการค้ามาในทุกยุคทุกสมัย จนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งพอจะกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้ ยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์ การค้าระหว่างประเทศถูกผูกขาดโดยพระคลังสินค้า กิจกรรมผลิตและกิจกรรมการค้าของคนไทยแท้ๆ มีแต่กิจกรรมย่อยๆ บทบาทการผูกขาดการค้าโดยพระคลังสินค้า ได้สิ้นสุดลงเมื่อประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อ พ.ศ. ๒๔๗๕ ยุค พ.ศ. ๒๔๗๕-๒๕๐๐ หรือยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองการผลิตและการค้าในประเทศไทยได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับพ่อค้าคนจีนเริ่มรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น ได้มีการจัดตั้งสมาคมพ่อค้าจีน รวมทั้งผูกขาดกิจกรรมการค้าในแต่ละแขนง^๑

เงินทุนมีความสำคัญขึ้นและเป็นตัวชี้ขาดทางเศรษฐกิจ ในที่สุด ยุค พ.ศ. ๒๕๐๑-ปัจจุบัน หลัง พ.ศ. ๒๕๐๐ เงินทุนต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยอย่างหนาแน่น รัฐบาลดำเนินนโยบายส่งเสริมการลงทุน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางอุตสาหกรรม โดยการลงทุนจากเอกชนต่างชาติมากขึ้น ทุกที่ตลาดหลายๆ แห่ง มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของยุคสมัยในสังคมนั้นๆ แต่ยังมีตลาดอยู่ไม่น้อยที่ยังคงมีวิถีชีวิตและความงดงามของวันวานให้คงอยู่ อาทิเช่น สามตลาดเมืองบางกอก ได้แก่

^๑พิพัฒน์ แก้วใส, การนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในโรงเรียนประถมศึกษา สำนักงานเขตลาดกระบัง สังกัดกรุงเทพมหานคร, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์, ๒๕๕๒), หน้า ๑๐.

ตลาดนางเลิ้ง ตลาดเยาวราช ตลาดวังหลัง (ศิริราช) กรุงเทพฯ หรือบางกอก เมืองหลวงของประเทศไทย เริ่มก่อตั้ง ภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงขึ้นครองราชย์เป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชจักรีวงศ์ เมื่อวันที่ ๖ เมษายน เดือน ๕ แรม ๙ ค่ำปีชวด พ.ศ.๒๓๒๕ อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในชั้นแรกถือเอาแนวคูเมืองเดิมของกรุงธนบุรี คือ แนวคลองหลอดตั้งแต่ปากคลองตลาด จนออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนบริเวณที่สร้างพระราชวังนั้น เดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาโชฎึกราชเศรษฐีและชาวจีน ซึ่งได้โปรดเกล้าให้ย้ายไปอยู่ที่สำเพ็งตลาดเก่าในกรุงเทพฯ มักมีความเป็นมาเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ของเมืองหลวง ไม่ว่าจะเป็ตลาดนางเลิ้ง ตลาดเยาวราช หรือตลาดวังหลัง ที่มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน จะไปชมตลาดเช้าที่เยาวราช กินข้าวเที่ยงที่นางเลิ้ง แล้วละเลียดบรรยากาศยามเย็นที่วังหลัง หรือจะตื่นเช้าไปวังหลัง เที่ยงที่นางเลิ้ง แล้วชมแสงสียามค่ำที่เยาวราช เราก็เที่ยวได้ไม่รู้เบื่อ ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม แต่สภาพสังคมในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมทำให้เกิดภาวะตึงเครียดจึงต้องแสวงหาทางออก เพื่อสร้างความสุขทางกายและทางใจหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จึงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทหรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ทั้งนี้เพื่อความเพลิดเพลิน ความสนุกสนานอีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป แหล่งท่องเที่ยวที่จัดออกเป็นหลายประเภท ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนจัดเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่สนใจอย่างยิ่งในปัจจุบัน การท่องเที่ยวตลาดน้ำจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประเภทหนึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวสามารถเลือกการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย ความเครียด ได้ตามความต้องการ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบหนึ่งในนั้นคือรูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่งโดยเฉพาะในบริเวณภาคกลางเนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและที่ขุดขึ้น เพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและ ขยายพื้นที่เพาะปลูกย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่คู่กับชุมชน เหล่านั้นด้วย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการขุดคลองในทุรัชกาลด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมือง หรือเพื่อการยุทธศาสตร์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ ๔ และรัชกาลที่ ๕ ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพื่อใช้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วทั่วถึงรวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วย ขณะเดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วย จึงทำให้เกิดตลาดน้ำ

สำคัญหลายแห่ง เช่น ปากคลองตลาด ที่กล่าวไว้เบื้องต้น ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชรและป้อมผีเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็กๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไป บ้านเมืองมีความเจริญขึ้นตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมาก จนถึงปัจจุบันตลาดน้ำในช่วงรัตนโกสินทร์ นอกจากปากคลองตลาดแล้ว ก็ยังมีตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหาเนาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพหัก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าศาลา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่นๆ ตามคลองซอยทั่วไป^๒

ในปัจจุบัน ตลาดน้ำลดความคึกคักจางลงไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการคมนาคมทางบกที่สะดวกและรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำจึงทำให้เกิดการถดถอยลง ทำประตูเปิดปิดน้ำ อันมีผลทำให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนไทยในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วยอย่างไรก็ตาม การค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่นตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือสวนไร่นาตามริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่าย เป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำในปัจจุบันที่ยังคงมีอยู่และเป็นที่ยึดเหนี่ยวถึง “ตลาดน้ำ” แล้ว นอกจากจะเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองไทย ตลาดน้ำหลายแห่งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวตลาดน้ำนักท่องเที่ยวต่างชาติจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนชาวสวน จากการค้าขายผลผลิตทางการเกษตรทางน้ำของชาวบ้านที่หาญได้ยากในปัจจุบัน

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ถึงรูปแบบ กระบวนการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย ตลอดจนถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย และศึกษารูปแบบการบริหารจัดการที่จะทำให้อุตสาหกรรมพัฒนาท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ประเพณีของไทยอันจะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจแท้จริงของการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์

^๒ ชูสิทธิ์ ชูชาติ, สังคมวิทยาการท่องเที่ยว, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๗), หน้า ๔๗.

ระยะยาว เน้นการสร้างความเข้มแข็งดูแลตนเองได้ โดยชุมชนไม่พึ่งพาทายนอกสร้างงานให้คนในท้องถิ่นตลอดจนนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพ แบบยั่งยืนต่อไป

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

ดังนั้น การศึกษาถึงรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ถึงรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ตลอดจนถึงผลกระทบจากท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม จะทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม อันจะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำ ในประเทศไทย

๑.๒.๒ เพื่อศึกษานโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

๑.๒.๓ เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

๑.๓ คำถามวิจัย

๑.๓.๑ สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำ ในประเทศไทย เป็นอย่างไร

๑.๓.๒ นโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย เป็นอย่างไร

๑.๓.๓ รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย เป็นอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเรื่อง “รูปแบบการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย” ได้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น ดังนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาเนื้อหา สาระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลาง โดยเป็นการศึกษาด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เน้นรูปแบบการบริหารการจัดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ ตลอดจนวิวัฒนาการของตลาดน้ำที่สำคัญในประเทศไทย เพื่อรูปแบบการบริหารการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ได้แก่ นายกองคกรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือคณะทำงาน กรรมการผู้ดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ บริษัทนำเที่ยว เจ้าของหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวนแห่งละ ๕-๑๐ คน

๑.๔.๓ ขอบเขตการศึกษาด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัย ได้กำหนดพื้นที่สำคัญของตลาดน้ำในประเทศไทย ตามบริบทของตลาดน้ำที่กำหนด ๑๔ แห่ง ประกอบด้วย

๑. ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร
๒. ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ กรุงเทพมหานคร
๓. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
๔. ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
๕. ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม
๖. ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี
๗. ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี
๘. ตลาดน้ำดอนหวาย วัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
๙. ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม
๑๐. ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี
๑๑. ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
๑๒. ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
๑๓. ตลาดน้ำห้วยหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๑๔. ตลาดน้ำหัวหิน ใกล้กับวัดทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

มีระยะเวลาในการศึกษาวิจัย รวมระยะเวลา ๑ ปี คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๖๑

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

การจัดการ หมายถึง กระบวนการในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำ การควบคุม โดยการใช้ศาสตร์และศิลป์ในการนำทรัพยากรทางการบริหารต่างๆ อันได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน วัสดุสิ่งของ และทรัพยากรอื่นๆ และวิธีการจัดการผ่านกระบวนการทางการบริหาร คือ การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการควบคุม เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอันเกิดประโยชน์สูงสุด

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ตลาดน้ำ หมายถึง สถานที่จัดกิจกรรมการค้าขายสินค้าทั้งในเรือ และบนบก ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ และฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อม ของผู้คนทั้งในอดีตถึงปัจจุบัน

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำ หมายถึง แนวคิดในการจัดการตลาดน้ำ เพื่อการท่องเที่ยว ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ซึ่งนำเสนอในลักษณะรูปแบบผังการเชื่อมโยงองค์ประกอบและกระบวนการในการจัดการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

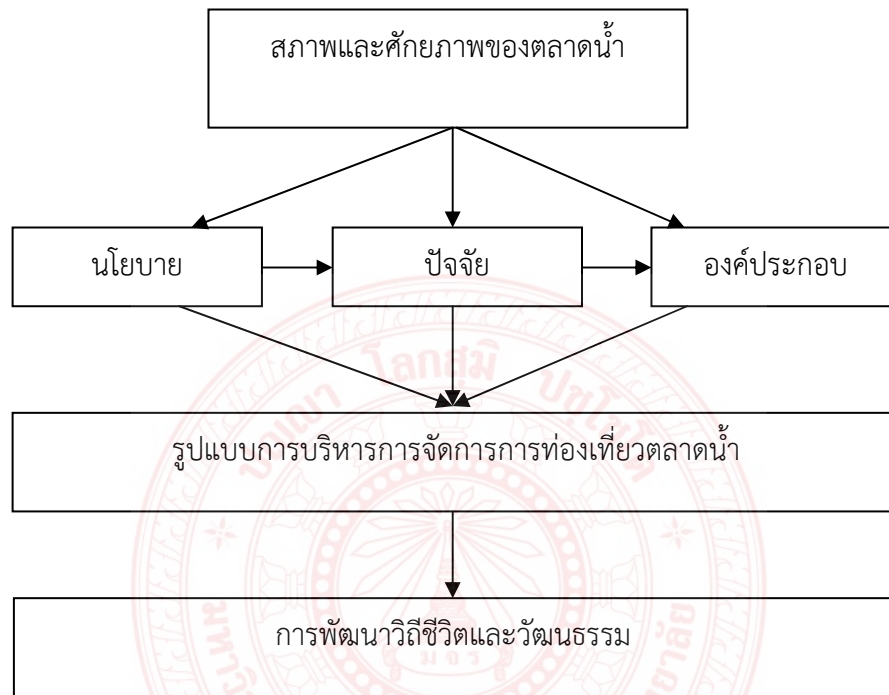
การพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม หมายถึง การดำเนินงานเพื่อจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บุคลากร กิจกรรมท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และกระบวนการด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

บริบทของพื้นที่ตลาดน้ำ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ ประวัติชุมชน ศาสนา ความเชื่อ ประเพณี และวัฒนธรรม วัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนตลาดน้ำนั้นๆ

ปัจจัยและองค์ประกอบในการจัดการตลาดน้ำ หมายถึง รายละเอียดที่เกี่ยวข้องซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มประเด็นต่างๆ ที่มีความสำคัญและมีผลต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว

๑.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวยวตลادنํ้า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวยวตลادنํ้า ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ ๑.๑ กรอบแนวคิด รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลادنํ้าที่มีต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ในการวิจัยนี้ มีประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ดังต่อไปนี้

๑. ตลาดและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนารูปแบบ กิจกรรม และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวของตลادنํ้าที่เป็นของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาวิถีชีวิต ชุมชน/สังคม

๒. ตลادنํ้าและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางในส่งเสริมการเรียนรู้และการสื่อสารรวมทั้งการส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยวทางนํ้า

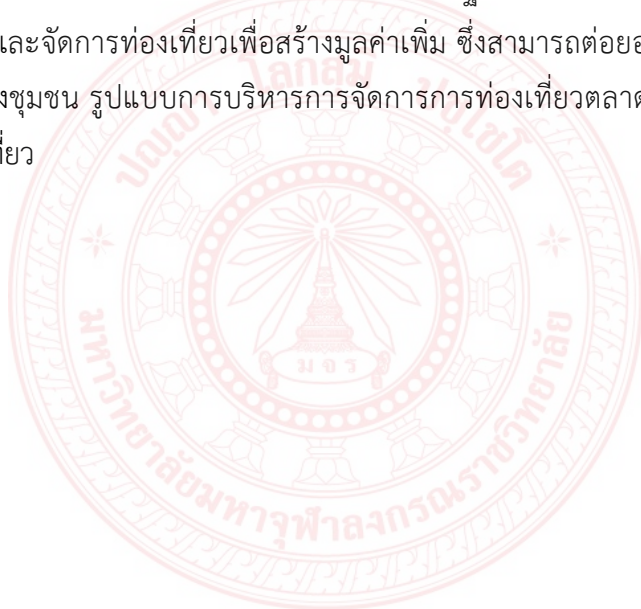
๓. ตลادنํ้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อบต. อบจ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตลادنํ้า ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆ โดยมีศิลปวัฒนธรรม พระพุทธศาสนาประเพณีต่างๆ ที่มีในปีปฏิทินนำเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร

จัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และทั่วประเทศที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการพัฒนาชุมชน

๔. ชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยว เช่น สมาคมมัคคุเทศก์ ชมรม/องค์กรด้านการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตธรรมชาติตลอดจนวัฒนธรรมไทยและพระพุทธศาสนา

๕. ตลาดน้ำ กองการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แนวทางการอนุรักษ์หรือรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สืบสานประเพณีและวัฒนธรรม และส่งเสริมพระพุทธศาสนา อันเป็นการคุ้มครองมรดกทางชาติคงไว้ซึ่งประเพณีและศิลปวัฒนธรรมไทย ที่ยั่งยืนต่อไป

๖. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และจัดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสามารถต่อยอดนำผลการวิจัยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และระบบบริการข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว



บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย “รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย” นั้น จำเป็นต้องทราบแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดทรัพยากร บริบทพื้นที่ที่ศึกษา เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาวิเคราะห์ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ทศนะ รูปแบบและการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างเป็นแนวทางในการท่องเที่ยว

ในบทนี้ ผู้วิจัยจึงได้แยกประเด็นในรูปแบบการเขียนเชิงโครงสร้างเพื่อให้สะดวกต่อการ ทำงานตามลำดับ ดังนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๒.๓ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)

๒.๔ นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๒.๕ นโยบายการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ

๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยว

๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน

๒.๘ ข้อมูลตลาดน้ำ ในประเทศไทย

๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑๐ สรุป

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

๒.๑.๑ ความหมายของนโยบายสาธารณะ

คำว่า นโยบาย (Policy) มีหลากหลายทศนะ นโยบายคือหลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนว ดำเนินการ เป็นแนวทางดำเนินการที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปโดย ถูกต้องและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ ความหมายนโยบายว่า เป็นกลยุทธ์ที่เลือกสรรแล้วนำไปสู่การแก้ปัญหา ดังนั้นนโยบายเปรียบเสมือน

แนวทางการแก้ปัญหา การกำหนดนโยบายจึงเป็นความพยายามขององค์กรเพื่อนำไปสู่กระบวนการแก้ปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลในองค์กร^๓

กิจกรรมทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นระดับใด ในหน่วยงานใดล้วนมีกำหนดมาจากความคิดอันเป็นกรอบนำทางว่าควรจะทำอะไร เมื่อใด ที่ไหน โดยใคร และอย่างไรหากปราศจากความคิดที่ชัดเจน การกระทำที่ตามากปราศจากทิศทางที่แน่นอนชัดเจนการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาลความคิดหรือเจตนารมณ์ก็เกิดขึ้นก่อนเช่นเดียวกันจากนั้นค่อยๆ พัฒนาชัดเจนขึ้นกลายเป็นกรอบกำหนดทิศทางและแนวการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของรัฐบาลซึ่งในความหมายกว้างๆ ก็คือ นโยบายของรัฐบาล หรือนโยบายสาธารณะ (Public Policy) นั่นเอง

คำว่า นโยบายสาธารณะนี้ หากพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนโดยอาศัยความคิดเห็นที่กรันกรองจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของนักวิชาการต่างๆ จะพบว่ามีประเด็นแยกย่อยที่น่าสนใจหลายประการ อาทิ นิยามต่อไปนี้

โรมัส ดาย (Thomas Dye)^๔ นิยามว่า นโยบายสาธารณะ คือ สิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ

ไอรา ชาร์แคนสกี (Ira Sharkansky) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลหรือองค์กรของรัฐจัดทำขึ้น อาทิ การจัดบริการสาธารณะ การออกกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ และการจัดพิธีกรรมอันถือเป็นสัญลักษณ์ของสังคม เป็นต้น

เดวิส อีสตัน (David Easton) ให้ความหมายนโยบายสาธารณะว่าหมายถึงการจัดสรรผลประโยชน์หรือสิ่งที่มีคุณค่าระหว่างปัจเจกชนและกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ในระบบสังคมการเมือง

อมร รักษาสัตย์ ชี้ว่านโยบายตามความหมายกว้างก็คือ ความคิดของรัฐบาลที่ว่าจะทำอะไรหรือไม่ อย่างไร เพียงใด เมื่อใด โดยน่าจะมืองค์ประกอบ ๓ ประการคือ ๑) การกำหนดนโยบายของสิ่งที่ต้องการกระทำ ๒) การกำหนดแนวทางใหม่ๆ และ ๓) การกำหนดการสนับสนุนต่างๆ

ศุภชัย ยาวะประภาษ^๕ กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาลคำว่า “แนวทางดำเนินกิจกรรม” นี้ในทางปฏิบัติก็คือ ทางเลือกที่รัฐบาลได้กำหนดขึ้นเพื่อแก้ปัญหา บรรเทาปัญหา และ/หรือป้องกันปัญหาต่างๆ ตามภาระหน้าที่ของรัฐบาลทางเลือกนี้จะมีความชัดเจนเฉพาะเจาะจงมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้กำหนดทางเลือกและระดับความซับซ้อนของ

^๓ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒, (กรุงเทพมหานคร: นามมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น, ๒๕๔๖).

^๔Thomas R Dye, *Understanding public policy*, 7th ed., (New Jersey: Prentice Hall, 1992), pp. 3-4.

^๕ศุภชัย ยาวะประภาษ, *นโยบายสาธารณะ*, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๒), หน้า ๔.

ปัญหาด้วย โดยทั่วไปนโยบายระดับชาติมักมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวางแต่ขาดความชัดเจน เฉพาะเจาะจง นโยบายระดับล่างซึ่งจะต้องสอดคล้องและสนับสนุนนโยบายระดับสูงจะมีความชัดเจน และเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเป็นลำดับ ขณะเดียวกันความครอบคลุมจะแคบเข้าเป็นเฉพาะเรื่องหนึ่งๆ เท่านั้นตัวอย่างเช่น นโยบายพัฒนาสาธารณสุขระดับชาติอาจกำหนดกว้างๆ ว่าต้องการให้ประชาชนทุกคนมีสุขภาพพลานามัยดีภายในปี ค.ศ. ๒๐๐๐ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมกว้างขวางมากในขณะที่ นโยบายเช่นเดียวกันในระดับกรมอาจกำหนดชัดเจนมากขึ้นว่าต้องการกำจัดโรคติดต่อต่างๆ ให้หมดสิ้นไปภายในปี ค.ศ.๒๐๐๐ เป็นต้น โดยนัยนี้นโยบายระดับล่างจึงมีลักษณะเป็นแผนหรือโครงการ ภายใต้ันโยบายระดับสูงนั่นเอง

จากทรรศนะของนักวิชาการหลายท่านทั้งไทยและต่างประเทศแล้วสรุปว่า นโยบายสาธารณะน่าจะหมายถึงแนวทางกว้างๆ ที่รัฐบาล (ไม่ว่าระดับใดก็ตาม) หนึ่งๆ ได้กำหนดขึ้นล่วงหน้า เพื่อเป็นหนทางชี้้นำให้มีการกระทำต่างๆ เกิดขึ้นตามมาทั้งนี้เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้นั่นเอง

๒.๑.๒ แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

แนวทางการดำเนินกิจกรรมของรัฐหรือนโยบายสาธารณะนั้นสามารถศึกษาได้จาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ แผนเฉพาะด้าน เช่น แผนพัฒนาสตรี แผนพัฒนาชนบท แผนพัฒนาเยาวชน นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาได้จากมติ คณะรัฐมนตรี พระราชกำหนด พระราชกฤษฎีกา และพระราชบัญญัติต่างๆ เอกสารข้างต้นจะชี้ให้เห็นแนวทางที่รัฐปรารถนาจะดำเนินการ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติให้แนวทางกว้างๆ ที่แสดงภาพรวมทั้งหมด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม จะมีความชัดเจนและเฉพาะเจาะจง รวมทั้งมีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น แผนพัฒนาเฉพาะด้านจะให้รายละเอียดในด้านเฉพาะนั้นๆ ส่วนมติ คณะรัฐมนตรีและกฎหมายต่างๆ จะสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางดำเนินงานในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามแนวทางดำเนินกิจกรรมของรัฐจำนวนหนึ่งอาจไม่มีการประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร และ/หรือทันทีก็ไว้เป็นเอกสารชัดเจน แต่เป็นแนวทางที่ผู้บริหารยึดถือปฏิบัติสม่ำเสมอตลอดเวลาก็จัดว่าเป็นนโยบายสาธารณะเช่นเดียวกัน

ดังนั้น จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะเป็นกิจกรรมที่รัฐบาลจะกระทำหรือไม่กระทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน โดยมีการกำหนดเป็นแผนงานและโครงการ และประกาศให้ประชาชนทราบก่อนนำไปปฏิบัติ นโยบายสาธารณะมีความสำคัญต่อทั้งตัวผู้กำหนดนโยบาย ประชาชน และเป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ ประโยชน์ของการศึกษานโยบายสาธารณะทำให้ผู้ศึกษารู้และเข้าใจนโยบาย เข้าใจกระบวนการนโยบาย เข้าใจประสิทธิภาพของสถาบันการเมืองและกระบวนการทางการเมืองของผู้กำหนดนโยบาย และทำให้ทราบถึงวิธีการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล ส่วนวัตถุประสงค์ของนโยบาย ประการแรก เพื่อแก้ไขปัญหา ประการที่สอง

เพื่อพัฒนา และประการที่สาม เพื่อพัฒนาในอนาคตและแก้ไขปัญหาในอนาคต สำหรับประเภทของนโยบายถ้าแบ่งตามวัตถุประสงค์ของนโยบายแบ่งได้ดังนี้ ๑) นโยบายควบคุมหรือบังคับ ๒) นโยบายกระจายทรัพยากร ๓) นโยบายกระจายทรัพยากรเสียใหม่ ๔) นโยบายเพื่อการลงทุนและการพัฒนาประเทศ และ ๕) นโยบายจริยธรรม

ตัวแบบในการกำหนดนโยบายสาธารณะที่สำคัญคือ ตัวแบบผู้นำ (Elite Model) ตัวแบบระบบ (System Model) ตัวแบบสถาบัน (Institutional Model) ตัวแบบกลุ่ม (Group Model) ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model) ทั้ง ๕ ตัวแบบที่กล่าวมาข้างต้นเป็นกรอบความคิดสำคัญในการอธิบายบทบาทของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการก่อตัวและการกำหนดนโยบายสาธารณะ

๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๒.๒.๑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ด้านการสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)

ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ เศรษฐกิจโลกยังอยู่ในช่วงของการฟื้นตัวจากปัญหาวิกฤตต่างๆ การแข่งขันในตลาดโลกจะรุนแรงขึ้นโดยที่ประเทศต่างๆ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพมาต่อเนื่องหลายปีทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า ๕ ปีต่อจากนี้ไปจึงเป็นช่วงเวลาของการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยให้กลับมาขยายตัวได้สูงขึ้นโดยการเร่งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ตามแผนที่วางไว้และสร้างบรรยากาศการลงทุนที่จูงใจให้ภาคเอกชนขยายการลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาเป้าหมายสำคัญ และขณะเดียวกัน ๕ ปีต่อจากนี้ เป็นช่วงของการปฏิรูปเศรษฐกิจในหลายด้านเพื่อวางพื้นฐานให้สามารถพัฒนาต่อ ยอดให้ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงได้ภายในปี ๒๕๗๐ ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ปี โดยการใช้นวัตกรรม คุณภาพคน และการปรับปรุงด้านกฎระเบียบและการบริหารจัดการที่ดีเป็นปัจจัยนำในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับการบริหารเศรษฐกิจมหภาคให้มีเสถียรภาพ เพิ่มประสิทธิภาพภาคการเงิน และดูแลวินัยทางการเงินการคลัง ควบคู่กับการดำเนินยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจรายสาขาทั้งภาคเกษตรอุตสาหกรรม และบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและขยายสาขาการผลิตและบริการใหม่ๆ สำหรับอนาคต

การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้นการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล

การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิมรวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนี้ จะให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของทรัพยากรชีวภาพการส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ การผสมผสานภาคบริการเข้ากับการค้าและการเตรียมความพร้อมของภาคบริการให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็นโดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้นรวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

วัตถุประสงค์ด้าน ๑) สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
ดังนี้

(๑) เพื่อสร้างความเข้มแข็งของแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้สนับสนุนเป้าหมายการเพิ่มรายได้ต่อหัว

(๒) เพื่อเพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิมและสร้างฐานการผลิตและรายได้ใหม่

(๓) เพื่อสนับสนุนการกระจายการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และสนับสนุนเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(๔) เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจสร้างความเข้มแข็งและรักษาวินัยทางการเงินการคลัง และพัฒนาเครื่องมือทางการเงินที่สนับสนุนการระดมทุนที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ด้าน ๒) สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจรายสาขา เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน ดังนี้

(๑) เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมในการสร้างมูลค่าและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสินค้าและบริการ

(๒) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพให้เป็นฐานรายได้ใหม่ที่สำคัญ พัฒนาระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงและมีการปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศเพื่อให้ฐานการผลิตภาคเกษตรและรายได้เกษตรกรมีความมั่นคง

(๓) เพื่อเร่งผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยในตลาดโลก

(๔) เพื่อเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมสำคัญเดิมให้สามารถต่อยอดสู่อุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเข้มข้นและสร้างรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่บนฐานของความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(๕) เพื่อเพิ่มศักยภาพของฐานบริการเดิมและขยายฐานบริการใหม่ในการปรับตัวสู่เศรษฐกิจฐานบริการที่เข้มแข็งขึ้นรวมทั้งพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน

(๖) เพื่อพัฒนาปัจจัยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุนให้สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย รวมทั้งพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ

(๗) เพื่อพัฒนาระบบการเงินของประเทศให้สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการการค้า และการลงทุน

(๘) เพื่อสร้างความเข้มแข็งขององค์การการเงินฐานรากและระบบสหกรณ์ให้สนับสนุนบริการทางการเงินในระดับฐานรากและเกษตรกรรายย่อย^๖

๒.๒.๒ แนวทางการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

สำหรับแนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ ได้มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้า การลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมีแนวทางการพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของภาคบริการและการท่องเที่ยวของประเทศ มีดังนี้

๑) เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

๑.๑) พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็งเช่น การท่องเที่ยว บริการขนส่งและโลจิสติกส์ การค้าส่งค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์ บริการก่อสร้าง ต่อเรือและซ่อมเรือ และบริการสาธารณสุขภาคธุรกิจด้านการกีฬา บริการทางการเงิน บริการสุขภาพ การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้นโดยส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของ

^๖สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔), หน้า ๘๒-๘๓, ๙๓-๙๔.

ธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล ยกย่องคุณภาพให้สนองต่อความต้องการของตลาด และพัฒนายกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจรวมทั้งสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาโดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ

๑.๒) ยกย่องธุรกิจบริการใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและมีศักยภาพในการเติบโต อาทิ ธุรกิจบริการดิจิทัล การศึกษานานาชาติ ธุรกิจบันเทิงและคอนเทนต์ และบริการวิชาชีพ ให้ก้าวไปสู่บริการที่ทันสมัยมากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ เช่น บริการ Cloud Service แอปพลิเคชันทางการเงินการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้นรวมทั้งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างบูรณาการและส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันบนฐานการพัฒนาเชิงธุรกิจและกระจายผลประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

๑.๓) สร้างกลไกการขับเคลื่อนภาคบริการที่เป็นเอกภาพโดยกำหนดให้มีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการของประเทศทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบ ควบคู่กับการกำกับ ดูแล และติดตามประเมินผลการพัฒนาให้เป็นไปตามกรอบทิศทางและเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนาภาคบริการในภาพรวมและธุรกิจบริการรายสาขาที่มีศักยภาพ

๒) พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการโดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

๒.๑) ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยดำเนินการ (๑) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศเพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก (๒) พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อ

การประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม (๓) ฟื้นฟูความเชื่อมั่น และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในสายตาโลก (๔) ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับ และเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดศักยภาพเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดความคุ้มค่าต่อประสบการณ์มากกว่าการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงินรวมทั้งสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ (๕) พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการและการท่องเที่ยว จัดฝึกอบรม มัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศทั่วประเทศ และ (๖) พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกัน เป็นโครงข่ายทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ

๒.๒) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำและ บังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยวโดย (๑) เร่งปรับกฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนา อุตสาหกรรมและบริการสำหรับอนาคต โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการหลักการและการบังคับใช้ กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถนำไปสู่การอำนวยความสะดวก และการพัฒนาภาคการผลิตและบริการได้ตรงตามทิศทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ (๒) ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนากฎหมาย กฎ ระเบียบ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา ธุรกิจบริการ และการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ มาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่สากล และ (๓) ส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ ตามสิทธิที่พึงมีพึงได้ของบุคคล

๒.๓) ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นกลไกในการ บริหารจัดการและกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของประเทศให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน รวมทั้งกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม^๗

๒.๓ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) มีอำนาจและหน้าที่หลักในการ ส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อ คณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ ซึ่งที่ผ่านมา ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาฉบับแรกของประเทศไปแล้ว คือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการ ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ ๕ ปี โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับดังกล่าวจะสิ้นสุด

^๗ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔), หน้า ๙๓-๙๔.

ลงในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ซึ่งผลการดำเนินงานในระยะที่ผ่านมา แม้จะประสบผลสำเร็จในการเพิ่มจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังมีประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการ ประกอบกับสภาพและบริบทต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน และปัจจัยภายนอก เช่น สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยว ๒๐ ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาทการเป็นสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ได้คำนึงถึงบริบทของประเทศไทย ในการพัฒนาภายใต้กรอบการวิเคราะห์แบบองค์รวม โดยสรุปจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิที่ได้สำรวจความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้มีการดำเนินการตาม ๕ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (๑) การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ (๒) การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของประเทศและของโลก (๓) การทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ (๔) การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (๕) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนทั่วประเทศ การจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อข้อเสนอวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ และข้อเสนอร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ ๕ ประการ ดังนี้

๑) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันหยุดครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๒) การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้น การกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

๓) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

๔) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติพัฒนาการท่องเที่ยว ในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๕) การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป้าประสงค์ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) คือ

๑) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

๒) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล

๓) การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน

๔) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย^๕

^๕ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔), (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ๒๕๖๖๐), หน้า ก-ฉ.

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

๑) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนา คุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการ ให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล

๒) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่การส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษาและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาลและรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสื่ออำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๑) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกกระดบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทาง

อื่นๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบิน ระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

๒) พัฒนาลิขิตอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเที่ยวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาลิขิตอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

๓) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ พัฒนาการท่องเที่ยว

๑) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

๒) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand ๔.๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

๑) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยรวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

๒) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง-บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า ๒๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

๓) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดโดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

๔) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้ สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี ประจำถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม การขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยม การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี

๕) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี

สนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแล บริหาร และวิเคราะห์ สถิติ ข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

๑) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบายประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผล การดำเนินงาน ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและ ประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการ ของหน่วยงานในทุกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยง และแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

๒) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาท และความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบ ด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

๓) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ ส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆ และการจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

๔) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการประสานความร่วมมือกับนานาชาติในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง ภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ ระดับต่างๆ เช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติ เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ของประเทศไทย อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การ

ลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ^๔

๒.๔ นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เสนอนโยบายต่อรัฐสภาเมื่อ ๒๕ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๖๒ ได้กล่าวถึงนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ดังต่อไปนี้

๑) พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวโดยส่งเสริมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นบนพื้นฐานของวัฒนธรรมไทยการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและการจัดการขยะและของเสียเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่นรวมทั้งพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบหลายประเทศ จุดมุ่งหมายเดียวกันการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเชิงกลุ่มพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการการท่องเที่ยวเรือสำราญและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

๒) ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพรายได้สูงโดยมุ่งเน้นขยายตลาดคุณภาพพร้อมกับรักษาตลาดเดิมรวมทั้งนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอาทิธุรกิจสปาและแพทย์แผนไทยผลิตภัณฑ์ยาและสมุนไพรไทยเพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้าและสร้างโอกาสการขยายฐานการผลิตและการตลาดในระดับภูมิภาคตลอดจนส่งเสริมธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ระดับสากล

๔) ดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดโดยเพิ่มมาตรฐานการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากอาชญากรรมการฉ้อฉลและอุบัติเหตุที่เกิดจากความบกพร่องของผู้ประกอบการเพิ่มความเข้มงวดในการดูแลรักษาความปลอดภัยและให้บริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

^๔ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔), (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, ๒๕๖๐), หน้า ช-ฎ.

บริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ หรือทางทะเล เกาะ หมู่เกาะ ถ้ำและน้ำตก อำนวยความสะดวกและบูรณาการความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

๕) ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวสู่ชุมชนโดยพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง ธุรกิจสนับสนุนและการพัฒนาเชื่อมโยงในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ รวมทั้งพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของท้องถิ่น ชุมชนและสถาบันการศึกษา เพื่อสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและทำธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น อาทิ การพัฒนาอู่มัคคุเทศก์

๒.๕ นโยบายการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๘ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ว่าจ้างสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ให้ทำการศึกษาโครงการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถาบันดังกล่าว ได้ทำรายงานขั้นสุดท้ายเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยในรายงานได้มีการเสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำไปพิจารณาดำเนินการต่อไป

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เสนอไว้ในรายงานมีดังนี้

๑) ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวน หรือพื้นตัวได้ยาก

๒) ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรม ที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับ รูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม

๓) ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมีรายได้แต่เพียงอย่างเดียว

๔) ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

๕) ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

๖) นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และเพียงพอ

๗) สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

๘) มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

๙) จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างถูกต้อง

๑๐) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและ การจัดการร่วมกันในทุกระดับ

จะเห็นได้ว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง ๑๐ ประการ ดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้วทุกประการ เพียงแต่มีการแจกแจงรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นเท่านั้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สอดคล้องกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และตลาดต่างๆ ไป ที่เข้ามามีบทบาทด้านการท่องเที่ยว และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ อันจะนำมาซึ่งรายได้อันมหาศาล ที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในไทย

๒.๕.๑ ความหมายและความสำคัญของตลาด

ตลาดในวิชาเศรษฐศาสตร์ยึด “กิจกรรม” การตกลงแลกเปลี่ยนซื้อขายเป็นสำคัญ ส่วนตลาดในความหมายทั่วไปยึด “สถานที่” ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการหรือปัจจัยการผลิต ตลาดในความหมายทางเศรษฐศาสตร์จึงมีขอบเขตกว้างกว่าในปัจจุบัน การคมนาคมและการสื่อสารเจริญก้าวหน้ามาก การเก็บรักษาสินค้าและการจัดการ มาตรฐานสินค้าก็ทำได้เรียบร้อยเป็นที่เชื่อถือของผู้ซื้อ ดังนั้นการซื้อขายสินค้าบางอย่างจึงไม่จำเป็นต้องและผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมาพบกันและตรวจสอบสินค้าทั้งหมดก่อนตกลงพอใจซื้อ การซื้อขายอาจเกิดขึ้นได้โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละสถานที่หรือแม้แต่อยู่คนละซีกโลก

๒.๕.๒ หน้าที่ของตลาด

ตลาดมีหน้าที่สำคัญคือ อำนวยความสะดวกให้ฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อได้ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการชำระเงินเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ระบบการซื้อขายก็เจริญก้าวหน้าตามไปด้วยในส่วนของตลาดน้ำต่างๆ ไป ซึ่งในปัจจุบันจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนโดยภาครัฐให้ความสำคัญ มีการจัดการโดยหัวหน้าชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น

ผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน อยากกลับมาเที่ยวอีก หน้าที่ของตลาดน้ำต่างๆ ไป ที่สำคัญคืออำนวยความสะดวกทั้งพ่อค้าแม่ค้าและนักท่องเที่ยวในเรื่องที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อน ห้องน้ำ สินค้าผลิตภัณฑ์ ความสะอาด ความสดใหม่ของสินค้า สถานที่ซื้อที่ขาย การจัดโซนนิ่ง การบริการต่างๆ ความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ

๒.๕.๓ ประเภทของตลาด

๒.๕.๓.๑ ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

นราทิพย์ ชูติวงศ์, ชลดา จามรกุล กล่าวไว้ว่า ในทางเศรษฐศาสตร์มีการจำแนกตลาดออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ได้แก่ ตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ และตลาดที่มีการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ยังแบ่งได้เป็น ๓ ประเภทย่อย ได้แก่ ตลาดผูกขาดสมบูรณ์ (มีผู้ขายเพียงรายเดียว) ตลาดที่มีผู้ขาย ๒ ราย ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด การแบ่งประเภทของตลาดพิจารณาจากตัวแปรที่สำคัญดังนี้^{๑๐}

จำนวนผู้ผลิต/ผู้ขาย ความยากง่ายในการหาสินค้าอื่นมาทดแทน และความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากตลาด จุดมุ่งหมายทางเศรษฐศาสตร์ ในการจำแนกตลาดก็เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของตลาดประเภทต่างๆ ในประเด็นเกี่ยวกับระดับราคา ระดับปริมาณการผลิต หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา ลักษณะของกำไร / ขาดทุนในระยะสั้นและระยะยาว

นอกจากการจำแนกตลาดในทางเศรษฐศาสตร์แล้วโดยทั่วไปอาจจำแนกตลาดโดยใช้หลักเกณฑ์อื่นได้ด้วย

๒.๕.๓.๒ ตลาดตามเขตภูมิศาสตร์

๑) ตลาดท้องถิ่น เป็นตลาดที่ครอบคลุมการซื้อขายผลผลิตในขอบเขตพื้นที่ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ หรือจังหวัด หรือย่านชุมชน ตัวอย่างเช่น ตลาดนัดตามหมู่บ้านต่างๆ ตลาดสดในเขตสุขาภิบาล ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดไนท์บาซาร์เชียงราย ตลาดไนท์บาซาร์ในเมืองเชียงใหม่ ตลาดไนท์บาซาร์ปากช่อง ตลาดไนท์บาซาร์โคราช สวนลุมไนท์บาซาร์ รัชดาภิเษกที่กรุงเทพฯ ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านประตูน้ำ และดอกไม้สดย่านปากคลองตลาด เป็นต้น

๒) ตลาดภายในประเทศ (Domestic market) หมายถึง การซื้อขายผลผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดที่เกิดขึ้นภายในประเทศ โดยมากครอบคลุมผลผลิตเพียงชนิดเดียว ตัวอย่างเช่น ตลาดอัญมณีเครื่องประดับในไทย ตลาดตลับเทปเพลงในไทย

๓) ตลาดต่างประเทศและตลาดโลก (Foreign market and world market) ตลาดต่างประเทศ หมายถึง การซื้อขายผลผลิตภายนอกประเทศ อาจเป็นประเทศใดประเทศหนึ่งหรือหลาย

^{๑๐}นราทิพย์ ชูติวงศ์ และชลดา จามรกุล, **พื้นฐานเศรษฐศาสตร์จุลภาค**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙), หน้า ๑๙.

ประเทศรวมกัน ส่วนตลาดโลกมี ๒ ความหมาย ความหมายหนึ่ง คือ กิจกรรมการซื้อขายผลผลิตระหว่างประเทศทั่วโลก เช่น ตลาดค้าอาวุธของโลก ตลาดค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของโลก และตลาดข้าวของโลก เป็นต้น อีกความหมายหนึ่งเป็นสถานที่กลางในระดับโลก หรือเป็นศูนย์กลางการตกลงซื้อขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งระหว่างประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น ตลาดค้าทองคำที่ลอนดอน ตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ ทั่วโลก ตลาดค้าวัตถุดิบปิโตรเลียมที่นครนิวยอร์ก เป็นต้น

๒.๕.๓.๓ ตลาดจัดตามชนิดของสิ่งที่ซื้อขาย

๑) ตลาดผลผลิต ดังได้ทราบว่ามีผลผลิตแบ่งเป็นสินค้าและบริการ การจำแนกตลาดตามชนิดของผลผลิต จึงแบ่งเป็นตลาดสินค้าและตลาดบริการ ตลาดผลผลิตแต่ละชนิดหมายถึง ตลาดระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาคภายในประเทศ ตลาดระดับภูมิภาคภายในต่างประเทศ หรือตลาดโลกก็ได้ โดยเรียกตลาดตามชนิดของผลผลิตนั้นควบคู่กับเขตภูมิศาสตร์ เช่น ตลาดรถยนต์มือสองในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ตลาดบริการนวดแผนโบราณในย่านถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ ที่นิวยอร์ก และตลาดเครื่องคอมพิวเตอร์ PC ของโลก เป็นต้น

๒) ตลาดปัจจัยการผลิต ปัจจัยการผลิตแบ่งได้เป็นแรงงาน ที่ดิน หุ่น (เครื่องจักรและอาคารสิ่งก่อสร้าง) และผู้ประกอบการ ดังนั้น ตลาดปัจจัยการผลิตจึงหมายถึงกิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายปัจจัยการผลิตแต่ละประเภท (ยกเว้นผู้ประกอบการซึ่งไม่ได้รับจ้างใครแต่เป็นเจ้าของกิจการ) อันได้แก่ ตลาดแรงงาน (อาจแบ่งตลาดแรงงานตามประเภทของแรงงานได้อีก) ตลาดที่ดิน ตลาดให้เช่าสำนักงาน ตลาดเครื่องจักรกลประเภทต่างๆ ตลาดวัตถุดิบประเภทต่างๆ ตลาดสินค้าชั้นกลางชนิดต่างๆ

๒.๕.๓.๔ ตลาดจัดตามสภาพหรือลักษณะของการซื้อขาย

๑) ตลาดขายส่งและตลาดขายปลีก ตลาดขายส่งคือการซื้อขายสินค้าโดยที่ผู้ซื้ออาจมีทั้งผู้ขาย ตลาดกลาง เป็นกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะหรือหลายชนิดก็ได้ เป็นที่รวมของผู้ขายจำนวนมาก มีกฎระเบียบการเจรจาซื้อขายที่ชัดเจนสำหรับในฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ อาจมีบริการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายต่างๆ อาทิ อุปกรณ์เครื่องชั่งตวงวัด และการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า การให้ข่าวสารข้อมูลตลาดบริการการชำระเงิน ฯลฯ ตัวอย่างตลาดกลางได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดกลางทำข้าวกำนันทรงที่จังหวัดนครสวรรค์ ตลาดกลางค้าวัวที่จังหวัดนครราชสีมา

๒) ตลาดขายส่งและตลาดขายปลีก ตลาดขายส่งคือการซื้อขายสินค้าโดยที่ผู้ซื้ออาจมีทั้งผู้ขายปลีกและผู้บริโภคขนาดใหญ่ หากเป็นผู้ขายปลีกก็ซื้อเพื่อนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง ในตลาดขายส่งพ่อค้ามักซื้อสินค้าจากหน่วยผลิต / โรงงาน แล้วนำไปขายให้กับผู้ค้าปลีก อนึ่งสินค้าแต่ละอย่างมีจำนวนทอดของการขายส่งไม่เท่ากัน สินค้าส่วนมากมีการขายส่งเพียง ๑ ทอด สินค้าบางอย่างอาจมีการขายส่งถึง ๒-๔ ทอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ระบบขายตรง” ยกตัวอย่างเครื่องสำอางยี่ห้อหนึ่งบริษัท

ตัวแทนจำหน่ายประจำภาคจากนั้นขายให้บริษัทขายเครื่องสำอางระดับจังหวัด จากนั้นให้พนักงานขายตรงพนักงานขายตรงขายให้ผู้ซื้อเป็นอันดับสุดท้าย ตามตัวอย่างนี้มีผู้ค้าส่ง ๓ ทอด พนักงานขายตรง (direct sale) อีกหนึ่งทอด พนักงานขายตรงถือเป็นผู้ค้าปลีก “ตลาดค้าปลีก” หมายถึง การซื้อขายระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค ตลาดค้าปลีกอาจเป็นบริษัทหรือร้านค้า หรือบุคคลก็ได้ ซึ่งไม่มีสถานที่ขายจำเพาะแต่ไปหาลูกค้าเป็นรายๆ มักเรียกว่า การขายตรง

ดังที่กล่าวข้างต้น เป็นการจำแนกตลาดแบบทั่วไป ส่วนการจำแนกตลาดตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคนั้น เป็นการแยกตามจำนวนผู้ขาย ได้แก่ ตลาดผู้ขายรายเดียว ตลาดผู้ขาย ๒ ราย ตลาดผู้ขายไม่กี่ราย และตลาดผู้ขายมากมาย^{๑๑}

๒.๕.๔ ความเป็นมาของตลาดบก ตลาดนัด และตลาดน้ำ

กิติพร ใจบุญ ระบุว่า ในอดีตสังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง แต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตนได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนก็เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยาก เพราะอาศัยวัตถุดิบที่ผลิตตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เอง เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นและคนสามารถผลิตพืชธัญญาหารตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นได้ ในปริมาณที่มากเกินกว่าความต้องการจนเหลือเป็นส่วนเกิน จึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้นไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของหรืออาหารที่ตนและครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ การแลกเปลี่ยนนี้อาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างเมืองที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวต่างๆ หรือกองคาราวาน อาจจะทำผลผลิตนั้นไปแลกเปลี่ยนด้วยตัวเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้นจึงยังไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่มีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมือง การใช้เงินตราเริ่มแพร่หลายและการค้าขายเริ่มมีการขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องให้มีแหล่ง และสถานที่ไว้ซื้อขายสินค้าเหล่านั้นคือตลาดซึ่งมักจะเป็นที่ในสังคมหรือชุมชนนั้นรู้จักและสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กเพียงใดขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้นๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญ ตลาดของชุมชนนั้นก็เรียกว่า ตลาดน้ำ หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อค้าขายก็เรียกว่า ตลาดบก ตลาดจึงเป็นสถานที่ ที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคมอีกด้วย บุคคลทั่วไปเข้าใจความหมายของตลาดว่าเป็นสถานที่ที่ซื้อขายสินค้าและบริการ^{๑๒}

^{๑๑} คลังเอกสารดิจิทัล, การกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำ, เศรษฐศาสตร์, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑๒ (ธันวาคม ๒๕๓๘), หน้า ๑-๕.

^{๑๒} กิติพร ใจบุญ และคณะ, ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล: มรดกภูมิปัญญา. (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, ๒๕๕๙), หน้า ๕๖.

๒.๕.๔.๑ ตลาดบก

ตลาดบก คือ ตลาดที่มีแหล่งทำเล หรือที่ค้าขายอยู่บนบก ขนาดของตลาดขึ้นอยู่กับชุมชนหรือสถานที่ที่ตลาดนั้นตั้งอยู่รวมไปถึงประเภทของสินค้าที่นำมาขาย ตลาดบกที่มีขนาดใหญ่ และเป็นตลาดบกแห่งแรกของกรุงรัตนโกสินทร์ คือ ตลาดสำเพ็ง ซึ่งเป็นทั้งที่ชุมชนและย่านธุรกิจการค้า ชาวจีนที่ตั้งรกรากอยู่ในย่านสำเพ็งนี้ แต่เดิมเคยอาศัยอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณท่าเตียน และพื้นที่ใกล้เคียงมาก่อน เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ ขึ้นเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ.๒๓๒๕ และมีพระราชประสงค์ที่จะสร้างพระบรมมหาราชวัง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวจีนเหล่านั้นย้ายนิเวสสถานไปอยู่ที่สำเพ็ง ซึ่งอยู่นอกเขตกำแพงพระนครทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ สำเพ็งจึงกลายเป็นแหล่งรวมของคนจีน ซึ่งมีอาชีพค้าขายเป็นหลัก และกลายเป็นย่านตลาดใหญ่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศจีน ความเจริญเติบโตทางการค้าของสำเพ็งเห็นเด่นชัดในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อมีการตัดถนนหลายสายผ่านบริเวณสำเพ็งพื้นที่ของตลาดสำเพ็งจึงขยายไปอย่างรวดเร็วตามแนวถนนที่ตัดขึ้นใหม่ และเกิดร้านค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นของชาวจีนทั้งสองฟากถนนขายสินค้าหลากหลายชนิดตั้งแต่ของเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงเครื่องมือเครื่องใช้ขนาดใหญ่ สำเพ็งจึงเป็นตลาดที่ขายสินค้าทั้งแบบขายปลีกและขายส่ง ตลาดที่สำคัญในย่านนี้คือ ตลาดเก่า ทั้งที่มีอาหารสดและอาหารแห้งครบครัน รับถนนหลายสายที่เกิดขึ้นจากการตัดถนนในสมัยรัชกาลที่ ๕ นี้ทำให้ความเจริญด้านธุรกิจขยายตัวตามไปด้วย และเกิดศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่งในระยะต่อมาที่สำคัญคือ

๑) ถนนเยาวราช เป็นแหล่งสรรพสินค้าชั้นนำในอดีต สินค้าส่วนใหญ่มาจากประเทศจีน เช่นผลไม้ทั้งสด และแห้ง ผ้าแพรพรรณ ไบซา ยาจีน นอกจากนี้ยังมีภัตตาคาร ห้างขายทองรูปพรรณและสถานที่เรีงรมย์

๒) บริเวณถนนพหลุ์คี เป็นย่านขายผ้า และเครื่องแต่งกาย ส่วนใหญ่เป็นร้านของชาวอินเดีย และปากีสถาน

๓) บริเวณถนนบางรัก เป็นย่านขายสินค้าของชาวตะวันตก มีตลาดบางรักเป็นตลาดใหญ่ของบริเวณนี้

๔) บริเวณถนนบางลำพู เป็นย่านขายสินค้าพื้นเมืองของไทย ตลาดที่สำคัญ คือ ตลาดยอดพิมาน หรือตลาดยอด

วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์ กล่าวว่า นอกจากนี้ยังมีแหล่งสังฆภัณฑ์ ซึ่งอยู่บริเวณเสาชิงช้า บนถนนบำรุงเมือง ที่เป็นศูนย์รวมเครื่องใช้ของพระสงฆ์ และของใช้ในกิจการทางศาสนาแหล่งใหญ่ของกรุงเทพ ตลาดบกอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญมาตั้งแต่ครั้งกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นคือตลาดท่าเตียน ที่อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งพระนคร ในระยะแรกคงเป็นการค้าขายในลักษณะตลาดน้ำเพราะมีทำเลใกล้น้ำ เดิมเรียกว่า “ตลาดห้องน้ำ” ต่อมาเมื่อบ้านเมืองมีการพัฒนาและมีการสร้างถนนหนทาง

เพิ่มมากขึ้น ตลาดท่าเตียนจึงกลายเป็นตลาดใหญ่ที่สุด ที่ค้าขายติดต่อกับตลาดทางน้ำ และเป็นศูนย์กลางของการขายส่งไปยังหัวเมืองตามลุ่มแม่น้ำท่าจีน แม่น้ำเจ้าพระยาและหัวเมืองทางภาคเหนือ โดยมีตลาดทรงวาดเป็นศูนย์กลางการค้าส่งให้แก่หัวเมืองทางภาคใต้และภาคตะวันออก ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบก เจริญมากขึ้น จนการคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง ตลาดท่าเตียนก็ลดบทบาทลงด้วยเช่นกัน แต่ยังเป็นแหล่งขายสินค้าจำพวกของชำ และของแห้งจากทะเลเป็นส่วนใหญ่ สำหรับตลาดบกที่มีขนาดใหญ่รองลงมาและเป็นแหล่งผลิตสินค้าด้วยนั้น ที่สำคัญได้แก่ ตลาดบ้านหม้อ (ทำหม้อขาย) บ้านพานถม บ้านบาตร บ้านดอกไม้ (ทำดอกไม้ไฟ พลุ และตะไล) บ้านดินสอ (ทำดินสอพอง) บ้านนางเลิ้ง (ทำโอ่ง) บ้านท่ากระดาศ บ้านบุ (ทำชันน้ำ) บ้านช่างหล่อ บ้านขมิ้น (ทำผงขมิ้น) บ้านตีทอง ตลาดพลู^{๑๓}

กิตติพร ใจบุญ กล่าวว่า ในอดีตยังมีตลาดขายอาหารหลายประเภท เช่น ตลาดเชิงสะพานหันขายหมูและผัก ตลาดเจ้าสัวเนียมหรือตลาดพระยาไพบูลย์ ตลาดกรมภูเรศ วัดเกาะ และตลาดน้อย ตลาดเหล่านี้ขายอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ เช่น เป็ด ไก่ หมู ของสดต่างๆ ส่วนตลาดที่ขายพวกผักผลไม้ ได้แก่ ตลาดท้ายวัง ตลาดยอด ตลาดหัวลำโพง ตลาดบ้านทวย ตลาดบ้านขมิ้น ตลาดคลองมอญ ในปัจจุบันตลาดบกที่ยังคงรักษาหน้าที่และบทบาทได้ใกล้เคียงกับในอดีต คือ ตลาดบางรัก และตลาดเก่าในย่านสำเพ็ง^{๑๔}

๒.๕.๔.๒ ตลาดนัด

ตลาดนัด คือ ตลาดบกหรือตลาดน้ำที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวัน เวลา สถานที่ที่มีการกำหนดไว้ อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน ตลาดนัดลักษณะนี้ มีอยู่ทั่วไปทั้งในชนบท และตัวเมืองใหญ่^{๑๕}

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความหมายกว้างๆ ของตลาดนัดไว้อีก กล่าวว่า “ตลาดนัด” จะจัดขึ้นเฉพาะ วัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดอาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ตลอดไป จนเป็นที่รู้จักกันในสังคมของชุมชนนั้นๆ มีทั้งชนบทและตัวเมืองใหญ่ใกล้ที่ชุมชนในเขตที่เป็นเมืองอุตสาหกรรมคนในละแวกนั้นได้จับจ่ายซื้อของกันได้สะดวก ส่วนขนาดของตลาดนั้นขึ้นอยู่กับความเจริญของชุมชนเป็นสำคัญ สินค้าที่ พ่อค้า แม่ค้า มาวางขาย มีความหลากหลายของสินค้า และพ่อค้าแม่ค้า ที่มาอยู่รวมกัน มีทั้งความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดีต่อกัน ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน จากที่กล่าวมาบางคนอาจจะนึกไม่ถึงว่าตลาดนัดทุกวันนี้มีความหลากหลายมาก การใช้ชีวิตผ่านไปในวันหนึ่งๆ โดยไม่มี

^{๑๓} วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์, การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๔๗), หน้า ๑๐.

^{๑๔} อ่างแล้ว, กิตติพร ใจบุญ และคณะ, ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล: มรดกภูมิปัญญา.

^{๑๕} อ่างแล้ว, ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒.

ใครรู้ในคุณค่าหรือให้ความสนใจในความเป็นตลาดนัด เพราะส่วนใหญ่แล้วบุคคลต่างๆ ไป จะพึ่งพาตลาดนัดอยู่เป็นประจำของทุกวัน หรือวันใดวันหนึ่งของการหมุนเวียนที่มีการจัดตลาดนัดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่มีทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค อาทิเช่น อาหาร เครื่องใช้ต่างๆ เช่นเดียวกับตลาดสดทั่วๆ และอาจมีสินค้าบางอย่างที่ในตลาดสดไม่มีวางขาย แต่ในตลาดนัดมีขาย นอกจากนี้ตลาดนัดบางแห่งจะขายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่นตลาดนัดวัว ตลาดนัดควาย โดยจะขายเฉพาะวัว เฉพาะควายเท่านั้น ที่ขายอาจมีเฉพาะช่วงเช้าและเฉพาะช่วงเย็น หรือขายทั้งวันก็ได้ ตลาดนัดที่เป็นที่รู้จักของคนไทยมากที่สุดในระยะหนึ่ง คือ ตลาดนัดท้องสนามหลวง ซึ่งเป็นแหล่งรวมของสินค้าทุกประเภท โดยเฉพาะหนังสือเก่าหายาก สัตว์เลี้ยง และต้นไม้บานาพันธุ์ จะติดตลาดทุกวันอาทิตย์ ตลาดนัดท้องสนามหลวงนี้ได้จัดให้มีขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.๒๔๙๑ ในสมัยรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ปัจจุบันตลาดนัดท้องสนามหลวงได้ย้ายไปอยู่ที่สวนจตุจักร บางเขนแล้ว เรียกว่า ตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้ความสนใจซึ่งมีความหลากหลายของสินค้า ตลาดนัดจึงเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญมีความโดดเด่น ทั้งสินค้าและราคา

สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ให้ความหมายไว้ว่า ตลาดนัดเป็นสถานที่ที่กำหนดเพื่อเป็นที่ชุมนุมซื้อขายของต่างๆ ไม่ได้ตั้งอยู่เป็นประจำ ชาวบ้านในระแวกใกล้เคียง กำหนดวันและสถานที่ขึ้นเองแบบหมุนเวียนสถานที่ไปยังที่เหมาะสมจนครบจุดแล้วย้อนกลับมาจัดที่แห่งแรกใหม่ หมุนเวียนอยู่เป็นเช่นนี้ประจำตลอดไป^{๑๖}

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา ให้ความหมายไว้ว่า ในย่านชุมชนตาหมู่บ้านมีจำนวนประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น พ่อค้าเร่รวมตัวกันเพื่อนำสินค้าอุปโภคบริโภคของใช้ประจำวัน และเครื่องมือในการประกอบอาชีพทางการเกษตรเข้าไปขายในหมู่บ้าน โดยกำหนดวันเวลา และสถานที่ที่แน่นอน ซึ่งชาวบ้านในพื้นที่รู้จักกัน นิยมเรียกว่า ตลาดนัด^{๑๗}

ธานี กุลแพทย์ กล่าวว่า จุดกำเนิดของตลาดนัดแห่งใหญ่ไว้ว่ารัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม มีดำริให้จัดตั้งขึ้นในกรุงเทพฯ เขตปริมณฑลและทุกจังหวัดทั่วประเทศในปี พ.ศ.๒๔๙๑ เพื่อให้ประชาชนได้หาซื้อเครื่องอุปโภค บริโภคในราคาถูกและเพื่อปลูกฝังให้คนไทยรู้จักการค้าขายมากยิ่งขึ้นจนเกิดเป็นตลาดนัดสนามหลวง จวบจนถึงปี พ.ศ.๒๕๒๕ ตลาดนัดสนามหลวงได้ยุติลง โดยแปรสภาพเป็นสวนสาธารณะในปัจจุบัน^{๑๘}

^{๑๖} สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, **เศรษฐศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๗๑๕๖-๗๑๕๙.

^{๑๗} สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา, **กลุ่มกำกับและพัฒนาเศรษฐกิจการค้า จังหวัดฉะเชิงเทรา**, (มปพ., ๒๕๔๘), หน้า ๑๑๕.

^{๑๘} ธานี กุลแพทย์, **บทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อชุมชนกรุงเทพฯ และปริมณฑล พ.ศ. ๒๕๒๕-๒๕๓๗, รายงานการวิจัย**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๗), หน้า ๒๗-๓๙.

กล่าวโดยสรุปว่า ตลาดนัดเป็นสถานที่ซื้อขายสินค้าแบบเคลื่อนย้ายร้านเคลื่อนย้ายแผง โชนหรือล้อคไปตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดขึ้นตามที่มีนัด และรู้จักกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งในปัจจุบันมีพ่อค้า แม่ค้า นำสินค้ามาขายมากมาย ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค วนมีความแตกต่างกัน เช่น สินค้า ราคา และคุณภาพของสินค้า จึงกล่าวได้ว่ามีตลาดนัดครบทุกวันในบริเวณที่ใกล้เคียงกัน

๒.๕.๔.๓ ตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ เป็นสถานที่ทางการค้าขายเป็นจุดในการเปลี่ยนถ่ายสินค้าทั้ง ของกิน ของใช้ต่างๆ มากมาย ในดั้งเดิมของตลาดน้ำส่วนมากแล้ว จะเป็นสินค้าทางการเกษตรเสียเป็นส่วนมาก ในทางกลับกันในปัจจุบันมีสินค้าหลายหลายชนิดที่จำหน่าย และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดูตีความความเป็นธรรมชาติที่มีมาในอดีต ได้เห็นคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ความเป็นสังคมไทยในชุมชนและมีขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมของการกิน การอยู่ การหาเลี้ยงครอบครัวที่มีความเรียบง่ายไม่ค่อยมีการแข่งขัน มีแต่การช่วยเหลือซึ่งกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เปรียบเสมือนญาติพี่น้อง ดังนั้น

อุดม เขยกิจวงศ์ กล่าวว่า ตลาดน้ำ เป็นหนึ่งซึ่งเอกลักษณ์โดดเด่นของเมืองไทย ตลาดน้ำหลายแห่งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยและต่างชาติเป็นส่วนมาก ในอดีตตลาดน้ำเป็นสังคมของมนุษย์ส่วนใหญ่ในชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำแถบภาคกลาง เกิดขึ้นในเมืองโบราณ คูคลองสายต่างๆ ที่ขุดเป็นทางยาวพร้อมด้วยบ้านเรือนเรียงรายทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ตลอดจน ศาสนสถานได้ถูกเชื่อมโยงไปมาหาสู่กัน การช่วยกัน การอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำให้คงสภาพแบบดั้งเดิมจะสะท้อนถึงชีวิตความเป็นอยู่และบรรยากาศของบรรพบุรุษในอดีต การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน ปัจจุบันตลาดน้ำจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นันทนาการ การพักผ่อน และสร้างธุรกิจหลายอาชีพที่คนในปัจจุบันเข้าไปแสวงหาทั้งความสุขตามธรรมชาติ และอาชีพของแต่ละท้องถิ่นที่ทำให้สังคมชุมชน ครอบครัวนั้นๆ แลกเปลี่ยนความรู้ วิถีชีวิตแบบธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมต่างๆ ซึ่งกันและกันหลังจากที่ผู้คนในเมืองเครียดจากการทำงานในแต่ละวัน ตลาดน้ำเป็นสถานที่พักผ่อนทำให้เกิดความสุขได้มากของสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ ทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาสัมพันธ์ชักชวนให้คนไทยหันมาเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น ตลาดน้ำจึงมีบทบาทมากขึ้นนักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง สินค้าเกษตรพื้นบ้าน วัฒนธรรมต่างๆ และความรู้แต่ละท้องถิ่น พร้อมยังสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น^{๑๙}

^{๑๙}อุดม เขยกิจวงศ์, วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ, (กรุงเทพมหานคร: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์, ๒๕๕๒), หน้า ๒๕.

โครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานของตลาดน้ำ

ตลาดน้ำในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงของสถานที่จากที่ขายในท้องน้ำ ค้าขายกันในเรือ ซึ่งใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางการขนส่งสินค้า ปัจจุบันนี้ได้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน โดยยกขึ้นมาขายบนบกแต่ยังคงมีกลิ่นไอของริมน้ำ ชายน้ำ เช่น ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดดอนหวาย ตลาดโบราณ ตำบลนครเนื่องเขต และตลาดริมน้ำใกล้วัดหลวงพ่อโสธร จังหวัดชะเชิงเทรา ยังมีพ่อค้าแม่ค้านำสินค้าใส่เรือขึ้นมาวางขายโดยมีสินค้าหลากหลาย อาทิเช่น ของกิน ของใช้ ที่เป็นฝีมือของชาวบ้านเป็นส่วนใหญ่และในสถานที่ชุมชนนั้นๆ ในอดีตใช้เส้นทางน้ำในการขนส่งสินค้า แต่ในปัจจุบันตลาดน้ำได้พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การตัดถนนนโยบายของรัฐบาล การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนนั้นๆ ได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาปรับปรุงสถานที่และต่อเนื่องด้วยการให้คนในท้องถิ่นมีรายได้จากการค้าขาย จึงทำให้ตลาดน้ำต่างๆ ในปัจจุบันพลิกฟื้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของยุคปัจจุบัน ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และวัฒนธรรม ของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีสายน้ำเป็นเส้นทางชีวิต เป็นที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหาเลี้ยงชีพ ตั้งแต่กระบวนการในการผลิตไปจนถึงการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าวิถีการดำรงชีวิตเช่นนี้ ได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะในเขมืองหลวง ตั้งแต่วัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา มีอิทธิพล ต่อมาสมัยหลังการเปลี่ยนการปกครองในประเทศ พ.ศ.๒๕๔๗ และเมื่อทั่วโลกตกอยู่ในภาวะการณ์ขาดแคลนอาหารหลังจากสงครามโลกครั้งที่ ๒ สงบลงประเทศไทยซึ่งได้ชื่อว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์จึงมีความสำคัญในการผลิตอาหารไปช่วยแก้ปัญหาความขาดแคลนที่ประสบอยู่ในขณะนั้น นับแต่นั้นเป็นต้นมาก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรม ประเภทต่างๆ ตามมา แหล่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่อยู่ในเขตเกษตรกรรมเดิม ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางอันอุดมสมบูรณ์คือ ออยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ราชบุรี นครปฐม การเปลี่ยนแปลงพื้นที่เกษตรเป็นแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม จะเห็นได้จากสภาพสวน และไร่นา ซึ่งเคยเป็นแหล่งเพาะปลูกและแหล่งอาหารถูกทำลายไป ลักษณะเช่นนี้จะมีให้เห็นอยู่ทั่วไปน้ำท่าคูคลองที่เคยมีมากับสวนก็กลายเป็นที่รองรับน้ำเสีย และสิ่งปฏิกูลนานาชนิด และจะไหลไปสู่คลองอื่นๆ ที่ต่อเนื่องกันปัญหาเหล่านี้วันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นหากไม่มีมาตรการแก้ไขฟื้นฟูให้น้ำและคูคลองมีสภาพดีขึ้นแล้วเกษตรกร ก็จะละทิ้งอาชีพและเปลี่ยนสภาพการใช้ที่ดินไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นแทน ดังนั้นในขณะที่ประเทศกำลังตกอยู่ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจเช่นนี้ ควรเปลี่ยนวิกฤติเป็นโอกาสอันที่จะร่วมมือกันฟื้นฟูสภาพของแหล่งน้ำบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีปัญหาให้กลับดีขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งต้องร่วมแรงร่วมใจกันอย่างจริงจัง เมื่อสายน้ำ

กลับคืนสู่สภาพเดิมได้แล้วทรัพยากรอันมีค่านี้ก็ทำให้ประโยชน์กลับคืนมา เหลือแต่ประโยชน์ใช้สอยทางด้านเกษตร การคมนาคม การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นแหล่งค้าขายได้ด้วย

ลำน้ำ คือ เส้นทางสัญจร ที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเหมือนแอ่งน้ำขนาดใหญ่ จะเห็นได้ว่าจากชื่อบ้านเมือง ที่บอกให้เห็นสภาพท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เช่น คำว่า บางกอก บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางหลวง บางขุนศรี บางยี่ขัน บางคูเวียง บางคอแหลม บางแค บางมด เป็นต้น^{๒๐}

อุดม เขยกิจวงศ์ กล่าวว่า คำว่า “บาง” ที่นำหน้านี้ หมายถึง ถิ่นที่มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่าน บริเวณเหล่านี้มีคนเข้ามาตั้งถิ่นฐานทำการกสิกรรมเพาะปลูกอย่างหนาแน่นแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของบริเวณที่ราบลุ่มแห่งนี้^{๒๑}

ตลาดน้ำเป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทย ที่ดำเนินชีวิตตามสภาพที่เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตในอดีต ที่มีอาชีพเหมาะสมคือการทำเกษตรกรรมเพราะความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และเมื่อเกษตรกรได้ผลผลิตออกมาก็จะนำผลผลิตเหล่านั้นมาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวกเหมาะสมต่อการติดต่อ ในอดีตจะใช้ทางน้ำเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญ จึงไม่มีที่ใดที่จะเหมาะสมในการตั้งบ้านเรือนเท่ากับตามฝั่งริมน้ำในบริเวณที่ราบลุ่ม เช่น ในเขตจังหวัดพื้นที่ภาคกลางแห่งที่ราบลุ่มเจ้าพระยา มีผู้คนมาตั้งหลักแหล่งกันมากกว่าเขตอื่น เมื่อมีผู้คนมาตั้งถิ่นฐานกันมากตามริมฝั่งน้ำสายเดิมหรือที่มีอยู่เดิมกันมากขึ้น ผู้ที่อพยพมาทีหลังก็จะขุดคลองหรือลำประโดง เพื่อชักน้ำเข้าไปในพื้นที่ ที่เป็นแผ่นดินลึกเข้าไปอีก จึงมีคูคลองเชื่อมต่อกันตลอดมากมายยังส่งผลให้การคมนาคมทางน้ำเป็นสิ่งจำเป็นเกษตรกรจึงนำผลผลิตในสวนไร่นา บรรทุกเรือเพื่อขาย ทำให้เกิดสถานที่นัดพบแลกเปลี่ยนซื้อขายกันเมื่อผู้ใดทราบแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนก็จะนำสิ่งของจากสวนมาขายซึ่งเรียกกันว่า นัด เช่น นัดคลองโคกลน นัดท่าคา นัดบางน้อย ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการนัดกันว่าจะไปซื้อขายโดยกำหนดวันทางจันทรคติ ได้แก่วันข้างขึ้น หรือข้างแรมใดจะมาพบกันตามวันเวลานั้น แต่ถ้าสถานที่นัดพบนั้นกลายเป็นที่ชุมนุมซื้อขายชนิดที่มีเป็นประจำทุกวันนัดดังกล่าว จะกลายเป็นตลาดน้ำไปเช่น นัดอัมพวา ปัจจุบันก็กลายเป็นตลาดน้ำอัมพวาที่มีชื่อเสียงหรือนัดที่คลองลัดพลี อำเภอดำเนินสะดวก เป็นตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำในแถบภาคกลางมีอยู่ทั่วไปตามบริเวณลำน้ำทั้งหลาย นอกจากที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาแล้ว ยังมีอยู่แถบลุ่มน้ำบางปะกง แม่น้ำนครชัยศรี แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง ตลาดน้ำที่ได้บันทึกไว้เป็นหลักฐานที่เก่าแก่ที่สุดคือ ตลาดน้ำในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี โดยเฉพาะที่บริเวณรอบตัวพระนคร ซึ่งมีแม่น้ำล้อมรอบจะเป็นแหล่งนัดพบทำการค้าขาย และเนื่องจากชาวอยุธยาเป็นเกษตรกรที่มีอาชีพทำนาเป็น

^{๒๐} การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี ๒๕๕๒, (กรุงเทพมหานคร: มปพ., ๒๕๕๒), หน้า ๒๐.

^{๒๑} อ่างแล้ว, อุดม, เขยกิจวงศ์วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ, ๒๕๕๒.

หลัก แต่เมื่อเลิกทำนาก็จะทำอย่างอื่นแทน เช่น นาที่อำเภอบางปะหัน ชาวนาจะปลูกมันเทศ มันเทศที่บางปะหันเป็นพันธุ์เฉพาะของบ้านในย่านนี้ เนื้อของมันมีรสหวานมันเปลือกสีแดง สีม่วง ชาวบ้านจึงเรียกกันว่ามันต่อเผือก การทำนาของชาวอยุธยาในสมัยก่อนนั้นทุกบ้านต้องเลี้ยงควายไว้ไถนา ชาวนาโบราณจึงถือว่าควายมีบุญคุณต่อชาวนา พื้นที่ทำนานั้นอยู่ในเขตนอกเมือง ชาวอยุธยาอยู่นอกเมืองออกไปจะเรียกอยุธยาว่า “เมือง” เช่นไปเมืองหรือเข้าเมือง ราวปี พ.ศ.๒๔๗๘ จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแต่แม่น้ำลำคลอง การสัญจรไปมาจึงใช้เรือไม่มีรถหรือแม้แต่รถจักรยานที่จะเป็นพาหนะ ทุกคนจะเดินทางด้วยเท้าหรือพายเรือแจว ชีวิตชาวอยุธยาจึงอยู่กับเรือแทบทุกอำเภอในช่วงหน้าน้ำ คือตั้งแต่เดือน ๑๐ ถึงเดือน ๑๒ จะมีน้ำหลากมาเต็มท้องทุ่งชาวบ้านจึงต้องใช้เรือเป็นพาหนะเรือที่ชาวอยุธยามีหลายชนิดมีทั้งเรือซุด และเรือต่อ แต่ขนาดใหญ่ที่มีกันทุกบ้าน คือเรือบด ซึ่งเป็นเรือต่อลำเล็กๆ สำหรับพายไปเก็บผักซื้อของ ที่พักอาศัยของชาวอยุธยา สมัยก่อนนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ โดยเฉพาะบริเวณสองฝั่งแม่น้ำรอบเกาะเมือง ส่วนมากอยู่ในแพหรือเรือ บริเวณที่มีแพหนาแน่นที่สุดคือ หัวรอตั้งแต่พระราชวังจันทร์เกษมไปถึงสี่แยกวัดคลองปูเรือยลงมาตามคลองทรายรอบเกาะรอย และจากหัวรอตั้งแต่วัดวงษ์ไปมีบ้านเรือนและแพหนาแน่นเรื่อยๆ ไปตามคลองเมืองจนกระทั่งถึงวัดใหม่ชัยวิจิตร จากนั้นจะมีบ้านเรือนบ้างเล็กน้อยจนกระทั่งถึงหัวแหลม เริ่มมีบ้านเรือนหนาแน่น ตลาดน้ำในยุคนี้ถือเป็นยุคทองของการค้าขายทางน้ำ เพราะอยุธยาเป็นที่ชุมนุมการค้าของพ่อค้าจากทุกทิศ เนื่องจากการคมนาคมคลองตัวในสมัยนั้นเขื่อนชัยนาทยังไม่มี แม่น้ำลำคลองจะเชื่อมต่อกันได้ตลอดพ่อค้าจากทางเหนือ สามารถล่องเรือบรรทุกยาสูบ ของป่า มาขายยังอยุธยา พ่อค้าจากกรุงเทพฯ ก็นำของขึ้นไปขายที่อยุธยาแล้วซื้อสินค้าจากภาคเหนือหรือจากตลาดน้ำอยุธยา มาขายยังกรุงเทพฯ ตลาดน้ำอยุธยาจึงเป็นจุดนัดพบของพ่อค้าแม่ค้าจากที่ต่างๆ ทั้งใกล้และไกล และหากนับกรุงเทพฯ เป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางไปค้าขายต่างจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้วก็จะพบตลาดท้องถิ่นขนาดใหญ่ ๔ จุด คือ

๑. ตลาดบ้านญวน ตลาดแห่งนี้ คือจุดแรกตั้งอยู่ที่ท้ายเกาะเมืองบริเวณปากน้ำประสบหรือปากบางกะจะ

๒. เมื่อผ่านตลาดบ้านญวนไปอีกเล็กน้อยจะถึงตลาดป้อมเพชรหน้าวัดพนัญเชิง

๓. เรือที่เดินทางจากกรุงเทพฯ ไปอยุธยาจะขายสินค้าของตนไปเรื่อยๆ จากตลาดบ้านญวนและจะไปขายต่อที่ตลาดป้อมเพชร พอถึงหัวรอก็ขายที่ตลาดหัวรอ

๔. หากเดินทางอ้อมเกาะเมืองไปทางตะวันตกจะพบตลาดหัวแหลมที่พ่อค้ามาขายส่ง จากนั้นเดินทางเข้าคลองเมืองไปขายที่ตลาดหัวรอซึ่งเป็นตลาดน้ำที่มีการขายปลีกและขายส่งที่ใหญ่ที่สุด

อุดม เขยกีวงศ์ กล่าวไว้ว่า ตลาดน้ำที่อยุธยามีทั้งแพและเรือค้าขาย ดังจะเห็นได้ที่ตลาดน้ำหัวรอซึ่งเต็มไปด้วยแพและเรือช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ ๒ จะยุติแพจำหน่ายสินค้ามักจะขายของ

แห่งทุกชนิด เช่น แพขายของชำ ขายเครื่องบวชนาค ขายเครื่องถ้วยชามลายคราม ขายเครื่องประดับเงิน ทอง นาค ขายน้ำมัน ขายงอบ ขายยาสูบ และแพขายผ้า แพเหล่านี้แต่ละแพจะขายของหลายๆชนิด เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า นอกจากแพแล้วยังมีเรือขายของ เรือเหล่านี้ยังมีเรือในท้องถิ่นอื่นเพราะอยุธยาเป็นเส้นทางการคมนาคมที่จะขึ้นไปทางเหนือตะวันออกเฉียงเหนือ หรือจะล่องมาทางใต้ จึงเป็นที่รวมสินค้า เช่น ยาสูบ และไม้ ซึ่งเป็นเส้นทางหลักจากทางภาคเหนือจะเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ แต่ในสมัยนั้นการค้าทางน้ำได้รับความนิยมสูงหากขนส่งสินค้าทางบก(รถไฟ) เพราะต้องการความรวดเร็วที่จะต้องนำส่งสินค้าไปขายที่แพอีกทอดหนึ่งและถ้าเป็นไม้ก็ส่งโรงเลื่อยต่างๆ ซึ่งนิยมตั้งอยู่ตามริมแม่น้ำ สำหรับของที่ขึ้นไปจากกรุงเทพฯ มีหลายชนิดทั้งของกินของใช้หมากและพลูก็เป็นสินค้าหลักอย่างหนึ่งที่ส่งไปจากกรุงเทพฯ ของเหล่านี้พ่อค้าจากกรุงเทพฯ จะบรรทุกเรือไปขายหรือพ่อค้าจากอยุธยาจะเป็นผู้สั่งซื้อจากกรุงเทพฯ โดยอาศัยบริการขนส่งของเรือเมล์ได้ โดยไม่ต้องไปเอง ต่อมาจะมีเรือเร่มาซื้อต่ออีกทีหนึ่งเพื่อนำไปขายปลีกในท้องน้ำ การซื้อขายข้าวจะเริ่มในเดือน ๑ เดือน ๒ เมื่อถึงเวลานั้นจะมีเรือข้าวคับคั่งตามท้องน้ำ ทั้งแม่น้ำและลำคลอง จนมีคำพูดติดปากชาวอยุธยาว่า “เดือนอ้าย เดือนยี่เรือข้าวมา ชวนาขายข้าว” เรือขายของที่มักจะพบเสมอๆ อีกประเภทหนึ่งในตลาดท้องน้ำอยุธยา คือเรือเครื่องเทศ ที่ใช้สำหรับปรุงอาหารแต่ขายเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น ตะเกียงเจ้าพายุ หม้อหุงข้าว จาน ถ้วยชาม แก้ว ช้อนช้อม กาน้ำชาที่บุฉนวนเรือขายของประเภทนี้เป็นเรือต่อขนาดใหญ่ เรียกว่าเรือกระแซง ขายส่วนมากเป็นชาวไทยมุสลิมซึ่งจะไปขายทั้งครอบครัวโดยพักอาศัยอยู่ในเรือที่ขายเครื่องเทศนี้ สินค้าที่นำมาขายพ่อค้ามาซื้อที่กรุงเทพฯ ในย่านสำเพ็งจากนั้นนำมาลงเรือที่จอดอยู่แถวเชิงสะพานพุทธ การเดินทางกลับจะเดินทางร่วมกับเรือบรรทุกข้าวเพราะเรือข้าวมีเรือไฟลากจูงไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากเรือขายของที่กล่าวมาแล้ว ก็ยังมีเรือขายของสด เช่น ผัก ผลไม้ อาหาร เรือขายขนม ข้าวแกง ส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในท้องถิ่น^{๒๒}

กิตติพร ใจบุญ ระบุไว้ว่า ตลาดน้ำในปัจจุบัน ในช่วงหนึ่งตลาดน้ำลดความคึกคักลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการคมนาคมทางบกที่สะดวกรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำ จึงทำให้เกิดการถดถอยเพื่อสร้างถนนอันมีผลทำให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย อย่างไรก็ตามการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่น ตามนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือกสวนไร่นาตามริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำใน

^{๒๒} อ่างแล้ว, อุคม, เขยกิจวงศ์วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ, ๒๕๕๒.

ปัจจุบันที่ยังคงมีอยู่และเป็นที่ยังคง ได้แก่ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำวัดไทร และตลาดน้ำตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพฯ ตลาดน้ำวัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม^{๒๓}

เมื่อกกล่าวโดยสรุป ตลาด หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าทั้งในรูปแบบของวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูป ตลาดยังเป็นสถานที่ที่มีความหมายซึ่งมีทั้งสถานที่ประจำ หรือเป็นครั้งคราว อาจจะเป็นศูนย์กลางของชุมชนแห่งเดียวหรือหลายแห่งก็ได้ โดยจะทำการค้าขายเป็นประจำ หรือตามวันเวลาที่มีการกำหนดเอาไว้ ตลาดยังสะท้อนเรื่องราวของคนแต่ละชุมชนมาจนถึงทุกวันนี้ อย่างไรก็ตาม ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยของสังคมไทยที่มีการพัฒนาให้การค้าขายสินค้า เกิดความสะดวกและความพึงพอใจแก่ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวมากที่สุด ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตของคนในอดีตที่มีถิ่นฐานที่พักอาศัยตามแนวลำคลอง และลำคลองก็เป็นเส้นทางสัญจรการคมนาคมของชาวชุมชนต่างๆ ในสมัยนั้น การทำมาหากินเป็นผลผลิตที่ได้โดยทางเกษตร เช่น พืช ผัก ผลไม้ต่างๆ สิ่งเหล่านี้พอเหลือจากการแบ่งปันและแรกเปลี่ยนผลผลิตกันแล้ว จากนั้นก็นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมในสังคมของชุมชนนั้นๆ ตลาดน้ำนอกจากจะเป็นคุณค่าและควมมีเสน่ห์ของความเป็นอดีตแล้ว ปัจจุบันยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ เน้นความเป็นธรรมชาติ มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ที่ยึดถือเอาวัฒนธรรมประเพณีของคนไทยเอาไว้อย่างน่าชื่นชม ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา

ตลาดน้ำเป็นสถานที่ที่มีมาตั้งแต่อดีตโดยที่พ่อค้าแม่ค้าทำการค้าขายผลผลิตของตัวเองหรืออาจจะมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องถิ่น หรือตามแนวชายคลองโดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ ในปัจจุบันตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่ให้ทั้งความรู้มองถึงคุณค่าของความเป็นไทย วัฒนธรรมไทย ให้ทั้งอาชีพ เศรษฐกิจสังคมของชุมชน และประเทศดีขึ้นเมื่อการคมนาคมทางบกเริ่มเข้ามามีบทบาท มีการสร้างทางหลวงตั้งแต่หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองประมาณ พ.ศ.๒๔๗๖ แต่ยังไม่สะดวกต่อการเปิดใช้เป็นทางการ เนื่องจากระยะนี้ระบบถนนเพิ่งเกิดขึ้น การคมนาคมทางน้ำยังมีความสำคัญอยู่จนกระทั่ง ปี พ.ศ. ๒๔๘๖ มีการเปิดสะพานปรีดีธำรง เป็นสะพานคอนกรีตข้ามแม่น้ำป่าสักเข้าเมืองอยุธยาพร้อมกับการเปิดทางหลวงจังหวัดอยุธยา-วังน้อยเชื่อมระหว่างทางสายพหลโยธินกับเกาะเมืองทำให้การติดต่อระหว่างกรุงเทพฯ กับเกาะเมืองสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นและเริ่มมีผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตไปจนถึงการค้าขายในเกาะเมืองเพราะพ่อค้าที่กรุงเทพฯ นิยมส่งสินค้าบนบกที่หัวรอจึงมีสินค้าบริการลูกค้าหลายชนิดและสม่ำเสมอ ลูกค้าก็นิยมซื้อสินค้าจากตลาดทางบกทำให้แพต่างๆ ในตลาดน้ำค่อยๆ อพยพขึ้นบกทั้งยังมีการสร้างถนนภายในเกาะเมืองให้สะดวกยิ่งขึ้นทำให้ชาวแพอพยพขึ้นบกกันมากขึ้น

^{๒๓} อ่างแล้ว, กิตติพร ใจบุญ และคณะ, ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล: มรดกภูมิปัญญา.

๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยว

๒.๖.๑ ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว ได้มีการนิยามความหมายเป็นหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้

องค์การท่องเที่ยวโลก ได้กำหนดความหมายของ การท่องเที่ยวไว้ในปี พ.ศ. ๒๕๐๖ ว่าเป็น การเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขดังนี้ คือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นๆ ด้วยความสมัครใจ คือการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

วรรณภา วงษ์วานิช ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวางความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข ๓ ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดๆ ก็ได้ที่มีใจเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้^{๒๔}

๒.๖.๒ ปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวอันจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ คือ

๑) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงามสภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

^{๒๔}วรรณภา วงษ์วานิช, ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๑๐๓.

๒) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมารวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

๒) สิ่งรองรับการเดินทางท่องเที่ยว คือ

๑) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือ เรื่องที่พักแรมไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริการจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

๒) การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ คือต้องมี การคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักรหรืออาหาร เป็นต้น

๓) องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก ๓ ด้าน คือทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่องค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ทั้งนี้การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ย่อมมีจุดหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน^{๒๕}

^{๒๕}อรนุช ศิลป์มณีพันธ์, “ลักษณะชายฝั่งทะเลที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว บริเวณชายฝั่งทะเลประเทศไทย”, รายงานวิจัย, (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๗), หน้า ๒๐๐.

๒.๖.๓ วัตถุประสงค์กับการท่องเที่ยว

โรบินสัน (Robinson) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลมีอยู่ ๘ ประการ คือ

- ๑) เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย
- ๒) เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อากาศดี อากาศดี
- ๓) เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา
- ๔) เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ
- ๕) เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน
- ๖) เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีคนที่ใกล้ชิด

จำใจ

- ๗) เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา
- ๘) เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

๒.๖.๔ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (WTO, ๒๐๐๔) ได้ให้อธิบายคำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable Tourism) ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche tourism segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เรารู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass tourism) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคต ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO จึงประกอบด้วยการท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด^{๒๖}

การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน

การสร้างความสำเร็จมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและเข้าถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (tourism stakeholder) นอกจากนี้ ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

^{๒๖} องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๒.

นอกจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism stakeholder) ทุกฝ่ายรวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

ปัจจัยสำคัญ ๕ ประการ ในการนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย

๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่กำเนิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์

๒) นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความต้องการ (Demand) ที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

๓) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จนอาจจะเลยผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลุ่มธุรกิจนี้จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยว

๔) ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนในชุมชน ขณะเดียวกันในชุมชนเองมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยเช่นกันที่ผ่านมามีคนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายตั้งรับการท่องเที่ยวที่เข้ามา โดยคนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้ แต่อาจไม่ตระหนักและคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดตามมา นอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าคนในชุมชนได้ประโยชน์เพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน

๕) ความรักในท้องถิ่น นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งอยู่ในหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระบวนการเรียนรู้ในชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเน้นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนได้

เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรของตนเอง ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่คนในชุมชนจะต้องมีสิทธิเลือกได้ว่าต้องการให้ทรัพยากรของตนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่และควรมีรูปแบบเช่นไร

๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน

๒.๗.๑ แนวคิดหลักในการบริหารงานชุมชน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (Community-based Tourism หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “Host Management”) ในช่วง ๒ ทศวรรษที่ผ่านมาได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายมากขึ้นทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง

ในขณะเดียวกันก็เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจชุมชนของคนในท้องถิ่นอีกด้านหนึ่งด้วย นอกจากนี้หากมองในด้านของการตลาดด้วยแล้วปรากฏว่าตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นกลุ่มเฉพาะ และบ่อยครั้งคำว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community-Based Tourism) หรือ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (Ecotourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation tourism) และการเรียกชื่ออื่นในลักษณะคล้ายกัน ได้ถูกนำมาใช้เป็นเพียงสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ของการท่องเที่ยว แต่ในทางตรงกันข้ามกลับส่งผลกระทบต่อฐานทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ประเพณีของคนในท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศ อันเป็นเหตุปัจจัยให้เกิดการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และหากพิจารณาถึงองค์ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนรวมทั้งกระบวนการบริหารจัดการแล้ว พบว่าหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการที่ให้การสนับสนุนและใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว กลับยังมีความไม่ชัดเจนในด้านแนวความคิดและหลักการ วิธีการและกระบวนการ รวมทั้งการบริหารจัดการฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวและการกระจายผลประโยชน์ให้ชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างทางเลือกให้กับระบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างจากเดิม โดยเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในรูปแบบของ “การท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยมุ่งพัฒนาให้ “คนในชุมชน” เป็นหัวใจสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวและไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ได้เน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยให้มีความ

สมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมรวม ทั้งการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต ทั้งนี้การวางรากฐานความรู้และประสบการณ์ที่หน่วยงานด้านนโยบายการท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเชื่อมร้อยและนำไปสู่การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวเชิงศึกษาระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ นิเวศวิทยา นิเวศท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้การปรับตัวขององค์กรและชุมชนที่ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงอนุโลมให้มีการเรียก “Ecotourism” ว่าหมายถึง “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยม ที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๔๐ ในมาตรา ๔๖ และมาตรา ๕๖^{๒๗} ที่ได้กล่าวถึงการให้สิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและการตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นตามมาตรา ๗๘ รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่นท่ามกลางแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ดังนั้น เครือข่ายการเรียนรู้และประสานงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ความสำคัญกับบทบาทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของตนเองตามเงื่อนไขของรัฐธรรมนูญและกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกดังกล่าว ทั้งนี้ความหมายเชิงปฏิบัติการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Community-based Tourism หมายถึง "ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" ทั้งนี้ความหมายเชิงปฏิบัติการดังกล่าว ได้ถูกเขียนขึ้นภายใต้ข้อสรุปที่เกิดจากการดำเนินงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน อันเป็นความพยายามของชุมชนเองที่จะสร้างอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism identity) ให้กับพื้นที่ทางสังคมของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการบริหารจัดการโดยชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้เน้นการจัดการท่องเที่ยวบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบที่จะ

^{๒๗} รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๔๐.

ช่วยกันลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งนี้มุ่งให้มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ การจัดการสมรรถนะของการรองรับในระบบนิเวศ รวมทั้งการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นภายใต้เงื่อนไขของความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติในฐานะเป็นวิถีชีวิตที่เกื้อกูลในระบบนิเวศเดียวกัน ภายใต้หลักการที่ว่าคนที่ดูแลรักษาทรัพยากรย่อมสมควรได้รับประโยชน์จากการดูแลรักษา นั้น นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยกันประชาสัมพันธ์และเสนอแนวคิดในการเคลื่อนไหวให้นักท่องเที่ยวได้เป็นผู้เข้าร่วมขบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและกระจายผลประโยชน์ที่เกื้อหนุนกัน ระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวกับความต้องการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

๒.๘ ข้อมูลตลาดน้ำในประเทศไทย^{๒๘}

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง มีตลาดน้ำที่สำรวจ จำนวน ๑๔ แห่ง ประกอบด้วย

๑) ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร ที่ตั้ง: ตลาดน้ำวัดไทร ถนนเอกชัย ๒๓ แขวงบางขุนเทียนเขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร

๒) ตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร/วัดบำเพ็ญเหนือ ที่ตั้ง: ตลาดน้ำขวัญเรียม ตั้งอยู่ระหว่างซอยเสรีไทย ๖๐ และซอยรามคำแหง ๑๘๗ แขวง มีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

๓) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ที่ตั้ง: อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

๔) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ตั้ง: ตั้งอยู่ริมคลองใกล้วัดอัมพวันเจติยาราม เทศบาลตำบลอัมพวา อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรสงคราม

๕) ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ตั้ง: “ตลาดน้ำท่าคา” ตั้งอยู่ที่ ต.ท่าคา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม

๖) ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี ที่ตั้ง: วัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

๗) ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัด นนทบุรี ที่ตั้ง: คลองบางคูเวียง ตำบล บางคูเวียง อำเภอบางกรวย นนทบุรี ๑๑๑๓๐

๘) ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม ที่ตั้ง: ตั้งอยู่ที่ ต. บางระทิก อ. สามปราชญ์ จ.นครปฐม ริมแม่น้ำท่าจีน

^{๒๘} Mairoopainai, ข้อมูลตลาดน้ำในประเทศไทย, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

๙) ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม ที่ตั้ง: ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

๑๐) ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ที่ตั้ง: ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

๑๑) ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตั้ง: ตลาดน้ำอโยธยา ๖๕/๑๒ หมู่ ๗ ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๑๒) ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา^{๒๙} ที่ตั้ง: ตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

๑๓) ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตั้ง: ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ๘๘/๘ ม.๑๓ ถ.หนองหอยทับใต้ ต.ทับใต้ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

๑๔) ตลาดน้ำหัวหิน ไกล้วัดทับใต้ อำเภอกว๊าน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตั้ง: ๙๙/๙ ซอยหัวหิน ๑๑๒ อาคารใกล้กับวัดทับใต้ ต.ทับใต้ อ.หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์

๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โกมล เย็นเปี่ยม^{๓๐} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน” ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ๒๖-๓๕ ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยรวมในระดับดี มีความถี่ในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยประมาณ ๒ ครั้ง/ ๓ เดือน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่จะได้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและมีแนวโน้มที่จะแนะนำ/บอกต่อเกี่ยวกับการได้มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีการจัดกิจกรรมอย่างยั่งยืนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ซึ่งการดำเนินงานจัดทำกิจกรรมต่างๆ ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นหลักในการทำกิจกรรม ส่วนสำนักงานเขตตลิ่งชัน เป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว

^{๒๙}Mairoopainai, ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

^{๓๐}โกมล เย็นเปี่ยม, แนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘), หน้า ๗๑-๘๓.

จันทร์เพชร แสงวงศ์ และเสรี พิจิตรศิริ^{๓๑} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย” ผลการวิจัยพบว่า ตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน มีความพร้อมในด้านของชุมชน ในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และส่วนผสมทางการตลาด ที่นำเข้ามาใช้เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาเที่ยวชมบรรยากาศ วิถีชีวิตของชุมชน ที่คงอนุรักษ์ความเป็นตลาดน้ำไว้ อาหารพืชผัก ผลไม้ เป็นสิ่งดึงดูดใจ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดริมน้ำดอนหวาย แต่อย่างไรก็ตามมีข้อจำกัดในด้านผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของสินค้า ราคา รวมถึงการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย เนื่องจากมีอุปสรรคหลายด้านเช่น การขาดความร่วมมือ ขาดงบประมาณ ขาดการวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนา และฟื้นฟูอย่างเป็นระบบ เทศบาลตำบลบางกระทึก จึงได้มีแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย ให้เป็นแหล่งรวมอาหารอร่อย เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาดและปลอดภัย และมีการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ตลาดริมน้ำดอนหวายมีการบริหารจัดการที่ดี มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา เพื่อเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปให้เข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน สินค้า และบริการรวมถึงอาหารที่หลากหลายมีคุณภาพทำให้ในปัจจุบันตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐมและของประเทศไทย

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด^{๓๒} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “รูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ” ผลการวิจัยพบว่า (๑) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ สวนเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา สถานีเพาะชำกล้าไม้ คลองบางกระเจ้า พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย ฟาร์มเห็ดหลากสี สวนป่าทรงคะนอง ม.๑-๒ สวนป่าลำพู (บางกระสอบ) แหล่งชมหิ่งห้อย สวนป่าบางน้ำผึ้ง ม.๔, ม.๗ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (๒) ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในพื้นที่พบว่า พื้นที่มีศักยภาพและโอกาสที่ดีทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีการผลิตสินค้าของชุมชนเพื่อการจำหน่ายอย่างเป็นรูปธรรม และเป็นแหล่งผลิตสินค้าทางการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ต่างๆ มีระบบการคมนาคมขนส่งทางบก เช่น ถนนกาญจนาภิเษก สะพานภูมิพล ส่วนการคมนาคมทางน้ำ มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน สามารถเชื่อมโยงสู่ภูมิภาค

^{๓๑}จันทร์เพชร แสงวงศ์ และเสรี พิจิตรศิริ, กลยุทธ์การพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย, **วารสารการบริหารท้องถิ่น**, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๕๔), หน้า ๖๗-๗๗.

^{๓๒}จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ, รูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ, **วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน**, ปีที่ ๒๔ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๑), หน้า ๕๔๘-๕๖๑.

ต่างๆ อีกทั้ง อยู่ใกล้การขนส่งทางอากาศ (ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ) มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ เช่น ประเพณีแห่หงษ์ - ธงตะขาบ ประเพณีสงกรานต์ ซึ่งเป็นประเพณีที่คนรู้จักทั้งในและนอกประเทศ และมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะพื้นที่ป่าไม้ หรือที่เรียกว่าปอดกรุงเทพฯ (๓) ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ความได้เปรียบของความพร้อมและมีความหลากหลายทางชีวภาพของทรัพยากรแห่งคั้งบางกระเจ้าเป็นส่วนสนับสนุน ๒ รูปแบบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ (๑) การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (๒) การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ มีความเหมาะสมสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและปลูกจิตสำนึกผ่านกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในพื้นที่จากภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ^{๓๓} ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แล้ว ๒-๓ ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว ๒-๓ วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแต่ไม่ครบถ้วนโดยเข้าใจว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวร่วมกัน ด้านความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางด้าน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่าปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในทุกปัจจัย ผลการศึกษาถึงผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัย ด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวมของ ๒ แหล่งท่องเที่ยวให้ผลเหมือนกันทั้ง ๓ ปัจจัยเรียงตามลำดับผลกระทบคือ ปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านปัจจัยด้าน การให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจ โดยรวมของ

^{๓๓}เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, รายงานการวิจัย, (นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๖).

นักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้ายปลายน้ำพบว่า มีทั้งเหมือนและแตกต่างกันใน ๒ แหล่งท่องเที่ยวคือ เหมือนกันในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวมมากที่สุด ที่แตกต่างกันคือลำดับรองลงมาเป็นด้านที่พักอาศัย สำหรับ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็ด้านสถานที่และกิจกรรม สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ ด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นน้ำ ที่มีผลกระทบต่อ ปัจจัยด้านระดับ ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้ายปลายน้ำ พบว่ามีแตกต่างกันใน ๒ แหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นปัจจัยด้าน ประสิทธิภาพและการปฏิบัติหน้าที่และปัจจัยด้านคุณลักษณะของ องค์กรตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและตัวแปรด้านการนำ ข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ จากผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่า การพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่งของโซ่อุปทาน จะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอโดยมี ผลกระทบมากน้อยต่างกัน ทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าควรพัฒนาปัจจัยใดก่อนหลังมากน้อยเพียงใด เพื่อเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ธนัชชา ฤทธิเดช^{๓๔} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม” ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ๒๖-๓๕ ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท และอยู่กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมอยู่ในระดับดี มีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมในเรื่องของร้านอาหารริมคลอง ร้านขายของที่ระลึก และวัด โบสถ์คริสต์ โบราณสถาน อยู่ในระดับดี มีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับต้องการ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวมอยู่ในระดับพอใจ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับครอบครัว มาโดยรถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า ๒,๐๐๐ บาท เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย (ชม./ครั้ง) ต่ำกว่า ๑ ชม./ครั้ง สูงสุด ๑๐ ชม./ครั้ง มูลค่าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย(บาท)ต่ำสุด ๑๐๐ บาท สูงสุด ๔,๕๐๐ บาท จำนวนครั้งในการมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในรอบ ๑ ปี (ครั้ง) ต่ำสุด ๑ ครั้งต่อปี สูงสุด ๑๓ ครั้งต่อปี แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับดีอย่างมาก แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตในเรื่องโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในอนาคตภายใน ๑ ปี (ครั้ง)

^{๓๔}ธนัชชา ฤทธิเดช, แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘), หน้า ๑๘-๓๓.

ต่ำสุด ๐ ครั้ง สูงสุด ๑๕ ครั้ง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับดี

สำหรับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ทางเทศบาลตำบลอัมพวาได้กำหนดนโยบายแบบแผนเพื่อการพัฒนาไว้เรียบร้อยแล้ว โดยดำเนินการไปอย่างช้าๆพัฒนาแบบทีละขั้นและต่อเนื่องเพื่อการบริหารและการจัดการนั้นง่ายขึ้น และสามารถควบคุมได้เพราะที่ผ่านมานั้น ตลาดน้ำอัมพวาเติบโตเร็วเกินจนไร้ทิศทาง และไม่มีมาตรการที่สามารถจะควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนข้อเสนอแนะเนื่องจากเทศบาลอัมพวาเป็นเทศบาลขนาดเล็ก จึงส่งผลให้ได้รับงบประมาณที่จะนำมาพัฒนาจำนวนไม่มาก เพราะรายได้ส่วนมากมาจากนักท่องเที่ยว ในส่วนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวานั้นจะมีนโยบายให้มีการรวมกลุ่มกันโดยการให้ชมรมแม่ค้าแผงลอย ประชาชนชุมชน ชุมชนคนรักอัมพวา มาปรึกษาหารือปัญหาของแต่ละฝ่ายในแต่ละด้าน เพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำให้ยั่งยืนต่อไป ส่วนนโยบายเรื่องตลาดน้ำของเทศบาล ในอนาคตอาจจะขยายทางเดินริมคลองให้กว้างขึ้นโดยให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการน้อยที่สุด และมีแผนการพัฒนาให้มีตลาดน้ำทุกวันไม่ใช่เฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เพียงอย่างเดียว แต่อาจจะต้องพัฒนาไปอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมราคาสินค้าและคุณภาพให้เหมาะสม เพื่อเป็นการพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้น และอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตธิ์ และคณะ^{๓๕} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา:ตลาดน้ำวัดตะเคียน” ผลการวิจัยพบว่า ๑) ลำคลองบางคูเวียด้านทิศตะวันออกของตลาดน้ำมีสภาพเป็นธรรมชาติ ชุมชนให้ความร่วมมือ ตลาดน้ำอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของวัดตะเคียน ระบบบริหารจัดการยังไม่ชัดเจน ๒) ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนอย่างยั่งยืน ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ ชุมชนบ้านริมคลอง ลักษณะลำคลอง นโยบายและการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ สถาปัตยกรรมของวัด พื้นที่ทางเดินบนบก กิจกรรมดนตรีไทย อาหารและราคาผลิตภัณฑ์ ๓) กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนอย่างยั่งยืน คือ กลยุทธ์การพัฒนาตลาดน้ำคู่กับประเพณีวัฒนธรรมทางศาสนา กลยุทธ์อาหารอร่อยราคาถูก และกลยุทธ์ล่องเรือชมธรรมชาติ

แพรวดาว พุพาณิชย์พฤษย์^{๓๖} ได้ทำการวิจัย เรื่อง “กรอบนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา เกาะช้าง จังหวัดตราด” ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคคือ สำนักงาน

^{๓๕}พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตธิ์ และคณะ, กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา:ตลาดน้ำวัดตะเคียน, วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (กันยายน ๒๕๕๘), หน้า ๕๖-๗๓.

^{๓๖}แพรวดาว พุพาณิชย์พฤษย์, กรอบนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา เกาะช้าง จังหวัดตราด, วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, ปีที่ ๒๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๙), หน้า ๓๙-๖๓.

จังหวัดตราดและเทศบาลตำบลเกาะช้างไม่ได้นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙ มาประกอบการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราดไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ต่อเนื่อง เกิดความไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงานระหว่างหน่วยงาน กฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐไม่เอื้อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว การขาดแคลนงบประมาณและบุคลากร ในส่วนของผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและแนวโน้ม ความก้าวหน้าพบว่าการกระจายผลประโยชน์และรายได้สู่ชุมชนยังคงน้อย ชุมชนและภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวน้อย การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น อีกทั้งก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้เสนอกรอบนโยบาย ๔ ด้าน เพื่อให้การท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นไปในแนวทางของความยั่งยืน ได้แก่ กรอบนโยบายด้านการจัดการภาครัฐ กรอบนโยบายด้านเศรษฐกิจ กรอบนโยบายด้านสังคมและ วัฒนธรรม และกรอบนโยบายด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

วรชมนัน จันทร์ดิษฐ์^{๓๗} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” ผลการวิจัยพบว่า

๑) นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา(ก่อนหน้านี) ๓ ครั้งขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยรถส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาด ครั้ง ๔-๕ คน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ ๑คน) ไม่เกิน ๑,๐๐๐ บาท นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้าร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับปานกลาง

๒) การเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยจำแนกตามลักษณะประชากร พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกันส่วน อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยวด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

^{๓๗} วรชมนัน จันทร์ดิษฐ์, พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม, รายงานการวิจัย, (ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๒).

๓) การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านต่างๆ กับพฤติกรรมกา รท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวใน ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ลักษณะ ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางและค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อ ๑ คน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ กับลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการให้บริการของหน่วยงาน ภาครัฐมีความสัมพันธ์กับเคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาก่อนหน้านี้กี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาและค่าใช้จ่าย อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ด้านประชาชนในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับ เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาก่อน หน้านี้กี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาด น้ำ อัมพวา จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วม เดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสัมพันธ์กับวิธีการ เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาและจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โสภณ แดงมาศ และคณะ^{๑๘} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาด “ซา-สุขใจ” ตำบลอนกระเบื้อง อำเภोधาราม จังหวัดราชบุรี” ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนดอนกระเบื้องมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย-มอญ โดยภาพรวมในระดับมาก โดยด้านศิลปวัฒนธรรมมี ศักยภาพสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อมด้าน เศรษฐกิจและสังคม และด้านการบริหารการจัดการนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย-มอญส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน เดินทางมาด้วยรถยนต์ ส่วนตัวกับเพื่อนและครอบครัว มีความสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตและมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ส าหรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาด “ซา-สุข ใจ” วิถีไทย-มอญ พบว่า ชุมชนควรมีการสำรวจและรวบรวมประวัติความเป็นมาวัฒนธรรมที่โดดเด่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญา บุคคลสำคัญเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักเกี่ยวกับการอนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมไทย-มอญให้กับคนในชุมชนทุกระดับ และเสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม

^{๑๘}โสภณ แดงมาศ และคณะ, แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาด แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาด “ซา-สุขใจ” ตำบลอนกระเบื้อง อำเภोधาราม จังหวัดราชบุรี, วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน, ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม- ธันวาคม ๒๕๖๒), หน้า ๑๑- ๒๘.

ของประชาชนและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับองค์การบริหารส่วนตำบลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๒.๑๐ สรุป

ตลาดน้ำ เป็นสถานที่ทางการค้าขายเป็นจุดในการเปลี่ยนถ่ายสินค้าทั้ง ของกิน ของใช้ ต่างๆ มากมาย ในดั้งเดิมของตลาดน้ำส่วนมากแล้ว จะเป็นสินค้าทางการเกษตรเสียเป็นส่วนมาก ในทางกลับกันในปัจจุบันมีสินค้าหลายหลายชนิดที่จำหน่าย และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดูดีมี ความเป็นธรรมชาติที่มีมาในอดีต ได้เห็นคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ความเป็นสังคมไทยในชุมชนและมี ชนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมของการกิน การอยู่ การหาเลี้ยงครอบครัวที่มีความเรียบง่ายไม่ค่อยมี การแข่งขัน มีแต่การช่วยเหลือซึ่งกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เปรียบเสมือนญาติพี่น้อง ตลาดน้ำ เป็น หนึ่งซึ่งเอกลักษณ์โดดเด่นของเมืองไทย ตลาดน้ำหลายแห่งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยและ ต่างชาติเป็นส่วนมาก ในอดีตตลาดน้ำเป็นสังคมของมนุษย์ส่วนใหญ่ในชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำแถบภาค กลาง เกิดขึ้นในเมืองโบราณ คูคลองสายต่างๆ ที่ขุดเป็นทางยาวพร้อมด้วยบ้านเรือนเรียงรายทั้งสองฝั่ง แม่น้ำ ตลอดจน ศาสนสถานได้ถูกเชื่อมโยงให้ไปมาหาสู่กัน การช่วยกัน การอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำ ให้คงสภาพแบบดั้งเดิมจะสะท้อนถึงชีวิตความเป็นอยู่และบรรยากาศของบรรพบุรุษในอดีต การใช้ ชีวิตอยู่ร่วมกันที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน

บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย “รูปแบบการบริหารการจัดการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย” เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย เพื่อศึกษานโยบาย ปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย การวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ พื้นที่การวิจัย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๕ การจัดกระทำข้อมูล
- ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๗ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย
- ๓.๘ สรุป

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่เชื่อมโยงชุดรูปแบบการบริหารจัดการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทยศักยภาพรูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อความงามแห่งจิตใจและปัญญาเข้าด้วยกันความรู้บุคลากร และกระบวนการจัดการด้านการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน โดยมีวิธีการศึกษาใน ๕ ลักษณะ ได้แก่

๑. การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Research) เพื่อค้นหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว กระบวนการเรียนรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการประเมิน ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การรูปแบบและวัฒนธรรม แนวทางการ

พัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ตลอดจนถึงสภาพปัญหาและผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทยรวมทั้งแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

๒. การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์ (Interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับประชาชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวตลาดน้ำ และตัวแทนองค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อทราบถึงแนวทางการเรียนรู้และสนทนากลุ่ม สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม เกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมอัตลักษณ์ ความเป็นมา และกระบวนการท่องเที่ยวรูปแบบการบริหารจัดการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย สํารวจเส้นทางและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำและแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการเรียนรู้และทำการวิเคราะห์สภาพปัญหา และผลกระทบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

๓. การประชุมสัมมนาในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ตลาดน้ำและองค์กร/หน่วยงานที่เป็นกรณีศึกษาในทุกภูมิภาค ผู้ประกอบการและภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ การเพิ่มพูนความรู้ การสื่อสาร การพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม และการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๔. การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Study) โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน และวัฒนธรรม ตลอดจนถึงความพึงพอใจต่อตลาดน้ำอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย อันเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้และการสื่อสารคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ ที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

๕. การศึกษาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Study) โดยทำการวิเคราะห์หาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำวิเคราะห์สภาพปัญหา และผลกระทบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทยตลอดจนถึงกระบวนการรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

๓.๒ พื้นที่การวิจัย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

หน่วยที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้แก่ ตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

๑. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเชิงคุณภาพ (Key Informant) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของตลาดน้ำอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประจำจังหวัด ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงได้ตลาดน้ำที่เป็นหน่วยในการวิจัย จำนวน ๑๔ แห่ง ดังนี้

ตารางที่ ๓.๑ รายชื่อตลาดน้ำที่ทำการวิจัย

ที่	ตลาดน้ำ	จังหวัด
๑	ตลาดน้ำวัดไทร	กรุงเทพมหานคร
๒	ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ	กรุงเทพมหานคร
๓	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	สมุทรปราการ
๔	ตลาดน้ำอัมพวา	สมุทรสงคราม
๕	ตลาดน้ำท่าคา	สมุทรสงคราม
๖	ตลาดน้ำวัดตะเคียน	นนทบุรี
๗	ตลาดน้ำบางคูเวียง	นนทบุรี
๘	ตลาดน้ำดอนหวาย อ.สามพราน	นครปฐม
๙	ตลาดน้ำลำพญา	นครปฐม
๑๐	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	ราชบุรี
๑๑	ตลาดน้ำอโยธยา	พระนครศรีอยุธยา
๑๒	ตลาดน้ำบางคล้า	ฉะเชิงเทรา
๑๓	ตลาดน้ำห้วยหินสามพันนาม	ประจวบคีรีขันธ์
๑๔	ตลาดน้ำห้วยหิน	ประจวบคีรีขันธ์

๒. ศึกษาด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลาดน้ำละ ๑๐-๑๕ คน ทำการศึกษาโดยวิธีการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์

๓. กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นายก อบต, ปลัดหรือคณะทำงาน กรรมการ ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ และจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว กำหนดกลุ่มตัวอย่างทำการศึกษาโดยการจับกลุ่มสัมมนาร่วมกัน โดยกำหนดการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling)

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การสังเกตรวมถึงการใช้เทคนิคการถ่ายภาพที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเองจากการ ทบทวนแนวคิดทฤษฎีข้อมูลการให้บริการผู้ป่วยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑. แบบสัมภาษณ์ (Interview) สำหรับสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมี ประเด็นที่สำคัญ เช่น รูปแบบและกระบวนการจัดการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กระบวนการ สื่อสารเกี่ยวกับการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นต้น

๒ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมมนาเชิงวิชาการเพื่อวิเคราะห์การ ส่งเสริมการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ กระบวนการสื่อสารคุณค่าและแนวปฏิบัติตาม รูปแบบและกระบวนการจัดการการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและ วัฒนธรรม การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ในการท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำในประเทศไทยที่เหมาะสม

๓. การสังเกต โดยสังเกตการณ์เรียนรู้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บริบทและความ ชื่นชอบต่อรูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำในเชิงศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

๔. การใช้เทคนิคการถ่ายภาพ โดยการใช้ภาพถ่าย การจัดแผนภูมิแผนภาพ เพื่อศึกษา แนวทางการจัดสภาพการณ์ที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้ สอดคล้องและเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ

ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

๑. กำหนดเนื้อหาของแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดย การศึกษาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดตัวแปรการวิจัยและเนื้อหาของ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

๒. ร่างเครื่องมือการวิจัยแบบสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนดให้ครบถ้วนทุกตอน

๓. นำเครื่องมือการวิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

๔. แก้ไขเครื่องมือการวิจัยตามคำแนะนำ

๕. ปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยและจัดทำเครื่องมือการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ๒ ส่วน คือ การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย

๑. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview) สำหรับผู้บริหารตลาดน้ำเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของตลาดน้ำ นโยบายการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นต้น

๒. แบบคำถามประกอบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประเทศไทย ตลอดจนถึงแนวทางการพัฒนาการสร้างตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

๓. แบบสังเกตเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของตลาดน้ำ แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ เช่น ห้องน้ำ สภาพพื้นที่ ที่จอดรถ สถานที่บริการน้ำดื่มหรือร้านค้า จุดบริการของตลาดน้ำ สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ สภาพของสถานที่ ที่เป็นแนววิถีชีวิตและวัฒนธรรม ลักษณะและความสำคัญของสื่อบริหารการจัดการตลาดน้ำ เป็นต้น

๔. แบบประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับการประเมินแหล่งทรัพยากรด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม ด้านคุณค่าและความสำคัญ ด้านการตอบรับของประชาชนในท้องถิ่น และด้านการจัดการ

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑. ดำเนินการออกหนังสือเพื่อขอความร่วมมือ ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์

๒. เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารตลาดน้ำโดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของตลาดน้ำ นโยบายการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓. เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำมาร่วมประชุมกลุ่มย่อย โดยสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประเทศไทย ตลอดจนจนถึงแนวทางการพัฒนาการสร้างตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

๔. เก็บข้อมูลจากการสังเกตเกี่ยวกับสภาพทั่วไปอันเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดน้ำ ประกอบด้วย ลักษณะรูปแบบ สภาพแวดล้อม เป็นต้น

๕. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตและทำการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ ในแต่ละแห่ง

๖. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดการสัมมนาวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อวิถีชีวิตมนุษย์และวัฒนธรรมได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำและเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว

๓.๕ การจัดการทำข้อมูล

เมื่อได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมสัมมนา และได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิเคราะห์

๑) สภาพทั่วไปของตลาดน้ำ อันประกอบไปด้วยลักษณะ รูปแบบและสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำในประเทศไทย

๒) ประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในประเทศไทย

๓) วิเคราะห์นโยบาย ปัจจัย และองค์ประกอบการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย

๔) รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

๕) รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากทุกฝ่ายดังกล่าว โดยการเชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย นำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบตารางและการพรรณนาความประกอบการบรรยายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิต

และวัฒนธรรมในประเทศไทย โดยเน้นการสื่อสารการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในประเทศไทยวิเคราะห์นโยบาย ปัจจัย และองค์ประกอบการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย และรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

รวมทั้งการเสริมสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงคน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ความรู้ทางวัฒนธรรมประเพณี และกระบวนการที่มีการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย

๓.๗ สรุป

การศึกษาวิจัย “รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย”เป็นการวิจัยแบบผสมผสานที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำในประเทศไทย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว/การเรียนรู้ภายในตลาดน้ำ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นายก อบต, ปลัด หรือคณะทำงาน กรรมการผู้ประกอบการประเภทต่างๆ เช่น ที่พัก, ร้านอาหาร, การขนส่ง, ของที่ระลึก, บริษัทนำเที่ยว การสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interviews) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงวิชาการเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา แล้วทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ในเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายผลการวิจัยตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ: ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย” มุ่งศึกษาเนื้อหา สารระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลาง โดยเป็นการศึกษาด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เน้นรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ ตลอดจนวิวัฒนาการของตลาดน้ำที่สำคัญในประเทศไทย เพื่อรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives) คือ ๑) เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย ๒) เพื่อศึกษานโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย และ ๓) เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เชิงสำรวจเชิงพื้นที่ (Survey Research) ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

๔.๑ สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย

๔.๒ นโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

๔.๓ วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

๔.๔ สรุป

๔.๕ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

๔.๑ สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง โดยค้นคว้า เนื้อหา สารระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลางด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เน้นรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ วิวัฒนาการของตลาดรวมถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ๓ ด้าน คือ ๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) ๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะ มีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เป็นแหล่งเรียนรู้เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ เส้นทางประวัติศาสตร์ วัดติดคลองและมีเรือสัญจรไปมา

สิ่งสำคัญ สำหรับจุดที่น่าสนใจของตลาดน้ำวัดไทร ชมตำหนักทอง หอระฆังโบราณ และโบสถ์ ๒ สมัย ศิลปกรรมไทยอันงามวิจิตร ลงรักปิดทองทั้งด้านนอกและด้านใน ซึ่งพระเจ้าเสือทรงผ่านพระตำหนักนี้จากพระบรมมหาราชวังมาสร้างขึ้น เพื่อเป็นอนุสรณ์ เมื่อครั้งเสด็จทางชลมารคผ่านคลองสนามชัย คลองเก่าสมัยกรุงศรีอยุธยา และสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านในท้องถิ่นสองฝั่ง วัดไทรเป็นวัดที่สร้างสมัยอยุธยา ประดิษฐานพระพุทธรูปสลักหินทรายสีแดงปางต่างๆ ซึ่งพระเจ้าเสือทรงพระราชอุทิศให้เป็นกุฏิสงฆ์ เพื่อเป็นอนุสรณ์เมื่อครั้งเสด็จทางชลมารคผ่านคลองสนามชัยอยู่ด้วย

สื่อที่สำคัญ นอกจากเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องในประวัติศาสตร์แล้ว บางขุนเทียนยังได้ถูกกล่าวขานในบทกวีนิพนธ์ไว้มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ซึ่งเป็นสมัยที่มีกวีเอกหลายท่านเมื่อแต่ละท่านได้มีโอกาสผ่านบางขุนเทียน ก็ได้เขียนบทกวีกล่าวถึงสถานที่ต่างๆ ที่ผ่านมาไว้อย่างไพเราะ เช่น นายรินทรธิเบศร์ ได้เขียนโคลงนิราศนรินทร์ไว้ว่า

บางขุนเทียนถิ่นบ้าน นามมี	เทียนว่าเทียนแสงสี สว่างเหย้า
เย็นยามพระสุริยะสี	ลาโลก ลงแม่
เทียนแม่จุดจักเข้า	สู่ห้องหาใคร

จากโคลงบทนี้ ทำให้ชื่อบางขุนเทียนได้ปรากฏในเอกสารเป็นครั้งแรก ในสมัยแผ่นดินพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ ๒ แห่งกรุงรัตนโกสินทร์สภาพของสถานที่วัดไทรในปัจจุบันได้รับการฟื้นฟูให้เป็นตลาดน้ำที่มีการร่วมสมัยที่สวยงามอีกครั้ง โดยมีทัศนียภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รมรื่น น่าสัมผัส น่าชื่นชมอีกครั้งหนึ่ง ที่มีการคมนาคมสะดวกซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยว ได้ทั้งในบรรยากาศทางบกและทางน้ำเส้นทางสายประวัติศาสตร์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในพื้นที่เขตจอมทองเป็นจำนวนมาก โดยการล่องเรือชมทัศนียภาพและสภาพชีวิตของชุมชนตามแนวลำคลอง โดยการเช่าเหมาเรือ ส่วนมากช่วงเวลาที่ยกนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมักเป็นช่วงเช้า ซึ่งเดินทางมาถึงคลองด่านหลัง ๘ นาฬิกาเป็นต้นไป และกลับออกไปก่อนเที่ยงวัน โดยทุกกลุ่มมักมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวที่วัดไทร ในช่วงเช้าของวันหยุดสุดสัปดาห์ นักท่องเที่ยวสนใจในการถ่ายรูป และซื้อสินค้าและผลไม้ รวมทั้งการรับประทานอาหาร เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ การซื้อของที่ระลึกในร้านค้า

กิจกรรม โดยการล่องเรือชมทัศนียภาพและสภาพชีวิตของชุมชนตามแนวลำคลอง โดยการเช่าเหมาเรือภายในตลาดน้ำ เช่น การล่องเรือชมทัศนียภาพ ชมวิถีชีวิตทางน้ำที่เคยรุ่งเรืองในอดีต ซึ่งปัจจุบันได้รับการฟื้นฟูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัยที่สวยงามอีกครั้งหนึ่ง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปตามทางน้ำเส้นทางสายประวัติศาสตร์ ชมตำหนักทอง หอกลองเก่า

สถาปัตยกรรมสมัยอยุธยาในวัดไท่ เก่งเงินที่ประทับรัชกาลที่ ๓ ตึกตาดำเงินล้ำค่า ในวัดราชโอรสนมัสการพระพุทธรูปทรงเครื่องจักรพรรดิและภาพเขียนเรื่องสามก๊ก ที่วัดนางนอง นมัสการหลวงปู่เฒ่าวัดหนึ่ง และชมการแสดงสาธิตการจับงูที่สวนจรมิมฝั่งคลองด่าน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยว ได้ทั้งในบรรยากาศทางบกและทางน้ำ ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวทางเรือมักเป็นช่วงเช้า ซึ่งเดินทางมาถึงคลองด่านหลัง ๘ นาฬิกาเป็นต้นไปและกลับออกไปก่อนเที่ยงวัน โดยทุกกลุ่มมักมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวที่วัดไท่ ซึ่งสำนักงานเขตจอมทองกำลังฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไท่ ในช่วงเช้าของวันหยุดสุดสัปดาห์ นักท่องเที่ยวสนใจในการถ่ายรูป และซื้อสินค้าและผลไม้ รวมทั้งการรับประทานอาหาร เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ การซื้อของที่ระลึกในร้านค้า

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละ ๑๐๐-๕๐๐ คน หรืออาจมากกว่านั้นแล้วแต่สัปดาห์ที่ไม่มีความแน่นอนมีลานจอดรถหน้าวัด แต่ใช้เป็นที่ขายของฉะนั้นที่จอดรถจะลำบากมาก ต้องวนไปจอดด้านหลังวัดมีบริการพายเรือ มีบริการพายเรือ และนั่งเรือยนต์ชมบรรยากาศริมคลองสถานที่นั่งเล่นสวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนมีปริมาณที่มากพอสมควร ส่วนใหญ่ศาลาวัดริมคลอง และร้านค้าริมคลองมีบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติงานหน้าที่ให้บริการ ๑๐ คนขึ้นไปมีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนแค่หน่วยเดียวซึ่งเป็นปริมาณที่น้อยมาก มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก สถานที่ๆ / ให้เช่าพายเรือ / เป็นพื้นที่ OTOP หลายแห่ง ส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นบ้านมีจำนวนน้อย ที่มากก็เป็นพ่อค้าแม่ค้าจากที่อื่นมาขายจัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่ม/ไม่มี ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกมาขาย จัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเอง/มีหลายแห่งรองรับประชาชนได้เป็น ๑๐๐-๒๐๐ คน

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอประมาณ หากเดินทางไปทางริมคลองก็จะเป็นทัศนียภาพแบบเดิมๆ ที่ยังมีให้เห็นอยู่อาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวมีเพียงพอต่อความต้องการ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นระยะๆ ส่วนใหญ่มาซื้อของกินระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามีความสะดวก แต่ก็ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยว เพราะส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่มากกว่านักท่องเที่ยวจากคนนอก เพราะตลาดได้ถูกเปลี่ยนไปมากเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาที่มีความสะดวกสบาย จำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำมากน้อยเพียงใดไม่มีอุปสรรคต่อการเดินทาง

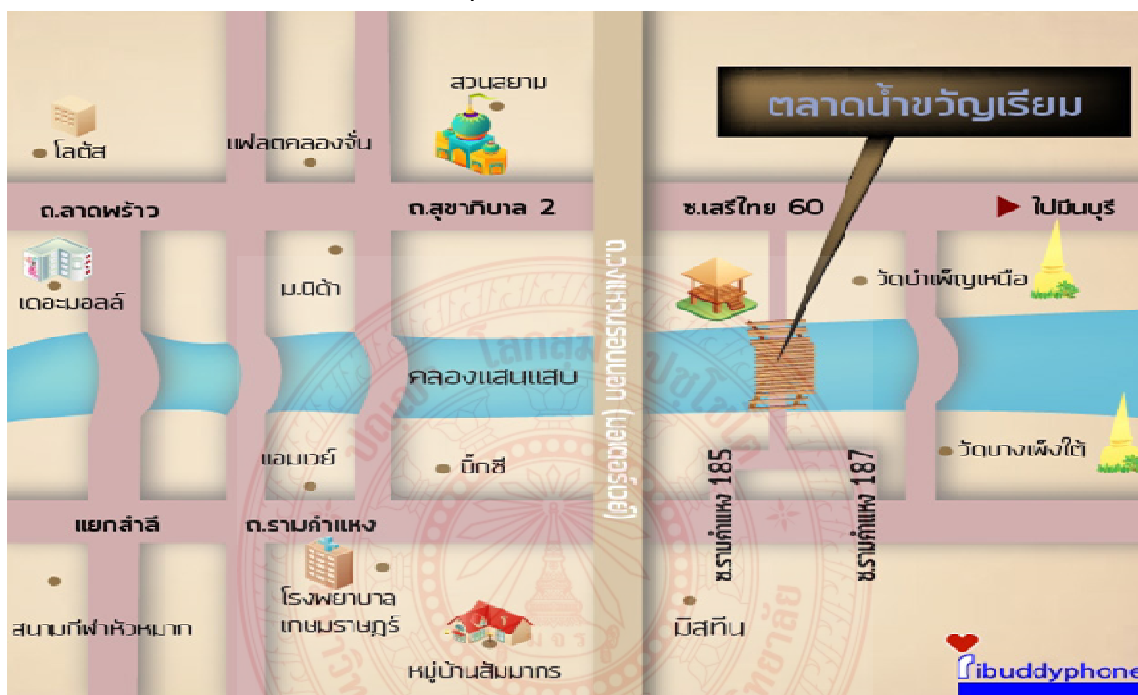
๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) จำนวนการเข้าออกของรถยนต์นักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำ เพราะทางเข้าตลาดแคบมากด้วยร้านค้าที่มาจับจองขายของบริเวณลานวัด จำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันสามารถ

กำจัดได้ ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการ มีแหล่งที่เก็บขยะ ที่ทางวัดจัดไว้อย่างเป็นระเบียบประสบปัญหาเกี่ยวกับมลภาวะทางเสียงรบกวนบ้างแต่ไม่เป็นปัญหา

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)

ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๒ ตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร/วัดบำเพ็ญเหนือ^{๔๐}



ภาพที่ ๔.๒ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำขวัญเรียม

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตลาดน้ำขวัญเรียม ตั้งอยู่ระหว่างซอยเสรีไทย ๖๐ และซอยรามคำแหง ๑๘๗ แขวง มีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางมาตลาดได้สองเส้นทาง คือ จากถนนสุขุมวิท ๒ (เสรีไทย) ให้เลี้ยวเข้าซอยเสรีไทย ๖๐ เข้ามาที่วัดบำเพ็ญเหนือ หรือมาจากถนนสุขุมวิท ๓ (รามคำแหง) ให้เลี้ยวเข้าซอยรามคำแหง ๑๘๗ เข้ามายังวัดบางเพ็งใต้ ตลาดน้ำขวัญเรียมเปิดบริการ วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา ๐๗.๐๐-๒๐.๐๐ น. (กิจกรรมตักบาตรพระทางน้ำ จัดขึ้นในเวลา ๐๗.๓๐ น.)

อัตลักษณ์: สะพานเป็นรูปกระดูกโครงเรือที่เชื่อมระหว่างวัดบำเพ็ญเหนือและวัดบางเพ็งใต้ ซึ่งเป็นตลาดน้ำแห่งแรกที่มีสะพานเรือเชื่อมต่อวัฒนธรรมให้อยู่ร่วมกัน ตลาดน้ำขวัญเรียมมีทั้งร้านค้าที่ตั้งอยู่ภายในอาคาร ร้านค้าจำลองแบบโบราณ และร้านค้าเรือลอยน้ำ ซึ่งประกอบด้วยร้านค้า

^{๔๐}Mairoopainai, ตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร/วัดบำเพ็ญเหนือ, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑).

ต่างๆ มากมายทั้งสองฝั่ง มีร้านค้าทั้งหมดเกือบ ๒๐๐ ร้านค้า ประกอบด้วยร้านอาหาร เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ของตกแต่งบ้าน ของสะสม เครื่องประดับ ฯลฯ การคมนาคมสามารถเข้าถึงตลาดน้ำ ฝั่งเหนือและตลาดน้ำฝั่งใต้ได้ทั้งสองทาง

คุณลักษณะ คือจุดกำเนิดอมตะนิยาย แผลเก่า มีวัดเชื่อมต่อระหว่างคลองกันคือวัด บำเพ็ญเหนือและวัดบำเพ็ญใต้

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม มีความหลากหลาย เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่เสาร์อาทิตย์ มีตักบาตรพระทางน้ำ (เรือพายและเรือใหญ่)

สื่อที่สำคัญ ตลาดน้ำขวัญเรียมมีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง ทำให้มีข่าวของตลาดน้ำขวัญเรียมเผยแพร่ไปสู่สาธารณชนได้อย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น เฟสบุ๊ก (facebook) เว็บไซต์ (website) ของตลาดน้ำขวัญเรียม ทั้งนี้ทางตลาดน้ำทำกิจกรรมร่วมกับทางสำนักงานเขตมีนบุรี ในการจัดงานต่างๆ เช่น วันอนุรักษ์คูคลองน้ำใส งานครบรอบ ๑๑๑ ปี เมืองมีนบุรี และอนุญาตให้สื่อต่างๆ เข้าไปถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ละคร และโฆษณา ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง ส่งผลให้ตลาดน้ำขวัญเรียมเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

กิจกรรม: ตลาดน้ำขวัญเรียม มีการจัดกิจกรรมตักบาตรพระทางน้ำ ซึ่งถือว่าหาดูยากในสังคมเมือง ในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีประชาชนหลังไหลเข้ามาทำบุญตักบาตรกันอย่างเนืองแน่น ถือเป็นการฟื้นฟูประเพณีทางพุทธศาสนาอีกทางหนึ่ง อีกทั้งทางวัดบำเพ็ญเหนือและวัดบางเพ็งใต้ มีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนา เช่น การทำบุญถวายสังฆทาน การไถ่ชีวิตโค กระบือ มีพระพุทธรูปจำลองที่สำคัญ เช่น พระพุทธชินราชจำลอง พระพุทธโสธรจำลอง หลวงพ่อวัดไร่ขิงจำลอง เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนได้สักการบูชา รวมถึงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น กิจกรรมย้อนอดีตล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองแสนแสบ โดยในเรือแต่ละลำจะมีมัคคุเทศก์ตัวน้อยคอยบรรยายประวัติความเป็นมาของตลาด คลองแสนแสบ วิถีชีวิตของชาวบ้านริมสองฝั่งคลอง การแสดงศิลปวัฒนธรรมและการจัดแสดงสัตว์บกและสัตว์น้ำเลือกชิมอาหารอร่อยจากทั่วทุกภาค เลือกซื้อสินค้า OTOP ติดไม้ติดมือกลับบ้าน ชื่นชมกับสถาปัตยกรรมแบบไทยๆ และเรือโบราณมากมาย ที่คนรุ่นก่อนพร้อมใจกันมาแสดงให้ลูกหลานดูอย่างเต็มใจ

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คนมีบริการจอดรถหน้าโรงเรียนและบริเวณลานวัดด้านนอก ๕๐๐-๑๐๐๐ คนสลับสับเปลี่ยนกันมาเที่ยวก็จะมีรถวนเข้าออกตลอดเวลารวมทั้งมีบริการเรือหางยาวให้นั่งชมทัศนียภาพคลองแสนแสบซึ่งลำหนึ่งนั่งได้ประมาณ ๒๐-๓๐ คนสถานที่นั่งเล่นหรือสวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนที่นี้จะม่

ร้านค้าตั้งอยู่ริมคลองด้านหน้าวัด ซึ่งทางร้านจัดให้นั่งรับประทานอาหารและนั่งชมทัศนียภาพสองฝั่งคลอง และหลากหลายเพียงพอต่อนักท่องเที่ยววันละหลายร้อยคนมีเจ้าหน้าที่ภายในบริเวณวัด ที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประมาณ ๕-๑๐ คน นอกนั้นก็จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มาขายของภายในตลาดขวัญเรียม ซึ่งก็สามารถสอบถามได้หน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนอยู่ในบริเวณวัด ๑ หน่วย ซึ่งเป็นระบบกระจายเสียงมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าพายเรือ สถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP โดยสถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP ส่วนใหญ่อยู่ในตลาดหน้าวัด ซึ่งมีจำนวน ๕-๑๐ แห่ง ขายผลิตภัณฑ์หลากหลายให้ได้ซื้อกลับเป็นของฝากมีการจัดสถานที่จำหน่ายอาหาร/น้ำดื่มเองจำนวน ๕-๑๐ แห่ง รองรับประชาชนจำนวน ๑๐๐-๕๐๐ คน หรือ ๑๐๐๐ คน ได้อย่างสบายตลาดน้ำจัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวน มีจำนวน ๕-๑๐ แห่ง รองรับประชาชนจำนวน ๑๐๐-๕๐๐ คน หรือ ๑๐๐๐ คนได้อย่างสบายๆ

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)
ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายเป็นจุดๆ เฉพาะให้เที่ยวชม ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก จุดเด่นคือสะพานกระดุกซึ่งเป็นรูปเรือ และศาลขวัญเรียม ไหว้พระในวัดอาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เพราะมีการสร้างขึ้นมาใหม่ แต่เป็นบรรยากาศแบบพื้นบ้านเดิมๆ แบบชนบทย้อนยุค ระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากจำนวนประชากรไม่เป็นอุปสรรคต่อพื้นที่ที่มีความหนาแน่นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันก็มีมากแต่จะตั้งภาชนะไว้เป็นจุดๆ ซึ่งแต่ละร้านค้าจะรับผิดชอบขยะของตัวเองตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)
ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๓ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ^{๔๑}

^{๔๑}Mairoopainai, ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.



ภาพที่ ๔.๓ แผนที่เดินทางไปตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเปิดตลาดทุกวันเสาร์-อาทิตย์

อัตลักษณ์ เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชนบางน้ำผึ้งและตำบลใกล้เคียงเมืองพระประแดงพื้นที่แห่งนี้ได้รับการอนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียว

คุณลักษณะ คือ เป็นตลาดถนนคอนกรีต ทอดเลียบไปตามลำคลองเล็กๆ

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวประจำจังหวัด มีความหลากหลาย ความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เป็นแหล่งเรียนรู้เข้าถึงง่าย ไปมาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ เป็นพื้นที่สีเขียว และได้รับรางวัลจากนิตยสารไทม์ แหล่งท่องเที่ยวอากาศดี ๑ ใน ๓ ของเอเชีย

สื่อที่สำคัญ: องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและประชาชนในพื้นที่ ปลุกวิถีชีวิตดั้งเดิมขึ้นมาใหม่ พร้อมใจสร้าง “ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง” เพื่อจัดตั้งเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าผลผลิตทางการเกษตรและได้ขยายกรอบการดำเนินงานให้กว้างขึ้น เพิ่มสินค้าในตลาดให้หลากหลายทั้งของกินของใช้ของฝากนานาชนิด จัดเป็นซุ้มให้มีทางเดินยาวกว่า ๒ กิโลเมตรขนานไปกับคลองซอยสายเล็กๆ ที่แตกแขนงจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ามาในพื้นที่ที่ทำการเกษตรของชาวบ้าน

กิจกรรม: จัดจำหน่ายต้นไม้ขนาดพันธุ์, ปลายสวยงามหลากชนิด, และผลผลิตของชาวบ้าน เช่น มะพร้าวอ่อน มะม่วงน้ำดอกไม้ กล้วยหอม ชมพู่มะเหมี่ยว ขนมหวานพื้นเมืองฝีมือชาวบ้าน เช่น ขนมห้วย ขนมาจาก กล้วยแขก ม้าฮ่อ ขนมตระกูลทอง กาละแมกวน ฝอยเงินที่ใช้ไขขาวต้มในน้ำเชื่อม รสหวานชุ่มคอ หมี่กรอบโบราณ ฯลฯ อาหารคาว เช่น ก๋วยเตี๋ยวลุยสวน ไส้กรอกโบราณ ท่อหมกหมู หอยทอดในถาดขนมครก ไข่สะเต๊ะ น้ำพริกต่างๆ พร้อมเลือกผักเคียงข้างจาน เช่น ผักกระถิน ผักบุ้ง ผักหนาม ผักตบชวดชนิดต่างๆ ที่ใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นในการแปรรูปพืชผักให้มีรับประทานนอกฤดูกลาง นอกจากนี้มีไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นที่สนใจ อาทิ กล้วยไม้พันธุ์ต่างๆ ก็มีให้เลือกชมบรรยากาศของ ตลาดน้ำมีความร่มรื่น มีความเป็นไทย มีสินค้าของท้องถิ่น

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ ๑๐๐๐ คนต่อวัน มากหรือน้อยกว่าแล้วแต่เทศกาลมีที่จอดรถได้ ๑๐๐-๒๐๐ คัน เพราะมีการแบ่งพื้นที่จอดรถภายในตลาด และที่บริเวณวัดมีบริการพาเรือ และจักรยาน ไม่ระบุงักัน แต่จะมีร้านค้าด้านนอกไว้คอยบริการด้วย เช่นกันสถานที่นั่งเล่นสวนสาธารณะ,สามารถรองรับประชาชนประมาณ ๕๐-๑๐๐ คน บุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการมีประมาณ ๒๐ ท่าน จะผลัดเปลี่ยนกันคอยให้บริการนักท่องเที่ยวมีหน่วยประชาสัมพันธ์หน่วยบริการ ๑ หน่วย ภายในตลาดน้ำ และอีก ๑ หน่วย ภายในวัดมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ลูกประคบ ธูปหอม ซึ่งเป็นสินค้า OTOP และมีบริการเช่าเรือพายตลาดน้ำจัดสถานที่จำหน่ายน้ำดื่มภายในตลาดน้ำโดยรอบ มีประมาณ ๒๐ ร้านโดยรอบตลาด เพราะมีนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมากต่อวัน ทางตลาดจึงจัดให้มีบริการร้านน้ำดื่มทั่วบริเวณตลาดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวน ๒แห่ง รองรับประชาชน ๑๐๐-๑๐๐๐ คน

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ตลาดน้ำมีพื้นที่กว้างขวางแบ่งเป็นโซนเรือนไทย และโซนริมคลองซึ่งสามารถเดินเที่ยวชมได้หลากหลาย อาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวมากพอที่จะให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินในการมาเที่ยวตลาดน้ำอย่างสนุกสนานระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกสามารถขับรถเข้าถึงตัวตลาด และมีบริการรถสองแถวเข้าถึงนั่งรถที่ท่ารถพระประแดง เวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกสบาย แต่หากเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ การสัญจรจะติดบ่างเล็กน้อยจำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นหากเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ การสัญจรจะติดบ่างเล็กน้อยแต่ก็สามารถมาท่องเที่ยวได้อย่างสบาย

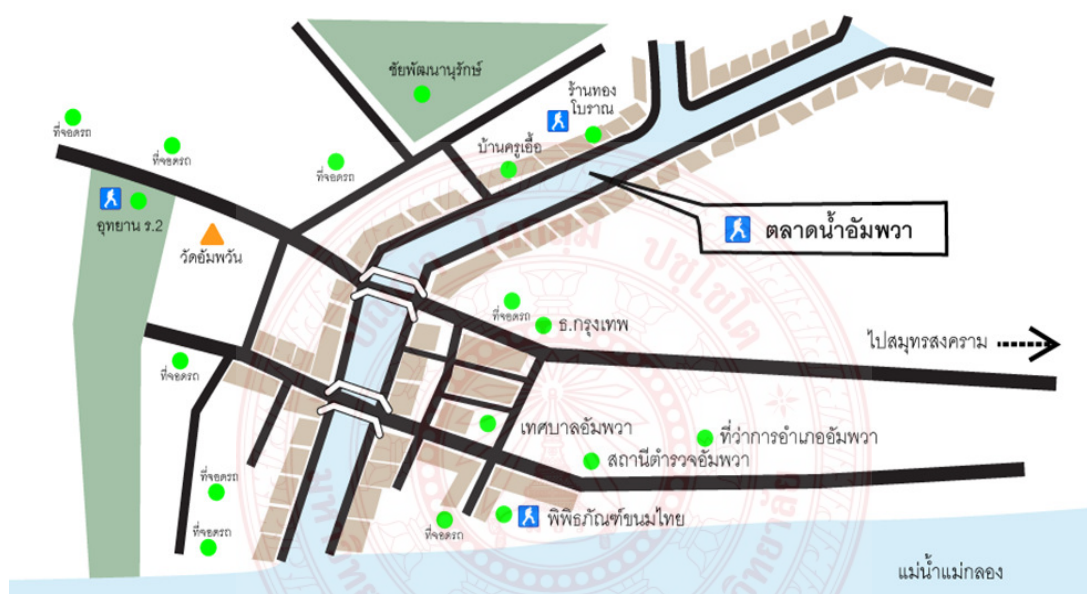
๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)

จำนวนการเข้าออกของรถยนต์นักท่องเที่ยวส่งผลด้านมลพิษทางควันธร มลพิษทางเสียง แต่ก็มีผลไม่มากจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำนับเป็นปัญหาใหญ่ เพราะนักท่องเที่ยวมีมาก ขยะเยอะทั้ง

ไม่เป็นที่ ก็ต้องตามเก็บ โดยเฉพาะในลำคลองซึ่งเป็นความเสี่ยงต่อการเสียหายทางน้ำ ทำให้น้ำเน่าเสีย ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของนักบริหารตลาดน้ำตลาดน้ำประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงบ้างแต่ไม่มากนัก

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)
ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๔ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม^{๔๒}



ภาพที่ ๔.๔ แผนที่เดินทางไปตลาดน้ำอัมพวา

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตั้งอยู่ริมคลองใกล้วัดอัมพวันเจติยาราม เทศบาลตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีพื้นที่ ๑๗๐.๐๒ ตารางกิโลเมตร

อัตลักษณ์ เป็นชุมชนมีลักษณะพื้นที่ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านพื้นที่ทางด้านทิศตะวันตก และมีคลองอัมพวา ซึ่งแยกจากแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านพื้นที่ชุมชน นอกจากนี้ยังมีคลองต่างๆ อีกหลายสายที่ไหลผ่านบริเวณพื้นที่ชุมชน เช่นคลองบางจาก คลองลัดดาโชติ คลองดาวดิ่งส์ คลองผีหลอก คลองบางกระพ้อม เป็นต้น จากการที่มีโครงข่าย คลองอยู่ทั่วไปภายในพื้นที่ชุมชน ส่งผลให้เกิดความ สะดวกสบายทางการคมนาคมทางน้ำ และการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะทางด้านเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก

^{๔๒}Mairopainai, ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

คุณลักษณะ คือ ชุมชนการเกษตร กลุ่มแม่น้ำแม่กลอง

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประจำจังหวัด มีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เป็นแหล่งเรียนรู้ เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ มีการตัดบาตรทางเรือ

สื่อสำคัญ: ตลาดน้ำอัมพวา เป็นตลาดน้ำยามเย็นต่างจากตลาดน้ำที่อื่นๆ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นหนึ่งเพราะอากาศในช่วงเย็นจะไม่ร้อนเท่าตอนกลางวัน นอกจากนี้อาหารการกินที่นี่ยังมีให้เลือกมากมาย ทั้งของคาวและของหวาน

กิจกรรม: ตลาดน้ำอัมพวา มีกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจอีก เช่น การนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำของชาวอัมพวาที่เรียบง่ายและเรียบง่าย ไปไหว้พระริมแม่น้ำแม่กลอง หรือการนั่งเรือออกไปดูหิ่งห้อยที่บินออกมาเปล่งแสงยามค่ำคืน สำหรับคนที่ชื่นชอบเพลงเก่าคงพลาดไม่ได้เลยกับ “บ้านครูเอื้อสุนทรสนาน” ศิลปินเอกแห่งอัมพวา ภายในบ้านจะมีข้าวของเครื่องใช้ส่วนตัวของครูเอื้อจัดแสดงไว้ให้ชม อีกทั้งยังมีซีดีเพลงผลงานของครูเอื้อให้ได้เลือกซื้อหาด้วย ใกล้กันกับบ้านครูเอื้อ ก็จะเป็น “โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์” โครงการในพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พื้นที่ของโครงการนี้ถูกแบ่งเป็น ๓ ส่วนหลักๆ ได้แก่ พื้นที่สวนชัยพัฒนานุรักษ์ ที่จัดเป็นสวนสาธิตการเกษตรเพื่อการเรียนรู้ ลานวัฒนธรรมนาคะวะริงค์และลานสวนชัยพัฒนานุรักษ์ ลานอเนกประสงค์สำหรับจัดกิจกรรมชุมชน ลานจัดแสดงสินค้าชุมชน ส่วนสุดท้ายคือ พื้นที่เรือนแถวไม้ริมคลองอัมพวา ที่มีร้านชานชาลา เป็นส่วนเชื่อมโยงพื้นที่สวนกับบริเวณริมน้ำเข้าด้วยกัน ซึ่งบริเวณของร้านชานชาลาที่เป็นร้านจำหน่ายเครื่องดื่มและของว่างจะมีที่นั่งจัดเตรียมไว้มากมาย สำหรับนักท่องเที่ยวสามารถมานั่งพักได้

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละ ๑๐๐๐-๒๐๐๐ คน ตลาดน้ำมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คัน ตลาดน้ำมีบริการนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ ซึ่งจะมีเรือหางยาว และเรือยนต์ไว้ให้เช่า มีสวนชัยพัฒนานุรักษ์ นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชน มีบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่เป็นประจำ มีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไว้ ๑ หน่วย มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าพายเรือ/สถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP ให้ได้รับบริการหลากหลาย ภายในตลาดน้ำ เช่น ส้มโอบองดี ถิ่นจี่ ผลไม้หลากฤดู และรวมถึงถ้วยแฉะจรงค์จัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวน ๑ แห่ง รองรับประชาชนที่มาท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและจัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองไม่ระบุ จำนวน

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอ มีพื้นที่ ๑๗๐.๐๒ ตารางกิโลเมตรอาคารสิ่งก่อสร้างมี

เพียงพอนักท่องเที่ยวและยังมีโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวมาพักผ่อนได้ระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมาก มีรถเข้าถึงตลาดจุดบริเวณหน้าวัดเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมาก จำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)

๑. จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำ

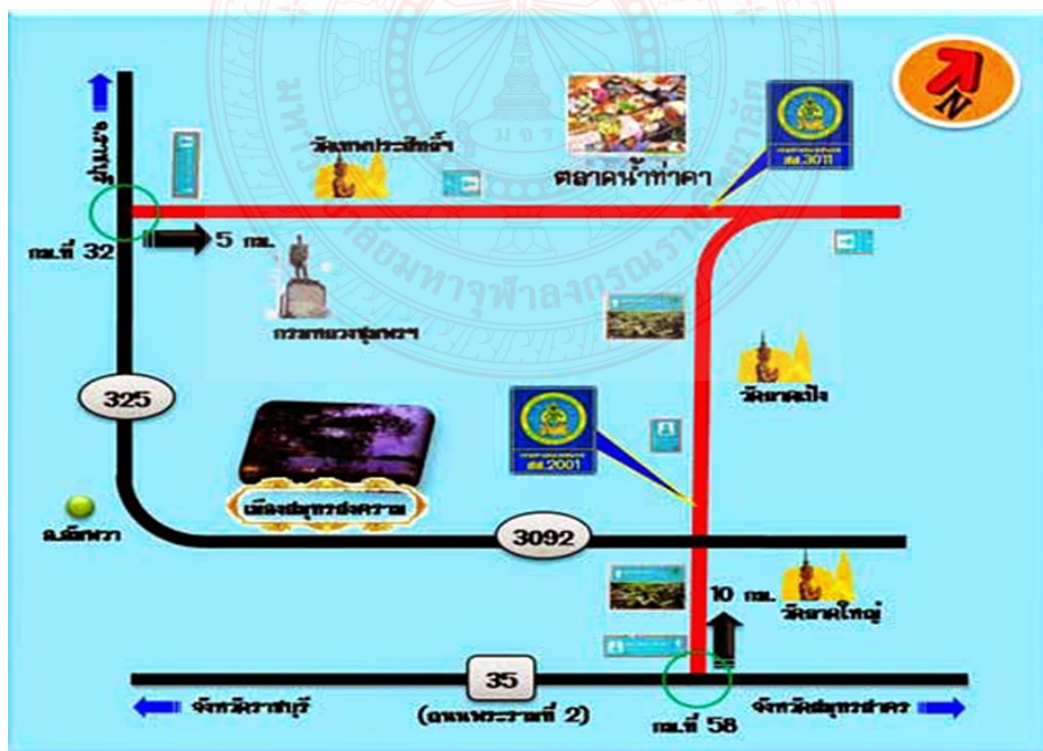
๒. จำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีมาก ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้เทศบาลมาดูแล

๓. ตลาดน้ำประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงเฉพาะเวลากลางคืน มีนักท่องเที่ยวมาชมหิ่งห้อยก็จะมีเสียงเรือแล่นรบกวน

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)

ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๕ ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม^{๔๓}



ภาพที่ ๔.๕ แผนที่เดินทางไปตลาดน้ำท่าคา

^{๔๓}Mairoopainai, ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: “ตลาดน้ำท่าคา” ตั้งอยู่ที่ ต.ท่าคา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม เปิดให้บริการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ทุกวันขึ้นหรือแรม ๒ ค่ำ, ๗ ค่ำ และ ๑๒ ค่ำ ตั้งแต่เวลาประมาณ ๐๖.๐๐-๑๒.๐๐ น.

อัตลักษณ์ ตลาดน้ำท่าคา เป็นตลาดนัดทางน้ำที่ยังคงความเป็นธรรมชาติของวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งมีอาชีพทำสวนปลูกพืชชนิดต่างๆ ชาวบ้านจะพายเรือนำผลผลิต พืชผักและผลไม้จากสวนเปิดเสาร์ อาทิตย์ และทุกวันขึ้นหรือแรม-๒ ค่ำ,๗ ค่ำ,๑๒ ค่ำ

มีคุณลักษณะ คือ ตลาดน้ำที่มีความเป็นธรรมชาติวิถีชาวบ้านคลอง ใช้เรือเป็นพาหนะ

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะ มีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ เรือพายที่พ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขายและยังผูกพันกับวิถีชีวิตชาวคลอง

สื่อที่สำคัญ: ตลาดน้ำท่าคา สัมผัสบรรยากาศคลาสสิกของการซื้อขาย แลกเปลี่ยนของชาวสวนที่ต่างพายเรือนำพืชผักผลไม้สดๆ จากสวนของตนออกมาจำหน่าย ปัจจุบันบริเวณตลาดน้ำได้มีการปรับปรุงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น มีการขยายทางปูนตีตรึมน้ำ พร้อมกับสร้างสะพานเพิ่มเติมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินสัมผัสตลาดน้ำแห่งนี้ได้ทั่วถึง นอกจากนี้ยังมีบริการล่องเรือชมสวน การสาธิตเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว การหยอดน้ำตาลมะพร้าว โดยสามารถติดต่อได้ที่ศูนย์ต้อนรับนักท่องเที่ยว บริเวณทางเข้าตลาด เปิดให้บริการทุกวันเสาร์-วันอาทิตย์ และทุกวันขึ้นหรือแรม ๒ ค่ำ ๗ ค่ำ ๑๒ ค่ำ (วันโกน) ตั้งแต่เวลา ๐๖.๐๐-๑๒.๐๐

กิจกรรม: มีบริการพายเรือชมคลอง วิถีชีวิตเรียบง่ายและสงบสุข ซ่อนตัวอยู่ในลำคลองสายเล็กๆ เชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างตลาดน้ำท่าคา (ค่าบริการสอบถามได้ที่ตลาด) ซึ่งที่นี่จะเป็นเรือพาย โดยเรือแต่ละลำจะมีคนพายให้หนึ่งคน และในเรือจะสามารถรับลูกค้าได้ตั้งแต่ ๔-๖ คน ซึ่งส่วนมากจะเริ่มต้นด้วยการชมสวน กับบรรยากาศของตลาดน้ำที่เปลี่ยนจากการยืนชมบนตลิ่ง มาเป็นการนั่งเรือผ่านกลางตลาด จากนั้นก็จะเริ่มพายเรือลัดเลาะไปตามลำคลอง ออกชอยนั้น เข้าคลองนี้ เพื่อชมความอุดมสมบูรณ์ของสวนในพื้นที่นี้ นอกจากนี้ยังมีวิถีชีวิตชาวสวนและชาวบ้านริมลำคลองให้เห็นอยู่ตลอดเส้นทาง

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คน หมุนเวียนกันมาเที่ยวมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๕๐๐ คัน สามารถติดต่อเช่าเรือพายเที่ยวชมหมู่บ้านและเรือสวนผลไม้ในบริเวณนั้นได้ เรือจะสามารถรับลูกค้าได้ตั้งแต่ ๔-๖ คน สวนสาธารณะสถานที่นั่งเล่น ก็จะเป็นบริเวณริมเขื่อน ที่มีเรือแม่ค้ามาจอดขายของ ๑๐๐-๒๐๐ คน บุคลากรของ

ตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการเป็นประจำ ส่วนใหญ่เป็นแม่ค้าพ่อค้าหรือชาวสวนที่ล่องเรือมาขายสินค้ามีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าพายเรือ/สถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP ไม่มี เป็นตลาดนัดทางน้ำที่เป็นธรรมชาติของวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งมีอาชีพทำสวนปลูกพืชชนิดต่างๆ ชาวบ้านจะพายเรือนำผลผลิต พืชผักและผลไม้จากสวน เช่น พริก หอม กระเทียม น้ำตาลมะพร้าว ฝรั่ง มะพร้าว ชมพู่ ส้มโอมายขายแลกเปลี่ยนกันเฉพาะในวัดขึ้นหรือแรม ๒ คำ ๗ คำ ๑๒ คำ (ทุกๆ ๕ วัน) จัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองไม่ระบุมีพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่ม

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

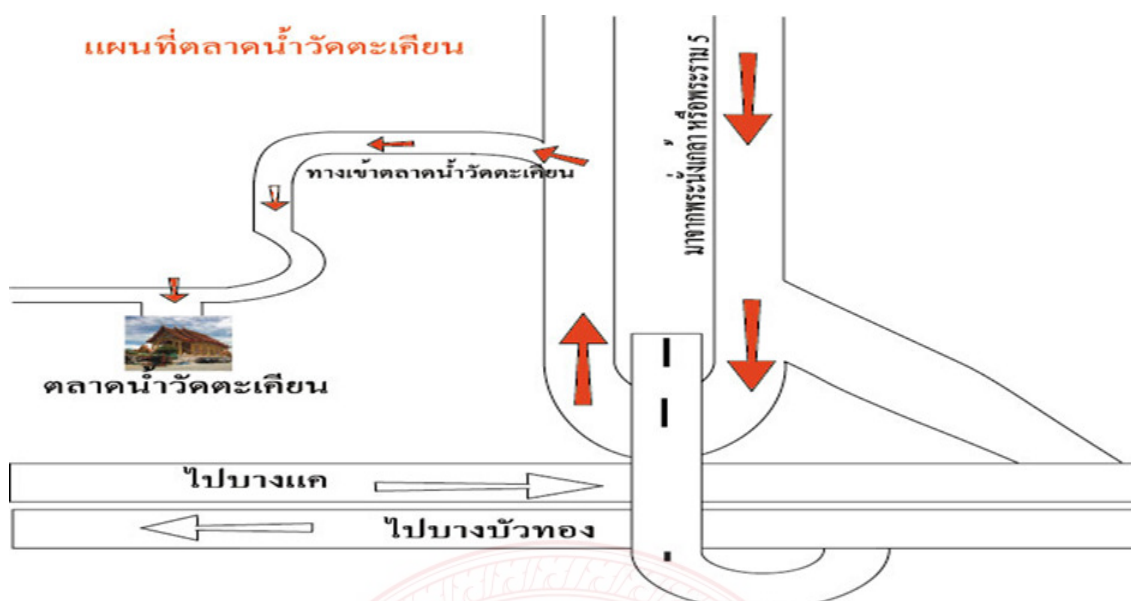
ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอ เป็นคลองเล็กไม่ใหญ่ มีแม่ค้าพ่อค้าพายเรือนำสินค้ามาขายเองเป็นเรือนที่กั้นคันดินในบริเวณสวน มีบ้านเรือนของชาวสวนไม่มากนักพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จะใช้เรือในการขนสินค้าจากในสวนของตนเองมาขาย หรืออาจจะมีสินค้าอื่นๆ ขนใส่เรือมาขายด้วยเช่นกัน วิถีชีวิตของชาวบ้านในลแวกตลาดน้ำท่ากระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามามีความสะดวกเปิดให้บริการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และทุกวันขึ้นหรือแรม ๒ คำ, ๗ คำ และ ๑๒ คำ ตั้งแต่เวลาประมาณ ๐๖.๐๐-๑๒.๐๐ น. นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาที่มีความสะดวกมาก มาทางรถยนต์เข้าถึงตลาดจำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่มีความหนาแน่นไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวัน ไม่ระบุจำนวนไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๖ ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี^{๔๔}

^{๔๔}Mairoopainai, ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.



ภาพที่ ๔.๖ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำวัดตะเคียน

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: วัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

อัตลักษณ์ ตลาดน้ำวัดตะเคียน เป็นตลาดน้ำขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในวัดตะเคียน การรวมตัวของชาวบ้านที่ปลูกผักไว้รับประทานเองแล้วนำมาจำหน่าย ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลอง

คุณลักษณะ คือวิถีชีวิตริมคลองกับวัด

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ เป็นตลาดน้ำที่อยู่ในวัดตะเคียน

สื่อที่สำคัญ: วัดตะเคียนเป็นวัดที่เก่าแก่ มีอายุนับร้อยปี คาดว่าสร้างมาก่อนสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๕ แต่วัดแห่งนี้ก็มีภิกษุมานำพรชาบังร้างบ้าง สลับกันไป จนมาถึงสมัยหลวงปู่แยม มาเป็นเจ้าอาวาส จึงได้พัฒนาวัดให้เจริญเรื่อยมาจนปัจจุบัน วัดตะเคียนมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ๙ สิ่งภายในวัด สิ่งแรกได้แก่ “พระอุโบสถหลังเก่า” คาดว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยอยุธยา มีพระพุทธรูปเก่าแก่ประดิษฐานอยู่ภายใน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ ๒ คือ “พระอุโบสถ” ซึ่งสร้างขึ้นใหม่ ภายในประดิษฐานหลวงพ่พุทธโคดมสิ่งศักดิ์สิทธิ์สิ่งที ๔ คือ “มณฑปหลวงปู่แยม” โดยสร้างเป็นรูปเคารพหลวงปู่แยมเจ้าอาวาสองค์ปัจจุบันไว้ให้ผู้คนกราบไหว้ข้างๆ กัน คือ “ศาลเจ้าแม่ประกายทองประกายมาศ” ก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของวัดตะเคียนแห่งนี้ ซึ่งชาวบ้านนิยมมาขอหวยแล้วบนด้วยเครื่องแต่งกายชุดไทย ถัดไปได้แก่ “หลวงพ่ธรรมจักร” เป็นพระยืนประดิษฐานอยู่ในวิหารหลวงพ่ธรรมจักร โดยชาวบ้านเชื่อกันว่ามีความศักดิ์สิทธิ์มาก สิ่งศักดิ์สิทธิ์สิ่งที ๗ ได้แก่ การทำพิธีถวาย

สังฆทาน นอนโลง ต่อชะตา ต่อไปย้ายไปทางด้านหน้าวัดจะมี “ต้นตะเคียน” ซึ่งมีความเก่าแก่อายุนับร้อยปีที่เหลืออยู่เพียงต้นเดียว และสิ่งศักดิ์สิทธิ์สิ่งที ๙ คือ “หลวงพ่อด” เป็นพระเก่าแก่ ซึ่งประดิษฐานอยู่ด้านนอกวัดวัดเช่นกัน ในสมัยก่อนนิยมมาบนบานสานกล่าวกันด้วยการแก้ผ้ากระโดดน้ำลงคลองด้านหน้าวัด

นอกจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้ง ๙ แล้ว ในบริเวณวัดมีรูปปั้นต่างๆมากมายทั้งรูปพระอภัยมณี สินสมุทร ผีเสื้อสมุทร ไขอ้ว ตือปวยไ่ รูปนางยักษ์คิบลูกชินจากขามก้วยเดี่ยว นอกจากนี้ยังมีรูปปั้นที่สอนในเรื่องอบายมุขต่างๆ ซึ่งพระรูปหนึ่งท่านมีฝีมือด้านนี้จึงได้ปั้นไว้ในวัดมากมาย ซึ่งก็ถือเป็นเอกลักษณ์ที่แปลกกว่าวัดอื่นๆ

กิจกรรม: “การลอดใต้โบสถ์” วัดตะเคียน ซึ่งเชื่อกันว่าโบสถ์เป็นสิ่งที่สะอาด บริสุทธิ์ การลอดสถานที่ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อล้างอาถรรพณ์และความเป็นสิริมงคลนี้ เป็นคติความเชื่ออย่างหนึ่งของคนไทยมาตั้งแต่อดีต พิธีลอดใต้โบสถ์นั้นก็โดยการตั้งจิตอธิษฐานแล้วสวดมนต์เวียนใต้โบสถ์ ๓ รอบ เพื่อความเป็นมงคลในชีวิต โดยทางเข้าด้านซ้ายมือซึ่งจะสร้างทางเข้าเป็นรูปหัวเสื่อขนาดใหญ่ ส่วนทางออกสร้างเป็นรูปมังกรขนาดใหญ่ โดยมีความเชื่อมาจากหลักฮวงจุ้ยว่าเข้าทางหัวเสื่อคือความชั่วร้ายทั้งปวงให้ขจัดปัดเป่าทิ้งไป ส่วนทางออกมังกรเป็นสัตว์ชั้นสูงตามความเชื่อจึงทำให้จิตใจบริสุทธิ์มีแต่สิ่งดีงาม

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ ๓๐๐-๕๐๐ คน มีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนวันละ จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน หรือ ๑๐๐ คันตลาดน้ำแห่งนี้ไม่มีบริการพายเรือ หรือกิจกรรมขี่จักรยานชมตลาด ที่นี่จะมีร้านค้าตั้งอยู่ริมคลองด้านหน้าวัด ซึ่งทางร้านจัดให้นั่งรับประทานอาหารและนั่งชมทัศนียภาพคลอง ซึ่งเป็นคลองเล็กๆ มีแม่ค้าจอดเรือขายของไม่มากเท่าไรส่วนใหญ่นำมาขายบนบกมีเจ้าหน้าที่ภายในบริเวณวัด ที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประมาณ ๑๐-๒๐ คน นอกนั้นก็จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มาขายของภายในตลาด ซึ่งก็สามารถสอบถามได้มีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนอยู่ในบริเวณวัด ๑ หน่วย ซึ่งเป็นระบบกระจายเสียงมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าพายเรือ/สถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP มีสินค้า OTOP ส่วนใหญ่อยู่ภายในตลาดที่วัดจัดสถานที่ไว้ให้ ซึ่งมีจำนวน ๕-๑๐ แห่ง ขายผลิตภัณฑ์ หลากหลายให้ได้ซื้อกลับเป็นของฝากตลาดน้ำจัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองมีจำนวน ๕-๑๐ แห่ง รองรับประชาชนจำนวน ๑๐๐-๕๐๐ คน หรือ ๑๐๐๐ คนตลาดน้ำจัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองมีจำนวน ๑๐-๒๐ แห่ง รองรับประชาชนจำนวน ๑๐๐-๕๐๐ คน หรือ ๑๐๐๐ คน ได้อย่างสบายๆ

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอ ภายในวัดจัดไว้ให้ เป็นจุดๆ เฉพาะให้เที่ยวชม ซึ่งมี

จำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นพืชผักผลไม้ที่ชาวสวนนำมาจำหน่าย รวมถึงพันธ์พืชและต้นไม้อาคาร สิ่งก่อสร้างมีเพียงพื่อนักท่องเที่ยว เพราะตลาดมีการสร้างขึ้นใหม่ ตั้งอยู่ภายในวัด ระยะทางของ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามามีความสะดวกสบายรถเข้าถึงวัดเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามามีความสะดวกมากจำนวนประชากรไม่เป็นอุปสรรคต่อพื้นที่ไม่มีความหนาแน่นต่อการ เดินทางมาท่องเที่ยว

๓) **ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)** จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำ จำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีไม่มากทางวัดจัดตั้งภาชนะไว้เป็นจุดๆ ซึ่งแต่ละ ร้านค้าจะรับผิดชอบขยะของตัวเองตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) **ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)** ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๗ ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี^{๔๕}



ภาพที่ ๔.๗ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำวัดบางคูเวียง

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: คลองบางคูเวียง ตำบล บางคูเวียง อำเภอ บางกรวย นนทบุรี ๑๑๑๓๐ ติดกับปาก คลองบางราวนก มาบรรจบกับคลองบางกอกน้อยและตั้งอยู่ระหว่างวัดสองวัดนั้นคือ วัดโบสถ์กับ วัดโพธิ์เอน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

^{๔๕}Mairoopainai, ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

อัตลักษณ์ ล่องเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตสองฝั่งคลอง ชมวัดโบสถ์บน กับ วัดโพธิ์เอน

คุณลักษณะ คือ ชาวบ้านนำพืชผักผลไม้ มาจำหน่าย เวลา ๖-๘ โมงเช้า

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เป็นแหล่งเรียนรู้ เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ วัดโบสถ์บน และ วัดโพธิ์เอน

สื่อที่สำคัญ: ล่องเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตสองฝั่งคลองบางคูเวียง เชื่อมกับคลองบางกอกน้อยวนเข้าคลองบางราวนกแล้วกลับมายังวัดตะเคียน โดยจะใช้เวลาล่องประมาณ ๑ ชั่วโมง ระหว่างทางจะมีบ้านเรือนเก่าๆ สองฝั่งคลอง ชมสวน ชมธรรมชาติการเดินทาง

- โดยสารเรือจากท่าหน้าวัดชะลอ อำเภอบางกรวย ใช้เวลาประมาณ ๔๕ นาที ค่าโดยสารคนละ ๕ บาท ออกทุกๆ ๑๕ นาที ระหว่าง ๐๕.๐๐-๒๐.๐๐ น.

- โดยสารเรือจากท่าหน้านทบุรี (ท่าพิบูลสงคราม ๒) ใช้เวลาประมาณ ๔๕ นาที ค่าโดยสารคนละ ๕ บาท หรือในกรณีเช่าเรือเหมาลำใช้เวลาเพียงครึ่งชั่วโมง ค่าเช่าประมาณ ๓๐๐ บาท

- เเช่าเหมาเรือจากท่าช้าง กรุงเทพฯ ใช้เส้นทางคลองบางกอกน้อย-คลองอ้อมตลาดน้ำบางคูเวียงใช้เวลาประมาณ ๑ ชั่วโมง ค่าเช่าเรือประมาณ ๓๐๐ บาท

กิจกรรม: ใส่บาตรยามเช้า มีบริการล่องเรือชมทัศนียภาพสองฝั่งคลองบางคูเวียง และคลองบางราวนก สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลองที่ยังคงดำเนินชีวิตเหมือนครั้งอดีต ชมบ้านเรือนไทยโบราณที่ยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้สองฝั่งคลอง

ศักยภาพ

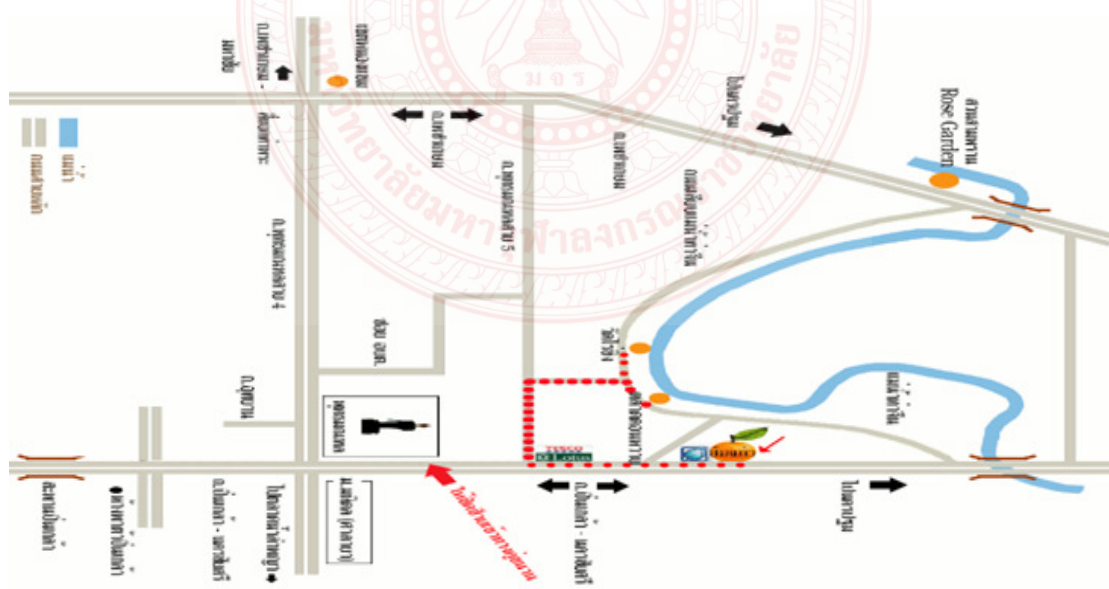
๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ ๓๐๐-๕๐๐ คนมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๑๕-๒๐ คัน หรือ ๑๐๐ คันไม่มีบริการพายเรือ ขี่จักรยาน ชมตลาดมีร้านค้าตั้งอยู่ริมคลองด้านหน้าวัด ซึ่งทางร้านจัดที่นั่งรับประทานอาหารเช้าและนั่งชมทัศนียภาพคลอง ซึ่งเป็นคลองเล็กๆ มีแม่ค้าจอดเรือขายของไม่มากเท่าไรส่วนใหญ่นำมาขายบนบกมีเจ้าหน้าที่ภายในบริเวณวัด ที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประมาณ ๑๐-๒๐ คน นอกนั้นก็จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มาขายของภายในตลาด ซึ่งก็สามารถสอบถามได้หน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนอยู่ในบริเวณวัด ๑ หน่วย ซึ่งเป็นระบบกระจายเสียงสินค้า OTOP ส่วนใหญ่อยู่ภายในตลาดที่วัดจัดสถานที่ไว้ให้ ซึ่งมีจำนวน ๕-๑๐ แห่ง ขายผลิตภัณฑ์ หลากหลายให้ได้ซื้อกลับมีสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองมีจำนวน ๕-๑๐ แห่ง รองรับประชาชนจำนวน ๑๐๐-๕๐๐ คน หรือ ๑๐๐๐ คน จัดพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองมีจำนวน ๑๐ - ๒๐ แห่ง รองรับประชาชนจำนวน ๑๐๐ - ๕๐๐ คน หรือ ๑๐๐๐ คน

๒) **ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)** ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอ ภายในวัดจัดไว้ให้ เป็นจุดๆ เฉพาะให้เที่ยวชม ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นพืชผักผลไม้ที่ชาวสวนนำมาจำหน่าย รวมถึงพันธ์พืชและต้นไม้อาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เพราะตลาดมีการสร้างขึ้นใหม่ ตั้งอยู่ภายในวัดระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกสบายรถเข้าถึงวัดเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากจำนวนประชากรไม่เป็นอุปสรรคต่อพื้นที่ไม่มีความหนาแน่นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว

๓) **ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)** จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีไม่มากทางวัดจัดตั้งภาชนะไว้เป็นจุดๆ ซึ่งแต่ละร้านค้าจะรับผิดชอบขยะของตัวเองตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) **ด้านความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)** ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๘ ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม^{๔๖}



ภาพที่ ๔.๘ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำวัดน้ำดอนหวาย

^{๔๖}Mairoopainai, ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตั้งอยู่ที่ ต. บางระทีก อ. สามพราน จ.นครปฐม ริมน้ำท่าจีน ความยาวของตลาดประมาณ ๓๐๐ เมตร อยู่ติดกับวัดคงคารามดอนหวาย

อัตลักษณ์ ตลาดมีลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่า ตั้งแต่อดีตสมัยรัชกาลที่ ๖ ที่อยู่ติดริมน้ำท่าจีน

มีคุณลักษณะ คือ อยู่ติดกับวัดคงคารามดอนหวาย

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เป็นแหล่งเรียนรู้ เข้าถึงง่ายไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ แม่น้ำนครชัยศรี-วัดไร่ขิง-มีของขายหลากหลาย

สื่อที่สำคัญ: ชม ตลาดเก่า วัดดอนหวาย อาหารอร่อย นั่งเรือชมวิถีชีวิตบ้านริมคลองล่องแม่น้ำท่าจีนชมเรือนไทยสมัยโบราณ

กิจกรรม: มีเรือให้บริการที่ดอนหวายอยู่ ๒ เจ้าด้วยกัน เจ้าแรกคือ เรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุค ที่เอาเรือเอี่ยมจันทัดแปลงตั้งโต๊ะตั้งเก้าอี้ให้นั่งกันสบายๆ พร้อมไกด์บรรยายในเรือไปด้วย เรือจะมีกัน ๒ เส้นทางด้วยกันเส้นทางแรก วัดดอนหวาย - วัดท่าพุท - วัดไร่ขิง - วังปลา ใช้เวลา ๑ ชม. ๑๕ นาที ค่าเรือถ้าผู้ใหญ่คนละ ๕๐ บาท เด็กคนละ ๒๕ บาท วันหยุดมีเรือออกกันตั้งแต่ ๙ โมงเช้าถึง ๕ โมงเย็น ออกทุกชั่วโมง ส่วนถ้ามาวันธรรมดาจะมีแค่ ๒ รอบ คือ เพียงครึ่งกับบ่ายสองโมง

ส่วนเส้นทางที่สอง จะไปไกลกว่าเส้นทางแรก คือ วัดดอนหวาย - วัดไร่ขิง - วังปลา - ลอดใต้สะพานโพธิ์แก้ว - รร.ภปร.ราชวิทยาลัย - วัดสรรเพชร - วัดเดชาอนุสรณ์ - สวนสามพราน ใช้เวลา ๒ ชม. ค่าเรือ ผู้ใหญ่ ๘๐ บาท เด็ก ๔๐ บาท เรือจะมีวันละ ๔ รอบ เริ่มรอบแรกกันตอน ๑๑ โมงเช้า แต่ถ้าเป็นวันอาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์จะมีตอน ๑๐ โมงเพิ่มอีกรอบ ส่วนรอบสุดท้าย บ่าย ๓ โมงครึ่ง

เจ้าที่สอง คือ เรือดอนหวายการท่องเที่ยว เจ้านี้จะเป็นเรือสองชั้นลำใหญ่กว่า เล่นในเส้นทางวัดดอนหวาย - วัดทรงคนอง - วัดหอมเกร็ด - วังปลา ค่าเรือ ผู้ใหญ่ ๕๐ บาท เด็ก ๒๕ บาท รอบเรือถ้าเป็นวันหยุด จะเริ่มกันตั้งแต่ ๙ โมงครึ่ง แล้วจะมีเรือออกเรื่อยๆ ทุก ๔๕ นาที ไปจนรอบสุดท้ายเวลา ๑๖.๑๕ น. แต่ถ้าเป็นวันธรรมดา จะมีเรือออกรอบเดียวตอน ๑๒.๓๐ น. อีกเจ้าหนึ่งคือ เรือดอนหวายการท่องเที่ยว เจ้านี้จะเป็นเรือสองชั้นลำใหญ่กว่าเจ้าแรก เล่นในเส้นทางวัดดอนหวาย - วัดทรงคนอง - วัดหอมเกร็ด - วังปลา ค่าเรือ ผู้ใหญ่ ๕๐ บาท เด็ก ๒๕ บาทรอบเรือถ้าเป็นวันหยุด จะเริ่มกันตั้งแต่ ๙ โมงครึ่ง แล้วจะมีเรือออกเรื่อยๆ ทุก ๔๕ นาทีไปจนรอบสุดท้ายเวลา ๑๖.๑๕ น. แต่ถ้าเป็นวันธรรมดา จะมีเรือออกรอบเดียวตอน ๑๒.๓๐ น.

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสูงสุดวันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คนมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คัน หมุนเวียนกันเข้าออกมีเรือให้บริการที่ดอนหวายอยู่ ๒ เจ้าด้วยกัน เจ้าแรกคือ เรือศรีสวัสดิ์ย้อนยุค ที่เอาเรือเอี่ยมจูนมาดัดแปลงตั้งโต๊ะตั้งเก้าอี้ให้นั่งกันสบาย สวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนบริเวณวัดและแพริมแม่น้ำบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการไม่ระบุจำนวนมีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไว้ ๑ หน่วยมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าเรือพาย/สถานที่ที่เป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้าOTOP มีพ่อค้า แม่ค้า นำสินค้า และอาหารมาจำหน่ายในบริเวณวัดดอนหวาย มีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตรที่วัดดอนหวายทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๗.๐๐-๑๘.๐๐ น.จัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวนไม่ระบุจำนวนมีพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองไม่ระบุจำนวน

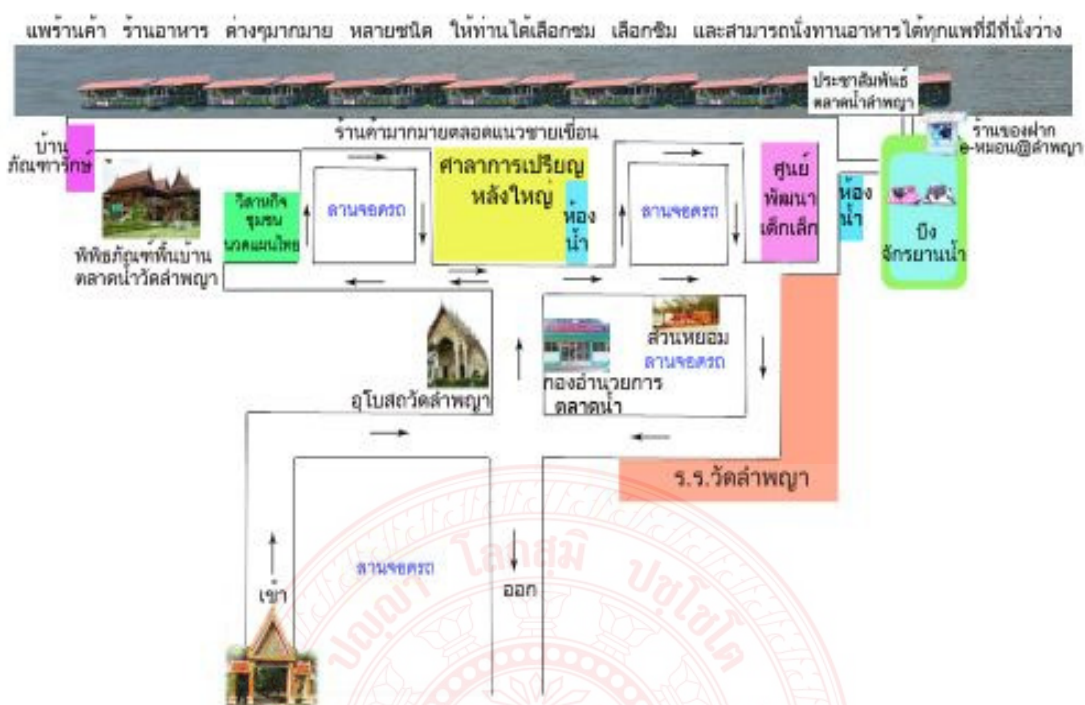
๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอมากสำหรับนักท่องเที่ยวอาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวตลาดมีลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่าๆ ตั้งแต่อดีตสมัยรัชกาลที่ ๖ ที่อยู่ติดริมแม่น้ำท่าจีนระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากจำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่มีความหนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีมากพอสมควรแต่ก็มีการจัดเก็บขยะที่ดีตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) ด้านความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๙ ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม^{๔๗}



ภาพที่ ๔.๘ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำลำพญา

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เปิดวันเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลาประมาณ ๐๖.๐๐-๑๕.๐๐ น. จุดลงเรือ : หน้าวัดลำพญา ค่าเรือแพคนละ ๕๐ บาท ค่าเรือแจวคนละ ๒๕ บาท ให้บริการเฉพาะวันเสาร์ - อาทิตย์ ติดต่อเรือที่หน้าวัด

อัตลักษณ์ : ตลาดที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา ที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ก็คือ หลวงพ่อมงคลมอลานิมิต พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลงพอกปูนและปิดทองทับไว้อย่างสวยงาม

คุณลักษณะ คือ ประดิษฐานพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ หลวงพ่อมงคลมอลานิมิตเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะ มีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไปมาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลงพอกปูนทับไว้ (ปิดทอง)

^{๔๗}Mairoopainai, ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

สื่อที่สำคัญ: ได้แก่ พระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์คือ หลวงพ่อมงคลมัลลานิรมิต พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลงพอกปูนและ ปิดทองทับไว้อย่างสวยงาม ตลาดน้ำลำพญา จะมีชุมชนบ้านบางภาษี ที่ปัจจุบันมีการทำหัตถกรรมจากผักตบชวานำมาประดิษฐ์สานเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ นอกจากนี้มีสินค้าจากโรงงาน เช่น กระจ่างให้เลือกซื้อ หรือชมบ้านทรงไทยดำ อนุสรณ์สถานกรมหลวงนครชัยศรีสุรเดช และวัดบางพระ ซึ่งเป็นที่จำพรรษาของหลวงพ่อก็คือ เกจิอาจารย์ชื่อดังองค์หนึ่งของประเทศไทย ชาวบ้านเล่าว่าหากมาล่องเรือที่ตลาดน้ำวัดลำพญา ในช่วงหน้าหนาว จะมีโอกาสได้เห็นนกปากห่างนับพันตัวลงมากินเป็นอาหาร เป็นภาพชีวิตที่เสกสรรโดยธรรมชาติ ทำให้นักถึงคนสมัยก่อนที่มีวิถีชีวิตผูกพันกับสายน้ำ และตกทอดมาถึงรุ่นปัจจุบัน ไม่ว่าที่ใดผู้คนยังนิยมปลูกสร้างบ้านเรือนริมน้ำคง เพราะให้ความรู้สึกสดชื่น ยามได้นั่งชมแสงสีทองของอาทิตย์ยามเย็นที่งามจับตา ความร่มรื่นของลำพญาชวนให้หลงใหล เมื่อเรือผ่านสถานที่ต่างๆ

กิจกรรม: มีบริการเรือยนต์ลากแพล่องแม่น้ำท่าจีนไปยังวัดสุขวัฒนาราม หรือจะนั่งเรือแจวแบบได้บรรยากาศแม่น้ำ นมัสการศาลเจ้าอาม่า ศาลศักดิ์สิทธิ์ ประจำตำบลลำพญาพร้อมชมธรรมชาติริมฝั่งแม่น้ำที่มีพันธุ์ไม้ท้องถิ่นและใกล้สูญพันธุ์ เช่น สะตือ แพงหวายเรือยนต์ลากแพ จากตลาดน้ำลำพญาล่องไปตามสายน้ำ ผ่านโรงสีข้างร้างเก่าแก่ที่คงไว้ไม่รื้อถอนแม้จะอยู่ในสภาพที่ทรุดโทรม ถัดมาอีกประมาณ ๑๐๐ เมตร เป็นที่ตั้งของบ้านกำนันตำบลลำพญา ตกแต่งบ้านด้วยวัสดุและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ความสำนึกรักษ์ธรรมชาติ เกิดเรื่องราวให้ได้เล่าถึงยามล่องตามลำน้ำสายนี้

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ(Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คน ตลาดน้ำที่มีจอดรอไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ มีบริการเรือยนต์ลากแพล่องแม่น้ำท่าจีนไปยังวัดสุขวัฒนาราม หรือจะนั่งเรือแจวแบบได้บรรยากาศแม่น้ำสวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนได้วันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คน บุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการอยู่เป็นประจำ มีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชน ๑ หน่วยมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าเรือพาย/สถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP จำนวน ๑๕ แพร จัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวน ๑๕ แพร ตลอดแนวโค้งน้ำมีระยะยาวกว่า ๒๗๐ เมตร รองรับประชาชนจำนวนวันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คนต่อวัน / มีพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มและรองรับประชาชนไม่ระบุจำนวน

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่มีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ถึง จำนวน๑๕ แพร ตลอดแนวโค้งน้ำมีระยะยาวกว่า ๒๗๐ เมตร แต่ละแพจะมีเรือแจวขนาดเล็กนำ อาหารคาว หวาน พืช ผัก ผลไม้ประจำท้องถิ่น พายเรือมาเสนอขายให้นักท่องเที่ยวอาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพื่อนักท่องเที่ยวมีชุมชนบ้านบางภาษี ที่ปัจจุบันมีการทำหัตถกรรมจากผักตบชวานำมาประดิษฐ์สานเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ นอกจากนี้มี

สินค้าจากโรงงาน เช่น กระจกให้เลือกซื้อ หรือชมบ้านทรงไทยดำระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากจำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่มีความหนาแน่นไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) **ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)** จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีมากแต่ก็มีเทศบาลมาคอยเก็บขยะให้โดยเสียเป็นรายปีตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) **ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)** ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๑๐ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี^{๔๘}



ภาพที่ ๔.๑๐ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

^{๔๘} Mairoopainai, ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

อัตลักษณ์: ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำที่เก่าแก่นับร้อยกว่าปี เป็นหนึ่งในคำขวัญของราชบุรี คือ “คนสวยโพธาราม คนงามบ้านโป่ง เมืองโอ่งมังกรวัดขนอนหนึ่งใหญ่ตื่นใจถ้างามตลาดน้ำดำเนิน เพลินค้ำคาร้อยล้าน ย่านยี่สกปลาดี”

คุณลักษณะ คือ ตลาดเก่าแก่กว่า ๑๐๐ ปี

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประจำจังหวัด มีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เป็นแหล่งเรียนรู้ เข้าถึงง่าย ไปมาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ โอ่งมังกร วัดขนอนใหญ่ มีถ้ำงามค้ำคาร้อยล้าน และปลายี่สก

สื่อที่สำคัญ: ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำที่เก่าแก่นับร้อยกว่าปีของไทยและมีชื่อเสียงไปไกลถึงต่างประเทศ ใช้เป็นฉากหนังหรือถ่ายแบบในหลายครั้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวกตั้งอยู่ใน จังหวัดราชบุรี และยังเชื่อมโยงไปถึง จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม ทำให้ประชาชนในจังหวัด ราชบุรี สมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงครามติดต่อถึงกันโดยสะดวก

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะเริ่มค้าขายกันตั้งแต่ ๐๕.๐๐-๑๒.๐๐ น. สินค้าที่มีให้เลือกซื้อ ก็จะมีทั้งของกิน ของใช้ และของที่ระลึกมากมาย รวมถึงสินค้าหัตถกรรม ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ เป็นตลาดน้ำที่มีมนต์ขลัง เพราะเป็นตลาดน้ำที่เป็นวิถีชีวิตจริง มีพ่อค้าแม่ค้าที่นี่ยังคงนำผลไม้จากสวนมาขายหรือรับมาจากที่อื่น ถึงแม้บางอย่างจะเปลี่ยนไปบ้าง แต่ก็ยังเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นตลาดที่ไม่เคยมีช่วง Low season ไม่ว่าจะผ่านมาก็ปีก็ยังคึกคักเหมือนเดิม ตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะมีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือมาขายของในช่วงเวลาประมาณ ๙.๓๐น. ตลาดเริ่มคึกคัก ช่วงเวลาแนะนำคือ ๘.๓๐-๑๒.๐๐น. ช่วงเช้าเวลาไม่เกิน ๑๐ โมงเช้า จะเป็นช่วงที่แม่ค้าเรือพายขายผลไม้กันสบายๆ แต่ถ้าเลยช่วงเวลา ๑๐ โมงไปแล้ว จะมีเรือยนต์มาเสริมจากทั่วต่างชาติที่เข้ามาชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากมาย หลังจากเวลา ๑๐ โมงเช้าผ่านไป รถทัวร์จากกรุงเทพฯ จะมาแวะที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก พานักท่องเที่ยวมาล่องเรือ ก่อนที่จะเดินทางต่อไปทางภาคใต้ หรือ จังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

กิจกรรม: เมื่อมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกเดินชมตลาดน้ำบนบก ลงเรือชมบรรยากาศ ชมวิถีชีวิตริมฝั่งคลอง พาไปดูสวน การทำน้ำตาลสด ใช้เวลาประมาณ ๔๕ นาที สามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ ศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอดำเนินสะดวก ห่างจากตลาดน้ำดำเนินสะดวกออกมาประมาณ ๑ กิโลเมตร มีการบริการนั่งช้าง ชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีสถานีตำรวจคอยให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทางด้านภาษาและคอยตรวจ สอบทางด้านราคาสินค้าให้แก่ นักท่องเที่ยว ทางด้านอาหาร มีเรือบริการพายมาขายตามข้างทาง ทางด้านการเงินมีธนาคาร กรุงไทย และ ธนาคารอยุธยา บริการทางด้านการเงินสำหรับการแลกเปลี่ยนเงินตราและการตรวจสอบอัตรา การแลกเปลี่ยนเพื่อให้นักท่องเที่ยว เลือกซื้อของกินหลากหลาย ที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือมาขาย มีทั้งผลไม้ และงานหัตถกรรมของที่ระลึกมากมาย ตลอดสองฝั่งคลอง มีผลไม้ไทย เป็นที่ชื่นชอบของ

ชาวต่างชาติ มีผลไม้ขายตามฤดูกาลมากมายหลายชนิด ที่ขึ้นชื่อคือ มะพร้าว น้ำหอมดำเนินสะดวก โขวร์การทำน้ำตาลมะพร้าว ที่เตาตาลบั้งและ ที่นี้มีการทำน้ำตาลมะพร้าวทุกวัน ทำวนไปตลอดเวลา ร้านแกลอรี่ขายภาพหลายร้าน นับเป็นแหล่งรวมแกลอรี่ที่ใหญ่ที่สุดของราชบุรี โดยภาพที่มีชื่อเสียงคือ ภาพจากร้านศุภชัยแกลอรี่ เป็น ภาพวาดวิถีชีวิตชาวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ชาวต่างชาติซื้อกลับไปเป็นจำนวนมาก^{๔๙}

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ ๕๐๐-๓๐๐ วัน ตลาดน้ำมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๕๐๐-๓๐๐ วัน ตลาดน้ำมีบริการ พาหนะท่องเที่ยวมาล่องเรือ ชมวิถีชีวิตริมฝั่งคลอง พาไปดูสวน การทำน้ำตาลสดสถานที่ (ที่นั่งเล่น, สวนสาธารณะ) ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเดินชมตลาดน้ำบนบก ชมวิถีชีวิตริมฝั่งคลอง บุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการไม่ระบุจำนวนมีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไว้ ๑ หน่วยพ่อค้าแม่ค้าพายเรือมาขายมีทั้งผลไม้ และงานหัตถกรรมของที่ระลึกมากมาย ตลอดสองฝั่งคลอง มีผลไม้ไทย เป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติ มีผลไม้ขายตามฤดูกาลมากมายหลายชนิดตลาดน้ำส่วนใหญ่อยู่บนเรือทั่วไปจัดพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเอง

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีพื้นที่ ๑๙๘.๙๗ ตารางกิโลเมตรประชากรดั้งเดิมของชุมชนดำเนินสะดวก ตลาดน้ำจะเกิดขึ้นในจุดที่มีผู้คนอยู่หนาแน่น เป็นเรือนไม้ริมคลอง ที่เป็นคนไทยและชาวมอญบางส่วนที่อพยพมาจาก จังหวัดราชบุรีอาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอนักท่องเที่ยวมากระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากจำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำมาก

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)

จำนวนการเข้าออกของรถยนต์ท่องเที่ยว ไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีมาน้อยเป็นบางวัน ส่วนใหญ่แม่ค้าพ่อค้าร่วมกันรับผิดชอบ และทางตลาดก็มีที่ไว้ให้ทิ้งขยะเป็นจุดๆ เช่นกันตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)

ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบต่อด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

^{๔๙} มณีวรรณ ผิวนิม และปรารถนา จันทร์พันธุ์, การพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยวกรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๖).

๔.๑.๑๑ ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา^{๕๐}

ภาพที่ ๔.๑๑ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำอโยธยา

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตลาดน้ำอโยธยา ๖๕/๑๒ หมู่ ๗ ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อัตลักษณ์: นั่งเรือรอบตลาด ชมการแสดงละครประวัติศาสตร์ ช้างคูเมืองเก่า นั่งเกวียนเทียมวัวชมโบราณสถาน ศึกษาเชิงอนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรมไทยตั้งแต่สมัยอยุธยาทั้งด้านการแต่งกาย สถาปัตยกรรมที่งดงาม

คุณลักษณะ คือ ตลาดน้ำท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไปมาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ การแต่งกาย สถาปัตยกรรมที่งดงาม

สื่อที่สำคัญ: ได้แก่ จุดเด่นเรื่องหนึ่งที่ตลาดน้ำอโยธยาได้นำมารวบรวมไว้ที่นี่ คือการนำชื่ออำเภอทั้งหมดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมด มาตั้งเป็นชื่ออาคาร สถานที่ เพื่อให้ผู้ที่มาเยือนได้

^{๕๐} Mairoopainai, ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

รู้จักสินค้าของแต่ละอำเภอ และสามารถจดจำชื่ออำเภอต่างๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้เป็นอย่างดี

กิจกรรม: ตลาดน้ำอโยธยา อยู่ที่เดียวกับปางช้างอโยธยา (ช้างวัดมเหยงคณ์) มีบริการขี่ช้างดูเมืองเก่า และโบราณสถานที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ มีบริการนั่งช้างลุยน้ำ เข้าป่า ชมนกป่า หลากหลายชนิดชมโบราณสถาน ไหว้พระวัดมเหยงคณ์ บริการนั่งเกวียนเทียมวัวชมโบราณสถาน นั่งเรือชมบรรยากาศของตลาดน้ำให้นักท่องเที่ยวได้นั่งเรือชมตลาดน้ำได้อย่างทั่วถึงและได้บรรยากาศไปอีกแบบ โดยจะตั้งอยู่ในโซนทางเข้า หน้าตลาด เดินชมถ่ายรูปตามมุมและร้านค้าต่างๆ ตลาดน้ำอโยธยา มีมุมสวย น่ารัก ให้เลือกมากมาย มีสินค้านานาชนิดให้เลือกมากมายหลากหลายร้านค้า ตั้งแต่สินค้าอินทรานด์ เก๋ไก๋ เสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า และสินค้าประเภท OTOP เครื่องจักสาน มีดอรัญญิก หรืองานหัตถกรรมประเภทเฟอร์นิเจอร์ ของเก่า งานศิลป์ สปา และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ฯลฯ ร้านขายของเก่า เครื่องเงิน เครื่องประดับ งานเขียน ยาสมุนไพร สินค้า ที่ระลึก เครื่องจักสาน สินค้า hand made ผ้าบาติก งานไม้จากกะลา งานแจกัน สปา งานไม้ตกแต่งบ้าน ฯลฯ ชมการแสดงพื้นบ้านและกิจกรรมต่างๆ การแสดงพื้นบ้านจะแบ่งเป็นรอบๆ นอกจากนี้ตลาดน้ำอโยธยายังมีกิจกรรมมากมายทั้งเวทีการแสดงพื้นบ้านต่างๆ รอบตลาดการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย อาทิ โขน รำไทย เพลงฉ่อย เพลงละคร Hilight ยามค่ำคืนกับการแสดง มินิ ไลท์ แอนด์ ซาวน์ โดยในวันธรรมดามี ๓ รอบ วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ๔ รอบ เปิดทุกวันตั้งแต่วันจันทร์-อาทิตย์ เวลา ๑๐.๐๐น.-๒๑.๐๐ น.

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละ ๑,๐๐๐ คนมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๓๐๐-๕๐๐ หรือ ๑,๐๐๐ คัน หมุนเวียนการจอดมีบริการมีบริการนั่งเรือแจว นั่งได้ ๕-๑๐ คนต่อลำมีร้านค้ามากถึง ๒๔๙ ร้าน ประกอบ ด้วยเรือสินค้า ขายอาหาร ๕๐ ลำ ตลาดนัดชุมชนวิถีไทย กว่าอีก ๔๐ ร้าน และร้านค้าต่างๆ อีก ๑๕๙ ร้าน มีสะพานเดิน ริมแม่น้ำเพื่อเลือกซื้อสินค้าจากกลุ่มชาวบ้านต่างอำเภอ หรือสินค้ามากมายหลากหลายชนิดบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการ ๒๐๐-๓๐๐คนมีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไว้ที่หน่วย ๓ หน่วยมีสินค้านานาชนิดให้เลือกมากมายหลากหลายร้านค้า เสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า และสินค้าประเภท OTOP เครื่องจักสาน มีดอรัญญิก หรืองานหัตถกรรมประเภทเฟอร์นิเจอร์ ของเก่า งานศิลป์ สปา และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ฯลฯ ร้านขายของเก่า เครื่องเงิน เครื่องประดับ งานเขียน ยาสมุนไพร สินค้า ที่ระลึก เครื่องจักสาน สินค้า hand made ผ้าบาติก งานไม้จากกะลา งานแจกัน สปา งานไม้ตกแต่งบ้าน ฯลฯ ชมการแสดงพื้นบ้านและกิจกรรมต่างๆ มากจัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่ม

เองไม่ระบุจำนวนมีพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

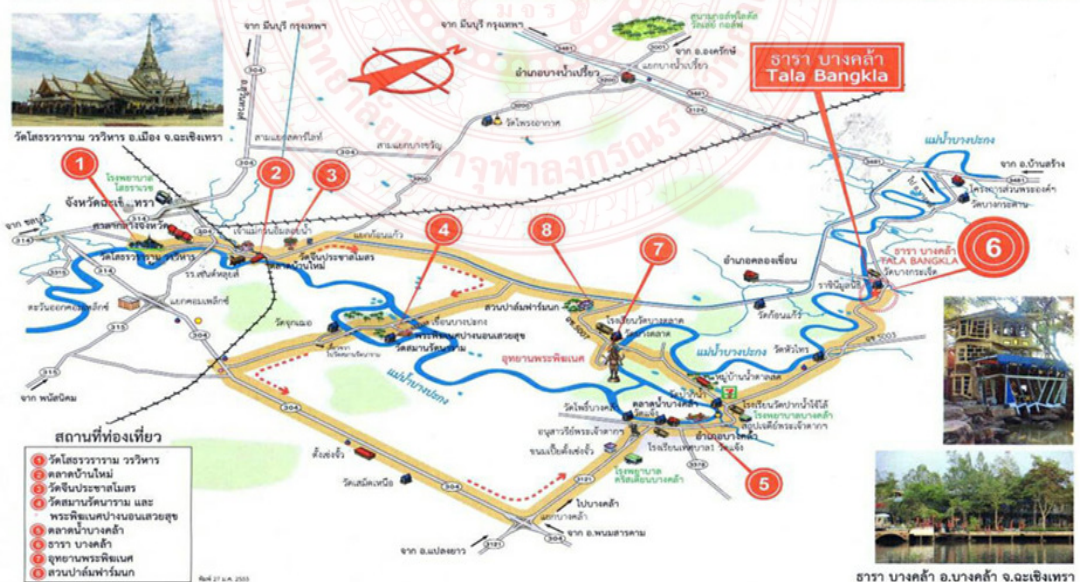
๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ตลาดน้ำอโยธยา แหล่งท่องเที่ยว บนเนื้อที่ ๖๐ ไร่ ตั้งอยู่ที่เดียวกับปางช้าง อโยธยาข้างวัดมเหยงคณ์มีร้านค้ามากถึง ๒๔๙ ร้านระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกสบายจำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่มีความหนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์จะมีคนแน่นมากเพราะมาดูการแสดงมินิ ไลท์ แอนด์ ซาวน์

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) จำนวนการเข้าออกของรถยนต์นักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำมีมากจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีมาก ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการโดยมีเทศบาลมาจัดเก็บขยะและเสียค่าเก็บเป็นรายปีตลาดน้ำประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงเฉพาะเวลาแสดงมินิ ไลท์ แอนด์ ซาวน์

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวมาก

๔.๑.๑๒ ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา^{๕๑}

แผนที่แสดงเส้นทาง ธารา บางคล้า (วัดโสธรวราราม) และโครงข่ายสถานที่ท่องเที่ยว



ภาพที่ ๔.๑๒ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำบางคล้า

^{๕๑}Mairoopainai, ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตลาดน้ำบางคล้า ทางที่สะดวกคือทางหลวงหมายเลข ๓๐๔ ฉะเชิงเทราพนมสารคาม สี่แยกเข้าอำเภอบางคล้าเลียวย้าย เข้าตัวอำเภอไปให้สุดถนนแล้วเลียวยว จากนั้นจะมีป้ายบอกให้เลียวย้ายเข้าตลาดน้ำบางคล้าใกล้วัดแจ้ง (ทางเดียวกับสถูปพระเจ้าตากสิน และวัดปากน้ำโจ้โล้)

อัตลักษณ์: ตลาดน้ำบางคล้า ตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงของอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีลักษณะเป็นโป๊ะที่ยื่นลงสู่แม่น้ำ บางปะกง

มีคุณลักษณะ คือมีทัศนียภาพที่สวยงาม ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง และป่าชายเลน

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะ มีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไปมาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ ป่าชายเลนที่มีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา

สื่อที่สำคัญ: ได้แก่ ตลาดน้ำบางคล้า ยังมีความพิเศษในเรื่องทัศนียภาพที่สวยงามริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็น ป่าชายเลนที่มีทรัพยากรธรรมชาติอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นกุ้ง ปลา พันธุ์ไม้ต่างๆ หรือแม้แต่วิถีชีวิตของชาวบ้าน ริมฝั่งแม่น้ำที่มีการดักลอบปลาหรือพายเรือจับปลา จับกุ้ง เป็นต้น

กิจกรรม: นอกจากนี้ที่ตลาดน้ำบางคล้า มีบริการนั่งเรือเที่ยวแม่น้ำบางปะกงรอบเกาะลัดเกาะน้ำจืดพื้นที่ ๒,๗๐๐ ไร่ ล้อมรอบด้วยแม่น้ำบางปะกง ในทางฮวงจุ้ยถือว่าแม่น้ำบางปะกงคือมังกรใช้เวลาประมาณ ๑-๒ ชั่วโมง ค่าบริการเหมาลำ ๓๐๐ บาท นั่งได้ ๑๐ คน ถ้าไปแบบเที่ยวคิดราคาผู้ใหญ่ ๖๙ บาท เด็ก ๓๐ บาท จะมีมัคคุเทศก์ตัวน้อยน่าเอ็นดู ๒ คน ตั้งใจบรรยายสถานที่ที่น่าสนใจตามรายการ อาทิ ศาลหลักเมือง โรงไม้ยั้งยงพานิช วัดปากน้ำโจ้โล้ บ้านเก่าแก่ ๔ หลัง แยกน้ำวนกัน หอยที่น่าหวาดเสียว เรือแจวจอดให้ชม วัดโพธิ์บางคล้า ในบริเวณวัดมีค้างคาวแม่ไก่เป็นจำนวนมาก ห้อยหัวอยู่บนต้นไม้ วัดนี้สร้างขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย เมื่อ พ.ศ.๒๓๐๙ พระเจ้าตากสินนำกองกำลังฝ่าวงล้อมกองทัพพม่าจากกรุงศรีอยุธยา ได้สู้รบกับพม่าครั้งสุดท้ายที่ปากน้ำโจ้โล้ ห่างจากวัดประมาณ ๑ กิโลเมตร และได้มาพักทัพที่วัดแห่งนี้ ก่อนเดินทางไปเมืองจันทบูร ชมวัดแล้วล่องเรือต่อไปขึ้นที่ ตลาดบ้านเกาะลัด ชมและเลือกซื้อสินค้าพื้นบ้าน เช่น ใช้เวลาประมาณ ๒ ชั่วโมง ค่าบริการ สำหรับการเหมาลำ ๓๐๐ บาท ๑๐ คน ถ้าไปแบบเที่ยวคิดราคาผู้ใหญ่ ๖๙ บาท เด็ก ๓๐ บาท โดยนอกจากจะได้ สัมผัสชีวิตริมน้ำแล้ว เรือยังแจวจอดที่ วัดโพธิ์-บางคล้า ,พระสถูปเจดีย์พระเจ้าตากสินมหาราชอีกด้วย ตลาดน้ำบางคล้า เปิดวันเสาร์-อาทิตย์ ๘ โมงเช้าถึง ๖ โมงเย็น และวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่อเนื่องชมวัดแล้วล่องเรือต่อไปขึ้นที่ ตลาดบ้านเกาะลัด ชมและเลือกซื้อสินค้าพื้นบ้าน เช่น หมวกสานตาลี่ที่ชาวบ้านเรียกว่า “กวยละ” คนบนเกาะเล่าให้ฟังว่าตกค่าจะมีหิ้งห้อยตัวโตที่เรียกกันว่า “หิ้งถ่วง” จำนวนมากมารวมตัวกันที่ต้นลำพูริมน้ำ ส่องสว่างเรืองรอง ใครที่สนใจจะมานั่งชมหิ้งห้อย หรือล่องเรือตกกุ้ง ที่นี้มีโฮมสเตย์เกาะลัดแท้ๆ แบบที่ชาวบ้านแบ่งให้นักท่องเที่ยว

พัก บรรยากาศเงียบสงบและบริสุทธิ์มากมะม่วง ผลไม้ขึ้นชื่อของที่นี่ โดยเฉพาะมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง หวานหอมจนชื่อดังไปไกลถึงต่างประเทศ น้ำตาลสด หอมกลิ่นไม้ไผรมควันที่ไม่เหมือนใคร น้ำตาลปึก มีเอกลักษณ์หยอดพิมพ์แล้วนำมาตัดเป็นท่อนๆ ไข่โป้วสามรส เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน และหมวกกุงล้วย

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ ๑๐๐๐ คนวัน/ตลาดน้ำมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๓๐๐-๕๐๐ คันมีบริการพายเรือ มีบริการนั่งเรือเที่ยวแม่น้ำบางปะกงรอบเกาะลัดเกาะน้ำจืดพื้นที่ ๒,๗๐๐ ไร่ ล้อมรอบด้วยแม่น้ำบางปะกง ใช้เวลาประมาณ ๑-๒ ชั่วโมง ค่าบริการเหมาลำ ๓๐๐ บาท นั่งได้ ๑๐ คน ถ้าไปแบบเที่ยวคิดราคาผู้ใหญ่ ๖๙ บาท เด็ก ๓๐ บาทสวนสาธารณะที่นั้งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชน ๒๐๐-๓๐๐ คน เพราะเป็นแพที่อยู่บนน้ำ บุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการไม่ระบุจำนวนมีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไม่ระบุจำนวน มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก มะม่วง ผลไม้ขึ้นชื่อของที่นี่ โดยเฉพาะมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง น้ำตาลสด ไม้ไผรมควันที่ไม่เหมือนใคร น้ำตาลปึก มีเอกลักษณ์หยอดพิมพ์แล้วนำมาตัดเป็นท่อนๆ ไข่โป้วสามรส เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน และ หมวกกุงล้วยจัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองมีจำนวนมากโดยประมาณ ๑๐ กว่าแห่ง เพื่อรองรับประชาชนที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า มีลักษณะเป็นโป๊ะยื่นลงสู่แม่น้ำบางปะกง มีเรือมาจอดขายสินค้าเรียงแถวกันเต็มทั้ง ๓ โปะะ รองรับประชาชนได้ ประมาณ ๒๐๐-๓๐๐ คน ซึ่งหมุนเวียนกันเข้ามาเที่ยว

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวอาคารสิ่งก่อสร้างมีบ้านเก่าแก่ ๔ หลังเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า มีลักษณะเป็นโป๊ะยื่นลงสู่แม่น้ำบางปะกง มีเรือมาจอดขายสินค้าเรียงแถวกันเต็มทั้ง ๓ โปะะระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกทางที่สะดวกคือทางหลวงหมายเลข ๓๐๔ ฉะเชิงเทราพนมสารคามเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกทางหลวงหมายเลข ๓๐๔ ฉะเชิงเทราพนมสารคาม สี่แยกเข้าอำเภอบางคล้า เลี้ยวซ้าย เข้าตัวอำเภอไปให้สุดถนนแล้วเลี้ยวขวา จากนั้นจะมีป้ายบอกให้เลี้ยวซ้ายเข้าตลาดน้ำบางคล้าใกล้วัดแจ้งจำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)

จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีไม่มาก ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการโดยการวางที่ใส่ขยะไว้เป็นที่สำหรับใส่ขยะ ทั้งนี้จะมีเทศบาลมาทำการช่วยเก็บขยะเป็นเวลาตลาดน้ำไม่มีปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงมากนัก

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)
ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบต่อด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๑๓ ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์^{๕๒}



ภาพที่ ๔.๑๓ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม ๘๘/๘ ม.๑๓ ถ.หนองหอยทับใต้ ต.ทับใต้ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

อัตลักษณ์: ที่เรียกว่าตลาดน้ำสามพันนามก็เพราะว่าพื้นที่บริเวณนี้ โอบล้อมไปด้วยขุนเขา และติดแหล่งน้ำธรรมชาติ “ลำห้วยสามพันนาม”

คุณลักษณะ คือ ตลาดกว้างกว่า ๑๐๐ ไร่ มีสถาปัตยกรรมแบบวิคตอเรีย

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ สถาปัตยกรรมแบบวิคตอเรีย

สื่อที่สำคัญ: ได้แก่ บทความและเรื่องราวท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพักหัวหินหลักร้อย ดูผีเสื้อแก่งกระจาน เขื่อนน้ำตกป่าละอู เพลินวานเพลินใจที่หัวหิน เขียว “หัวหิน” จบที่ “เพลินวาน” “หัวหิน” ทะเลยอดฮิต

^{๕๒} Mairoopainai, ตลาดน้ำหัวหินสามพันนามจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

กิจกรรม: ที่น่าสนใจ สะดุดตามีมากมายให้เราได้ใช้เวลากัน เช่น การซื้อปิ้งเลือกซื้อของฝากทั้งของกิน และของใช้นั่งเรือเที่ยว ปั่นจักรยานน้ำ ให้นมแพะ มุมถ่ายรูปหลากหลาย โล้ชิงช้า “ชิงช้าปลายหาด” (แบบชาวเขา) นั่งรถไฟเที่ยวโดยรอบ ซี่ม้าถ่ายรูป เลี้ยงช้าง (ให้อาหารช้าง)นั่งรถไฟเที่ยวโดยรอบให้อาหารปลาสาวน้อยตกหาด พื้นที่ของตลาดน้ำสามพันนาม ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า ๑๐,๐๐๐ คน/วัน ที่จอดรถกว้างขวางจุได้กว่า ๑,๐๐๐ คัน

ศักยภาพ

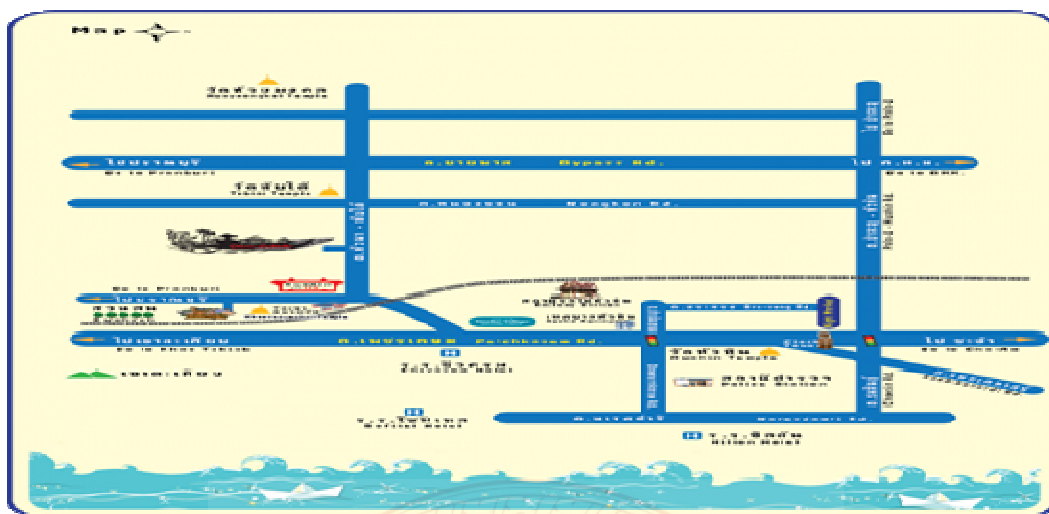
๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)
สามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุดวันละ มากกว่า ๑๐,๐๐๐ คน/วันที่มี จอดรถกว้างขวางจุได้กว่า ๑,๐๐๐ คันมีบริการพายเรือ เรือขายสินค้า ๔๐ ลำสวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนมากกว่า ๑๐,๐๐๐ คนบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการ ๑๐๐-๒๐๐ คนมีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชน ๓ หน่วยมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่า พายเรือ/สถานที่ที่เป็นพื้นที่ OTOP มีร้านค้ามากกว่า ๒๕๐ ร้านจัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองไม่ระบุจำนวน จัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเอง

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)
เป็นตลาดน้ำที่กว้างใหญ่กว่า ๑๐๐ ไร่ เป็นสถาปัตยกรรมแบบ “วิคตอเรีย” ในรูปแบบของรัชกาลที่ ๖ การเดินทางไปตลาดน้ำหัวหินสามพันนามตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จะใช้เส้นทางเดียวกับวัดห้วยมงคล โดยปากทางเข้า จะอยู่ฝั่งตรงข้ามกับซอยปากทางเข้าวัดห้วยมงคล ไม่ต้องกลัวหลงเพราะจะมีป้ายบอกตลอดทางเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวก ๑๐,๐๐๐ คน: วันจำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)
จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีไม่มาก ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการขยะตลาดน้ำไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)
ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๑.๑๔ ตลาดน้ำหัวหิน ใกล้วัดทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์^{๕๓}



ภาพที่ ๔.๑๔ แผนที่การเดินทางไปตลาดน้ำหัวหิน

สภาพทั่วไป

ที่ตั้ง: ๙๙/๙ ซอยหัวหิน ๑๑๒ อาคารใกล้กับวัดทับใต้ ต.ทับใต้ อ.หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์

อัตลักษณ์: สถาปัตยกรรมและการตกแต่งในสไตล์หัวหินย้อนยุค ซึ่งประยุกต์ให้เข้ากับไลฟ์สไตล์การเที่ยวของคนยุคใหม่ มุ่งหวังให้เป็นอีกหนึ่งแลนด์มาร์กของเมืองหัวหิน

คุณลักษณะ คือ แลนด์มาร์ค หัวหิน

เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เพราะมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ไป-มาสะดวก

เอกลักษณ์เฉพาะ ได้แก่ ตลาดย้อนยุคโทนสีขาวแดงสไตล์หัวหิน มีเนื้อที่ ๔๐ ไร่

สื่อที่สำคัญ: ชมเรือนไม้ ๑๐๐ ปี ย้อนอดีตหัวหินในวันวานชมทะเลใกล้เมือง สืบสานประเพณีพื้นบ้าน

กิจกรรม: มีจุดนั่งพัก ทานอาหารริมน้ำ ชมการแสดงที่มีสลับสับเปลี่ยนกันมาให้ความบันเทิง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งที่จอดรถและเรือท่องเที่ยวชมตลาด ฯลฯ PhuDoiLay เดินชมรอบตลาด มีร้านให้ซัปปใช้ซิม

ศักยภาพ

๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละ ๓๐๐-๕๐๐ คน ถ้า

^{๕๓}Mairoopainai, ตลาดน้ำหัวหิน ใกล้วัดทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

เป็นช่วงเทศกาลจะมีนักท่องเที่ยวมามากตลาดน้ำมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละ ๕๒๐๐ คัน พื้นที่กว่า ๔๐ ไร่ มีบริการพายเรือ ขี่จักรยาน ชมตลาด ประมาณ ๑๐-๒๐ ลำสถานที่ สถาปัตยกรรม และการตกแต่งในสไตล์หัวหินย้อนยุคให้เที่ยวชมวันละ ๕๐๐-๑๐๐๐ คน บุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการมีทั้งหมดประมาณ ๕๐ คน มีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไว้ ๓ หน่วย สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ๑๙๓ ร้าน เรือขายสินค้า ๔๐ ลำสถานที่ๆ เป็นพื้นที่ OTOP จัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองมีทั่วบริเวณตลาดน้ำ เป็นจุดๆ ไว้บริการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอจัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเอง รองรับประชาชนจำนวน ๕๐๐-๑๐๐๐ คน

๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอมีพื้นที่กว่า ๔๐ ไร่ เพียงพอนักท่องเที่ยวภาพเก่าของหัวหิน บนเรือนไม้รวม ๑๐๐ ปี มีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายใช้เส้นทางเดียวกับวัดห้วยมงคลเปิดให้บริการเข้าเยี่ยมชมฟรีทุกวัน วันธรรมดา เปิดเวลา ๐๙.๐๐-๒๐.๐๐ น. ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เปิดเวลา ๐๙.๐๐-๒๑.๐๐ น. จำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)

จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำจำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีไม่มาก ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการวางขยะไว้เป็นจุดๆ ไม่มีการเสียด่าใช้จ่ายตลาดน้ำไม่มีปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียง

๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)

ตลาดน้ำไม่มีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวมาก

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจตลาดน้ำ ๑๔ แห่ง

๑. สภาพทั่วไปของตลาดน้ำในประเทศไทย

บางพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เคยรุ่งเรืองในอดีต เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปกรรมไทย อันทามวิจิตร บางเป็นตัวอาคารไม้เก่าอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเป็นที่ตั้ง โบสถ์ วัด ตัดแม่น้ำ คู คลอง มีความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งมีอาชีพทำสวนปลูกพืชชนิดต่างๆ ชาวบ้านจะพายเรือนำผลผลิต พืชผักและผลไม้จากสวน บางแห่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดเสาร์ อาทิตย์-และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีกิจกรรม การล่องเรือ พายเรือ ชมทัศนียภาพและสภาพชีวิตของชุมชนตามแนวลำคลอง ชมการแสดงละครประวัติศาสตร์ ชี่ช้างคูเมืองเก่า นั่งเกวียนเที่ยวชมโบราณสถาน ศึกษาเชิงอนุรักษ์ ศิลปะวัฒนธรรมไทยทั้งด้านการ แต่งกายสถาปัตยกรรมดั้งเดิมมีกิจกรรมตักบาตรพระทางน้ำเป็น

สถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชน มีการการอนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียวมีเรือพายที่พ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขายและยังผูกพันกับวิถีชีวิตชาวบ้าน

๒. ศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย

๒.๑ ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้มีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนบริการ มีบริการพายเรือ ขี่จักรยาน ชมตลาด จัดเตรียมสถานที่ ที่นั่งเล่นสวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนมีบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการมีอยู่เป็นประจำ มีหน่วยประชาสัมพันธ์มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก/ให้เช่าพายเรือ/สถานที่ที่เป็นพื้นที่OTOPจัดให้มีสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มรวมทั้งจัดพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเพื่อรองรับความต้องการของประชาชน

๒.๒ ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาคารสิ่งก่อสร้างมีความเพียงพอการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามามีความสะดวกเวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินไม่มากจนเกินไป จำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่หนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

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

๒.๔ ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ตลาดน้ำส่วนใหญ่ไม่มีข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๔.๒ นโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

จากวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสำรวจแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยจำนวน ๑๔ แห่ง พบประเด็นนโยบายปัจจัยและองค์ประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ดังนี้

จากการค้นคว้าและวิเคราะห์ เนื้อหา ข้อมูล และการสัมภาษณ์ พบว่า นโยบายปัจจัยและองค์ประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

๔.๒.๑ นโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยจำนวน ๑๔ แห่ง ดำเนินตามนโยบาย การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ปี พ.ศ.๒๕๓๘ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

๑. ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวน หรือพื้นตัวได้ยาก

๒. ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรม ที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับ รูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม

๓. ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมรียาได้แต่เพียงอย่างเดียว

๔. ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

๕. ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

๖. นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และเพียงพอ

๗. สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

๘. มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

๙. จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างถูกต้อง

๑๐. จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและ การจัดการร่วมกันในทุก ระดับ

และสอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ ๕ ประการ ดังนี้

๑. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันหยุดต่อครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๒. การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้น การกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

๓. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

๔. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนโดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติพัฒนาการท่องเที่ยว ในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๕. การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

๔.๒.๒ ปัจจัยและองค์ประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ปัจจัยและองค์ประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่

๑.๑ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงามสภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า

๑.๒ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณวิถีชีวิตจากการกระทำของ

คน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมารวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

๒ สิ่งรองรับการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

๒.๑ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) คือ สิ่งต่างๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวด้วยความสะดวกสบาย ที่พักรวม การบริโภค

๒.๒ การเข้าถึงได้ (Accessibility) การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นได้ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักรหรืออาหาร เป็นต้น

๓. องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก ๓ ด้าน คือทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่องค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ที่ย่อมมีจุดหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน

๔.๒.๓ รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

จากวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสำรวจแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่งพบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำดังนี้

๑. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร

๑.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ นั่งเรือชมสองฝั่งคลอง, ไหว้พระและปัจจุบันมีตลาดนัดเช้า ซึ่งมีพ่อค้าแม่ค้ามาค้าขายสินค้ามากมายหลากหลาย

๑.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรมได้แก่ ตักบาตรทางเรือ

๑.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย

๑.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก เช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย

๒.รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร

๒.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ ทำสังฆทาน ไถ่ชีวิตโคกระบือ ปิดทองไหว้พระ

๒.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรมได้แก่มีการแข่งเรือสืบสานประเพณีไทยโบราณ

๒.๓รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรมได้แก่ กิจกรรมย้อนอดีต ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองแสนแสบ การแสดงศิลปวัฒนธรรม และสินค้า OTOP

๒.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก เช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ มีการแข่งเรือสืบสานประเพณีไทยโบราณ

๓. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

๓.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ การพายเรือชมธรรมชาติ วิถีคลอง และปั่นจักรยานชมทัศนียภาพสวนและป่าโกงกาง

๓.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ สืบทอดประเพณีสงกรานต์ โยนสบ้าแบบมอญ

๓.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ การประกวดพันธ์ไม้ และสินค้าชุมชน OTOP

๓.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ การอนุรักษ์ ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย มีปลูกป่าชายเลน

๔. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

๔.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำดั้งเดิม) มีกิจกรรม ได้แก่ การล่องเรือชมหิ่งห้อย นั่งเรือชมทัศนียภาพ ธรรมชาติวิถีชีวิตตามคลอง

๔.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมวัดบางกุ้ง เป็นที่ตั้งของโบสถ์ปกโพธิ์ วิหารแม่พระบังเกิด โบสถ์ศรีสนิกายโรมันคาทอลิก

๔.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมสวนธรรมชาติ วิถีคนสวน โครงการชั้พัฒนาอนุรักษ์ โครงการพระราชดำริของสมเด็จพระเทพฯ

๔.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ ลานวัฒนธรรม ในสวนหลวงรัชกาลที่ ๕ มีการสืบทอดวัฒนธรรมการแสดงโขน และการแสดงสินค้าชุมชน OTOP และการขยายพันธ์ต้นไม้ นานาชนิด

๕. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม

๕.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่มีอยู่เดิมและปรับปรุงขึ้นใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ ชาวบ้านนำผลผลิต พืชผักผลไม้มาขาย

๕.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ขายเฉพาะในวันขึ้นหรือแรม ๒ ค่ำ, ๗ ค่ำ และ ๑๒ ค่ำ ในเวลาเช้าของเสาร์และอาทิตย์

๕.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ อนุรักษ์วิถีชีวิตบ้านริมคลอง และสวนธรรมชาติดั้งเดิม

๕.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร เป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ มีบริการคนพายเรือชมคลอง เรือหนึ่งลำนั่งได้ ๔-๖ คน

๖. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี

๖.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ ลอดใต้โบสถ์ วัดตะเคียน มีความเชื่อว่าล้างอาถรรพ์และมีความเป็นสิริมงคล

๖.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ มีการทำสังฆทาน สะเดาะเคราะห์ ไหว้พระ สวดมนต์

๖.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ อนุรักษ์วิถีชีวิตบ้านริมคลอง และสวนธรรมชาติดั้งเดิม

๖.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้ (มีกิจกรรมได้แก่ ชาวบ้านยังคงทำสวน และแพร่พันธ์ไม้ต่างๆ

๗. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี

๗.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ ล่องเรือชมธรรมชาติ ประเพณีรำมอญ ประเพณีตักบาตรดอกไม้

๗.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรมได้แก่ ใส่บาตรยามเช้า ประเพณีแห่เทียนพรรษาทางน้ำ บางกรวย

๗.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ เจ้าของสวนนำเอาผลไม้ พืชผักจากสวนมาขายเองโดยตรง

๗.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ ทำสวนเกษตรผสมผสาน

๘. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม

๘.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ ท่องเที่ยวชมวิวสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน

๘.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ตลาดอยู่ติดวัด จึงสะดวกต่อการไหว้พระ ชมตลาด ซอปปิ้งรับประทานอาหารหลากหลาย

๘.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ มีการล่องเรือชมธรรมชาติ และแวะรับประทานอาหารพื้นบ้าน ชุมชนคลอง

๘.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรมได้แก่ มีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตรที่วัดดอนหวาย

๙. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม

๙.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรมได้แก่ เรือพาย พ่อค้าแม่ค้า นำสินค้าอาหารคาวหวานมาขาย

๙.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ บ้านทรงไทยดำ อนุสรณ์สถานกรมหลวงนครชัยศรีสุรเดช

๙.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ มีบริการเรือยนต์ลากแพ ล่องแม่น้ำท่าจีน ไปวัดสุขวัฒนาราม นมัสการศาลเจ้าแม่อาม่า

๙.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร เป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ เรือสินค้าที่ชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายชนิดมาจำหน่ายราคาย่อมเยา

๑๐. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

๑๐.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรมได้แก่ มีตลาดนัดทุกวันที ๑ คำและ ๑๑ คำ ของข้างขึ้นและข้างแรม

๑๐.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ มีบริการนั่งช้าง ล่องเรือชมบรรยากาศชีวิตริมฝั่งคลอง

๑๐.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ การทำน้ำตาลสด พาชมสวนธรรมชาติที่บ้านสวนดั้งเดิม

๑๐.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ แม่ค้าที่นำผลไม้จากสวนมาขาย หรือบางครั้งอาจรับผลไม้มาจากรถบรรทุกที่อื่นขาย

๑๑. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๑๑.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรมได้แก่ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมสมัยอยุธยา ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน

๑๑.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ไหว้พระชมศิลปวัฒนธรรม โดยรอบของกรุงศรีอยุธยา

๑๑.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ เป็นตลาดย้อนยุคแบบโบราณ แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติแบบไทยพื้นบ้านและสายน้ำ

๑๑.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการ) มีกิจกรรม ได้แก่ ชี้อ่างชมโบราณสถานเนื่องจากตั้งอยู่ในโซนเดียวกับปางช้างอยุธยา กิจกรรมชี้อ่างชมโบราณสถาน วัดมเหยงคณ์ ค่าบริการคนละ ๑๐๐ บาท/รอบใช้เวลาประมาณ ๒๐ นาที โดยนักท่องเที่ยวที่สนใจชี้อ่างสามารถติดต่อได้บริเวณทางเข้าช้าง ที่ปางช้างอยุธยา ช่างวัดมเหยงค์

๑๒. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้าย จังหวัดฉะเชิงเทรา

๑๒.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรมได้แก่ มีบริการเรือเหมาลำ ชมแม่น้ำบางปะกง ชั่วโมงละ ๓๐๐ บาท นั่งได้ ๑๐ คน

๑๒.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมศาลหลักเมือง โรงเรียนย่งยงพานิช วัดปากน้ำโจ้โล้ วัดโพธิ์บางคล้าย และบ้านเก่า ๔ หลัง

๑๒.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ ล่องเรือชมวิถีชาวบ้าน จับกุ้ง หอย ปู ปลา

๑๒.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกป่าชายเลน) มีกิจกรรมได้แก่ ตลาดน้ำบางคล้ายยังสามารถติดต่อนั่งเรือเพื่อชมวิวทิวทัศน์รอบๆ เกาะลัด รวมถึงขึ้นฝั่งในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวรอบๆได้ ใช้เวลาประมาณ ๔๐ นาที ถึงหนึ่งชั่วโมง

๑๓. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๑๓.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ ดูผีเสื้อแ่งกระจาน เทียน้ำตกป่าละอู

๑๓.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) ไม่มีกิจกรรมใด

๑๓.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ การแสดงโขน กลางน้ำ

๑๓.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการ) (มีกิจกรรมได้แก่ ไล่ชิงช้า ปลายหาด นั่งรถไฟเที่ยวรอบ รองรับนักท่องเที่ยวมากกว่า ๑๐,๐๐๐ คน วัน ที่จอรถ/๑,๐๐๐ คัน

๑๔. รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำหัวหิน ไกล้วัดทับใต้ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๑๔.๑ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรมได้แก่ การแสดงที่หลากหลาย

๑๔.๒ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย

๑๔.๓ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ พายเรือชมบริเวณตลาดโดยรอบ

๑๔.๔ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรเป็นต้น (เชิงปฏิบัติโดยการ)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยทั้ง ๑๔ แห่ง สรุปได้ว่า

๑. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ ที่คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ มีตลาดนัดปิดทองไหว้พระลอดใต้โบสถ์ ไถ่ชีวิตโคกระบือ การพายเรือชมธรรมชาติและทัศนียภาพ วิถีคลอง การล่องเรือชมหิ่งห้อย ธรรมชาติวิถีชีวิตเทียน้ำตกชาวบ้านนำผลผลิต พืชผักผลไม้มาขายเรือพาย พ่อค้าแม่ค้า นำสินค้าอาหารคาวหวานมาขายการทำน้ำตาลสด พาชมสวนธรรมชาติพื้นบ้านสวนดั้งเดิมการปั่นจักรยานชมทัศนียภาพมีบริการนั่งช้าง อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ การละเล่น การแสดงพื้นบ้านการแสดงที่หลากหลาย

๒. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ใส่บาตรยามเช้า ตักบาตรทางเรือมีการแข่งเรือสปีดซานประเพณีไทยโบราณสปีดทอประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษาทางน้ำชมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอนุสรณ์สถานโบราณสถาน โบราณวัตถุ การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย

๓. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้(เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย กิจกรรมย้อนอดีต ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง การแสดงศิลปวัฒนธรรม และสินค้าชุมชน OTOP มีการล่องเรือชมธรรมชาติ ชมสวนธรรมชาติ วิถีคนสวน โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วิถีชีวิตบ้านริมคลอง และสวนธรรมชาติ ตั้งเดิมการประกวดพันธุ์ไม้ เจ้าของสวนนำเอาผลไม้ พืชผักจากสวนมาขายเองโดยตรงมีบริการเรือยนต์ลากแพและนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตลาดย้อนยุคแบบโบราณ แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติแบบไทย พื้นบ้านและสายน้ำการแสดงโขน กลางน้ำ พายเรือชมบริเวณตลาดโดยรอบ

๔. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึกเช่นการปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรมการแสดงสินค้าชุมชน OTOP และการขยายพันธุ์ต้นไม้ นานาชนิดการอนุรักษ์ ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย ชี่ข้างชมโบราณสถานนั่งเรือเพื่อชมวิวทิวทัศน์ได้ซึ่งช้าปลอดภัย นั่งรถไฟ มีปลูกป่าชายเลน ชาวบ้านยังคงทำสวน และแพร่พันธุ์ไม้ต่างๆทำสวนเกษตรผสมผสานมีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตรเรือสินค้าที่ชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายชนิดมาจำหน่ายราคาย่อมเยา

๔.๓ ผลการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ๑๔แห่งพบรายละเอียดดังนี้

๔.๓.๑ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำมีห้องน้ำสะอาดอยู่ในระดับปานกลาง พื้นที่กว้างขวางอยู่ในระดับปานกลาง มีที่จอดรถทั่วไป มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำมีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ ซึ่งมีเอกสาร-โบว์ชัวร์ แจกในบริเวณเดียวกัน

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ: มีการจัดสภาพแวดล้อมสวนหย่อมมีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกอยู่ในระดับปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ – เป็นระเบียบเรียบร้อยที่สำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วยเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ มีการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใสมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๒ ตลาดน้ำวัดไทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ: มีห้องน้ำและห้องน้ำสำหรับคนพิการสะอาดปานกลาง พื้นที่กว้างขวางระดับปานกลาง มีที่จอดรถทั่วไปจอดได้ ๑๕-๒๐ คัน มีจุดบริการน้ำดื่ม(ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๓-๕ ร้านจุดบริการของตลาดน้ำ: มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำซึ่งมีเอกสาร-โบรชัวร์แจกสภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ: มีการจัดสภาพแวดล้อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน

สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาดระดับปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยที่สำคัญสภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์บรรยากาศทางบกและทางน้ำการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๓ ตลาดน้ำวัดตะเคียนจังหวัดนนทบุรี

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไปไปสั้ห้องเที่ยวมีจุดบริการน้ำดื่ม(ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไปจุดบริการของตลาดน้ำ จุดบริการนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ มีการจัดสภาพแวดล้อมที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจสวนหย่อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน

สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด ปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยที่สำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วยเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ มีการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา

๔.๓.๔ ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำมีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไป บั้สห้องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไปจุด

บริการของตลาดน้ำ จุดบริการนักท่องเที่ยว มีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจกสภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ มีการจัดสภาพแวดล้อมมีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจสวนหย่อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน

สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาดปานกลาง / ข้อเสนอแนะและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญสภาพของสถานที่ตลาดน้ำประกอบด้วยเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัยมีการท่องเที่ยวทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมามีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๕ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำมีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มากมีที่จอดรถทั่วไปบัสท่องเที่ยวมีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไปจุดบริการของตลาดน้ำจุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำมีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม มีต้นไม้ร่มรื่นมีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาด ปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อเสนอแนะและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัย มีการท่องเที่ยวทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๖ ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำมีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่ปานกลางมีที่จอดรถทั่วไป บัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำจุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ มีต้นไม้ร่มรื่นมีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาด ปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อเสนอแนะและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ มีการท่องเที่ยว

ทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใสมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา

๔.๓.๗ ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไป บัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำ จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์ แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำมีการจัดสภาพแวดล้อมที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจสวนหย่อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาดปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำ ประกอบด้วย เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำมีการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา

๔.๓.๘ ตลาดน้ำดอนหวายอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไป บัสท่องเที่ยวจอดได้ ๑๕-๒๐ คัน มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไปจุดบริการของตลาดน้ำ: จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำมีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำมีการจัดสภาพแวดล้อมที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจสวนหย่อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาด ปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำ ประกอบด้วยเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัยมีการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมามีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๙ ตลาดน้ำลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ: มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่ปานกลาง มีที่จอดรถทั่วไป บัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้าน

ขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำ: จุดบริการนักท่องเที่ยวมีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์

แจกสภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ: มีการจัดสภาพแวดล้อมมีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาดปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำ ประกอบด้วยเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพ และวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๑๐ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ: มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำ จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์ แจกสภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจสวนหย่อมมีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน

สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาดปานกลางมีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ตลาดน้ำ ประกอบด้วยเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมามีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๑๑ ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ : มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไปจุดบริการของตลาดน้ำ: จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ: มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจสวนหย่อมมีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาดปานกลาง มีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย มีการท่องเที่ยวชม

ทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา

๔.๓.๑๒ ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ : มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไป บัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำ: จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ: มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาด ปานกลาง มีป้ายบอก/ชี้แนะและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสำคัญ สภาพของสถานที่ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัย มีการส่งเสริมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา

๔.๓.๑๓ ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำสะอาดปานกลาง กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไป บัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำ จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ: มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะอาดปานกลาง มีป้ายบอก/ชี้แนะและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก มีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อยสำคัญ สภาพของสถานที่ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๓.๑๔ ตลาดน้ำหัวหิน ใกล้กับวัดทับใต้ อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ: มีห้องน้ำสะอาด น้อย กว้างขวางพื้นที่มาก มีที่จอดรถทั่วไป รถบัสท่องเที่ยว มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ) จำนวน ๖ ร้านขึ้นไป จุดบริการของตลาดน้ำ: จุดบริการนักท่องเที่ยว มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ มีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก

สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ : มีการจัดสภาพแวดล้อมที่นึ่งพักผ่อนหย่อนใจสภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ: มีป้ายบอก/ข้อแนะนำที่สำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา

สรุปผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ๑๔แห่ง พบรายละเอียดดังนี้

ตลาดน้ำทั้ง ๑๔ แห่ง ต่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำมีห้องน้ำสำหรับคนธรรมดา และคนพิการ กว้างขวางพื้นที่ มีที่จอดรถมีจุดบริการน้ำดื่ม ที่เพียงพอ รวมถึงมีร้านขายของภายในตลาดน้ำมีจุดบริการนักท่องเที่ยวรวมถึงหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำมีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจกมีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อมต้นไม้ร่มรื่นแม่น้ำแหล่งน้ำเป็น/แหล่งพักผ่อนมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีป้ายบอก/ข้อแนะนำและมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวกมีสถานที่สำหรับไหว้พระและมีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อย มีสื่อสำคัญสภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัยมีการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

๔.๔ สรุป

จากการศึกษาสภาพศักยภาพนโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ๑๔ แห่ง สามารถนำมาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย ๓ รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ ๑ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำที่คงความดั้งเดิมมีความเป็นธรรมชาติและการเล่นชมบริเวณตลาดน้ำตลาดน้ำที่สร้างขึ้นใหม่มีกิจกรรม ได้แก่ นั่งเรือชมสองฝั่งคลองชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม

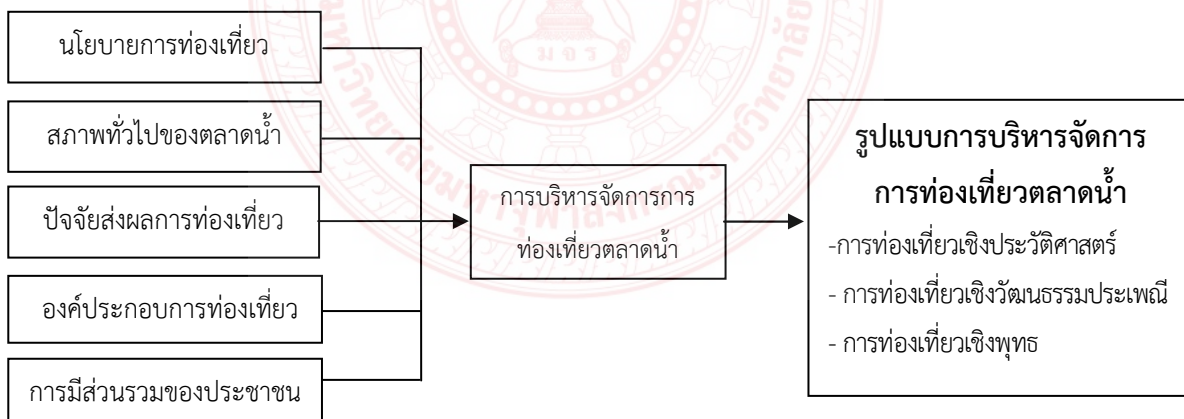
รูปแบบที่ ๒ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ตักบาตรทางเรือไหว้พระ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพายสืบทอดประเพณีสงกรานต์ โยนสบ้าแบบมอญ

รูปแบบที่ ๓ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์การปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึกเช่นการปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้ (มีกิจกรรม ได้แก่ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่ง

เรียนรูู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ ทำสังฆทาน ไล่ชีวิตโคกระบือ ปิดทองไหว้พระการประกวดพันธ์ไม้ การอนุรักษ์ ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย มีปลูกป่าชายเลน

๔.๕ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

จากผลการวิจัยสภาพและศักยภาพนโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ๑๔ แห่ง นำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ก่อให้เกิดรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย ๓ ทาง คือ ๑) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่คงความดั้งเดิม ๒) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเทศกาลประเพณีนิยม ๓) การท่องเที่ยวเชิงพุทธ การท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติการปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึก ซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองให้กับชุมชนและคนในท้องถิ่นร่วมถึงการอ่านบำรุง วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ พร้อมทั้งสร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยต่อไปในอนาคต



ภาพที่ ๔.๑๕ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ: ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย (Model of Floating Market Tourist: Management to Development of Livelihoods and Culture In Thailand)” มุ่งศึกษาเนื้อหา สาระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลาง โดยเป็นการศึกษาด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เน้นรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ ตลอดจนวิวัฒนาการของตลาดน้ำที่สำคัญในประเทศไทย เพื่อรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives) ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย ๒) เพื่อศึกษานโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ๓) เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เชิงสำรวจ (Survey Research) นำมาสรุปผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๒ อภิปรายผล

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง (ข้อมูลตลาดน้ำในประเทศไทย) โดยค้นคว้า เนื้อหา สาระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลางด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง เน้นรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ วิวัฒนาการของตลาดรวมถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ๔ ด้าน คือ ๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) ๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) ๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ในประเด็นสภาพและศักยภาพมีรายละเอียดดังนี้

๕.๑.๑ สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจตลาดน้ำ ๑๔ แห่ง สามารถสรุปลักษณะสภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย ได้ดังนี้

๑. สภาพทั่วไปของตลาดน้ำในประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวสถานที่เคยรุ่งเรืองในอดีต บางเป็นแหล่งประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีศิลปกรรมไทยอันงามวิจิตร บางเป็นตัวอาคารไม้เก่าอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเป็นที่ตั้ง โบสถ์ วัด ติดแม่น้ำ คู คลอง มีความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งมีอาชีพทำสวนปลูกพืชชนิดต่างๆ ชาวบ้านจะพายเรือนำผลผลิต พืชผักและผลไม้จากสวน บางแห่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดเสรี-อาทิพย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีกิจกรรม การล่องเรือพายเรือ ชมทัศนียภาพและสภาพชีวิตของชุมชนตามแนวลำคลอง ชมการแสดงละครประวัติศาสตร์ ชี่ช้างคูเมืองเก่า นั่งเกวียนเทียมวัวชมโบราณสถาน ศึกษาเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยทั้งด้านการแต่งกายสถาปัตยกรรมที่งดงาม มีกิจกรรมตักบาตรพระทางน้ำ เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชน มีการการอนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียว มีเรือพายที่พ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขายและยังผูกพันกับวิถีชีวิตชาวบ้าน

๒. ศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจตลาดน้ำ ๑๔ แห่ง สามารถสรุปศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทย จากความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ๔ ด้าน คือ ๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) ๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity) ๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) มีรายละเอียดดังนี้

๒.๑ ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ มีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนบริการ มีบริการพายเรือ ชี่จักรยาน ชมตลาด จัดเตรียมสถานที่ ที่นั่งเล่น,สวนสาธารณะที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชน มีบุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการมีอยู่เป็นประจำ มีหน่วยประชาสัมพันธ์ มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ให้เช่า พายเรือสถานที่ๆ เป็นพื้นที่ OTOP จัดให้มีสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มรวมทั้งจัดพื้นที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่ม เพื่อรองรับความต้องการของประชาชน

๒.๒ ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาคารสิ่งก่อสร้างมีความเพียงพอ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวก เวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินไม่มากจนเกินไป จำนวนประชากรต่อพื้นที่ไม่หนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ

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

๒.๔ ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) ตลาดน้ำส่วนใหญ่ไม่มีข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว

๕.๑.๒ นโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

จากการค้นคว้า เนื้อหา ข้อมูล และการสัมภาษณ์ พบว่า นโยบายปัจจัยและองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยจำนวน ๑๔ แห่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

๑. นโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยจำนวน ๑๔ แห่ง ดำเนินตามนโยบาย การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ปีพ.ศ. ๒๕๓๘ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ กำหนดนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

๑.๑ ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้ มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวต่อการถูกกระทบหรือฟื้นตัวได้ยาก

๑.๒ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรม ที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับ รูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม

๑.๓ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษา ระบบนิเวศ ร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมรียาได้แต่เพียงอย่างเดียว

๑.๔ ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการ ทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้ง การมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

๑.๕ ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยมีการ จัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

๑.๖ นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และเพียงพอ

๑.๗ สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านเพื่อกำหนด แนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

๑.๘ มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

๑.๙ จัดทำแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการจัดการให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

๑.๑๐ จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการ ประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและ การจัดการร่วมกันในทุก ระดับและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ ๕ ประการ ดังนี้

๑. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพ และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันหยุดพักผ่อนครั้งของการเดินทางของ นักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๒. การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่าง กลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโต ระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้น การกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้น ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

๓. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

๔. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาส เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติพัฒนาการท่องเที่ยว ในภูมิภาคและเขต

พัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๕. การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหาร ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเส ริมความยั่งยืนของ วัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิ ปัญญาท้องถิ่น

๒. ปัจจัยและองค์ประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้ เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่

๑.๑ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า

๑.๒ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ วิถีชีวิตจากการกระทำของ คน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมารวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่ คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

๒. สิ่งรองรับการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

๒.๑ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) คือ สิ่งต่างๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวด้วยความสะดวกสบาย ที่พักรวม การบริการ

๒.๒ การเข้าถึงได้ (Accessibility) การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสะดวกปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว แต่ ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความต่าง กันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับจากการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่อง เที่ยว ธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักรวมหรืออาหาร เป็นต้น

๓. องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก ๓ ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource)

บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่องค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผล ซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวก กับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ย่อมมี จุดหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน

๔. รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยจำนวน ๑๔ แห่งสามารถสรุปได้ดังนี้

๑. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความเป็นธรรมชาติ คงความดั้งเดิม และการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่) มีกิจกรรม ได้แก่ มีตลาดนัด ปิดทองไหว้พระ ลอดใต้โบสถ์ ไล่ชีวิตโคกระบือ การพายเรือชมธรรมชาติ และทัศนียภาพ วิถีคลอง การล่องเรือชมหิ่งห้อย ธรรมชาติวิถีชีวิต เทียน้ำตกชาวบ้านนำผลผลิตพืชผักผลไม้มาขาย เรือพาย พ่อค้าแม่ค้า นำสินค้าอาหารคาวหวานมาขาย การทำน้ำตาสด พายชมสวนธรรมชาติพื้นบ้านสวนดั้งเดิม การปั่นจักรยานชมทัศนียภาพ มีบริการนั่งช้าง อนุลักษณ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน การแสดงที่หลากหลาย

๒. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรม ได้แก่ ใส่บาตรยามเช้า ตักบาตรทางเรือ มีการแข่งเรือสปีดประเพณีไทยโบราณ สืบทอดประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษาทางน้ำ ชมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อนุสรณ์สถานโบราณสถาน โบราณวัตถุ การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย

๓. 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

๔. รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก เช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม การแสดงสินค้าชุมชน OTOP และการขยายพันธ์ต้นไม้นานาชาติ การอนุรักษ์ ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มี

นวดแผนไทย ชี่ข้างชมโบราณสถานนั่งเรือเพื่อชมวิวทิวทัศน์ ไล้ชิงช้าปลายหาด นั่งรถไฟ มีปลูกป่าชายเลน ชาวบ้านยังคงทำสวน และแพร่พันธุ์ไม้ต่างๆ ทำสวนเกษตรผสมผสาน มีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตร เรือสินค้าที่ชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายชนิดมาจำหน่ายราคาย่อมเยา

๕.๑.๓ วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย

ผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ ๑๔ แห่ง พบว่าตลาดน้ำทั้ง ๑๔ แห่งต่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนธรรมดา และคนพิการ กว้างขวางพื้นที่ มีที่จอดรถ มีจุดบริการน้ำดื่ม ที่เพียงพอ รวมถึงมีร้านขายของภายในตลาดน้ำ มีจุดบริการนักท่องเที่ยวรวมถึงหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำมีเอกสาร-โบว์ชัวร์แจก มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม ต้นไม้ร่มรื่น แม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อนมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีป้ายบอก / ข้อเสนอแนะมีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวกมีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ-เป็นระเบียบเรียบร้อย มีสื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย: เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำเป็นตลาดน้ำร่วมสมัยมีการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชนมีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใสมีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประวัติศาสตร์และความเป็นมา มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ดังนั้น จากการศึกษาสภาพ ศักยภาพ นโยบาย ปัจจัย และองค์ประกอบรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ๑๔ แห่ง สามารถนำมาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย ๓ รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ ๑ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำที่คงความดั้งเดิม มีความเป็นธรรมชาติ และการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่ มีกิจกรรมได้แก่ นั่งเรือชมสองฝั่งคลอง ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม

รูปแบบที่ ๒ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) มีกิจกรรมได้แก่ ตักบาตรทางเรือ ไหว้พระ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย สืบทอดประเพณีสงกรานต์ โยนสบ้าแบบมอญ

รูปแบบที่ ๓ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์การปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึก เช่น การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร (เชิงปฏิบัติโดยการปลูกต้นไม้) มีกิจกรรม ได้แก่ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) มีกิจกรรม ได้แก่ ทำสังฆทาน ไถชีวิตโคกระบือ ปิดทองไหว้พระ การ

ประกวดพันธุ์ไม้ การอนุรักษ์ ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาดภาพกับครอบครัว มี
 นวดแผนไทย มีปลูกป่าชายเลน

๕.๒ อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง
 (ข้อมูลตลาดน้ำในประเทศไทย)^{๕๔} โดยค้นคว้า เนื้อหา สารระ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ
 วัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลางด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมและบุคลากร ชุมชน
 และองค์กรที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาอภิปรายผลด้วยรวมได้ดังนี้

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ: ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ใน
 ประเทศไทย มี ๓ รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ ๑ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่
 เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำเชิงประวัติศาสตร์ ความเป็นโบราณสถานโบราณวัตถุ ความเป็น
 อดีต ความยืนนาน สถานที่คงความดั้งเดิม มีเรื่องราวเล่าขาน มีเหตุการณ์บอกต่อความเป็นมา มีความ
 เป็นธรรมชาติอันลึกซึ้ง และการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ ตลาดน้ำที่ทำขึ้นมาใหม่ มีกิจกรรมได้แก่ นั่ง
 เรือชมสองฝั่งคลอง ชมศิลปะโบราณ สืบสานวัฒนธรรมไทย ลานวัฒนธรรม

รูปแบบที่ ๒ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี คือ รูปแบบและกิจกรรมการ
 ท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาลประเพณีปฏิบัติพฤติกรรมความเชื่อ
 ต่างๆ มีกิจกรรมได้แก่ ตักบาตรทางเรือ ไหว้พระ สืบสานประเพณีโบราณ มีการแข่งเรือพาย สืบทอด
 ประเพณีสงกรานต์ โยนสบ้าแบบมอญ

รูปแบบที่ ๓ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ คือ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยววันสำคัญทาง
 พระพุทธศาสนา การดูแลและฟื้นฟูสภาพจิตใจการปลูกจิตใต้สำนึกในเชิงลึกเป็นการอนุรักษ์ การ
 รักษาและห่วงแหนธรรมชาติ รวมถึงการพัฒนาจิตใจผู้ที่ได้ท่องเที่ยวเช่น การปลูกต้นไม้ตามป่าชาย
 เลน การชมสวนป่า การประกวดพันธุ์ไม้ การอนุรักษ์ธรรมชาติ มีดนตรีในสวน มีให้เด็กทำกิจกรรมวาด
 ภาพกับครอบครัว มีนวดแผนไทย มีปลูกป่าชายเลน

ซึ่งสอดคล้องกับ **นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ
 เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ตลาดน้ำต้องดำเนินการ ๑) ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการ
 ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่
 อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวน หรือฟื้นตัวได้ยาก ๒) ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว

^{๕๔} Mairoopainai, ข้อมูลตลาดน้ำ ในประเทศไทย, แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>, สืบค้น
 เมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

ที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรม ที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับ รูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม ๓) ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกันมากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมีรายได้แต่เพียงอย่างเดียว ๔) ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชน มีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ ๕) ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม ๖) นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และเพียงพอ ๗) สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน ๘) มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลและรักษา สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย ๙) จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างถูกต้อง ๑๐) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและ การจัดการร่วมกันในทุกระดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเอเกิงศักดิ์ ชัยชาญ เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็น นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวร่วมกันการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารมีผลกระทบการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากที่สุดในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น และลักษณะการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของแพรวดา พุพานิชย์พฤกษ์ เรื่อง นโยบายการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกาะซ้าง ผลงานวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น จึงได้มีการเสนอกรอบนโยบาย ๔ ด้าน เพื่อให้การท่องเที่ยวบนเกาะซ้างเป็นไปในแนวทางของความยั่งยืน ได้แก่ กรอบนโยบายด้านการจัดการภาครัฐ กรอบนโยบายด้านเศรษฐกิจ กรอบนโยบายด้านสังคมและ วัฒนธรรม และกรอบนโยบายด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรชมน จันทดิษฐ์ เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอย่างมากต่อตลาดน้ำอัมพวา เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเกี่ยวกับ สถานที่ ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับปานกลาง

และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามณี และคณะ ผลการศึกษาการจัดการตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัด นครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเพราะตลาดน้ำคงสภาพ ความเป็นตลาดน้ำโบราณมีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ มีสินค้าให้เลือกซื้อ หลากหลายรูปแบบมีการจัดกิจกรรมไว้รับรองนักท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรม ต่างกับประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงสอดคล้องกับผลสัมภาษณ์ของคุณเขาวลิต เมธยะประภาส ผู้บริหารตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร เสนอแนวคิดที่ว่า ตลาดน้ำต้องมีความเป็นธรรมชาติ มีความเป็นอนุรักษ์นิยม มีความสวยงาม มีความหลากหลาย เข้าถึงง่าย ไปมาสะดวก คงความดั้งเดิม ตลาดน้ำขวัญเรียมจัดกิจกรรมไว้รับรองนักท่องเที่ยวคือ การทำสังฆทาน ไถชีวิตโคกระบือ ปิดทองไหว้ พระ มีการแข่งเรือสปีดซานประเพณีไทยโบราณ ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองแสนแสบ การแสดง ศิลปวัฒนธรรม และจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง สอดคล้องกับผลสัมภาษณ์ของผู้บริหารตลาดน้ำวัด ตะเคียน จังหวัดนนทบุรี เสนอแนวคิดที่ว่า ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมคลอง กับวัด ต้องมีความหลากหลาย มีความเป็นธรรมชาติ อนุรักษ์วิถีชีวิตบ้านริมคลอง และสวนธรรมชาติ ดั้งเดิม การปลูกจิตใต้สำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่นการให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมปลูกต้นไม้ วัดได้ จัดกิจกรรมไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลอดใต้โบสถ์ วัดตะเคียน มีความเชื่อว่าล้างอาถรรพ์และมีความ เป็นสิริมงคล มีการทำสังฆทาน สะเดาะเคราะห์ ไหว้พระ สวดมนต์

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย จำนวน ๑๔ แห่ง (ข้อมูลตลาดน้ำในประเทศไทย) มีข้อเสนอแนะดังนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- ๑) การมีส่วนร่วมของภาครัฐในการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เจ้าของตลาด น้ำ ประชาชน นักท่องเที่ยว
- ๒) นโยบายการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์
- ๓) การวางนโยบายความสามารถในการรองรับด้านต่างๆ เช่น ด้านนิเวศวิทยา เรื่อง การกำจัดมลภาวะต่าง เช่น ขยะ เสียง เป็นต้น
- ๔) จัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ อาหาร และบริการ ในพื้นที่เป็นประจำ

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- ๑) ปลูกจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนให้กับบุคคล ในพื้นที่
- ๒) ผู้บริหารตลาดน้ำควรรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนักท่องเที่ยว พนักงาน และผู้ค้า เพื่อปรับปรุงพัฒนาตลาดน้ำให้ดียิ่งขึ้น

๓) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพของตลาดน้ำตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตน

๔) ผู้บริหารตลาดน้ำควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้เกิดรายได้ให้มากที่สุด

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

๑) ควรนำความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวมาเป็นตัวแปร

๒) การวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพในแต่ละพื้นที่

๓) การมีส่วนร่วมของภาครัฐในการจัดตั้งตลาดน้ำ

๔) การจูงใจและการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

๕) วิจัยเรื่องความสามารถในการรับรองบริการท่องเที่ยว



บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย :

ข้อมูลวิทยานิพนธ์

(๑) หนังสือ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี ๒๕๕๒**. กรุงเทพมหานคร: มปป., ๒๕๕๒.

กิตติพร ใจบุญ และคณะ. **ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล: มรดกภูมิปัญญา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรมิพองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, ๒๕๕๙.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)**. กรุงเทพมหานคร: โรมิพองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, ๒๕๖๐.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๗.

นราทิพย์ ชุตินวงศ์ และชลดา จามรกุล. **พื้นฐานเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒**. กรุงเทพมหานคร: นามมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น, ๒๕๔๖.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๔๐.

วรารณณ์ จิวชัยศักดิ์. **การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๘.

วรรณภา วงษ์วานิช. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: โรมิพมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.

ศุภชัย ยาวะประภาษ. **นโยบายสาธารณะ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๒.

สุธินวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. **เศรษฐศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)**.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา. **กลุ่มกำกับและพัฒนาเศรษฐกิจการค้า จังหวัดฉะเชิงเทรา**. กรุงเทพมหานคร: มปป., ๒๕๔๘.

อุดม เขยกิจวงศ์. **วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ**. กรุงเทพมหานคร: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์, ๒๕๕๒.

(๒) รายงานการวิจัย/วารสาร

- โกมล เย็นเปี่ยม. แนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. **วารสาร การบริการและการท่องเที่ยวไทย**. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘).
- คลังเอกสารดิจิทัล. การกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำ. **เศรษฐกิจสาร**. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑๒ (ธันวาคม ๒๕๓๘).
- จันทร์เพชร แสงวงศ์ และเสรี พิจิตรศิริ. กลยุทธ์การพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย. **วารสารการบริหาร ท้องถิ่น**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๕๔).
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ. รูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างยั่งยืน ของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน**. ปีที่ ๒๔ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑).
- เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **รายงาน การวิจัย**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๖.
- ธนัชชา ฤทธิ์เดช. แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของ ตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘).
- ธานี กุลแพทย์. บทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อชุมชนกรุงเทพฯ และปริมณฑล พ.ศ. ๒๕๒๕-๒๕๓๗. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๗.
- พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตธี และคณะ. กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดตะเคียน. **วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร**. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (กันยายน ๒๕๕๘).
- พิพัฒน์ แก้วใส. การนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในโรงเรียนประถมศึกษา สำนักงานเขตลาดกระบัง สังกัดกรุงเทพมหานคร. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ๒๕๕๒.
- แพรวดาว พุพานิชย์พุกษ์. กรอบนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา เกาะช้าง จังหวัดตราด. **วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน**. ปีที่ ๒๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๙).
- มณีวรรณ ผิวนิม และปรารธนา จันทร์พันธุ์. การพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๖.
- ววรรษมน จันทดิษฐ์. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. **รายงานการวิจัย**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๒.

โสภณ แดงมาศ และคณะ. แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาด
แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาด “ซา-สุขใจ”
ตำบลดอนกระเบื้อง อำเภोधุดาราม จังหวัดราชบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. ปีที่
๒๕ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒).

อรนุช ศิลป์มณีพันธ์. ลักษณะชายฝั่งทะเลที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว บริเวณชายฝั่งทะเลประเทศ
ไทย. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๗.

(๓) ออนไลน์

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๒.

Mairoopainai. ข้อมูลตลาดน้ำ ในประเทศไทย. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำขวัญเรียม กรุงเทพมหานคร/วัดบำเพ็ญเหนือ. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัด นนทบุรี. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

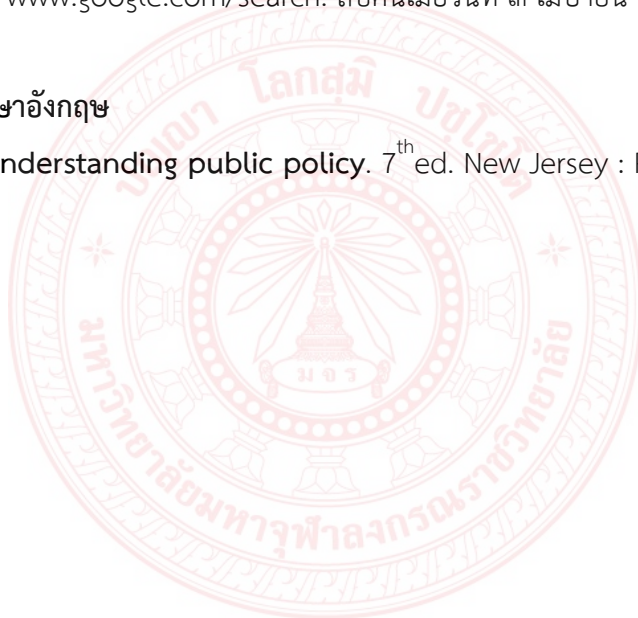
Mairoopainai. ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

Mairoopainai. ตลาดน้ำหัวหิน ไกล้วัดทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. แหล่งที่มา <https://www.google.com/search>. สืบค้นเมื่อวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๑.

(๔) ภาษาอังกฤษ

Thomas R Dye. *Understanding public policy*. 7th ed. New Jersey : Prentice Hall, 1992.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์การวิจัย



แบบสัมภาษณ์ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว
เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิต
และวัฒนธรรม ในประเทศไทย

ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว.....

ผู้ให้การสัมภาษณ์

เวลา.....

ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity)

๑. ตลาดน้ำสามารถรองรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำได้สูงสุด วันละเท่าไร?

.....
.....

๒. ตลาดน้ำมีที่จอดรถไว้รองรับประชาชนได้วันละกี่คัน?

.....
.....

๓. ตลาดน้ำมีบริการพายเรือ ขี่จักรยาน ชมตลาด ที่จัดเตรียมไว้สำหรับบริการประชาชน มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการได้วันละกี่คัน/ลำ?

.....
.....

๔. สถานที่ (ที่นั่งเล่น,สวนสาธารณะ) ที่นั่งพักผ่อนสามารถรองรับประชาชนได้ครั้งละกี่คน ?

.....
.....

๕. บุคลากรของตลาดน้ำที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการมีทั้งหมดกี่คน?

.....
.....

๖. มีหน่วยประชาสัมพันธ์รองรับประชาชนไว้กี่หน่วย?

.....
.....

๗. มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก / ให้เช่าพายเรือ / สถานที่ๆ เป็นพื้นที่ OTOP จำนวนกี่แห่ง

.....
.....

๘. ตลาดน้ำจัดสถานที่จำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวนกี่แห่ง? รองรับประชาชนจำนวนกี่คน

.....
.....

๙. ตลาดน้ำจัดสถานที่ให้เอกชนเช่าสำหรับจำหน่ายอาหารหรือน้ำดื่มเองจำนวนกี่แห่ง? รองรับประชาชนจำนวนกี่คน

.....
.....

ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity)

๑. ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเพียงพอมากน้อยเพียงใด

.....
.....

๒. อาคารสิ่งก่อสร้างมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

.....
.....

๓. ระยะทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากน้อยเพียงใด

.....
.....

๔. เวลาเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา มีความสะดวกมากน้อยเพียงใด

.....
.....

๕. จำนวนประชากรต่อพื้นที่มีความหนาแน่นจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำมากน้อยเพียงใด

.....
.....

ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา (Ecological Carrying Capacity)

๑. จำนวนการเข้าออกของรถนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำมากน้อยเพียงใด

.....
.....

๒. จำนวนปริมาณขยะของตลาดน้ำต่อวันมีมากน้อยเพียงใด? ตลาดน้ำมีการบริหารจัดการอย่างไร? ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการมากน้อยแค่ไหน?

.....
.....

๓. ตลาดน้ำประสบปัญหาเกี่ยวกับมลพิษทางเสียงมากน้อยแค่ไหน

.....
.....

ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity)

๑. ตลาดน้ำมีผลกระทบด้านการร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวมากน้อยแค่ไหน ? ส่วนใหญ่จะเป็นเกี่ยวกับเรื่องอะไร? และมีการดำเนินการอย่างไร?

.....
.....
.....



ประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
 มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
 มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
 มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
 มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
 มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
 มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
 มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
 เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
 มีการส่งเสริมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
 มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
 มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
 มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์ คุณสุทธาสินี ชัยเชื่อนขันธุ์ ผู้จัดการตลาดน้ำ

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำวัดไทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
 มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้...๑๕-๒๐...คัน
 มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
 มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
 มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
 มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
 มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
 มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
 เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
 การล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
 มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คลองน้ำใส
 มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
 มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์ คุณอัน (ผู้ดูแลตลาด)

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำขวัญเรียม วัดบำเพ็ญเหนือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์ คุณเชาวลิต เมธยะประภาส (ผู้บริหารตลาดน้ำ)

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร – โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ – เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ...

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
 มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
 มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
 มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
 มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
 มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
 มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
 มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
 เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
 มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
 มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์คูคลองน้ำใส
 มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
 มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร – โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ – เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
 มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
 มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
 มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
 มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
 มีเอกสาร - โบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
 มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ..

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
 มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
 มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
 เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
 มีการล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
 มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
 มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
 มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
 มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

ผลการประเมินทรัพยากร (แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ)
ตลาดน้ำหัวหิน ใกล้กับวัดทับใต้ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ

- มีห้องน้ำ มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ สะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- กว้างขวางพื้นที่ มาก ปานกลาง น้อย
- มีที่จอดรถ ทั่วไป บัสท่องเที่ยว จอดได้ ๑๕-๒๐ คัน
- มีจุดบริการน้ำดื่ม (ร้านขายของภายในตลาดน้ำ)
- มี ๑- ๒ ร้าน ๓- ๕ ร้าน ๖ ร้านขึ้นไป ไม่มี

๒. จุดบริการของตลาดน้ำ

- จุดบริการนักท่องเที่ยว
- มีหน่วยประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ
- มีเอกสาร - มีโบว์ชัวร์แจก

๓. สภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ

- มีการจัดสภาพแวดล้อม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อม
- มีต้นไม้ร่มรื่น มีแม่น้ำ/แหล่งน้ำเป็นแหล่งพักผ่อน อื่นๆ.....

๔. สภาพของสถานที่บริเวณตลาดน้ำ

- มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะอาด มาก ปานกลาง น้อย
- มีป้ายบอก / ช้อแนะนำ มีบุคลากรคอยอำนวยความสะดวก
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ มีความเป็นธรรมชาติ - เป็นระเบียบเรียบร้อย

๕. สื่อสำคัญ สภาพของสถานที่ ตลาดน้ำประกอบด้วย

- เป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์
- มีบรรยากาศทางบกและทางน้ำ
- เป็นตลาดน้ำร่วมสมัย
- มีการท่องเที่ยวชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตชุมชน
- มีคุณลักษณะของวันอนุรักษ์कुคลองน้ำใส
- มีศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตผลทางการเกษตร
- มีประวัติศาสตร์และความเป็นมา
- มีสถานที่สำหรับไหว้พระ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้สังเกต

บุคคลที่จะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์

แบบประเมินศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในประเทศไทย

วัน/เดือน/ปี ชื่อแหล่ง
ที่ตั้ง.....

๑.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง

๑.๑ ลักษณะถนนจาก ถนนสายหลัก ถึง แหล่งท่องเที่ยว

- ๑) คอนกรีตเสริมเหล็ก หรือ ลาดยาง ตลอดสาย สภาพผิวถนนสมบูรณ์
- ๒) คอนกรีตเสริมเหล็ก หรือ ลาดยาง แต่สภาพผิวถนนชำรุดบางช่วง
- ๓) คอนกรีตเสริมเหล็ก หรือ ลาดยางไม่ตลอดสาย
- ๔) ลูกวัง หรือ หินคลุก
- ๕) ดิน

๑.๒ พาหนะที่เข้าถึง จากถนนสายหลัก ถึง แหล่งท่องเที่ยว

- ๑) รถบัส และ รถที่มีขนาดเล็กกว่า อาจรวมเรือด้วยก็ได้
- ๒) รถยนต์ ๔ ล้อ และ รถที่มีขนาดเล็กกว่า อาจรวมเรือด้วยก็ได้
- ๓) รถสามล้อเครื่อง และ รถที่มีขนาดเล็กกว่า อาจรวมเรือด้วยก็ได้
- ๔) รถมอเตอร์ไซด์
- ๕) รถจักรยาน

๑.๓ พาหนะรับจ้างที่เข้าถึงจาก ถนนสายหลัก ถึง แหล่งท่องเที่ยว

- ๑) รถยนต์โดยสารประจำทาง เรือประจำทาง หรือ แพขนานยนต์
- ๒) รถยนต์รับจ้างเช่าเหมา หรือ เรือยนต์รับจ้างเช่าเหมา
- ๓) รถสามล้อเครื่องรับจ้าง รถจักรยานยนต์รับจ้าง หรือ เรือหางยาวรับจ้าง
- ๔) รถสามล้อถีบรับจ้าง
- ๕) เดิน

๑.๔ ระยะทางจาก ถนนสายหลัก ถึง แหล่งท่องเที่ยว

- ๑) น้อยกว่า ๑.๐๐ กิโลเมตร
- ๒) ๑.๐๐ – ๓.๐๐ กิโลเมตร
- ๓) ๓.๐๑ – ๖.๐๐ กิโลเมตร
- ๔) ๖.๐๑ – ๑๐.๐๐ กิโลเมตร
- ๕) มากกว่า ๑๐.๐๐ กิโลเมตร

๑.๕ ป้ายชี้ทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

- ๑) ป้ายบอกชื่อแหล่ง ลูกศรชี้ทาง และ ระยะทาง
- ๒) ป้ายบอกชื่อแหล่ง และ มีลูกศรชี้ทาง หรือ ระยะทาง อย่างใดอย่างหนึ่ง

๓) ป้ายบอกชื่อแหล่งท่องเที่ยว

๔) ป้ายบอกชื่อเส้นทางที่แหล่งนั้นตั้งอยู่ **หรือ** สถานที่ใกล้เคียงกับแหล่ง **และ** มีลูกศรชี้ทาง **หรือ** ระยะทาง

๕) มีป้ายบอกชื่อแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะบริเวณที่ตั้ง

๒. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

๒.๑ น้ำ ไฟฟ้า โทรศัพท์สาธารณะ

๑) มีครบทั้ง ๓ อย่าง เพียงพอ

๒) มีครบทั้ง ๓ อย่าง ไม่เพียงพอ

๓) มี ๒ อย่าง คือ (๑). (๒)..... เพียงพอ

๔) มี ๒ อย่าง คือ (๑)..... (๒).....ไม่เพียงพอ

๕) มี ๑ อย่าง คือ (๑).....เพียงพอ **หรือ** ไม่เพียงพอ

๒.๒ ภาชนะรองรับขยะ และการกำจัดขยะ

๑) มีภาชนะรองรับขยะเพียงพอ **และ** มีการกำจัดขยะสม่ำเสมอ

๒) มีภาชนะรองรับขยะเพียงพอ **แต่** การกำจัดขยะไม่สม่ำเสมอ

๓) มีภาชนะรองรับขยะไม่เพียงพอ **แต่** มีการกำจัดขยะสม่ำเสมอ

๔) มีภาชนะรองรับขยะไม่เพียงพอ **และ** การกำจัดขยะไม่สม่ำเสมอ

๕) ไม่มีภาชนะรองรับขยะ **แต่** มีการกำจัดขยะ

๒.๓ สถานที่จอดรถ

๑) มีที่จอดรถยนต์ รถสามล้อเครื่อง รถจักรยานยนต์เป็นลานคอนกรีต **หรือ** ลาดยาง **หรือ** มีท่าเทียบเรือ

๒) มีที่จอดรถยนต์ รถสามล้อเครื่อง รถจักรยานยนต์ เป็นลานลูกรัง หินคลุก ทราย **หรือ** ดิน **หรือ** มีท่าเทียบเรือ

๓) มีที่จอดรถสามล้อเครื่อง รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน เป็นลานคอนกรีต **หรือ** ลาดยาง **หรือ** ท่าเทียบเรือ

๔) มีที่จอดรถสามล้อเครื่อง รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน เป็นลานลูกรัง หินคลุก ทราย **หรือ** ดิน **หรือ** ท่าเทียบเรือ

๕) มีที่จอดรถ **หรือ** มีท่าเทียบเรืออยู่นอกแหล่ง

๒.๔ ที่พักแรม (บ้านพัก เต็นท์) ที่พักผ่อนในบริเวณใกล้เคียง

๑) ในบริเวณใกล้เคียงมีที่พักแรม **และ** ที่พักผ่อน อย่างเพียงพอ

๒) ในบริเวณใกล้เคียงมีที่พักแรม **และ** ที่พักผ่อน **แต่** ไม่เพียงพอ

๓) ในบริเวณใกล้เคียงมีที่พักผ่อนเพียงพอ **แต่** มีที่พักแรมไม่เพียงพอ **หรือ** ไม่มีที่พักแรม

- ๔) ในบริเวณใกล้เคียงมีที่พักแรม หรือ ที่พักผ่อนไม่เพียงพอ
 ๕) ในบริเวณใกล้เคียงมีที่พักผ่อนไม่เพียงพอ และ ไม่มีที่พักแรม

๒.๕ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านค้า และร้านจำหน่ายของที่ระลึก

- ๑) มีครบทั้ง ๔ ประเภท
 ๒) มี ๓ ประเภท คือ (๑) (๒)..... (๓).....
 ๓) มี ๒ ประเภท คือ (๑) (๒)..... ๓
 ๔) มี ๑ ประเภท คือ ๒
 ๕) มีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านค้า หรือร้านขายของที่ระลึกอยู่นอกแหล่ง

๒.๖ ห้องน้ำ หรือ สุขา

- ๑) มีห้องส้วม และ ห้องอาบน้ำ อย่างเพียงพอ
 ๒) มีห้องส้วม และ ห้องอาบน้ำ แต่ ไม่เพียงพอ
 ๓) มีห้องส้วม หรือ ห้องอาบน้ำ อย่างเพียงพอ
 ๔) มีห้องส้วม หรือ ห้องอาบน้ำ แต่ ไม่เพียงพอ
 ๕) มีห้องน้ำอยู่นอกแหล่ง

๒.๗ การดูแลและการรักษาความปลอดภัย

- ๑) มีมาตรการและเจ้าหน้าที่ดูแลและรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงตลอดเวลา
 ๒) มีมาตรการ และ เจ้าหน้าที่ดูแลและรักษาความปลอดภัยตลอดเวลา
 ๓) มีมาตรการ หรือ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ประจำบางเวลา
 ๔) มีมาตรการ หรือ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเข้ามาตรวจตราบางเวลา
 ๕) มีมาตรการ และ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่นอกแหล่ง

๓. ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

๓.๑ สภาพทางธรรมชาติ คະແນນ

- ๑) สภาพสมบูรณ์ หรือ ค่อนข้างสมบูรณ์ตามธรรมชาติ
 ๒) สภาพธรรมชาติถูกตัดแปลงโดยมนุษย์เพียงเล็กน้อย
 ๓) สภาพธรรมชาติถูกตัดแปลงโดยมนุษย์ค่อนข้างมาก
 ๔) สภาพธรรมชาติถูกตัดแปลงโดยมนุษย์เป็นส่วนมาก

๓.๒ ระบบนิเวศ คະແນນ

- ๑) ระบบนิเวศสมบูรณ์ หรือ ค่อนข้างสมบูรณ์ และ ยังไม่ได้รับผลกระทบใด ๆ
 ๒) ระบบนิเวศค่อนข้างสมบูรณ์ มีแนวโน้มได้รับผลกระทบ
 ๓) ระบบนิเวศเริ่มได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย แต่ สามารถแก้ปัญหาได้
 ๔) ระบบนิเวศได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก และ ยากต่อการแก้ไข

๕) ระบบนิเวศได้รับผลกระทบมากจนไม่สามารถแก้ไขได้

๓.๓ สภาพทางวัฒนธรรม

๑) สภาพสมบูรณ์ หรือ ค่อนข้างสมบูรณ์ และมีหลากหลาย

๒) สภาพสมบูรณ์ หรือ ค่อนข้างสมบูรณ์

๓) ปรากฏร่องรอยเดิมอยู่บ้าง หรือ สืบค้นร่องรอยเดิมได้

๔) ไม่ปรากฏร่องรอยเดิมเหลืออยู่เลย หรือ สืบค้นร่องรอยเดิมได้ยาก

๓.๔ มลภาวะภายในแหล่งท่องเที่ยว (ขยะ ทัศนียภาพ เสียง ดิน น้ำ อากาศ)

๑) ไม่มีมลภาวะ

๒) มี ๑ มลภาวะ คือ

๓) มี ๒ มลภาวะ คือ (๑)..... (๒).....

๔) มี ๓ มลภาวะ คือ (๑)..... (๒).....

(๓).....

๕) มีมากกว่า ๓ มลภาวะ คือ (๑).....

(๒).....

(๓).....

(๔).....

๔. ด้านคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

๔.๑ คุณค่าและความสำคัญทางธรรมชาติ คະແນນ

๑) มีความงามตามธรรมชาติ เป็นแหล่งรวมความหลากหลายทางชีวภาพที่ยังไม่ถูกตัดแปลงหรือถูกรบกวนจากมนุษย์

๒) มีความงามตามธรรมชาติ เป็นแหล่งรวมความหลากหลายทางชีวภาพถูกตัดแปลงหรือถูกรบกวนจากมนุษย์เพียงเล็กน้อย

๓) มีความงามตามธรรมชาติ มีความหลากหลายทางชีวภาพถูกตัดแปลงหรือถูกรบกวนจากมนุษย์ค่อนข้างมาก

๔) มีความงามตามธรรมชาติ และมีความหลากหลายทางชีวภาพน้อย ถูกตัดแปลงหรือถูกรบกวนจากมนุษย์ค่อนข้างมาก

๕) สภาพธรรมชาติถูกตัดแปลงหรือถูกรบกวนโดยมนุษย์ จนเปลี่ยนแปลงไปจากสภาพเดิมมาก

๔.๒ คุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศิลปกรรม

๑) ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติจากกรมศิลปากร และมีความหลากหลาย (โบราณสถาน โบราณวัตถุ)

๒) ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติจากกรมศิลปากร

๓) มีอายุตั้งแต่ ๑๐๐ ปีขึ้นไป **และ** มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี **หรือ** ศิลปกรรม (จิตรกรรม ประติมากรรม เป็นต้น)

๔) มีอายุน้อยกว่า ๑๐๐ ปี **และ** มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี **หรือ** ศิลปกรรม

๕) มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี **และ** ศิลปกรรมน้อยมาก

๔.๓ คุณค่าและความสำคัญทางวัฒนธรรม

๑) มีสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตในอดีต วิถีชีวิตในปัจจุบัน **และ** วัฒนธรรมหลักประจำถิ่น

๒) มีสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตในอดีต วิถีชีวิตในปัจจุบัน **หรือ** วัฒนธรรมหลักประจำถิ่น

และ มีความงดงามหรือความเป็นเอกลักษณ์

๓) มีสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตในอดีต วิถีชีวิตในปัจจุบัน **หรือ** วัฒนธรรมหลักประจำถิ่น

๔) มีสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า **และ** ความสำคัญทางวัฒนธรรมน้อยมาก

๕. ด้านการตอบรับของประชาชนในท้องถิ่น

๕.๑ การต้อนรับนักท่องเที่ยว

๑) ประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ

๒) ประชาชนส่วนใหญ่ยินดีต้อนรับ ส่วนที่เหลือไม่แสดงความคิดเห็น

๓) ประชาชนส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็น ส่วนที่เหลือยินดีต้อนรับ **หรือ** ไม่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว

๔) ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวส่วนที่เหลือยินดีต้อนรับ **หรือ** ไม่แสดงความคิดเห็น

๕) ประชาชนไม่ยินดีต้อนรับ **หรือ** ไม่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว

๕.๒ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว

๑) มีส่วนร่วมในกระบวนการคิด ตัดสินใจ วางแผน **และ** เข้าร่วมในทุกกิจกรรม

๒) มีส่วนร่วมในกระบวนการคิด ตัดสินใจ วางแผน **และ** เข้าร่วมในบางกิจกรรม

๓) มีส่วนร่วมในกระบวนการคิด ตัดสินใจ วางแผน **หรือ** เข้าร่วมในทุกกิจกรรม

๔) มีส่วนร่วมในกระบวนการคิด ตัดสินใจ วางแผน **หรือ** เข้าร่วมในบางกิจกรรม

๕) มีโอกาสเข้าร่วมในกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว **หรือ** น้อยมาก

๕.๓ การรักษาเอกลักษณ์ของคนในชุมชน

๑) คนในชุมชนส่วนใหญ่ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้
อย่างเหนียวแน่น

๒) คนในชุมชนส่วนใหญ่ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้

๓) วิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนในชุมชนเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง

๔) วิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

๕) วิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนในชุมชนมีปรากฏให้เห็นน้อยมาก

๕.๔ การได้รับประโยชน์ของคนในชุมชนจากแหล่งท่องเที่ยว คະណ

๑) คนในชุมชนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวมาก

๒) คนในชุมชนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวปานกลาง

๓) คนในชุมชนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวน้อย

๔) คนในชุมชนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวน้อยมาก

๖. ด้านการจัดการ

๖.๑ การให้การศึกษา

๑) มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่หรือวิทยากร และ มีป้ายหรือสัญลักษณ์สื่อความหมาย หรือฐานความรู้

๒) มีเจ้าหน้าที่หรือวิทยากร และ มีป้ายหรือสัญลักษณ์สื่อความหมาย ฐานความรู้

๓) มีป้าย หรือ สัญลักษณ์สื่อความหมาย ฐานความรู้ หรือ มีสื่อสิ่งพิมพ์

๔) พิพิธภัณฑน์ นิทรรศการ ห้องสมุด

๕) มีการจัดการให้การศึกษา หรือ การสื่อความหมายน้อยมาก

๖.๒ การรักษาสีงแวดล้อม

๑) มีการคุ้มครอง บำรุงรักษา พื้ฟู และ ควบคุมจำนวนอย่างสม่ำเสมอ

๒) มีการคุ้มครอง บำรุงรักษา และพื้ฟู แต่ มีการควบคุมจำนวนไม่สม่ำเสมอ

๓) มีการคุ้มครอง บำรุงรักษา และ พื้ฟู แต่ ไม่มีการควบคุมจำนวน

๔) มีการคุ้มครอง บำรุงรักษา พื้ฟู หรือ ควบคุมจำนวน

๕) มีการคุ้มครอง บำรุงรักษา พื้ฟู และ ควบคุมจำนวนน้อยมาก

๖.๓ องค์กรในการจัดการการท่องเที่ยว

๑) มีองค์กรจัดการที่ชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีความร่วมมือ ในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และสร้างการมีส่วนร่วมกับคนในท้องถิ่น

๒) มีองค์กรในการจัดการที่ชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และ มีความร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

๓) มีองค์กรในการจัดการที่ชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่ มีความร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรมไม่ค่อยต่อเนื่อง

๔) มีองค์กรในการจัดการที่ชัดเจน และ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๕) มีองค์กรในการจัดการที่ไม่ชัดเจน

๖.๔ การจัดการพื้นที่

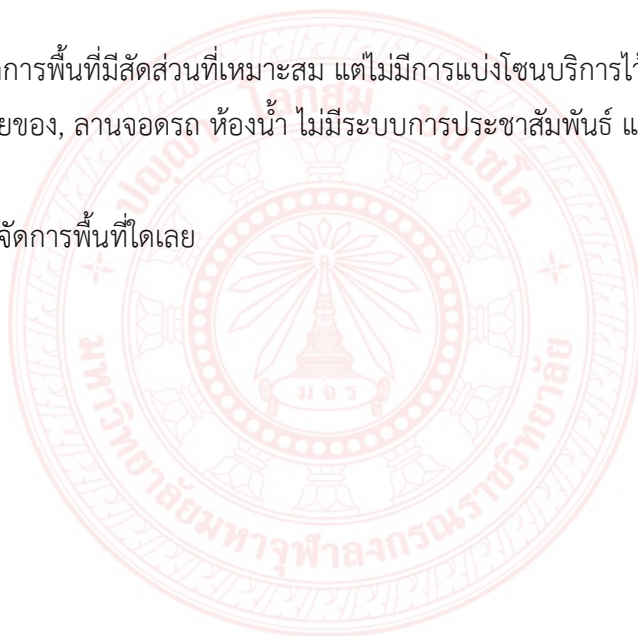
๑) มีการจัดการพื้นที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม มีการแบ่งโซนบริการไว้ชัดเจน เช่น จุดบริการ, สถานที่, ร้านค้าขายของ, ลานจอดรถ ห้องน้ำ ระบบการประชาสัมพันธ์ และระบบการรักษาความปลอดภัย

๒) มีการจัดการพื้นที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม มีการแบ่งโซนบริการไว้ชัดเจน เช่น จุดบริการ, สถานที่, ร้านค้าขายของ, ลานจอดรถ ห้องน้ำ ระบบการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีระบบการรักษาความปลอดภัย

๓) มีการจัดการพื้นที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม มีการแบ่งโซนบริการไว้ชัดเจน เช่น จุดบริการ, สถานที่, ร้านค้าขายของ, ลานจอดรถ ห้องน้ำ แต่ไม่มีระบบการประชาสัมพันธ์ และระบบการรักษาความปลอดภัย

๔) มีการจัดการพื้นที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม แต่ไม่มีการแบ่งโซนบริการไว้ชัดเจน เช่น จุดบริการ, สถานที่, ร้านค้าขายของ, ลานจอดรถ ห้องน้ำ ไม่มีระบบการประชาสัมพันธ์ และระบบการรักษาความปลอดภัย

๕. ไม่มีการจัดการพื้นที่ใดเลย



รูปตลาดน้ำที่ดำเนินการวิจัยในหัวข้อวิจัยเรื่อง

รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย



ภาพที่ ๑ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ ๒ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



ภาพที่ ๓ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



ภาพที่ ๔ ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ ๕ ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม



ภาพที่ ๖ ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช

ข้าพเจ้า...นางกมัยธร มงคลกุล...เจ้าหน้าที่ห้องสมุดประจำวิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ.....
ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย...
ที่อยู่ ๙๗ หมู่ ๑๔ บ้านโนนเหลียม ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ๓๖๐๐๐.....
โทรศัพท์..... โทรสาร -.....

ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง
รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม
ในประเทศไทย (Model of Floating Market Tourist Management to Development of
Livelihoods and Culture in Thailand).....

ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช.....
โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ ๑ มิถุนายน ๒๕๖๓ จนถึง ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ซึ่งการนำ
ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้นก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

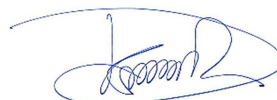
๑. ได้นำเสนอเป็นแนวทางในการค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมแก่นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต
สาขาการจัดการเชิงพุทธ วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ.....

๒. ได้นำเสนอเป็นแนวทางในการค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในรายวิชาการระเบียบวิธีวิจัยทาง
รัฐศาสตร์ของนิสิตหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ.....

๓. ได้นำเสนอเป็นแนวทางในการค้นเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ



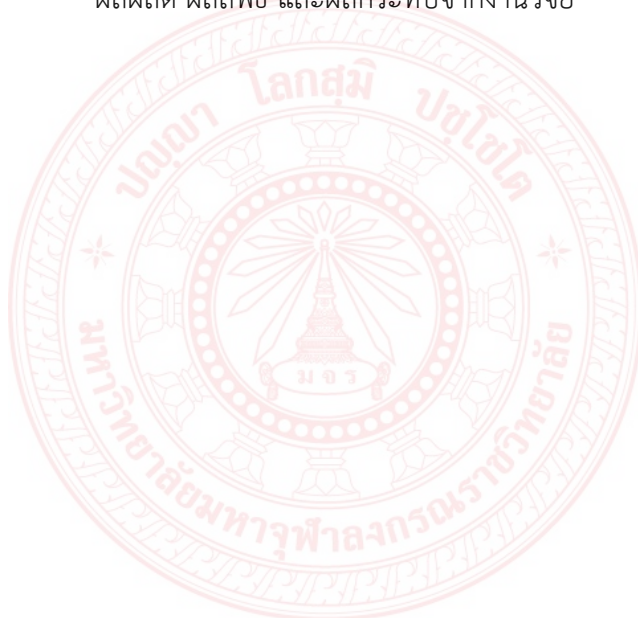
(นางกมัยธร มงคลกุล)

เจ้าหน้าที่ห้องสมุดประจำวิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)



ภาคผนวก ง
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย



ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย

ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบจากงานวิจัย
<p>๑. ตลาดและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนารูปแบบ กิจกรรม และกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวของตลาดน้ำที่เป็นของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาวิถีชีวิต ชุมชน/สังคม</p> <p>๒. ตลาดน้ำและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางในส่งเสริมการเรียนรู้และการสื่อสาร รวมทั้งการส่งเสริมการเรียนรู้ทางการอนุรักษ์การท่องเที่ยวทางน้ำ</p> <p>๓. ตลาดน้ำและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อบต. อบจ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในภูมิภาคต่างๆ โดยมีศิลปวัฒนธรรม พระพุทธศาสนาประเพณีต่างๆ ที่มีในปีปฏิทินนำเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และทั่วประเทศที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม</p>	<p>ได้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคกลางด้านบริบทและสิ่งแวดล้อม และรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ วิวัฒนาการของตลาด รวมถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ๔ ด้าน คือ ๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ ๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ ๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา และ ๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึก</p>	<p>๑. ได้ทราบถึงสภาพทั่วไปของตลาดน้ำในประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวสถานที่เคยรุ่งเรืองในอดีต บางเป็นแหล่งประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีศิลปกรรมไทยอันงามวิจิตร บางเป็นตัวอาคารไม้เก่า อยู่ริมฝั่งแม่น้ำเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเป็นที่ตั้ง โบสถ์ วัด ตัดแม่น้ำ คู คลอง มีความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งมีอาชีพทำสวนปลูกพืชชนิดต่างๆ ชาวบ้านจะพายเรือนำผลผลิต พืชผัก และผลไม้จากสวน บางแห่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีกิจกรรม การล่องเรือ พายเรือ ชมทัศนียภาพและสภาพชีวิตของชุมชนตามแนวลำคลอง ชมการแสดงละครประวัติศาสตร์ ช้างคูเมืองเก่า นั่งเกวียนเทียมวัวชมโบราณสถาน ศี ก ษา เ ชิง อ นุ ร ัก ษ์ ศิลปะวัฒนธรรมไทยทั้งด้าน</p>

ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบจากงานวิจัย
<p>และการพัฒนาชุมชน</p> <p>๔. ชุมชนและเครือข่ายการท่องเที่ยว เช่น สมาคมมัคคุเทศก์ ชมรม/องค์กรด้านการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชาติ ตลอดจนวัฒนธรรมไทย และพระพุทธศาสนา</p> <p>๕. ตลาดน้ำ กองการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แนวทางการอนุรักษ์หรือรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สืบสานประเพณีและวัฒนธรรม และส่งเสริมพระพุทธศาสนา อันเป็นการคุ้มครองมรดกทางธรรมชาติคงไว้ซึ่งประเพณีและศิลปวัฒนธรรมไทย ที่ยั่งยืนต่อไป</p> <p>๖. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และจัดการ</p>		<p>การ แต่งกายสถาปัตยกรรมที่งดงาม มีกิจกรรมตักบาตรพระทางน้ำ เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชน มีการการอนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียว มีเรือพายที่พ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขายและยังผูกพันกับวิถีชีวิตชาวบ้าน</p> <p>๒. ศักยภาพของตลาดน้ำในประเทศไทยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจตลาดน้ำ ๑๔ แห่ง รongรับการท่องเที่ยว ๔ ด้าน คือ ๑) ด้านความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ ๒) ด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ ๓) ด้านความสามารถในการรองรับด้านนิเวศวิทยา ๔) ความสามารถในการรองรับทางความรู้สึกร</p> <p>๓. มีนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยในปีพ.ศ. ๒๕๓๘ ของการท่องเที่ยวต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมหลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการท่องเที่ยว</p>

ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบจากงานวิจัย
<p>ห้องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสามารถต่อยอดนำผลการวิจัยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนรูปแบบการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และระบบบริการข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว</p>		<p>เที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกกระทบที่พื้นตัวได้ยากพร้อมต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษาสร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศ ร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมีรายได้แต่เพียงอย่างเดียว</p>



ประวัติคณะผู้วิจัย

๑. ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา คล้ายเดช
๒. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์
๓. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก
วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
เลขที่ ๙๗ หมู่ที่ ๑๔ บ้านโนนเหลื่อม ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง
จังหวัดชัยภูมิ ๓๔๐๐๐ โทร.๐๘๖ ๑๗๕ ๘๕๕๑
email: p_anya_74@hotmail.com
๔. ประวัติการศึกษา
: เปรียญธรรม ๗ ประโยค สำนักเรียนวัดศรีสุदारาม
กรุงเทพมหานคร
: พุทธศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ เกียรตินิยมอันดับ ๒
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
: รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยนิวัฒนา, จังหวัดสุพรรณบุรี
: Doctor of Philosophy in Political Science,
Dr.B.R.Ambedkar University, Agra, U.P., India.
๕. ผลงานวิชาการ/งานวิจัย
- พ.ศ. ๒๕๕๕ ผู้ร่วมวิจัย เรื่อง รูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทาง
พระพุทธศาสนาในภาคกลาง : กระบวนการจัดการพุทธศิลป์ถิ่น
สยามเพื่อความงามของจิตใจและปัญญา, ทุนวิจัย สกว.
- พ.ศ. ๒๕๕๗ หัวหน้าโครงการ เรื่อง การติดตามประเมินผลการดำเนินงาน
พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร, ทุนวิจัยสำนักงานคณะกรรมการอาหาร
และยา กระทรวงสาธารณสุข
- พ.ศ. ๒๕๕๘ ผู้ร่วมวิจัย เรื่อง ศึกษาการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการเชิง
เครือข่ายของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและ
วัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน, ทุนวิจัย สกว.
- พ.ศ. ๒๕๕๙ ผู้ร่วมวิจัย เรื่อง โครงการวิจัยเสริมสร้างสุขภาวะและการเรียนรู้
ของสังคมตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการมีส่วนร่วมของพระสงฆ์
ในเขตภาคกลางที่ ๒ จังหวัดกาญจนบุรี, ทุนวิจัย สสส.

- พ.ศ. ๒๕๖๐ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเครือข่ายการจัดการศึกษา
คณะสงฆ์ไทยเพื่อรองรับสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑, ทุณวิจัย วช.
- พ.ศ. ๒๕๖๑ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ในประเทศไทย,
ตุณวิจัย วช.
- พ.ศ. ๒๕๖๒ หัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง อาณาจักรล้านช้างและการล่มสลาย
ของอาณาจักรล้านช้าง, ทุณวิจัย วช.



ประวัติผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ นามสกุล	ดร.ปชาบดี แยมสุนทร
วัน เดือน ปีเกิด	-
ที่อยู่ปัจจุบัน	๙๐ หมู่ ๒ ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ๒๖๐๐๐ โทรศัพท์มือถือ ๐๘๑-๓๖๑๗๖๓๖ E-mail: ypachabodee@gmail.com
ตำแหน่งงาน	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สถานที่ทำงาน	หน วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ จังหวัดจันทบุรี พุทธมณฑลจังหวัดจันทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ.๒๕๓๙	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ.๒๕๕๓	ศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์การปกครอง) มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
พ.ศ.๒๕๕๗	พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต(รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ประวัติผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ นามสกุล	ดร.สุภาภรณ์ บัวช วย
วัน เดือน ปีเกิด	-
ที่อยู่ปัจจุบัน	๖๖๗/๖ ถ.อนรรฆนาค ตำบลกาฬสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ๔๖๐๐๐ โทร.๐๘๑๗๖๙๕๙๖๙
ตำแหน่งงาน	อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการสอนสังคม
สถานที่ทำงาน	วิทยาลัยศาสนศาสตร์กาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ.๒๕๒๕	ครุศาสตรบัณฑิต (ภาษาไทย) วิทยาลัยครูมหาสารคาม
พ.ศ.๒๕๔๗	การศึกษามหาบัณฑิต (การสอนสังคมศึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ.๒๕๕๐	Ph.D. (Social Science), Magadh University, India



ประวัติผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ นามสกุล	นางสาวเนตรทราย แยมเจริญ
วัน เดือน ปีเกิด	-
ที่อยู่ปัจจุบัน	๔๓๙/๘๕ หมู่ บ้านวิเศษสุขนคร ถนนประชาอุทิศ ๙๐ ตำบลทุ่งครุ อำเภอสรรคบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี
ตำแหน่งงาน	- วิทยาลัยแพทยศาสตร์กรุงเทพมหานครและวชิรพยาบาล ตำแหน่งนักวิชาการศึกษา (มหาวิทยาลัยนวมินทรี) (ตรวจสอบประเมินคุณภาพภายในมหาวิทยาลัย TQA) - ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบประเมินคุณภาพการศึกษา TQA มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ - เจ้าหน้าที่โครงการ ป.เอก ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
สถานที่ทำงาน	ชมรมผู้นำนักยุทธศาสตร์ 2015 LML โครงการ ป.เอก ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ
วุฒิการศึกษา	
พ.ศ.๒๕๓๗	หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต เอกการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
พ.ศ.๒๕๕๙	หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการปกครอง มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย