

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

นางสาว นพรัตน์ สุทธิถก

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรการกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)

are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

THE FLOATING MARKET MANAGEMENT MODEL TO ENHANCE
COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT

Miss Nopparat Suthitakon

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Sport Science

Faculty of Sport Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน
โดย	นางสาวนพรัตน์ สุทธิถกกล
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาคุุณชีพัฒนศึกษา

..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุนทรทรัพย์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.อรุณศรี อื้อศรีวงศ์)

นพรัตน์ สุทธิถกล : รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน. (THE FLOATING MARKET MANAGEMENT MODEL TO ENHANCE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศ.ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อ.ที่ปรึกษาร่วม: ผศ.ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, 340 หน้า.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
 1) พัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ กลุ่มตัวอย่างและเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวনার่อง จำนวน 71 คน ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจกลุ่มประชาชนตำบลคอนมะโนรา จำนวน 346 คน ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ จำนวน 42 คน ใช้แบบสัมภาษณ์ และใช้แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ประชาชนตำบลคอนมะโนรา 265 คน เข้าร่วมการเปิดเวทีชาวบ้าน มีนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้จัดการตลาดน้ำ 10 คน เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม มีประชาชน 35 คนเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ตำบลคอนมะโนรา ใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลแบบสามเส้า สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ต้องการอาหารไทยประจำท้องถิ่น เรียนรู้การทำอาชีพ ต้องการเอกสารความรู้วัฒนธรรมชุมชน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และนั่งเรือชมธรรมชาติ ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการทำให้เกิดแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ประกอบด้วย 1)โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2)โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก 3)โครงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 4)โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อม 5)โครงการมัคคุเทศก์น้อย 6)โครงการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ 7)โครงการนวดแผนโบราณ 8)โครงการขี่จักรยานท่องเที่ยว ผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการตลาดน้ำมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีคณะทำงานมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมวางแผนและติดตามประเมินผลการจัดการท่องเที่ยว 3) ด้านการคมนาคมจัดบริการรถรับจ้างหรือเรือเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกหรือขี่จักรยานท่องเที่ยวในชุมชน 4) ด้านการจัดภูมิทัศน์ให้มีการตกแต่งสถานที่ด้วยการปลูกไม้ดอกไม้ประดับ 5) ด้านการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีกิจกรรมรวมหลายรูปแบบ(Package) มีการเรียนรู้การทำอาชีพในชุมชนและพักค้างคืนแบบโฮมสเตย์ ผลการตรวจสอบรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}=3.52$) โดยมีความพึงพอใจในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้านและการบริการของผู้ประกอบการในตลาดน้ำ

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา.....ลายมือชื่อนิสิต.....
 ปีการศึกษา.....2555.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม.....

#5178953539 : MAJOR SPORT SCIENCE

KEYWORDS : FLOATING MARKET / TOURISM DEVELOPMENT / COMMUNITY-BASED TOURISM PATENTIALITY / STAKEHOLDERS

NOPPARAT SOUTHITAKON: THE FLOATING MARKET MANAGEMENT MODEL TO ENHANCE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT.

ADVISOR: PROF.SOMBAT KARNJANAKIT, Ph.D., CO-ADVISOR: ASST.

SUCHART THAWEEPORNPATHOMGUL, Ph.D., 340 pp.

The research process used in this study was the Participatory Action Research (PAR). This study aimed to enhance stakeholders' participation in the floating market planning process, and developed a model that enhanced local's capability in community-based tourism management. The samplings consisted of 400 Thai and foreign tourists, the tourists' need and satisfaction questionnaire was responded. Tourists' questionnaire was responded by 71 pilot tourists. There were 346 people in Don-Manora sub-district, who responded the opinion to tourism development questionnaire. The semi-structure interview form was utilized by 42 community leaders and business owners. The observation form was used. There were 265 local people participated in preliminary meeting. The focus group was set up for 10 participants who were tourists' specialist and managers, and thirty-five local people participated in the workshop at Don-Manora sub-district. Triangulation was used to verify data. The statistical analysis was employed in term of percentage, means, standard deviation and t-test.

The finding indicated that Thai and foreign tourists needs were as follows: promoting on radio television and internet, local Thai food, learning local occupation, community culture brochure, local guide, and boat sightseeing. The workshop enhanced people to planning tourism development project namely: promoting destinations, improving landscape and facilities, conservation of local wisdom, environmental conservation, youth guide training, home stay training, Thai massage training, bicycling trail development. Research process led to the floating market management model based on 5 components; 1) tourism management 2) community participation 3) transportation 4) landscaping of tourist attractions 5) managing tourist programs package. The result to verify tourism management model found in high tourists' satisfaction level ($\bar{X} = 3.52$) and tourists' satisfied with local hospitality and merchant service.

Field of Study : Sport Science Student's Signature

Academic Year : 2012 Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เป็นผลจากการให้คำแนะนำดูแลเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จากศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และการได้รับโอกาสลงพื้นที่ปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชนจาก อาจารย์ ดร.อัฐธมา นิลนพคุณ ทำให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัย ข้าพเจ้า รู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความเมตตากรุณาของคณาจารย์ทุกท่าน ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สุคนทรทรัพย์ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย และอาจารย์ ดร.อรุณศรี อื้อศรีวงศ์ ที่ให้คำแนะนำแก้ไขงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ ไชยโส คณบดีคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้ให้ทุนการศึกษา จากกองทุนพัฒนาอาจารย์คณะศึกษาศาสตร์ อนึ่ง การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลในตลาดน้ำหลายแห่ง การได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำให้งานวิจัยบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ให้ทุนสนับสนุนการเดินทางไปนำเสนอผลงานวิจัย ณ ประเทศฝรั่งเศส และขอขอบพระคุณนายประพาส บุญยินดี ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงคราม ที่อำนวยความสะดวกในการประชุม การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน และผู้จัดการตลาดน้ำทุกแห่งที่ใช้เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย ขอขอบพระคุณ นายพยัพ เกื้อนสุวรรณ นายกอบต.คอนมะโนรา และสมาชิกสภาอบต. ผู้อำนวยการโรงเรียน ประชานชมรมผู้สูงอายุ และพี่น้องประชาชนคอนมะโนราทุกคน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สมควร โพธิ์ทอง เป็นอย่างสูงที่ทำให้กำลังใจ และเสียสละเวลามาเป็นวิทยากรกระบวนการกลุ่มในการประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ศึกษาวิจัย ขอกราบขอบพระคุณพี่สาว พี่ชายที่แสนดี และหลานทุกคนที่เป็นกำลังใจสำคัญ ทำให้การศึกษาวิจัยประสบความสำเร็จ ขอขอบคุณกำลังใจจากเพื่อนร่วมงาน ลูกศิษย์ และรุ่นน้องทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลและให้กำลังใจตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้โอกาสและสร้างประสบการณ์ชีวิต ให้แก่ลูกศิษย์ คุณประโยชน์ที่เกิดขึ้นข้าพเจ้าขออุทิศส่วนกุศลมอบแด่บิดา-มารดาผู้ล่วงลับ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ข้าพเจ้าตระหนักถึงภาระหน้าที่การเป็นเสาหลักของแผ่นดิน ตามปณิธานของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันพบว่ายังมีชุมชนในท้องถิ่นชนบทห่างไกลอีกหลายแห่ง ที่ต้องการความร่วมมือการช่วยเหลือจากนักวิชาการ ซึ่งถือเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่งที่จะต้องช่วยกันพัฒนาประเทศชาติให้มีความเจริญก้าวหน้า และมีความมั่นคงในสังคมไทยสืบต่อไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฐ
สารบัญรูปภาพ.....	ฑ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดน้ำ.....	9
รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในประเทศไทย.....	10
รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในต่างประเทศ.....	16
การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน.....	21
การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	22
แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ.....	26
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น... ..	27
รูปแบบการวางแผนท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	30
กระบวนการทำงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	34
ทฤษฎีหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน.....	35
ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	38

บทที่	หน้า
การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว.....	41
วิธีการที่นำมาใช้เพื่อทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน.....	43
การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน.....	57
กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน.....	59
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	63
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	69
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	88
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	89
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	90
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	91
การสร้างเครื่องมือ.....	92
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	95
การดำเนินการวิจัย.....	97
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	102
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	107
4 บริบทชุมชนตลาดน้ำ.....	112
บริบทชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	112
บริบทชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	120
บริบทชุมชนตลาดน้ำวัดลำพญา.....	126
บริบทชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	131
บริบทชุมชนตลาดน้ำวัดคอนมะโนรา.....	137
5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	143
ผลการสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ.....	146
ผลการประชุมประชาชนตำบลคอนมะโนรา.....	150
ผลการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ.....	154
ผลการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลคอนมะโนรา.....	187
ผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในตำบลคอนมะโนรา.....	198

บทที่	หน้า
ผลที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม.....	208
ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ.....	214
ผลที่ได้รับจากการประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม	222
ผลจากการจัดการท่องเที่ยวนำร่องในชุมชนตำบลคอนมะโนรา.....	227
6 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	231
สรุปผลการวิจัย.....	231
อภิปรายผลการวิจัย.....	239
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	255
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	258
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	258
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	259
รายการอ้างอิง.....	260
ภาคผนวก.....	273
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ.....	274
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย.....	278
ภาคผนวก ค แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล.....	300
ภาคผนวก ง กำหนดการประชุม.....	326
ภาคผนวก จ กำหนดการจัดการท่องเที่ยวนำร่อง.....	329
ภาคผนวก ฉ ใบยินยอมของประชากร.....	331
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	340

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงชื่อตลาดน้ำในประเทศไทยและลักษณะดำเนินการ.....	12
2	สรุปรูปแบบการวางแผนท่องเที่ยวชุมชนตามรูปแบบ CBTP.....	33
3	สรุปงานวิจัยการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของต่างประเทศ.....	85
4	แสดงประสิทธิผลที่เกิดขึ้นจากขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม....	101
5	แสดงกำหนดการประชุมชาวบ้านในตำบลคอนมะ โนรา.....	103
6	แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในตำบลคอนมะ โนรา.....	104
7	แสดงผลการสังเกตตลาดน้ำ.....	146
8	แสดงวัน เวลา สถานที่ จำนวนคนที่เข้าร่วมประชุมในตำบลคอนมะ โนรา.....	150
9	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำชาวไทยและ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	154
10	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	156
11	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	156
12	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลด้านภูมิถิ่นกำเนิดของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	157
13	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลด้านภูมิถิ่นกำเนิดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ..	158
14	จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ.....	159
15	จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเคยเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ.....	160
16	จำนวนและคำร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดน้ำ.....	161
17	จำนวนและคำร้อยละลักษณะของผู้ร่วมเดินทางมาตลาดน้ำ.....	162
18	จำนวนและคำร้อยละวิธีการเดินทางมาตลาดน้ำ.....	163
19	จำนวนเงินที่จ่ายให้กับผู้ดำเนินการในการมาเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในกรณีที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว/กลุ่มการศึกษา/หน่วยงาน/ชมรม.....	164
20	จำนวนเงินที่จ่ายให้กับผู้ดำเนินการในการมาเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยว ต่างประเทศในกรณีที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว/กลุ่มการศึกษา/หน่วยงาน/ ชมรม.....	164
21	จำนวนเงินค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยว ชาวไทย.....	165

ตารางที่	หน้า
22	จำนวนเงินค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ..... 166
23	จำนวนและค่าร้อยละการรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว..... 167
24	จำนวนและค่าร้อยละกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวประทับใจในการมาเที่ยวตลาดน้ำ.. 168
25	จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์..... 169
26	จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านวันเปิดบริการตลาดน้ำ. 169
27	จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านช่วงเวลา/ระยะเวลาเปิดบริการตลาดน้ำ..... 170
28	จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์... 171
29	จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการศึกษา/พัฒนาความรู้..... 172
30	จำนวนและค่าร้อยละกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำ..... 173
31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำ..... 175
32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาตลาดน้ำ..... 179
33	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ..... 183
34	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลคอนมะ โนราผู้ที่ถูกสัมภาษณ์..... 187
35	จำนวนและค่าร้อยละบทบาทหน้าที่ของผู้ถูกสัมภาษณ์..... 188
36	จำนวนและค่าร้อยละรายได้ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการตำบลคอนมะ โนรา..... 189
37	จำนวนและค่าร้อยละระดับการศึกษาของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการที่อยู่ในตำบลคอนมะ โนรา..... 189
38	จำนวนและค่าร้อยละระยะเวลาที่อาศัยอยู่ตำบลคอนมะ โนรา ของของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ..... 190
39	จำนวนและค่าร้อยละสิ่งสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ตำบลคอนมะ โนราของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ..... 190

ตารางที่	หน้า
40	จำนวนและคำร้อยละการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ..... 191
41	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา..... 196
42	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของประชาชนตำบลคอนมะโนรา..... 198
43	จำนวนและคำร้อยละจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของประชาชนตำบลคอนมะโนรา..... 199
44	จำนวนและคำร้อยละการประกอบอาชีพของประชาชนตำบลคอนมะโนรา..... 200
45	จำนวนและคำร้อยละข้อมูลรายได้ของประชาชนตำบลคอนมะโนรา..... 200
46	จำนวนและคำร้อยละระดับการศึกษาของประชาชนตำบลคอนมะโนรา..... 201
47	จำนวนและคำร้อยละระยะเวลาที่อาศัยอยู่ตำบลคอนมะโนรา..... 201
48	จำนวนและคำร้อยละสิ่งสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ตำบลคอนมะโนรา..... 202
49	จำนวนและคำร้อยละของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราของประชาชน..... 202
50	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลผลกระทบการท่องเที่ยว..... 203
51	จำนวนและคำร้อยละของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของประชาชนตำบลคอนมะโนรา..... 205
52	จำนวนและคำร้อยละของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประชาชนอยากให้เกิดขึ้นในชุมชนคอนมะโนรา..... 206
53	ผลที่ได้รับจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลคอนมะโนรา..... 216
54	ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวคอนมะโนรา..... 217
55	แสดงผลที่ได้รับจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง..... 226
56	จำนวนและคำร้อยละของนักท่องเที่ยวนำร่องที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนรา..... 227
57	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนำร่องที่มีต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยว ตลาดน้ำคอนมะโนรา..... 228

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	แสดงความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	174
2	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำ.....	186

สารบัญรูปลภาพ

รูปที่		หน้า
1	บรรยากาศการพายเรือขายสินค้าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี.....	11
2	ตลาดน้ำจังหวัดเกินเออ ประเทศเวียดนาม.....	17
3	เรือนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมตลาดน้ำในโตนเลสาบ ประเทศกัมพูชา.....	18
4	ตลาดน้ำศรีนาการ์ ประเทศอินเดีย	19
5	รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน(Community-Based Tourism Planning Model: CBTP).....	31
6	บันได 8 ขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Eight rungs on the ladder of citizen participation).....	35
7	พลวัตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว (Dynamic wheel of tourism stakeholders).....	40
8	หลักการวางแผนการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนา (PIC Planning Principles).....	46
9	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	66
10	กรอบแนวคิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน.....	88
11	แสดงขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม.....	98
12	ลักษณะร้านค้าบ้านเรือนที่อยู่ริมคลองในชุมชนตลาดน้ำเหล่าค้อ.....	113
13	กิจกรรมการท่องเที่ยวสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	117
14	แสดงภูมิทัศน์ตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	120
15	บรรยากาศกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	124
16	แสดงภูมิทัศน์บริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา.....	126
17	แสดงพิพิธภัณฑ์เรือไทยและเครื่องมือทำการเกษตรที่วัดสุขวัฒนารามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับตลาดน้ำวัดลำพญา.....	128
18	แสดงภูมิทัศน์บริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	131
19	กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	136
20	บรรยากาศการซื้อขายสินค้าที่บริเวณตลาดน้ำคอนมะโนรา.....	137
21	ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลคอนมะโนรา.....	142
22	แสดงบรรยากาศการประชุมผู้นำชุมชนและประชาชนในตำบลคอนมะโนรา.....	153

รูปที่	หน้า
23	ผู้เข้าร่วมประชุมอธิบายผลการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของตำบลคอนมะโนรา. 219
24	สมาชิกกลุ่มร่วมกันอภิปรายแสดงความคิดเห็นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา..... 219
25	บรรยากาศการประชุมเชิงปฏิบัติการผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และความสนุกสนาน 220
26	แสดงการใช้แผนผังต้นไม้ (Problem tree) ในการค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา..... 221
27	การระดมความคิดเห็นในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม..... 224
28	ผู้เข้าร่วมประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวนำเสนอผลการอภิปรายของกลุ่ม.... 224
29	ชาวบ้านตำบลคอนมะโนราไปศึกษาดูงานโฮมสเตย์ดีเด่นบ้านผู้ใหญ่ทองหยิบ... 225
30	ชาวบ้านจากคอนมะโนราศึกษาดูงานเรียนรู้วิธีการสานตะกร้าใส่ผลไม้โดยใช้ใบมะพร้าว..... 225

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจต่อเนื่องกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้าง งานสร้างรายได้ให้กับประชาชน นำเงินตราเข้าสู่ประเทศปีละเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตาม ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลกระทบที่สำคัญทำให้ทิศทางการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนตลอดเวลา เพื่อให้มีการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้ทันสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกในเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภาวะโลกร้อน การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุของประชากรโลก กระบวนการจัดการจะต้องสามารถสร้างแรงจูงใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างความพอใจแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมาโดยตลอด โดยมีคำขวัญรณรงค์มาอย่างต่อเนื่อง เช่น “Unseen in Thailand” “Amazing Thailand” “เที่ยวทั่วไทยไม่ไปไม่รู้” “เที่ยวไปเรียนรู้ไป” และ “เที่ยวให้ไกล เที่ยวด้วยหัวใจรัก เที่ยวด้วยหัวใจใหม่ เที่ยวไปอนุรักษ์ไป” เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยว รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมายทางการตลาดดาวรุ่ง (Rising Star) ได้แก่ ประเทศรัสเซีย จีน อินเดีย ตะวันออกกลาง สเปน พร้อมทั้งมีการรักษามาตรฐานโดยเฉพาะกลุ่มยุโรปตะวันตก กลุ่มตลาดหลักในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ เกาหลีฮ่องกง และขยายฐานการตลาดระยะใกล้ที่มีศักยภาพ เช่น เวียดนาม และอินโดนีเซีย รวมทั้งมีการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น สนับสนุนการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือแบบพหุภาคี อันนำไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาคเอเชียที่ยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539; ออนไลน์) จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาใน ปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยจำนวน 14,464,228 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 5.8 แสนล้านบาท ในปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 14,584,220 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 5.75 แสนล้านบาท ในปี 2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 14,149,841 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 5.1 แสนล้านบาท ในปี 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 15,936,400 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 5.8 แสนล้านบาท และ

ในปี 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 19,098,323 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 6.2 แสนล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2555: ออนไลน์) จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีรายได้จากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และมีทิศทางการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในด้านการสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวในอนาคตนั้น จากการที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนครั้งที่ 41 โดยมีประเด็นหลัก (Theme) คือ “Walk Together, Work Together towards AEC” หมายถึง ความร่วมมือร่วมใจของประเทศสมาชิกเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) โดยยึดหลักการดำเนินงาน 3Cs คือ 1) Commit ทุกประเทศจะต้องยึดมั่นในการปฏิบัติตามพันธกรณี 2) Concert ความร่วมมือร่วมใจระหว่างประเทศสมาชิกเพื่อดำเนินตามแผนงานที่ได้วางแผนและตกลงกันไว้ 3) Connect การสร้างความมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจของอาเซียน เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ และการลงทุนภายในภูมิภาคอย่างเสรี สร้างการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนต่อการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของกลุ่มอาเซียน (การประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน, 2552: ออนไลน์) จากการรวมกลุ่มดังกล่าวทำให้ประเทศไทยมีโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาท้องถิ่นในชนบท โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 1996) ลงนามรับรองและเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและลดปัญหาความยากจนในประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งสอดคล้องกับหลักการขององค์การสหประชาชาติที่ส่งเสริมให้ประชาชนในชนบทมีการพึ่งพาตนเอง และมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน ตัดสินใจ และประเมินผลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน และมีความพยายามที่จะให้เกิดความร่วมมือมากขึ้นในการพัฒนาท้องถิ่น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1950 เป็นต้นมา โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Catley, 1999)

องค์การสหประชาชาติ (UNESCO, 2000) ให้ความสำคัญว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เป็นการบูรณาการพัฒนาชุมชน และการดำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในแถบภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก รูปแบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการแข่งขันและพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนถูกนำมาใช้ในกระบวนการวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) ถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจะทำให้เกิดความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว (Attama Nilnoppakun, 2008) กระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้นำ

ท้องถิ่น (ประทีรพร อักษรศรี, 2552) การวางแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดการพัฒนา ศักยภาพของคนในชุมชนและฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น คนในชุมชนมีมาตรการในการบริหารจัดการ ชุมชนและผู้มาเยือน เกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับหน่วยงานของรัฐ สร้างพลัง อำนาจของชุมชน เกิดการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม (อรุณศรี อื้อศรีวงศ์, 2550) กระบวนการวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นทางการเป็นส่วนร่วมของประชาชน จะ ก่อให้เกิดการสร้างพลังอำนาจ การแบ่งปันผลประโยชน์ เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Okazaki, 2008) อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ก็ยังพบว่ามีปัญหาด้านการบริหาร จัดการงบประมาณ การแบ่งปันผลประโยชน์ ขาดการประสานงานกับองค์กรอื่น ๆ รวมทั้งปัญหา การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน (ประหยัด ตะคอนรัมย์, 2544) กระแสการจัดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนถูกนำมาใช้เพื่อลดผลกระทบทางลบที่เกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น การจัดการขยะ และของเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยว การจัดการพลังงาน การออกแบบพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว การประหยัดน้ำ และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม และ นอกจากนั้นแล้ว ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ที่เป็น เจ้าของพื้นที่ และผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนก็ควรที่จะมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (Byrd, 2007)

การท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นภาพลักษณ์ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนรูปแบบหนึ่งของ ประเทศไทยที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศตั้งแต่อดีตมาจน ถึงปัจจุบัน นับเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 40 ปี ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีมุมมองการท่องเที่ยวตลาด น้ำว่าเป็นแหล่งศึกษาวิถีชีวิตของชาวไทย และเป็นสิ่งแปลกตาน่ามหัศจรรย์ (Amazing) นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนตลาดน้ำเป็นวัฒนธรรมของชาวไทยที่มีมาตั้งแต่สมัยกรุง สุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา เนื่องจากการดำเนินชีวิตของคนในอดีตนั้น จำเป็นต้องใช้การคมนาคม ขนส่งทางน้ำเป็นหลักโดยใช้เรือเป็นยานพาหนะ การมาท่องเที่ยวตลาดน้ำจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ หวนรำลึกถึงความเป็นอยู่ของคนในอดีต (Nostalgia) ประเทศไทยมีตลาดน้ำหลายแห่งที่มีชื่อเสียง มายาวนาน ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำวัดสะพาน จังหวัด นนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำไทรน้อย ตลาดน้ำบางกรวย ตลาดน้ำบางคูเวียง และยังคงมีตลาดน้ำที่เป็น วิถีชีวิตของชาวบ้านอีกหลายแห่งที่กระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ภาคกลางที่มีสภาพเป็น ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ในการไปเที่ยวชมตลาดน้ำนั้น นักท่องเที่ยวจะได้เห็นแม่ค้าพายเรือขายผลผลิตทาง การเกษตร มีการจำหน่ายอาหารท้องถิ่น มีการทำอุตสาหกรรมในครัวเรือนรูปแบบต่าง ๆ เช่น การ ทำน้ำตาลมะพร้าว การทำขนมหวานประเภทต่าง ๆ การทำไม้กวาด เครื่องจักสาน การนั่งเรือ

เที่ยวชมสวนผักและสวนผลไม้ ซึ่งรูปแบบกิจกรรมก็จะมี ความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) นอกจากนั้นได้มีการสร้างตลาดน้ำขึ้นมาตามรูปแบบธุรกิจ การท่องเที่ยวหลายแห่ง ซึ่งเป็นการจำลองภาพตลาดน้ำเพื่อแสดงวิถีชีวิตชาวบ้าน มีการจำหน่าย สินค้าและผลิตภัณฑ์ในแต่ละภูมิภาค มีการแสดงทางวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งเป็นการสร้าง ทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตตลาดน้ำดั้งเดิมหรือต้องการภาพลักษณ์ที่สร้าง ขึ้นมา มีการเรียกเก็บเงินค่าเข้าชมตามอัตราที่กำหนด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจและเครือข่ายการ ท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์โดยตรง อย่างไรก็ตาม การจัดการท่องเที่ยวที่ไม่น่าจะเป็นรูปแบบใด ก็ตาม จะต้องมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่ง สำคัญที่ผู้ดำเนินการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ

ด้วยกระแสความนิยมในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ จึงทำให้มีการสร้างตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ใน หลายพื้นที่ ดังเช่นในปี พ.ศ. 2547 มีการสร้างตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ปี พ.ศ. 2550 มีการสร้างตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา และตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา ในปี พ.ศ. 2552 มีการ สร้างตลาดน้ำคลองสระบัวขึ้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และในปี พ.ศ. 2553 มีการสร้างตลาด น้ำอโยธยาขึ้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตลาดน้ำวัดสมาน จังหวัดฉะเชิงเทรา ในปี พ.ศ. 2554 มี การสร้างตลาดน้ำคลองแหจังหวัดสงขลา และตลาดน้ำหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และในปี พ.ศ. 2555 มีการสร้างตลาดน้ำอเนกฟาร์ม เกิดขึ้นที่จังหวัดอ่างทอง ตลาดน้ำขวัญ-เรียม กรุงเทพฯ ซึ่งตลาดน้ำแต่ละแห่งมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากสถิติจำนวน นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณการ (ระหว่างเดือนม.ค.-ก.ค. 53) จำนวน 48,000 คน (รุ่งโรจน์ เกตุพานิชย์, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553) และในช่วงเวลาเดียวกัน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณการ 68,000 คน (สุธาสินี ชัยเชื่อนันท์, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553) ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม มีจำนวน นักท่องเที่ยวประมาณการ 42,000 คน (ณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553)

ดังนั้น จึงมีประเด็นที่น่าสนใจสำหรับผู้จัดการตลาดน้ำแต่ละแห่งว่าจะทำอย่างไรให้การ ท่องเที่ยวตลาดน้ำคงความยั่งยืนไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวมาแล้วอยากที่จะมาเที่ยวซ้ำอีก มีการรักษา รูปแบบวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย และรักษาความเป็นธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่มีการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ขจัดปัญหาและผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น ซึ่งในการจัดการดังกล่าว จำเป็นต้องมีองค์ความรู้ในการดำเนินการทางธุรกิจการท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันการ ดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน คณะบริหารงานและการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ แต่ละฝ่ายจะต้องประสานงานกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นภายในชุมชน จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจ โลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมความพร้อมของชุมชนเพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (ASEAN Economic Community) ในปี พ.ศ.2558 นั้น การเตรียมความพร้อมและการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาชุมชนเพื่อขจัดปัญหาความยากจนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต กระบวนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้นมุ่งเน้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาและพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นวิธีการที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็น โดยเท่าเทียมกัน การที่ทุกคนที่มีส่วนร่วมในการวางแผนจึงเปรียบเสมือนเป็นเจ้าของแผนการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว (Kemmis and McTaggart, 2000) การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในตำบลอนมะ โนราเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง โดยใช้ตลาดน้ำเป็นศูนย์กลางในการสร้างเครือข่ายและพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของวิถีชีวิตชุมชนเพื่อคงความยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำ 5 แห่ง ได้แก่ 1) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี 2) ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 3) ตลาดน้ำวัดลำพระยา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 4) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 5) ตลาดน้ำคอนมะ โนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) คือ ผู้จัดการตลาดน้ำและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวชุมชน รวมจำนวน 10 คน
2. นักท่องเที่ยวตลาดน้ำ จำนวน 400 คน (นักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 200 คน)

3. กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ตำบลคอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ประชาชนในตำบลคอนมะโนรา จำนวน 346 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 27 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน นักท่องเที่ยวนำร่องจำนวน 71 คน

ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน (The Floating Market Management Model To Enhance Community-based Tourism Development) ผู้วิจัยได้ยื่นเรื่องขอรับการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในคน โดยได้ผ่านการพิจารณาจาก คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับรองเมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2554 โดยมีข้อตกลงดังนี้

1. ผู้วิจัยเคารพในเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ทุกคน โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มบันทึกลงในหนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้น เนื่องจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ประจบ ผู้วิจัยได้ทำบันทึกขอยกเว้นหนังสือแสดงความยินยอมตามความเห็นชอบของคณะกรรมการฯ ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
3. การเลือกพื้นที่ปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้ขอให้คณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออกหนังสือราชการ ที่ ศธ. ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๒๕๕ ลงวันที่ ๑๘ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ ถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา เรื่องขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย
4. ผู้วิจัยจัดบริการอาหารว่าง เครื่องดื่มและอาหารกลางวันแก่กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยเมื่อมีการประชุมทุกครั้ง
5. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน โดยมีตราประทับของสถาบันฯ เท่านั้น
6. ผู้วิจัยจะทำลายเทปเสียงหรือการบันทึกภาพทั้งหมดหลังการวิจัยเสร็จสิ้นลง

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ตลาดน้ำ หมายถึง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าชนิดต่าง ๆ ทางน้ำ มีเรือเป็นพาหนะบรรทุกสิ่งของ โดยอาศัยแม่น้ำหรือลำคลองเป็นแหล่งพบปะระหว่างผู้ประกอบการค้าและประชาชนหรือนักท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในบริเวณแหล่งน้ำในแต่ละแห่ง ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชุมชน การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาข้อมูลจากตลาดน้ำ 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ และตลาดน้ำคอนมะโนรา จังหวัดสมุทรสงคราม

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำ หมายถึง แนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำโดยใช้หลักการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการบริการเสริม

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเสนอแนะ วางแผนตัดสินใจ และทำการประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้อย่างยั่งยืน และเกิดผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน หมายถึง ความสามารถของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงหลักการจัดการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มาตรการความปลอดภัย ด้านส่วนผสมการตลาด สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนและจัดทำแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบจากการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ที่สนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว หน่วยงานสาธารณะ ผู้ปฏิบัติการท่องเที่ยว วิสาหกิจท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียงที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือร่วมเป็นเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนที่เป็นพื้นที่ปฏิบัติการ และเกิดประโยชน์ทางการศึกษา ดังนี้

ในชุมชนที่เป็นพื้นที่ปฏิบัติการ

1. เกิดกระบวนการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวชุมชน โดยการสร้างความร่วมมือของคนในชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง ผู้วิจัย ประชาชน และนักท่องเที่ยว
2. มีแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเกิดขึ้นในตำบลคอนมะโนรา โดยมีโครงการที่ทำให้เกิดการพัฒนาลังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม มีการพัฒนากลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ มีการพัฒนาลังแวดล้อม มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีของชุมชน
3. เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างสมาชิก ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ สมาชิกผู้เข้าร่วมประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด และเสนอแนะโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น
4. ผู้จัดการตลาดน้ำ 4 แห่ง นำผลการศึกษารูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ไปพัฒนาการจัดการตลาดน้ำที่ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวปัจจุบันและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ โดยเฉพาะข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการและการจัด สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ประโยชน์ทางการศึกษา

1. นำรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการตลาดน้ำให้เกิดผลกระทบทางบวกมากขึ้น และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาหรือลดข้อจำกัดที่เกิดขึ้น
2. เผยแพร่ความรู้เทคนิควิธีการที่ได้รับจากประสบการณ์ตรงในการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน มีหลักการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดน้ำ

1.1 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในประเทศไทย

1.2 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในต่างประเทศ

2. แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

2.1 การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.4 รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.5 กระบวนการทำงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.6 ทฤษฎีหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.7 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.8 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

2.9 วิธีการที่นำมาใช้เพื่อทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

2.10 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

2.11 กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน

2.12 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 งานวิจัยในประเทศ

3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดน้ำ

สภาพทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำหลายสายกระจายอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะพื้นที่ภาคกลางที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำสายหลัก ทำให้สภาพพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมต่อการทำอาชีพการเกษตร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางการคมนาคมที่สำคัญใน

อดีตเนื่องจากไม่มีถนนที่อำนวยความสะดวกในเช่นปัจจุบัน จึงมีการเดินทางติดต่อกันและทำการค้าขายกันทางน้ำ โดยใช้เรือเป็นพาหนะบรรทุกสินค้าเพื่อมาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนกัน ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีการขุดคลองในทุกรัฐกาล ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคม และเป็นยุทธศาสตร์การป้องกันบ้านเมืองไม่ให้ข้าศึกเข้ามาประชิดได้ง่าย ตลาดน้ำถูกบันทึกไว้ในนิราศพระปฐมขงสุนทรภู่ ซึ่งเขียนขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 แสดงให้เห็นวิถีชีวิตของคนในยุคนั้น ที่ทำการค้าขายกันในเรือแพ สุนทรภู่ได้บรรยายภาพการค้าขายในบริเวณตลาดน้ำทางฝั่งธนบุรีไว้ว่า “บรรดาผู้พายเรือค้าขายในตลาดน้ำ ส่วนใหญ่เป็นหญิงไทยและชาวจีน เนื่องจากชายไทยต้องถูกเกณฑ์เข้ารับราชการ ส่วนชาวจีนได้สิทธิในการเดินทางค้าขายได้ทั่วราชอาณาจักร เพราะไม่ต้องเข้าเฝ้ารับราชการเหมือนอย่างชายไทย ชาวจีนจึงมีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดการค้าภายในให้กว้างขวางขึ้น” สินค้าที่แม่ค้าคนไทยนำมาขายส่วนมากเป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ ปลาแห้ง เกลือ น้ำมันมะพร้าว ผ้าฝ้าย ลี้อย้อมผ้า ส่วนพ่อค้าชาวจีน นอกจากนำสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปมาขายแล้วยังนิยมนำสินค้าจากต่างประเทศ หรือสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยซึ่งนำเข้ามาจากประเทศจีน เช่น ไบซา พัด ร่ม กระดาษ รูป ผ้าไหม ผ้าแพร เครื่องถ้วยชาม ผลไม้แห้ง มาขาย นอกจากนี้ยังมีเรือแพที่ขายสินค้าเฉพาะอย่าง ดังที่เห็นได้จากจดหมายเหตุรัชกาลที่ 3 ว่า “มีแพขายแพรไหม แพขายถ้วยชาม แพขายแก้ว ตุ๊กตา เสื้อผ้า นารีขายแดง เรือขายมะเขือ เรือขายมะม่วง เรือขายน้อยหน่า เรือขายปูน เรือขายขนมจีน เรือขายน้ำมันมะพร้าว เรือขายหมากพลู เรือขายปลาแห้ง เรือขายปลาสด เรือขายผ้าเทศ เรือขายของชำ เรือขายขนมเบี๊ยะ เรือขายเครื่องเข็ม เรือขายทุเรียน เรือขายมังคุด เรือขายหอย เรือขายแมงดา เรือขายเหล้า เรือขายกะปิ เรือขายจาก เรือขายถ่านไม้ เรือขายคุ่มขายอ่าง” เป็นต้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพื่อให้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วและทั่วถึง รวมทั้งเป็นการเพิ่มพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึง ในขณะที่เดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วยจึงทำให้เกิดตลาดน้ำขึ้นมาหลายแห่ง มีการสันนิษฐานว่าตลาดน้ำที่เกิดขึ้นแห่งแรก คือ ตลาดน้ำปากคลองตลาด ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชรและป้อมผีเสื้อ ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปมีการพัฒนาการคมนาคมขนส่ง ตลาดน้ำก็กลายเป็นตลาดบกซึ่งเป็นแหล่งค้าขายผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมาจนถึงปัจจุบัน (ตลาดน้ำ: ออนไลน์)

1.1 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในประเทศไทย

ตลาดน้ำเป็นภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าชื่อเสียงมาสู่ประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เปิดตัวต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวได้นำนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งเป็นตลาดน้ำแห่งแรกที่มีการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต (เสงี่ยม ธรรมโชติ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2554)



รูปที่ 1 บรรยากาศการพายเรือขายสินค้าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

หลังจากที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้เปิดตัวรองรับนักท่องเที่ยว ชื่อเสียงของตลาดน้ำถูกเผยแพร่ออกไปตามสื่อต่างๆ ทำให้มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจมาเยี่ยมชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกเรื่อยๆ ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้จัดการตลาดน้ำ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิทางการท่องเที่ยวพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเนื่องจากมีตลาดน้ำหลายแห่งที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลาง การเดินทางสะดวก ตลาดน้ำอยู่ใกล้กรุงเทพฯสามารถขับรถไปเองหรือใช้รถประจำทางได้ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในระยะใกล้ๆ ไม่เกิน 200 กิโลเมตร ตลาดน้ำเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับคนไทย เป็นกิจกรรมพักผ่อนวันหยุดของสมาชิกภายในครอบครัว ตลาดน้ำเป็นแหล่งเรียนรู้ นักท่องเที่ยวบางคนไปตลาดน้ำเพื่อรำลึกถึงอดีต (Nostalgia) และ อยากให้ลูกหลานได้ไปศึกษาวิถีชีวิตของคนไทยในอดีต มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย มีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวตามรูปแบบของตลาดน้ำ เช่น ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน และตลาดน้ำที่สร้างขึ้นในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา ตลาดน้ำหัวหิน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมองการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นแหล่งศึกษาวิถีชีวิตของชาวไทย และเป็นสิ่งแปลกตาน่ามหัศจรรย์ (Amazing)

ด้วยวิถีชีวิตที่เคร่งเครียดจากการทำงานและสภาพแวดล้อมที่แออัดของคนเมือง ทำให้คนต้องการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติมากขึ้น ปัจจุบันพบว่ามีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำเกิดขึ้นหลายแห่งตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน แสดงข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงชื่อตลาดน้ำในประเทศไทยและลักษณะการดำเนินการ

ชื่อจังหวัด	ชื่อตลาดน้ำ/ปีพ.ศ.	ลักษณะการดำเนินการ
1. กรุงเทพมหานคร	ตลาดน้ำตลิ่งชัน (2530)	คณะกรรมการชุมชน
	ตลาดน้ำคลองลัดมะยม (2545)	คณะกรรมการชุมชน
	ตลาดน้ำวัดสะพาน (2548)	คณะกรรมการวัด
	ตลาดน้ำขวัญเรียม (2555)	เอกชน
2. สมุทรปราการ	ตลาดน้ำโบราณบางพลี	ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน
	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (2547)	คณะกรรมการชุมชน
	ตลาดน้ำวัดบางหัวเสือ (2555)	คณะกรรมการวัด
3. นนทบุรี	ตลาดน้ำบางคูเวียง	ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน
	ตลาดน้ำไทรน้อย	ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน
	ตลาดน้ำวัดตะเคียน (2542)	คณะกรรมการวัด
4. นครปฐม	ตลาดน้ำดอนหวาย (2540)	เทศบาลตำบลบางระทึ
	ตลาดน้ำวัดคำพญา (2542)	คณะกรรมการชุมชน
	ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง (2540)	คณะกรรมการวัด
	ตลาดน้ำสวนสามพราน (2540)	เอกชน
5. ราชบุรี	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (2510)	เอกชน
	ตลาดน้ำคลองลัดพลี (2510)	เทศบาลดำเนินสะดวก
	ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก (2553)	คณะกรรมการชุมชน
6. สมุทรสงคราม	ตลาดน้ำอัมพวา (2548)	เทศบาลตำบลอัมพวา
	ตลาดน้ำท่าคา (2550)	คณะกรรมการชุมชน
	ตลาดน้ำบางน้อย (2553)	เทศบาลตำบลกระดังงา
	ตลาดน้ำดอนมะโนรา	ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน
7. อ่างทอง	ตลาดน้ำวัดท่ากร่อง (2550)	คณะกรรมการวัด
	ตลาดน้ำอเนกฟาร์ม (2554)	เอกชน
8. อุทัย	ตลาดน้ำคลองสระบัว (2553)	เอกชน
	ตลาดน้ำอโยธยา (2553)	เอกชน
9. ฉะเชิงเทรา	ตลาดน้ำบางคล้า (2551)	เทศบาลอำเภอบางคล้า
	ตลาดน้ำวัดสมาน (2553)	คณะกรรมการวัด
10. นครราชสีมา	ตลาดน้ำเขาใหญ่ (2554)	เอกชน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อจังหวัด	ชื่อตลาดน้ำ	ลักษณะการดำเนินการ
11. ชลบุรี	ตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา (2552)	เอกชน
12. ประจวบคีรีขันธ์	ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม (2553)	เอกชน
13. นครสวรรค์	ตลาดน้ำวัดบางปรวมุง (2555)	เทศบาลอำเภอโกรกพระ
14. สงขลา	ตลาดน้ำคลองแดน (2554)	เทศบาลอำเภอระโนด
	ตลาดน้ำคลองแห (2554)	เทศบาลอำเภอเมืองสงขลา

จากการศึกษาข้อมูลตลาดน้ำจากเอกสารวิชาการ หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางเว็บไซต์ และจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ พบว่าตลาดน้ำในประเทศไทยมีลักษณะการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ตลาดน้ำตามรูปแบบวิถีชีวิตชุมชน เกิดจากการนัดหมายรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าของคนในชุมชน บางแห่งเปิดบริการทุกวัน บางแห่งมีการกำหนดวันตามความต้องการของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำ/ลำคลอง และใช้เรือเป็นพาหนะ มีการซื้อขายสินค้า ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลาเช้า และนอกจากนั้นตลาดน้ำ ยังเป็นแหล่งนัดพบของญาติมิตร มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างคนในชุมชน โดยทั่วไปตลาดน้ำตามรูปแบบวิถีชีวิตชุมชนมีกิจกรรมดังนี้

1.1 การจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผลไม้ ผักสวนครัว ผลิตภัณฑ์ การเกษตรแปรรูป อาหารหวาน-คาวประจำท้องถิ่น สิ่งของเครื่องใช้ที่ผลิตในท้องถิ่น เช่น ไม้กวาด หมวกใบลาน ตะกร้าสาน

1.2 การจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภคที่จำเป็นต้องใช้ในครัวเรือน

1.3 กิจกรรมตามวัฒนธรรมประเพณีไทยที่แสดงให้เห็นถึงความศรัทธาในพุทธศาสนา คือ การทำบุญใส่บาตรทางเรือ ซึ่งพระสงฆ์จะพายเรือมาตามแม่น้ำ/ลำคลองในตอนเช้า

1.4 กิจกรรมในช่วงเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา ชาวบ้านในชุมชนตลาดน้ำ จะรวมตัวกันทำกิจกรรมงานบุญ จัดมหรสพรื่นเริงต่าง ๆ เช่น ฉายหนังกลางแปลง ลิเก ลำตัด เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนให้แก่คนในชุมชนนั่นเอง (ตลาดน้ำ: ออนไลน์)

ลักษณะการจัดการตลาดน้ำในรูปแบบวิถีชีวิตชุมชนนี้ ไม่มีการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อม สะดวกทางการท่องเที่ยว และการจัดการทางการตลาด

2. ตลาดน้ำตามรูปแบบคณะกรรมการ ปัจจุบันมีตลาดน้ำหลายแห่งที่ดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการ เช่น คณะกรรมการชุมชน คณะกรรมการวัด เทศบาลที่เป็นเจ้าของพื้นที่ มีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทั้งบนบกและในเรือ โดยอาศัยแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ส่วนใหญ่เปิด

บริการในวันเสาร์-อาทิตย์และเทศกาลวันหยุดพิเศษ มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปมีกิจกรรมดังนี้

2.1 การจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลผลิตทางการเกษตร อาหารหวาน-คาวประจำท้องถิ่น ไม้ดอก ไม้ประดับ อุปกรณ์ที่ใช้ในการปลูกต้นไม้

2.2 การจำหน่ายสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เช่น งานหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2.3 การสาธิตการทำอาหารไทยโบราณ การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำหมี่กรอบ หรืออาหารชนิดอื่นๆ การสาธิตการทำงานศิลปะ เช่น เพ้นท์เสื้อ การทำผ้าบาติก ปักผ้า การร้อยลูกปัด

2.4 การจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภคที่จำเป็นต้องใช้ในครัวเรือนทั่วไป

2.5 การนั่งเรือ/การพายเรือชมทิวทัศน์ตลาคน้ำ หรือชมหิ่งห้อยยามค่ำคืน

2.6 การบริการอุปกรณ์เครื่องเล่นสำหรับเด็ก เช่น ชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน ฯลฯ

2.7 กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ อบสมุนไพร การทำสปา

2.8 กิจกรรมการแสดงดนตรีและการร้องเพลง

2.9 กิจกรรมขี่จักรยานบริเวณรอบพื้นที่ ตกปลา ตกกุ้ง

2.10 กิจกรรมควงทำนายโชคชะตา

2.11 กิจกรรมการเลี้ยงโชค

2.12 กิจกรรมชมรมพระเครื่อง

2.13 กิจกรรมการทำบุญ ฟังเทศน์

2.14 กิจกรรมในช่วงเทศกาลตามประเพณีและวันสำคัญทางศาสนา

2.15 กิจกรรมทำทานปล่อยนก ปล่อยปลา ปล่อยเต่า ให้อาหารปลา

2.16 การพักค้างคืนแบบสัมผัสวิถีวัฒนธรรมชนบท (Home stay)

2.17 กิจกรรมทัศนศึกษาในศูนย์เรียนรู้ชุมชน

3. ตลาดน้ำตามรูปแบบธุรกิจเอกชน เจ้าของธุรกิจได้ทำการสร้างแหล่งน้ำขนาดใหญ่ให้ดูเหมือนคลอง เพื่อทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ จำลองลักษณะตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชนมาไว้ในพื้นที่ โดยมีแม่ค้าพายเรือขายสินค้า มีการบริหารจัดการแบบครบวงจร มีการบริการร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก มีการเก็บค่าเข้าชมตามอัตราที่กำหนด และบางแห่งมีการแบ่งพื้นที่ให้แม่ค้ารายย่อยเช่าเพื่อจำหน่ายสินค้า การจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้านี้ทั้งบนบกและในเรือ กิจกรรมตลาดน้ำตามรูปแบบธุรกิจเอกชนมีลักษณะดังต่อไปนี้

3.1 การจำหน่ายอาหารหวาน-คาวสำเร็จรูป ผัก ผลไม้ สินค้าท้องถิ่นและสินค้าอื่นๆ

3.2 กิจกรรมสาธิตการทำอาหารไทยโบราณ หรืออาหารชนิดอื่นๆ

3.3 การจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก สิ่งของเครื่องใช้ที่ผลิตจากชุมชน รวมทั้งสินค้าอุปโภค-บริโภคที่จำเป็นต้องใช้ในครัวเรือน

3.4 กิจกรรมการแสดงบนเวที เช่น การรำไทย การแสดงละครอิงประวัติศาสตร์ ศิลปะมวยไทย การแสดงวัฒนธรรมประเพณีของไทยรูปแบบต่างๆ

3.5 กิจกรรมการนั่งเรือชมทิวทัศน์ตลาดน้ำ กิจกรรมการพายเรือ

3.6 กิจกรรมเกมผจญภัยทางน้ำ เช่น การโรยตัวด้วยรอกข้ามแหล่งน้ำ การเดินบนเชือก การกลิ้งตัวในลูกบอลลอยน้ำขนาดใหญ่

3.7 กิจกรรมเครื่องเล่นสำหรับเด็ก เช่น ชิงช้าสวรรค์ ม้าหมุน สไลเดอร์ ฯลฯ

3.8 กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น การนวดแผนโบราณ การทำสปาด้วยสมุนไพร

การจัดการตลาดน้ำแต่ละแห่งมีรูปแบบการจัดการที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของนักวิชาการผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ทรงคุณวุฒิทางการท่องเที่ยว (ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม 8 เมษายน 2554) ผู้เข้าร่วมสนทนาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมที่ควรจัดขึ้นในตลาดน้ำมีดังนี้

1. มีกิจกรรมการพายเรือชมธรรมชาติ การล่องเรือในแหล่งน้ำ
2. มีการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร เช่น พืชผักสวนครัวที่ขึ้นตามธรรมชาติ ผักปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์การเกษตรประเภทต่าง ๆ

3. มีอาหารพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย เครื่องดื่มสมุนไพร

4. มีกิจกรรมการแสดง

5. มีการสาธิตการทำอาหารท้องถิ่น เช่น การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำขนมตูปี้ การกวนกระยาสารท การทำโรตีสายดำ การทำหมี่กรอบ การทำขนมบ้าบิ่น ฯลฯ

6. กิจกรรมตามเทศกาล เช่น วันลอยกระทง วันแห่งความรัก วันสงกรานต์

7. รูปแบบสินค้าของที่ระลึกควรมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

8. การแต่งกายแม่ค้าที่ล่องเรือขายสินค้า ควรมีวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นวิถีชีวิตท้องถิ่น จะเห็นได้ว่าตลาดน้ำแต่ละแห่งมีกิจกรรมที่หลากหลายซึ่งเป็นการสร้างทางเลือกและ

ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่มีความแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มุ่งหาประสบการณ์ นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส และนักท่องเที่ยวที่ชอบใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนท้องถิ่น พวกเขาจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน พยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น และจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความต้องการที่คล้ายกันคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการอาหารไทยประจำท้องถิ่นมากที่สุด ต้องการผลผลิตทางการเกษตร ต้องการนั่งเรือชมธรรมชาติ ต้องการศึกษา

ประเพณีวัฒนธรรมชุมชนและต้องการมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้น การจัดให้มีรูปแบบกิจกรรมในตลาดน้ำที่มีความหลากหลายจะเป็นสิ่งดึงดูดใจและเป็นทางเลือกที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวตามความต้องการเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

1.2 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในต่างประเทศ

ประเทศเพื่อนบ้านในแถบภูมิภาคเอเชียที่มีพื้นที่อยู่ติดกับแม่น้ำ ทะเลสาบ ก็จะมีตลาดน้ำเช่นเดียวกับประเทศไทย เพื่อทำการซื้อขายสินค้าอุปโภคและการบริโภคในชีวิตประจำวัน จากการศึกษาข้อมูลพบว่าในตลาดน้ำอยู่ในต่างประเทศ ดังนี้

1. ตลาดน้ำอินเลในประเทศพม่า ทะเลสาบอินเลเป็นทะเลสาบขนาดใหญ่ของประเทศพม่า อยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 2,891 ฟุต นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมที่จะมาเยือนทะเลสาบแห่งนี้ เพราะนอกจากจะได้เห็นวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมทะเลสาบแล้ว ยังได้ชมบรรยากาศธรรมชาติที่สวยงามปราศจากมลพิษของทะเลสาบอินเล สิ่งที่ทำให้ตลาดน้ำแห่งนี้มีเสน่ห์ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี คือ รอยยิ้มของพ่อค้าแม่ค้าที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ พายเรือมาขายผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ ดอกไม้ ไม้แกะสลักที่ทำเหมือนของโบราณที่ราคาไม่แพง และนักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือชมทิวทัศน์ที่สวยงามบริเวณทะเลสาบ นักท่องเที่ยวจะได้เลือกซื้อและต่อรองราคาสินค้าหลากหลายชนิด บริเวณรอบทะเลสาบจะมีที่พักประเภท รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ที่ได้มาตรฐานของประเทศ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวบ้าน และได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติได้มากยิ่งขึ้น (ครอบครัวข่าวช่อง 3: ออนไลน์)

2. ตลาดน้ำก้ายริงอยู่ในประเทศเวียดนาม ตั้งอยู่บนพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง อยู่ห่างจากเมืองเกิ่นเลอประมาณ 6 กิโลเมตร บริเวณนี้มีคลอง 7 สายไหลมาบรรจบกัน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เพาะปลูกพืชผักผลไม้ นานาชนิด และปลูกข้าวสำหรับให้คนเวียดนามบริโภคทั้งประเทศ เป็นแหล่งทำการประมงของประเทศ มีการเลี้ยงสัตว์น้ำ เช่น กุ้ง ปลาชนิดต่างๆ เพื่อการส่งออกประมาณ 300,000 ตัน/ปี บริเวณพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำจะมีน้ำท่วมเป็นประจำทุกปี ทำให้มีปลาชุกชุม เป็นแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งของโลก ตลาดน้ำก้ายริง มีเรือขายผักผลไม้ อาหารต่างๆ หลายชนิด เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวมากที่สุด บริเวณสามเหลี่ยมแห่งนี้เป็นจุดเชื่อมต่อในการเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียงและเมืองต่างๆ ในประเทศเวียดนาม เป็นสถานที่ที่มีการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชาวบ้านคนทำเกษตรกับพ่อค้าแม่ค้าคนกลาง ตลาดน้ำแห่งนี้ เป็นชีวิตจริงของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้มาตั้งแต่อดีต ไม่ใช่การจัดขึ้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว ตลาดมักเริ่มตั้งแต่ตอนเช้าตรู่จนถึงประมาณ 9 โมงเช้า ซึ่งจะมีเรือบรรทุกสินค้าหลายชนิดและหลายขนาด ส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่ทำสวนจะบรรทุกพืชผักและผลไม้มาขายในราคาถูก และจะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อเพื่อไปขายต่อในที่อื่นๆ เช่น พนมเปญ หรือล่องเรือไปขายในแถบทะเลจีนใต้ (มูลนิธิเล็กประไพพิริยะพันธุ์: ออนไลน์)

3. ตลาดน้ำจังหวัดแก่นแถอ (Can Tho) ประเทศเวียดนาม จังหวัดแก่นแถอ เป็นเมืองที่ตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำโขง พื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์มากจึงเป็นแหล่งเพาะปลูกพืชผักและผลไม้ นานาชนิด ชาวบ้านจะนำพืชผักผลไม้ ใส่เรือพาย เรือยนต์ขนาดใหญ่แยกประเภทผลไม้มาจำหน่าย เช่น แดงโม ส้มโอ มะม่วง สับปะรด ฟักทอง ต้นหอม มันแกว มะพร้าว ต้นไม้ และดอกไม้หลายชนิด ตลาดแห่งนี้เป็นตลาดค้าส่งสำหรับแม่ค้ารายย่อยที่มาซื้อสินค้าเพื่อไปจำหน่าย มีประชาชน และนักท่องเที่ยวมาเลือกซื้อสินค้า รวมทั้งมีนักท่องเที่ยวแวะเรือชมทิวทัศน์ของตลาดน้ำ ที่เมืองนี้มีมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนด้านการเกษตรและเน้นการวิจัยเป็นสำคัญ (ตลาดน้ำจังหวัดแก่นแถอ: ออนไลน์)



รูปที่ 2 ตลาดน้ำจังหวัดแก่นแถอ ประเทศเวียดนาม
(อ้างอิงจากเว็บไซต์ตลาดจังหวัดน้ำแก่นแถอ: ออนไลน์)

4. ตลาดน้ำโตนเลสาบ (ทะเลสาบน้ำจืด) ในประเทศกัมพูชา ตั้งอยู่ในเมืองเสียมเรียบ เป็นแหล่งน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียมีพื้นที่ประมาณ 150 ตารางกิโลเมตร ฤดูฝนที่มีน้ำหลาก พื้นที่จะแผ่ขยายออกไป มีปลาน้ำจืดหลายชนิด เช่น ปลาช่อน ปลากาย ปลาสวาย ฯลฯ จึงนับได้ว่าเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของชาวกัมพูชา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ความสนใจไปเที่ยวชม เป็นวิถีชีวิตชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในทะเลสาบ โดยสร้างบ้านอยู่ริมฝั่ง หรือสร้างเป็นเรือนแพลอยน้ำ ชาวบ้านบางคนอาศัยอยู่ในเรือที่ลอยอยู่ในทะเลสาบ ชาวบ้านจะนำสินค้าอุปโภคบริโภคใส่เรือมาจำหน่าย ซึ่งมีทั้งเรือยนต์และเรือพาย มีเรือขายเครื่องดื่มให้แก่นักท่องเที่ยวที่นั่งเรือชมทิวทัศน์ในทะเลสาบ บริเวณริมฝั่งมีการเลี้ยงปลาในกระชัง และมีการเลี้ยงจระเข้ที่ริมฝั่ง

มีท่าเรือ มีร้านจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากกระเช้ เช่น กระเป๋า เข็มขัด และมีลูกกระเช้ตัวเล็กๆ ที่ผ่านกรรมวิธีทำให้แห้งซึ่งเป็นของที่ระลึกใช้ประดับตกแต่งบ้าน (อนิลเทรเวล: ออนไลน์)



รูปที่ 3 เรือนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมตลาดน้ำในโตนเลสาบ ประเทศกัมพูชา

5. ตลาดน้ำเมืองง่หลี่ ประเทศจีน เป็นหมู่บ้านโบราณซึ่งถูกล้อมรอบด้วยน้ำ 4 ด้าน มีลำคลอง 15 สาย แบ่งหมู่บ้านออกเป็น 7 เกาะใหญ่-น้อย ทำให้ถึงหลี่มีสภาพเป็นหมู่บ้านกลางน้ำ ซึ่งยังคงรักษาวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของชาวจีนไว้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวจีนให้ฉายาหมู่บ้านโบราณแห่งนี้ว่า “วนิสน้อยแห่งตะวันออก” นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรถรางชมสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านที่ยังคงใช้ชีวิตกันท่ามกลางสายน้ำ มีการล่องเรือชมหมู่บ้านโบราณ เมืองง่หลี่มีสถานที่ที่เป็นมรดกโลกหลายแห่ง เช่น สวนหวนค่านิ่งหรืออุทยานหยวน สร้างขึ้นในช่วงปลายยุคราชวงศ์ชิง ในรัชสมัยของฮ่องเต้กวงซู่ (ค.ศ.1885-1887) เจ้าของเป็นขุนนางมีนามว่าเหรินหลานเซิง ที่ใช้เงินราวหนึ่งแสนตำลึงเพื่อสร้างสวนแห่งนี้ขึ้นที่บ้านเกิด ผู้ออกแบบสวนแห่งนี้ชื่อหยวนหลง เขาเป็นทั้ง ศิลปิน กวี และสถาปนิกผู้มีฝีมือเยี่ยม สามารถออกแบบพื้นที่อันจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด บรรยากาศของสวนหวนค่านิ่ง กระตุ้นผู้มาเยือนให้เกิดความรู้สึกแจ่มใส เฝยสงบและสว่างไสวขึ้นในจิตใจ สวนแห่งนี้มีสะพานที่มีความหมาย ชาวง่หลี่มีความเชื่อว่า หากข้ามสะพานสันติสุข ร่างกายจะแข็งแรงตลอดปี หากข้ามสะพานโชคดี การทำธุรกิจจะเจริญรุ่งเรือง หากข้ามสะพานเฉลิมฉลอง จะหนุ่ม-สาว คงกระพัน ไม่แก่เฒ่า ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจกับความสวยงามของสถานที่ (ตลาดน้ำเมืองง่หลี่: ออนไลน์)

6. ตลาดน้ำศรีนาการ์ ประเทศอินเดีย อยู่ในทะเลสาบดาล (Dal Lake) ตลาดน้ำแห่งนี้ จะเริ่มขึ้นตอนก่อนฟ้าสาง เป็นลักษณะการค้าส่งผลผลิตทางการเกษตรของชาวบ้าน ซึ่งจะมีเรือขาย ผักและผลไม้เนืองแน่นอยู่เต็มพื้นที่ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะเป็นพ่อค้าคนกลางจะมีการเจรจาต่อรองราคา กับผู้ขายที่เป็นชาวสวนตามความพอใจ



รูปที่ 4 ตลาดน้ำศรีนาการ์ ประเทศอินเดีย (อ้างอิงจากตลาดน้ำศรีนาการ์: ออนไลน์)

7. ตลาดน้ำแคชเมียร์ ในประเทศอินเดีย เป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในทะเลสาบ ดาล (Dal Lake) มีการตกแต่งบ้านด้วยสวนผักลอยน้ำ และมีตลาดน้ำยามเช้าเพื่อซื้อขายสินค้าที่เป็นผลผลิตของคนในชุมชน ดินแดนแคชเมียร์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เป็นรัฐที่ตั้งอยู่ตอนเหนือสุดของประเทศอินเดีย อยู่ท่ามกลางหุบเขาหิมาลัย มีเขตแดนติดต่อกับประเทศปากีสถาน และที่ราบสูงทิเบต ลักษณะภูมิประเทศเป็นทั้งเทือกเขา พื้นที่ราบ ทะเลสาบ ทุ่งนา ทุ่งหญ้า อาชีพสำคัญของชาวแคชเมียร์ คือ การเลี้ยงสัตว์ การปลูกข้าว และปลูกผลไม้เมืองหนาว ในช่วงฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน (เดือนเมษายน-กันยายน) แคชเมียร์จะมีสวนดอกไม้ที่สวยงาม และมีต้นเมเปิ้ลซึ่งใบมีสีแดงและจะเปลี่ยนสีไปตามฤดูกาล ชาวแคชเมียร์มีความสุข อ่อนน้อม รักความสงบ มีความสามารถผลิตสิ่งของเครื่องใช้และเครื่องประดับที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ผ้าไหม พรมแคชเมียร์ และเปเปอร์มาเช่ มีการกล่าวถึงดินแดนแห่งนี้ว่าเป็นสวรรค์บนดิน บ้างก็เปรียบเทียบกับเป็นสวิตเซอร์แลนด์ของเอเชีย ดินแดนแคชเมียร์ เคยมีเหตุการณ์รุนแรงในอดีต ทั้งปัญหาการสู้รบระหว่างอินเดียกับปากีสถาน และปัญหาผู้ก่อการร้าย ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จะผ่านมาหลายปีแล้วก็ตาม ก็ยังเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวและการลงทุนของดินแดนแห่งนี้ (โอเชียนสไมล์ทัวร์: ออนไลน์)

8. ตลาดน้ำอะเบอร์ดีน (Aberdeen) ประเทศอังกฤษ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากอยู่ท่ามกลางแหล่งท่องเที่ยวในเมืองซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับกัศคารลอยน้ำจัมโบ้ เมื่อคนจะไปรับประทานอาหารที่ภัตตาคารก็ต้องแวะชมสินค้า นับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศอังกฤษอีกแห่งหนึ่ง (เที่ยวอังกฤษ: ออนไลน์)

9. เมืองเวนิส เป็นเมืองหลวงของแคว้นเวเนโต (Veneto) ประเทศอิตาลี เมืองเวนิสได้รับฉายาว่า ราชีนีแห่งทะเลอาเดรียตริก (Queen of the Adriatic) เมืองแห่งสายน้ำ (City of Water) เมืองแห่งสะพาน (City of Bridges) และเมืองแห่งแสงสว่าง (The City of Light) เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือกอนโดลา (Gondola) ชมทิวทัศน์ของเมือง สำหรับค่าเรือกอนโดลานั้น ปกติแล้วจะอยู่ที่ลำละประมาณ 70 ยูโร ราคานี้ไม่รวมค่าร้องเพลงขับกล่อมบนเรือ (ราคาสามารถต่อรองกันได้) ลักษณะเรือกอนกอนโดลานั้นจะแตกต่างกันไปตามสิ่งที่ตกแต่งเช่น หัวเรือ เบาลั่ง ซึ่งเรือของแต่ละจะมีราคาแพงกว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะมาเป็นคู่ผู้สูงอายุ หรือมาแบบครอบครัว และคู่หนุ่มสาวที่เพิ่งจะแต่งงาน มาฮันนีมูนที่เมืองเวนิส (พาเที่ยวเวนิส : ออนไลน์) เมืองเวนิสไม่มีการค้าขายสินค้ากันในเรือที่อยู่ในน้ำเหมือนตลาดน้ำในที่อื่นๆ แต่มีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ดังเช่นสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

จากการศึกษาตลาดน้ำในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชีย พบว่าตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณแหล่งน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งเพาะปลูกพืชผัก ผลไม้ และการทำอาชีพประมง ตลาดน้ำจึงเป็นแหล่งทำการค้าในลักษณะตลาดค้าส่งผลผลิตของชาวบ้านให้แก่พ่อค้าคนกลางที่มาซื้อสินค้าเพื่อไปจำหน่าย เนื่องจากสินค้ามีราคาถูก ประกอบกับการรักษาวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม จึงมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมทะเลสาบ รวมทั้งความเป็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าตลาดน้ำที่เกิดขึ้นตามวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้นไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แต่ก็มีนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบแสวงหาประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว เพื่อชมวิถีชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ในแหล่งน้ำแต่ละแห่ง โดยมีการจ้างเหมาเรือเพื่อนั่งชมบรรยากาศตลาดน้ำ นับว่าเป็นโอกาสที่ดีทางการท่องเที่ยว มีตลาดน้ำบางแห่งเช่น ตลาดน้ำเมืองหงษ์ ตลาดน้ำเกษมมิตร ตลาดน้ำในประเทศกัมพูชา ตลาดน้ำอะเบอร์ดีน มีการจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลดีต่อคนในชุมชนทำให้จำหน่ายผลผลิตได้มากขึ้น มีการจ้างงาน ส่งผลทำให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้นจากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวนั่นเอง ในด้านของแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำในแถบประเทศยุโรปนั้น ไม่มีการค้าขายกันในเรือดังเช่นตลาดน้ำแถบภูมิภาคเอเชีย มีกิจกรรมการนั่งเรือชมทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำ มีคนเล่นดนตรีและร้องเพลงให้ฟังบนเรือ เป็นกิจกรรมที่สร้างสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่นำสนใจอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ที่พายเรือ ผู้ที่ร้องเพลงทำให้คนในท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยว

2. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยมีการเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา โดยมีการพัฒนามาตรฐานการจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติ (UNESCO, 2000) ที่ให้ความสำคัญว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการบูรณาการพัฒนาชุมชน และการดำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในแถบภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก สมบัติ กาญจนกิจ(2544) กล่าวถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวชนบทไว้ว่า นอกจากจะเป็นการสร้างอาชีพที่ส่งผลดีต่อการเพิ่มเศรษฐกิจชุมชนแล้ว ยังเป็นการเพิ่มโอกาสทางนันทนาการของคนในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนมีแหล่งพักผ่อนหย่อนใจและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์อย่างมีคุณค่า และมีการอนุรักษ์เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น อรอนส์สัน (Aronsson, 2000) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ถ้ามันไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และเป็นเรื่องสมเหตุสมผลในเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยการพัฒนาในขอบเขตขนาดเล็ก โดยมีพื้นฐานจากชุมชนในท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายว่าจะต้องไม่เอาเปรียบคนในท้องถิ่น และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เน้นความสำคัญเรื่องความยั่งยืนทางวัฒนธรรม โดยรักษาความเป็นอัตลักษณ์ไว้ได้ ”

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้แก่ ความสัมพันธ์หลายกระแสรหว่างประชากรและทรัพยากรในท้องถิ่นกับการท่องเที่ยว รวมถึงมุมมองด้านทัศนคติของคนในท้องถิ่น ถ้าประชาชนในท้องถิ่นไม่เห็นด้วยกับทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยว ก็มีโอกาที่จะทำให้เกิดการคัดค้าน และอาจกลายเป็นข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชน (Tosun, 2002) ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น กลุ่มประชาคมไม่ควรที่จะเร่งรีบชักจูงว่าจะต้องพัฒนา แต่ควรให้ชุมชนมีความเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยและสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว ที่จะช่วยทำให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน (Haley, Snaith, and Miller, 2005) ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะของสินค้าควรส่งเสริมในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการรักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นการแสดงถึงความมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาได้ใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้น (Rigal, 2008) อย่างไรก็ตาม ในการกำหนดการพัฒนา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ควรเป็นลักษณะของการบูรณาการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมพร้อมไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและปกป้องดูแลทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไปด้วย และในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความเข้มแข็งและความสามารถของประชาคมซึ่งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางบวก ซึ่งก่อให้เกิด

แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น (Gunn and Turgut, 2002) การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความซับซ้อนในเรื่องของวิธีการประเมิน ดังนั้นจึงมีประเด็นคำถามว่าจะใช้ตัวชี้วัดอะไรในการประเมินโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านที่อยู่ใกล้สวนสาธารณะลามิงตัน (Lamington) ในเมืองควีนแลนด์ (Queensland) ประเทศออสเตรเลีย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนได้มีการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดในเรื่องวิธีการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมให้เกิดประสิทธิผลของการป้องกันการเกิดมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนมีวิธีการจัดการอย่างไรที่จะส่งผลทำให้มลภาวะลดลง (Schianetz and Kavanagh, 2008)

จะเห็นได้ว่าหลายประเทศทั่วโลก ให้ความสำคัญต่อกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีการพัฒนาแบบบูรณาการ ในลักษณะพัฒนาการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม โดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ และมีวิธีการจัดการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.1 การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีชีวิตที่พึ่งพาธรรมชาติ และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. ด้านองค์กรภายในชุมชน มีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ชุมชนหรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่างๆ ที่หลากหลายชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. ด้านการจัดการ มีกฎ กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการจัดการผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนของชุมชนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

สินธุ์ สโรบล (2546) กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยนำทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวิธีการที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ ชุมชน มาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ ต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนเพื่ออนุรักษ์ไว้ไปถึงคนรุ่นลูก รุ่นหลาน พร้อมกันนี้มีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยว และเป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้น ร่วมกัน คิดและวางแผนดำเนินการ มีการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การประเมินผลโครงการและการ รับผิดชอบต่อชุมชน โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

สเตอร์เรนและไอแซค (Sterren and Isaac, 2004) ได้ให้ข้อเสนอแนะหลักการดำเนินงาน การท่องเที่ยวชุมชนดังต่อไปนี้

1. จะต้องดำเนินการด้วยความร่วมมือและได้รับความยินยอมจากชุมชนท้องถิ่น ประชาชน ควรจะมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการท่องเที่ยว
2. มีการแบ่งปันผลประโยชน์กลับสู่ชุมชนท้องถิ่น เช่น มีโครงการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โรงเรียน หรือ โครงการอื่นๆที่ส่งเสริมให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน
3. คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนบุคคล เนื่องจากการทำงานเพื่อส่วนตนจะทำให้สังคมเกิดความแตกแยก
4. ตระหนักถึงการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องให้ความร่วมมือในโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. จะต้องให้ความเคารพวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น
6. มีกลวิธีที่จะช่วยให้ชุมชนรับมือหรือจัดการกับผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้น
7. ดูแลรักษาวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยมิให้เลือนหาย หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
8. ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะออกเดินทางโดยเฉพาะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
9. ไม่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นกระทำการกิจกรรมที่มีพิธีรีตรองที่ไม่เหมาะสม
10. ปล่อยให้ชุมชนอยู่ตามลำพังถ้าพวกเขาไม่ต้องการการท่องเที่ยว ประชาชนควรมี สิทธิที่จะไม่ต้องการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการ พัฒนาชุมชน สร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ วัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทำให้ชุมชนได้มีการกำหนดทิศทางการ พัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ

จัดการท่องเที่ยวชุมชน วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ถูกนำมาใช้เพื่อทำการศึกษารวมชนบริเวณอุทยานแห่งชาติ ป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ โดยใช้กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผลจากการเริ่มโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมขึ้น นั่นคือสิ่งที่ยืนยันว่าผู้วางแผนการท่องเที่ยวให้การสนับสนุนและทำให้เกิดความเข้าใจการท่องเที่ยวชุมชน และสามารถนำวิธีการไปใช้ในโครงการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อส่งเสริมคุณภาพของสังคม เป็นการเพิ่มศักยภาพแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการมีส่วนร่วมของประชาชน (Attama Nilnoppakun, 2008) และยังคงสอดคล้องกับเซเบลีย์ (Sebele, 2010) ซึ่งได้ทำการศึกษาโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของประเทศบอตสวานา (Botswana) พบว่าคนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนให้เกิดขึ้น มีการบริหารจัดการที่ได้รับความไว้วางใจ และมีความร่วมมือของคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ประชาชนให้ความสนใจอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น มีการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว และในทำนองเดียวกันรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จะต้องสร้างวิถีทางที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อการป้องกันการใช้พื้นที่ เช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศญี่ปุ่น (Lisa, 2006) มีการจัดการสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ป้องกันสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ให้เกิดขึ้น

หลักการสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเมื่อใดก็ตามที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนควรยึดหลักการสำคัญโดยชุมชนเป็นเจ้าของ ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง ยกย่องคุณภาพชีวิต มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม คงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน ลักษณะของพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรมีหลักการตรวจสอบการใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลเพื่อการอนุรักษ์และการพัฒนา มีนโยบายการดำเนินงานที่เข้มงวดในการป้องกันทรัพยากรธรรมชาติ มีกระบวนการพัฒนาการบริหาร มีการตัดสินใจร่วมกันของประชาชนในท้องถิ่น และจะต้องมีมุมมองด้านศีลธรรม โดยมีหลักการดังนี้ (Jain, Lama and Lepcha, 2000)

1. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีการสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย ความหลากหลายทางด้านชีววิทยา น้ำ ป่าไม้ ลักษณะทางวัฒนธรรม และบุคคลตัวอย่าง

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของภาษีที่ได้รับจากการท่องเที่ยวและผลประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับจากคนที่เข้าร่วมในชุมชน และมีความร่วมมือของคนในชุมชน

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องส่งเสริมให้มีการเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน และกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนให้มากขึ้น

4. เป็นการ จัดทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ผู้จัดการจะต้องมีการดำเนินการดังนี้ (Pimrawee Rocharungsat, 2005)

1. มีการจัดการผลประโยชน์ และกระจายรายได้อย่างยุติธรรมต่อคนในชุมชน
2. ประสานความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น
4. ยึดถือหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
5. มีการจัดการเรียนรู้หรือจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความร่วมมือของคนในชุมชน

6. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชน
7. มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
8. สร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว
9. สร้างความมั่นคงในทางการตลาด
10. วางแผนการจัดการอย่างชัดเจนและเป็นระบบ

กู๊ดวินและแซนทิลลี (Goodwin and Santilli, 2009) ได้ทำการวิเคราะห์และศึกษากรณีตัวอย่างโครงการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จ โดยการใช้แบบสอบถามจากแหล่งผู้ให้ทุน จากนักอนุรักษ์ นักวิชาการ และนักวิจัยที่ทำงานเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผลการศึกษาพบว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบผลสำเร็จมีลักษณะดังนี้

1. เกิดผลประโยชน์กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน
2. มีการกระจายผลประโยชน์ไปสู่ส่วนที่เป็นสาธารณะในชุมชน เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล เส้นทางถนนสาธารณะ
3. โครงการที่เกิดขึ้นจะต้องสนับสนุนให้เกิดผลประโยชน์แก่ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนทุกคน
4. มีการอนุรักษ์ โดยใช้อำนาจการตัดสินใจของคนในชุมชนและคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ส่วนรวม
5. ชุมชนเป็นเจ้าของ และมีการจัดการโครงการ/กิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน

6. ให้อำนาจการตัดสินใจโดยคนในชุมชนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยมีบุคคลที่เกี่ยวข้องในการจัดการและตัดสินใจร่วมกัน

7. มีภาคเอกชนเข้าร่วมในโครงการเพื่อสนับสนุนให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน

8. มีการพัฒนาเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวชุมชน

9. มีคณะกรรมการดำเนินงานในโครงการที่ชุมชนจัดขึ้น

10. ภาคเอกชนร่วมกันพัฒนาภายในชุมชนเพื่อรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเอาไว้ กล่าวโดยสรุปการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีคณะทำงานมีการตั้งกฎ กติกาในการจัดการท่องเที่ยว มีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว จะต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนท้องถิ่น ประชาชนควรจะได้มีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระจายผลประโยชน์แก่คนในชุมชน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน

2.2 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพนั้นคณะผู้ดำเนินการจะต้องสนับสนุนให้เกิดการเพิ่มพูนพัฒนาเศรษฐกิจภายในท้องถิ่นตลอดจนมีการจ้างงานที่หลากหลาย สนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกันของคนในชุมชน ทำให้เกิดความยั่งยืนระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและเกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมและรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมเอาไว้ มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและธรรมชาติ จะต้องมีการบริหารจัดการที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการบริหารจัดการที่ดี สร้างความมั่นใจในการให้บริการที่มีคุณภาพและเกิดความปลอดภัยแก่บุคคลทุกฝ่ายที่เข้าร่วมในโครงการ/กิจกรรมการท่องเที่ยว อัสเคอร์และคณะ (Asker and other, 2010) ได้เสนอแนะข้อกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนดังนี้

1. ชุมชนมีหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบ

2. มีสมาชิกชุมชนที่ประกอบด้วย ผู้ชาย ผู้หญิง เยาวชน เข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจ และมีการจัดการด้านการเงินเพื่อสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

3. เจ้าของที่ดินและแหล่งทรัพยากรอื่นๆในพื้นที่ให้ความร่วมมือและไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน

4. การตัดสินใจในการออกแบบโครงการจะต้องมาจากความต้องการของคนในชุมชน

5. นำข้อมูลผลกระทบ ความเสี่ยง และผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวชุมชนมาพิจารณาทางเลือก เพื่อหาวิธีการที่ดีที่สุดในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการ

6. ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมสูงสุด
7. ให้มีการขับเคลื่อนเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้
8. มีวิธีการ/กิจกรรมที่ดีในการสนับสนุนการตลาด
9. มีการวางแผนการทำงานระยะสั้น/ระยะยาว จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนและสิ่งแวดล้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม
10. มีการร่วมมือระหว่าง ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ประชาชน และองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
11. เลือกวิธีการที่นำมาใช้เหมาะสมกับสภาพชุมชน
12. การท่องเที่ยวชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนที่มีขอบข่ายที่กว้างขวาง
13. ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จัดแบ่งพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

14. จัดสิ่งที่เป็น โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ง่าย

กล่าวโดยสรุปตามที่นักวิชาการ นักวิจัยได้ทำการศึกษามาแล้วนั้น หลักการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีคณะทำงาน มีการจัดการโดยชุมชนเป็นเจ้าของร่วมกันตัดสินใจในโครงการต่างๆที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านกับแขกผู้มาเยือน มีการกระจายผลประโยชน์อย่างยุติธรรมแก่คนในชุมชน สร้างความปลอดภัยแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาการตลาดและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน มีการจัดการในเรื่องการคมนาคมสิ่งอำนวยความสะดวก มีการให้บริการที่ดีมีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

จากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของท้องถิ่นที่จะต้องจัดบริการให้แก่ประชาชน เพื่อเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของประชาชน ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นของตนเองเพื่อให้เกิดการพัฒนา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

1. ด้านการตลาดท่องเที่ยว ควรมีดำเนินการในเรื่องการจัดทำระบบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ประเมินคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านการพัฒนาและการตลาด จัดลำดับความสำคัญและความมีศักยภาพทางการตลาด จุดเด่น สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ สำรวจทัศนคติและศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ และสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยว ทำการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จัดรายการนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในท้องถิ่น และร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จังหวัดจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2. ด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยการสำรวจและค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ทำการพัฒนาพื้นที่ที่รกร้างว่างเปล่า พัฒนาพื้นที่สาธารณะให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การพัฒนาวิถีชีวิตของประชาชนให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว และส่งเสริมงานประเพณีของท้องถิ่นให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. ด้านการให้บริการท่องเที่ยว เช่น ด้านคมนาคม จัดสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และการยกระดับมาตรฐานการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

4. ด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดทำแผนพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แผนพัฒนาบริการการท่องเที่ยว แผนส่งเสริมการตลาดเพื่อให้พื้นที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีเข้ามามีส่วนร่วม ประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

5. ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดบุคลากรดูแลแหล่งท่องเที่ยว ทำการส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว จัดหางบประมาณเพื่อสนับสนุน โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

หลักการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1. จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวและติดตามประเมินผลโดยให้มีแผนงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและแผนพัฒนาประเทศ

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ตามศักยภาพและบริบทของพื้นที่โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม

3. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว และยืดระยะเวลาการอยู่ในพื้นที่ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นั้นหมายถึง

การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ

4. พัฒนาการบริการทางการท่องเที่ยวโดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเครือข่ายการบริการการท่องเที่ยวและให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม

5. พัฒนาการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยการสร้างเครือข่ายกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องและเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม

6. วางแผนด้านงบประมาณที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกำหนดไว้ในแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าจะใช้งบประมาณจากหน่วยใด จะขอรับการสนับสนุนจากรัฐบาลหรือไม่

7. การดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนั้น มีวิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

7.1 กระบวนการควรเริ่มจากการปรับแนวคิดดั้งเดิมที่เน้นความต้องการของนักท่องเที่ยว (Demand-Based) เปลี่ยนเป็นเน้นการนำเสนอสิ่งที่มี (Supply-Based) เช่น ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งจะต้องรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ก็จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

7.2 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแต่ละแห่งไม่จำเป็นต้องเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อม ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวและความต้องการของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ

7.3 ควรมีการวางแผนเพื่อให้คนในท้องถิ่นร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การเสริมสร้างศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นองค์กรภาครัฐที่ใกล้ชิดชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รู้จักและเข้าใจพื้นที่ จึงสามารถกำหนดทิศทางและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นสู่ความยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนทางการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนซึ่งจะต้องใช้เทคนิควิธีการที่หลากหลายมาช่วยเพื่อให้เกิดความร่วมมือและมีการพัฒนาไปสู่เป้าหมาย ด้านการวางแผนจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนนั้นพบว่าการศึกษาศักยภาพของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาพิจารณาเพื่อส่งเสริมพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งควรพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน (ประกอบศิริ ภักดีพินิจ, 2550) และจากการศึกษาการวางแผนพัฒนาวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศเคนยา (Kenya) มานยาราและ โจน (Manyara and Jones, 2007) ได้

เสนอแนะวิธีการระดมเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ควรได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท ห้างร้าน หรือหุ้นส่วนที่มีการให้ความร่วมมือลงทุน โดยไม่หวังการค้ากำไร เกินควรซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชน นอกจากนี้ให้ควบคุมแหล่งการลงทุนจาก ชาวต่างชาติด้วย

2.4 รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน

รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism Planning Model: CBTP) ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในหมู่เกาะทางตะวันตกเฉียงเหนือของเมืองแวนคูเวอร์ (Northwest Vancouver) เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่สร้างความตระหนักแก่คนในชุมชนให้เห็นคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน มีการจัดการที่เหมาะสมกับท้องถิ่นตามความต้องการของคนในชุมชนซึ่งพวกเขาควรมีอำนาจในการตัดสินใจ เลือกโอกาสที่เหมาะสมซึ่งจะนำไปสู่กลยุทธ์ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่ ผู้ประกอบการ รัฐบาลท้องถิ่น พวกเขาสามารถให้คำแนะนำที่ทำให้เกิดความยั่งยืนและเห็นพ้องต้องกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง มีการจัดการที่ไม่ทำลายระบบความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อม (Pinel, 1998) หลักการปฏิบัติที่นำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องยอมรับการตัดสินใจร่วมกันในเรื่องความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Hutchison, 1998) ในทำนองเดียวกันจะต้องพัฒนาให้เกิดความร่วมมือของคนในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Harsseel, 1994) เพื่อให้มีการรักษาและคงความเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของท้องถิ่น ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทุกภาคส่วนในชุมชน โดยใช้กลยุทธ์ในการวางแผนระยะสั้นระยะยาว

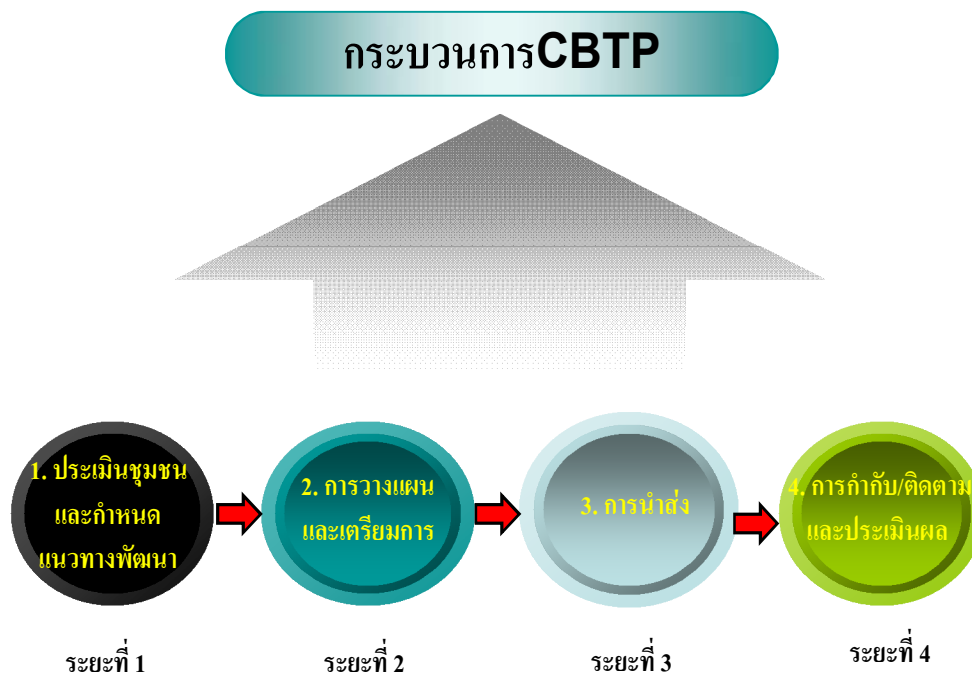
CBTP เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการใช้กลยุทธ์และการมีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ตั้งอยู่บนพื้นฐานตามความต้องการและความปรารถนาของผู้อยู่อาศัย และผู้มีประสบการณ์ในพื้นที่ เสริมสร้างโอกาสในการพัฒนา โดยพิจารณาจุดเด่นของชุมชน ความท้าทาย อุปสรรค และความสมบูรณ์ของนิเวศวิทยา CBTP สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมองเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนเปรียบเสมือน “บ้าน” ที่มีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศของผู้อยู่อาศัย พืชและสัตว์ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกชื่นชมยินดี และอยากที่จะกลับมาเที่ยวด้วยความรู้สึกถึงความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนบ้านมากกว่าการไปเที่ยวที่อื่นและได้รับผลกระทบทางลบ รูปแบบ CBTP นี้ เน้นความสำคัญที่ความต้องการของคนในชุมชนเป็นตัวกระตุ้นและนำไปสู่ กระบวนการกำหนดแนวทางการพัฒนา จากนั้นจึงทำให้เกิดการร่วมมือ เกิดความมั่นใจ และตระหนักถึงผลกระทบการท่องเที่ยว ซึ่งกระบวนการจะต้องค่อยเป็นค่อยไป มีการวางแผนการ

ทำงานร่วมกัน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นดูได้จากการลดผลกระทบทางลบของการท่องเที่ยวชุมชน และความสัมพันธ์ของคนในชุมชนกับระบบนิเวศ

การนำรูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน(CBTP) ไปประยุกต์ใช้

การนำรูปแบบ CBTP ไปประยุกต์ใช้มีข้อสมมติฐาน 3 ประการ ได้แก่

1. ความสามารถของท้องถิ่นและการจัดการพัฒนาอย่างได้ผลซึ่งจะต้องมีการใช้ความรู้ความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถที่จะมองการณ์ไกล คาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้
3. มองเห็นสิ่งที่มีคุณค่าที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความปรารถนาที่จะก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางด้วยกันเพื่อให้คนในชุมชนมีสภาวะของความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น



รูปที่ 5 รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism Planning Model: CBTP) (ดัดแปลงจาก Pinel, 1998)

กระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรูปแบบ CBTP

ระยะที่ 1 การประเมินชุมชนและการกำหนดแนวทางพัฒนา (Community Assessment & Organization Development Phase) คณะกรรมการชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในชุมชน วิเคราะห์สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่กำลังเกิดขึ้น

ระยะที่ 2 การวางแผนและการเตรียมการ (Planning & Preparation Phase) จัดกระบวนการวางแผนรวบรวมแนวคิดจากสมาชิกเพื่อออกแบบพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างเหมาะสมกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีในชุมชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การบริการ โปรแกรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พัฒนาการตลาดและข่าวสารทางการท่องเที่ยว ทำการสำรวจ/ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณ การแสวงหาแหล่งทุน การให้ความรู้/การฝึกอบรม การเป็นหุ้นส่วน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ระยะที่ 3 การนำส่ง (Delivery Phase) จัดให้มีการบริการตามโปรแกรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ระยะที่ 4 การกำกับ/ติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation Phase) ใช้วิธีการที่เหมาะสมในการจัดการและประเมินผล

กระบวนการทั้ง 4 จะต้องดำเนินการโดยชุมชน การวางแผนพัฒนาควรตั้งอยู่บนพื้นฐานความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้พิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องจำนวนประชากร วัฒนธรรม ความต้องการของท้องถิ่น การเอาใจจริงเอาใจเรื่องการท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว และความพยายามวางแผนการท่องเที่ยวที่มีมาก่อนหน้านี้

ไพเนล (Pinel, 1998) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินการดังนี้

1. การวางแผนการท่องเที่ยวควรเริ่มที่ความตระหนัก และเห็นคุณค่าของคนในชุมชน และต้องการให้มีการจัดการที่เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
2. หลักการพัฒนาเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แก่ ผู้อยู่อาศัย ผู้ปฏิบัติการ รัฐบาลท้องถิ่นจะต้องร่วมมือกันทำงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
3. ในการวางแผนพัฒนาตามหลักการทฤษฎี ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องร่วมกันตัดสินใจ เพื่อทำให้เกิดความสมดุลของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
4. วิธีการ CBTP จะต้องไม่ปฏิเสธด้านการวางแผนการตลาด

ในระหว่างที่มีการวางแผนนั้น แต่ละคนจะมีวิธีการด้ยการใช้ความสามารถพิเศษของเขาทักษะ ประสบการณ์ ข้อจำกัด การให้คำมั่นสัญญา เวลา ความอดทน และความมุ่งมั่นบากบั่น ซึ่งจุดสุดท้ายจะนำไปสู่ความสำเร็จในกระบวนการท่องเที่ยวชุมชนของแต่ละชุมชน ในทางปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวชุมชน อาจทำให้เกิดมีข้อขัดแย้งกันบ้างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หรือเกิดการอ่อนล้าของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งมีข้อควรระวังเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคลิกภาพ ของคนที่มีความแตกต่างกัน ถ้าหากแต่ละคนมีความต้องการส่วนตนมากกว่าส่วนรวม นโยบายอาจ ถูกขัดขวางได้ ดังนั้นจะต้องระมัดระวังโดยเน้นให้เกิดผลที่ได้รับจากการวางแผนในเชิงบวก ควร คำนึงถึงฤดูกาลท่องเที่ยวและวงจรชีวิตของการพัฒนาการท่องเที่ยวว่าอยู่ในช่วงเติบโต หรือ อยู่ ในช่วงที่กำลังเสื่อมโทรมลง อิทธิพลของสิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย นอกจากนั้นการวางแผน CBTP นั้นควรให้มีความยืดหยุ่นและเป็นกระบวนการต่อเนื่องเป็นไป ตามขั้นตอนแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปรูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามรูปแบบ CBTP

ประสานการร่วมมือของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทำความเข้าใจสิ่งที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน	รักษาวิถีชีวิตคนท้องถิ่น และยกระดับให้สูงขึ้น
1. ใช้วิธีการวางแผนการ ท่องเที่ยวโดยดึงทุกภาค ส่วนในท้องถิ่นเข้ามา ร่วมวางแผน	6. การดำเนินการสอดคล้อง กับฤดูกาลท่องเที่ยว คำนึง ใครคือผู้มาเยือน	10. รักษาวัฒนธรรม ท้องถิ่น
2. มีคณะกรรมการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชน	7. ทำให้เกิดความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยวและคนใน ท้องถิ่น	11. มีการจัดการแบบ ค่อยเป็นค่อยไปตาม ศักยภาพของท้องถิ่น
3. กำหนดบทบาทผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียให้ชัดเจน	8. สนับสนุนให้เกิดมิตรภาพ ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับ คนท้องถิ่น	12. มีการป้องกันแหล่ง ทรัพยากรที่สร้าง เศรษฐกิจแก่ชุมชน
4. ให้เยาวชนมีทักษะใน การจัดการท่องเที่ยว	9. กำหนดรูปแบบ/กิจกรรม การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม กับทรัพยากรท้องถิ่น	13. ป้องกันสิ่งที่จะ รบกวนนักท่องเที่ยว
5. มีการสื่อสาร ไปยัง ภายนอกชุมชน		14. มีการดูแลรักษา ทรัพยากรท้องถิ่น

ที่มา: ดัดแปลงจากไพเนล (PineI, 1998)

รูปแบบการวางแผน CBTP ในพื้นที่ตำบลอนมะโนรานั้น มีการดำเนินงานตามขั้นตอน โดยเริ่มจากการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนจากการประชุมในระยะเริ่มต้น พบว่า คณะผู้นำชุมชนและชาวบ้านตื่นตัว และให้ความสนใจที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเข้าร่วม ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง ของชุมชน ค้นหาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ ทรัพยากรท้องถิ่น มีการจัด โปรแกรมการท่องเที่ยวและประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

2.5 กระบวนการทำงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การทำงานเพื่อเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น องค์กรที่จะเข้าไปทำงานร่วมกับชาวบ้านควรมีพันธะสัญญาในการทำงานร่วมกับชาวบ้าน สร้างจุดมุ่งหมายในการทำงานร่วมกัน โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

2.5.1 ศึกษาความเป็นไปได้ก่อนลงพื้นที่ เป็นการศึกษาความเป็นไปได้เพื่อเลือกพื้นที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.5.2 ศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกับชุมชน เป็นการทำงานอย่างมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ก่อนการตัดสินใจดำเนินการ

2.5.3 กำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว โดยจะต้องเป็นการกำหนดทิศทางการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน

2.5.4 มีการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

2.5.5 มีการบริหารจัดการองค์กร กำหนดแนวทางในการสร้างองค์กรในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.5.6 การจัดทำโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

2.5.7 การสื่อความหมาย มีการพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีความสามารถในการบอกเรื่องราวของชุมชนอย่างน่าสนใจ

2.5.8 ด้านการตลาด เป็นการเรียนรู้และทำความเข้าใจกลไกการตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบที่สำคัญในการทำการตลาด

2.5.9 การจัดการท่องเที่ยวนำร่อง เป็นการทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องในงานการท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน และแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อให้ชุมชนได้ปรับปรุงก่อนเปิดการท่องเที่ยวจริง

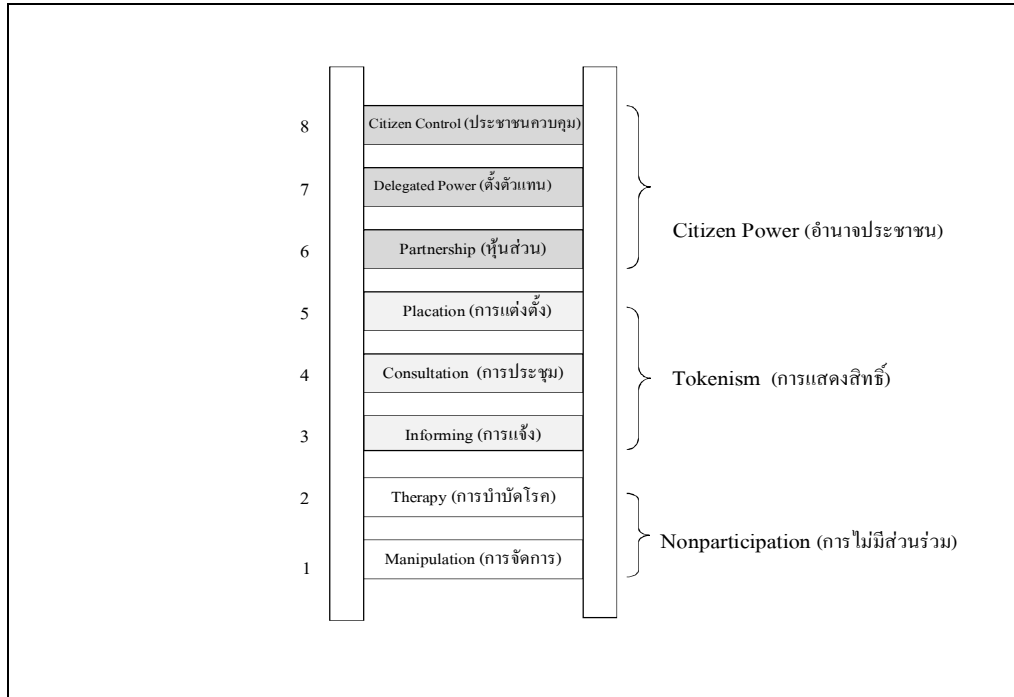
2.5.10 การติดตามและประเมินผล เป็นการติดตามประเมินผลทั้งในระดับกิจกรรมและภาพรวมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

กระบวนการทำงานในข้อที่ 2.5.1 และข้อที่ 2.5.2 ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญก่อนการตัดสินใจ ส่วนขั้นตอนที่ 2.5.9 เป็นการทดสอบความพร้อมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญสำหรับการสร้างความมั่นใจให้กับคนในชุมชน และเป็นการประเมินเบื้องต้นว่า ชุมชนมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหนในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ในกระบวนการทำงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการมีหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ชุมชนมีศักยภาพเพิ่มขึ้น เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัด สนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เข้ามาช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สำนักงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อพัฒนาความรู้ หรือพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ สถาบันการศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ เข้ามาช่วยพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การบริการ ท้องเที่ยว นักพัฒนาชุมชน เข้ามาช่วยในเรื่องการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยทุกฝ่าย ประสานความร่วมมือกันเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถจัดการตนเองได้

2.6 ทฤษฎีหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน

การส่งเสริมการท้องเที่ยวเพื่อให้เกิดการวางแผนพัฒนาการท้องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น เป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงที่จะสนับสนุนให้การทำงานของรัฐบาลท้องถิ่นประสบผลสำเร็จ อาร์นสไตน์ (Arnstein, 1969) ได้กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชนคือพลังของประชาชน” มีคำถามที่พบบ่อยๆ ว่ามีวิธีการหรือมีรูปแบบอะไรที่จะส่งเสริมอำนาจในการมีส่วนร่วมของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนจะไม่เกิดขึ้น ถ้าประชาชนถูกกีดกันออกไปจากกระบวนการทางการเมือง และเศรษฐกิจ ไม่ถูกกำหนดให้เข้าร่วมในการจัดตั้งหรือแสดงความคิดเห็นตามนโยบายและ เป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนคือการเปิดโอกาส ให้ประชาชนเข้าร่วมในกระบวนการจัดการทรัพยากรของชุมชน การรับฟังความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะในการกำหนดโครงการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชน ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนแสดงตามภาพที่ 1



รูปที่ 6 บันได 8 ขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Eight rungs on the ladder of citizen participation) (ดัดแปลงจาก Arnstein, 1969)

อาร์นสไตน์ (Arnstein, 1969) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็นขั้นบันไดซึ่งแต่ละขั้นมีความสอดคล้องกันตามระดับของการมีส่วนร่วมตามพลังอำนาจของประชาชน บันไดแต่ละขั้นมีความหมายดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การจัดการ (Manipulation) เป็นระดับของการไม่มีส่วนร่วม ประชาชนไม่สามารถเข้าร่วมในการวางแผนกำกับหรือมีบทบาทในการจัดการ แต่ผู้จัดการสามารถทำให้เกิดพลังในการเข้าร่วมได้ โดยการให้ความรู้หรือให้การสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ เช่น การให้สิ่งตอบแทนหรือการให้โอกาสเข้าร่วม

ขั้นที่ 2 การบำบัดโรค (Therapy) ในขั้นตอนนี้ นักจิตวิทยาสังคมได้ตั้งข้อสันนิษฐานว่าความไม่มีอำนาจ (Powerlessness) คล้ายกับเป็นอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นทางจิตใจ ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมได้จะต้องมีการจัดกิจกรรมขึ้น เพื่อเป็นการชักจูงให้เข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

ขั้นที่ 3 การแจ้ง (Informing) เป็นการให้ประชาชนรับผิชอบในสิทธิ์ตามกฎหมายของประชาชนเพื่อเข้ามามีส่วนร่วม ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ จะต้องมีการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนมีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น ควรมีการสื่อสาร มีการให้ข้อมูลแก่ประชาชนด้วยการใช้สื่อต่างๆ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย หรือจัดให้มีการประชุม การเปิดโอกาสให้ซักถามข้อสงสัย จะช่วยให้ประชาชนเกิดความสนใจมากขึ้น

ขั้นที่ 4 การปรึกษา (Consultation) เป็นการเชิญประชาชนเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเป็นการแจ้งให้พวกเขาเข้ามามีส่วนร่วมตามกฎหมาย อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมีเทคนิควิธีการที่สามารถนำมาใช้เพื่อขอความคิดเห็นของประชาชน ได้แก่ การสำรวจ การสอบถามทัศนคติ การประชุมอย่างไม่เป็นทางการ การจัดทำประชาพิจารณ์ ผู้ดำเนินการสามารถสังเกตการเข้าร่วมว่ามีผู้เข้าร่วมจำนวนมากน้อยเท่าไร มีการนำเอกสารกลับไปหรือไม่ มีการตั้งข้อซักถามในที่ประชุมหรือไม่ อย่างไรก็ตาม การสอบถามความคิดเห็น ควรคำนึงถึงการตอบคำถามโดยที่พวกเขาขาดความรู้ ขาดความเข้าใจในประเด็นคำถาม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ดำเนินการจะต้องให้ความรู้กับประชาชนเกี่ยวกับสถานการณ์ที่ต้องการคำตอบ ก่อนที่จะสอบถามเรื่องราวใดๆ เมื่อประชาชนได้รับมอบอำนาจ หรือได้ทราบถึงขอบข่ายการเข้ามามีส่วนร่วมแล้วประชาชนอาจจะต้องการรับฟังข้อมูลที่แสดงถึงความมั่นใจ ภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นถ้าพวกเขาขาดความมั่นใจว่ามุมมองของพวกเขาจะได้รับความสนใจ และการมีส่วนร่วมถูกจำกัด ไม่มีการติดตามผลที่แสดงถึงความมั่นใจ ก็อาจจะทำให้ไม่เกิดการมีส่วนร่วม

ขั้นที่ 5 การแต่งตั้ง (Placation) เป็นระดับสูงสุดของการแสดงสิทธิ์ในการกระทำตามที่กฎหมายกำหนด (Tokenism) หรือทำเพื่อความพึงพอใจโดยเฉพาะกลุ่มประชาชน ประชาชนได้รับการบอกเล่าทางความคิดว่าพวกเขาควรจะทำอะไรในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งพลังอำนาจของพวกเข

เขาก็ยังคงดำเนินต่อไปตามสิทธิ์ที่ได้รับให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งประชาชนจะต้องมีข้อมูลที่ชัดเจนที่สามารถจะนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ ประชาชนจะต้องรู้ถึงข้อจำกัดในสิ่งที่จะต้องตัดสินใจ

ขั้นที่ 6 ความเป็นหุ้นส่วน (Partnership) เป็นการมอบอำนาจให้แก่ประชาชนในการจัดการเป็นขั้นการก้าวเข้าสู่อำนาจของประชาชน พวกเขาจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จะมีการตกลงกันได้ มีการวางแผน มีการตัดสินใจตลอดจนมีความรับผิดชอบ ในนโยบายที่ได้ร่วมกันคิดหรือออกแบบไว้ ความเป็นหุ้นส่วนสามารถทำให้ประชาชนทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแบ่งปันและยอมรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ภายใต้วิธีการที่เป็นประชาธิปไตย

ขั้นที่ 7 การแต่งตั้งตัวแทน (Delegated Power) เมื่อการดำเนินงานมาถึงในขั้นตอนนี้ ประชาชนมองเห็นความชัดเจนและความเป็นไปได้ในแผนงานที่ได้ตัดสินใจร่วมกันไปแล้วนั้น จะมีการแต่งตั้งตัวแทน หรือคณะทำงาน มอบหน้าที่ให้ทำการแทน ในขั้นตอนนี้มีข้อควรระวัง ถ้าเกิดการตกลงใจที่ต่างกันอย่างชัดเจนจะต้องใช้กระบวนการต่อรอง ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีมากกว่าการสร้างแรงกดดันด้วยพลังของประชาชน

ขั้นที่ 8 ประชาชนเป็นผู้ควบคุม (Citizen Control) ในขั้นตอนนี้ไม่ว่าประชาชนจะประสบความสำเร็จตามที่ทุกคนได้ตัดสินใจ จำเป็นต้องมีอำนาจในการบริหารจัดการอย่างเต็มรูปแบบจึงจะทำให้แผนงานที่ทุกคนร่วมตัดสินใจดำเนินไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ความต้องการสำหรับชุมชนในการควบคุมแผนงานนั้น สิ่งที่สำคัญมากคือการสื่อสาร ซึ่งจะต้องไม่ให้เกิดความสับสนในการทำงานเพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ พลังอำนาจของประชาชนสามารถที่จะควบคุมแผนงาน/โครงการ/สถานการณ์ให้เป็นไปตามนโยบาย อย่างไรก็ตามจะต้องพิจารณาปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่อาจจะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นได้

เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมของประชาชนในแต่ละระดับ โดยเริ่มในขั้นที่ 1, 2 เป็นการแสดงถึงการไม่มีส่วนร่วมของประชาชน (Nonparticipation) ประชาชนไม่มีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น เปรียบเหมือนกับเป็นอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น ซึ่งจะต้องมีการบำบัดรักษา

ขั้นที่ 3, 4, 5 เป็นการแสดงสิทธิ์ (Tokenism) เป็นการแจ้งให้ประชาชนรับผิดชอบในสิทธิ์ตามกฎหมายของพวกเขา และให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตามกฎหมาย เป็นระดับสูงสุดของการได้รับสิทธิ์ในการกระทำตามที่กฎหมายกำหนด ประชาชนได้รับการบอกว่าควรจะทำอะไรในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ขั้นที่ 6, 7, 8 เป็นขั้นอำนาจประชาชน (Citizen Power) เป็นการมอบอำนาจให้แก่ประชาชนในการจัดการ มีการแต่งตั้งคณะทำงาน ประชาชนมอบหน้าที่ให้ทำการแทน

จากทฤษฎีหลักการมีส่วนร่วมดังกล่าว เป็นแนวทางที่จะส่งเสริมอำนาจในการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งในเบื้องต้นจะต้องเปิดโอกาสโดยจะต้องให้ข้อมูลแก่ประชาชนด้วยการใช้ช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การประกาศเสียงตามสาย การติดป้ายประกาศ เอกสารแผ่นพับ หรือการใช้สื่อประเภทบุคคล เช่น การจัดให้มีเวทีชาวบ้าน การประชุม การใช้การสอบถาม การสัมภาษณ์ ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้เป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารไปยังประชาชน เป็นการแจ้งให้ประชาชนได้รับรู้ถึงสิทธิของตนเองตามกฎหมาย

จากขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนดังกล่าว จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าบันไดแต่ละขั้นนั้นสามารถนำไปใช้ได้โดยง่าย แต่มีข้อควรระวังคือกระบวนการสำคัญที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องค่อยๆ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน และจะต้องมีการให้ความรู้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อทำให้เกิดความเป็นไปได้ จากการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา นั้น ในระยะแรกผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมชาวบ้าน เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของชุมชน สอบถามความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลจากการประชุมชาวบ้านทั้ง 8 หมู่บ้าน ชาวบ้านเห็นพ้องต้องกันว่าต้องการพัฒนาการท่องเที่ยว และต้องการให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเพื่อเพิ่มการรับรู้ผลกระทบทางการท่องเที่ยวในชุมชน เห็นความสำคัญของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถเป็นดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในชุมชน เป็นการเปิดโอกาสในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา และการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมสูงสุด เป็นการให้อำนาจประชาชนได้ตัดสินใจวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา

2.7 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตามหลักการทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) ของโดนัลด์และปีเตอร์สัน (Donald and Peterson, 1995) นั้นโดยทั่วไปแล้วใช้อธิบายคุณลักษณะบางประการของพฤติกรรมมนุษย์ หรือพฤติกรรมองค์กร หรือรูปแบบของการพัฒนา ในมุมมองด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนนั้น กระบวนการและนโยบายการจัดการพัฒนาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ มีความเกี่ยวข้องกับผลกระทบการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ บริษัท ร้านค้าต่างๆ ในชุมชนซึ่งมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้น ความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวจึงเป็นกลุ่มคนที่ จะขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมายตามที่วางไว้ เบิร์ด (Bryd, 2007) ได้อธิบายกลุ่มบุคคลที่ควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ นักท่องเที่ยวปัจจุบันและอนาคต ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนปัจจุบันและอนาคต เจ้าของโรงแรม เจ้าของธุรกิจ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งตามทฤษฎีโดยหลักการนั้น กลุ่มคนดังกล่าวควรจะเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนา ในขณะที่เดียวกันถ้ากลุ่มคนดังกล่าวไม่ต้องการเข้าร่วม ผู้ดำเนินการหรือผู้นำชุมชนจะค้นหาเหตุผลเพื่อชี้แจงว่า ความสนใจที่แท้จริงของพวกเขาคืออะไร และพวกเขาต้องการอะไร ดังนั้นแล้วการกำหนดนโยบายการพัฒนาตามทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะมีมากหรือน้อยขึ้นกับเทคนิควิธีการที่นำมาใช้ เวลา ความเหมาะสมของทรัพยากรที่นำมาใช้ และภาวะผู้นำ ถ้าปัจจัยดังกล่าวมีความเหมาะสมแล้วผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็ต้องการได้รับพลังอำนาจเพื่อเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจ และพวกเขามีศักยภาพพอที่จะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินการที่เกิดขึ้น ดังนั้น รูปแบบของความร่วมมือในลักษณะนี้จะต้องเริ่มด้วยการให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับประเด็นที่พวกเขาสนใจในการเข้าร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยวเสียก่อน จึงจะทำให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วม

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนมีหลายกลุ่ม ซึ่งพวกเขามีสิทธิ์ที่จะเข้าร่วมในการกำหนดแนวทางวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองในอนาคตโดยการเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจ (Pinel, 1998; Fennel and Dowling, 2003) นอกจากนั้นแล้ว การจัดการที่เกิดประสิทธิผลและเพิ่มพลังอำนาจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องประกอบด้วยแนวคิด 3 ประการ ดังนี้ (Freeman, 1984)

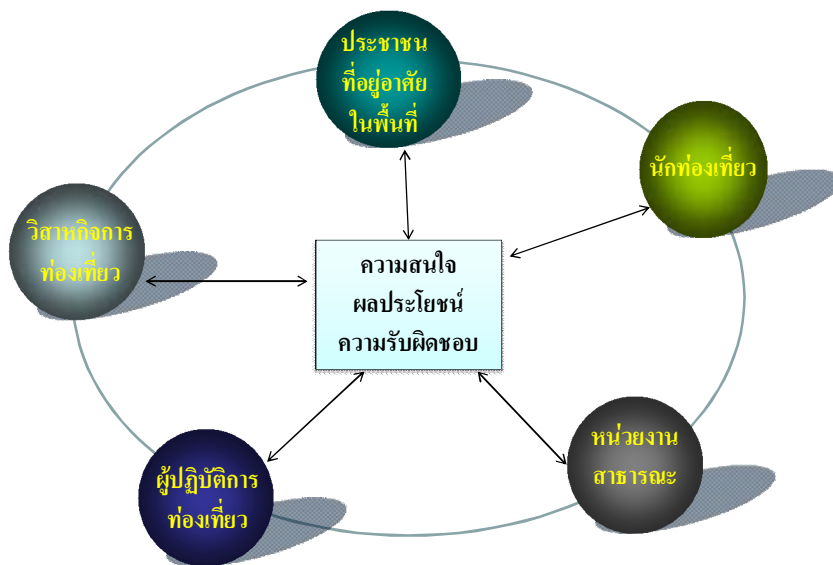
1. การจำแนกผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละบุคคล
2. จะต้องมีการบริหารจัดการความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. จะต้องมีการดำเนินงานระหว่างชุมชนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว นั้น จะช่วยให้ผู้ที่ทำการพัฒนาสามารถประเมินผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการได้ ถึงแม้ว่าจะต้องใช้เวลาเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความแตกต่างกันเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยว แต่การสนับสนุนของพวกเขาอาจจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความหลากหลาย ซึ่งแต่ละคนจะมีมุมมอง มีความสนใจที่แตกต่างกัน มันจะเป็นการสนับสนุนให้เกิดมีการอภิปรายมากขึ้น ในเรื่องของสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และประเด็น เกี่ยวกับการเมือง ที่ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Garrod, 2003) พวกเขาจะได้ร่วมกันอภิปรายเสนอแนะแนวทางการพัฒนาซึ่งจะทำให้เกิดผลดีในที่สุด

การแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะส่งผลดีต่อการมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อที่จะให้เกิดผลตามความคาดหวังจากกระบวนการพัฒนา มีข้อเสนอแนะวิธีการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้ (Medeiros and Bramwell, 1999)

1. แสวงหาผู้ที่มีความสามารถที่มาจากกลุ่มการเงิน นักลงทุน กลุ่มที่มีอำนาจทางการเมืองหรือกลุ่มที่มีแนวคิดมุมมองที่ดีในการพัฒนา
 2. ประเมินความแตกต่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่มาเข้าร่วมในกระบวนการวางแผนแผน ซึ่งจะพบว่ามึลักษณะกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจให้ความช่วยเหลือผู้อื่น คนกลุ่มนี้จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการวางแผนกลยุทธ์ ทำให้เกิดความร่วมมือและการเพิ่มพลังอำนาจของประชาชน
 3. เพิ่มศักยภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้ความรู้ และฝึกฝนพวกเขาเพื่อให้มีมุมมองอย่างกว้างขวางต่อการจัดการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจวางแผนพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน
 4. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเสนอชื่อบุคคลที่สามารถเป็นตัวแทนของพวกเขาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิก
 5. กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าร่วมการดำเนินกิจกรรมที่มีความสนใจคล้ายกัน
- บุฮาลิส (Buhalis, 2000) ได้จำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่มตามภาพประกอบดังนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholders)



รูปที่ 7 พลวัตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว (Dynamic wheel of tourism stakeholders) (ดัดแปลงจาก Buhalis, 2000)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวมีผลโดยตรงต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่ง เป็นความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ตามภาพที่ 4 ทั้ง 5 กลุ่ม (Buhalis, 2000) กลุ่มคนดังกล่าวถือว่าเป็นบุคคลสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน นักท่องเที่ยว หน่วยงานสาธารณะ ผู้ปฏิบัติการท่องเที่ยว วิชากิจการท่องเที่ยว โดยแสดงตามภาพต่อไปนี้

จากหลักการทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและวิธีการดังกล่าว ทำให้เห็นภาพความเคลื่อนไหว ของกลุ่มบุคคลที่เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาตำบลคอนมะโนรา คือ มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มอาชีพ (ทำน้ำตาลมะพร้าว ชาวสวนผลไม้ สวนผัก) กลุ่มแม่ค้าตลาดน้ำ คณะผู้บริหารท้องถิ่น ครูในโรงเรียน แพทย์ประจำตำบล นักเรียน/เยาวชน พระสงฆ์ กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข เป็นต้น ซึ่งกลุ่มบุคคลดังกล่าวได้เข้าร่วมในการ จัดทำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวของชุมชน วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีการกำหนดนโยบาย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดผลกระทบที่ดีต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงหลักการความยั่งยืนในการจัดการท่องเที่ยว และในเวลาเดียวกันจะต้องสนับสนุนให้ เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเกิดความร่วมมือของประชาชนภายในท้องถิ่น อัน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่พลังอำนาจและการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Ioannides, 2001) และผลที่เกิดขึ้นนั้นจะนำไปสู่ความร่วมมือของคนในท้องถิ่นที่จะทำให้เกิดการ พัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

2.8 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการรวบรวมเอาความห่วงกังวล ความต้องการและ ค่านิยมต่าง ๆ ของสาธารณชนไว้อยู่ในกระบวนการตัดสินใจของรัฐและเอกชน เป็นการสื่อสาร สองทางและเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อการตัดสินใจที่ดีกว่า และได้รับการสนับสนุน จากสาธารณชนการมีส่วนร่วมของประชาชนใช้ในการตัดสินใจในการบริหารงาน โดยหน่วยงาน ต่าง ๆ ซึ่งไม่เป็นเพียงการให้ข้อมูลแก่ประชาชน แต่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่ทำหน้าที่ ตัดสินใจและประชาชนซึ่งต้องการมีส่วนร่วม โดยจะต้องมีกระบวนการอย่างเป็นระบบของการเข้า มามีส่วนร่วม และลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความเปราะบาง การจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้นควรได้ มีการศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนผู้อยู่อาศัยในชุมชนเนื่อง จากเป็นการใช้ทรัพยากรร่วมกันของคนในชุมชน เช่น การจัดที่พัก ในการออกแบบเพื่อให้เกิดการ พัฒนาการจัดรูปแบบสิ่งปลูกสร้างเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Nunkoo and Ramkissoon, 2010) อีกทั้งยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนได้ในระดับหนึ่ง โอคาซากิ (Okazaki, 2008) ได้

ทำการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้วยวิธีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อสร้างพลังอำนาจของการแบ่งปันผลประโยชน์ ทำให้เกิดการร่วมมือ และการสร้างสรรค์ทางสังคม

อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมและได้รับผลกระทบในระดับต่างๆ หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่กำลังดำเนินการอยู่นั้น มีประเด็นสำคัญสำหรับการปฏิบัติเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ของสมาคมนานาชาติเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชน (The international Association for public participation) เพื่ออธิบายความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ดังนี้ (เจมส์ แอล เกรย์ตัน, 2551)

1. ประชาชนควรมีโอกาสแสดงความคิดเห็นในการตัดสินใจ อันเกี่ยวกับการกระทำที่มีผลกระทบต่อชีวิตของพวกเขา
2. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายความว่ารวมถึงคำสัญญาที่จะเปิดโอกาสให้ข้อเสนอแนะของประชาชนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
3. กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรมีการสื่อสารให้ประชาชนเข้าถึงจุดสนใจต่าง ๆ ของผู้มีส่วนร่วมและสนองตอบความต้องการในกระบวนการของผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด
4. กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนควรแสวงหาวิธีการที่ส่งเสริมให้เกิดการเข้าร่วมของประชาชนที่จะได้รับผลกระทบ
5. กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมเข้าร่วมพิจารณาว่าพวกเขาจะมีส่วนร่วมได้อย่างไร
6. กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนควรช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีข้อมูลที่พวกเขาต้องการเพื่อใช้ในการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
7. กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรมีการสื่อสารกับผู้เข้าร่วมถึงวิธีการที่แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของพวกเขาจะมีผลต่อการตัดสินใจได้อย่างไร

กล่าวโดยสรุปการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ในเบื้องต้นควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยมีช่องทางการสื่อสารหลายๆ รูปแบบ เช่น การประกาศเสียงตามสาย การทำจดหมายข่าว การประชุมชาวบ้าน การเปิดเวทีประชาคม หรือวิธีการอื่นๆ ตามความเหมาะสมกับสภาพชุมชน เมื่อประชาชนรับรู้ว่าข่าวสาร รับรู้ถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และมีข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจ ผู้นำชุมชนควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการท่องเที่ยว มีการติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน โครงการที่ได้จัดการดำเนินการในลักษณะนี้จะเป็นการสร้างพลังอำนาจของการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับประชาชนอย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะบุคคลที่เป็นผู้นำชุมชนหรือผู้จัดการจะต้องแสวงหาวิธีการที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เกิดขึ้นมากที่สุด

2.9 วิธีการที่นำมาใช้เพื่อทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

การส่งเสริมให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญในการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อจัดการท่องเที่ยว จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยในเบื้องต้นจะทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในชุมชนซึ่งไม่ว่าจะเป็นการแก้ปัญหาเรื่องใดก็ตาม

มีเทคนิควิธีการที่หลากหลายที่ถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมตามที่นักวิชาการ นักการศึกษา นักพัฒนาชุมชน และนักวิจัยนำมาใช้อย่างได้ผล ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) 2) วิธีการทำ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threat) 3) การใช้เทคนิคต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) 4) การสนทนากลุ่ม (Focus group) ดังนั้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนถึงกระบวนการมีส่วนร่วมตามเทคนิควิธีการดังกล่าว จึงจะนำเสนอรายละเอียดของเทคนิควิธีการดังต่อไปนี้

2.9.1 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการวิจัยที่เน้นถึงการวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมีการวางแผนโครงการ ปฏิบัติตามแผน และมีการติดตามประเมินผล ภายใต้การเคลื่อนไหวเพื่อให้เกิดกระบวนการดังกล่าว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญยิ่งนัก การทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีการนำเทคนิควิธีการ SWOT Analysis มาใช้วิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threat) ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน มีการใช้เทคนิคต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) วิธีการดังกล่าวจะถูกแทรกอยู่ในขั้นตอนของการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การดำเนินการมี 4 ขั้นตอน (Coghlan and Brannick, 2001) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การวินิจฉัย (Diagnosis) มีการนำเทคนิควิธีการ SWOT Analysis มาใช้เพื่อให้คนในชุมชนได้มองสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและมองหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

ขั้นที่ 2 การปฏิบัติการ (Action) การประชุมเชิงปฏิบัติการถูกจัดขึ้น เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน มีการนำเทคนิคการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) มาใช้ในการประชุม การดำเนินการจะถูกเรียงลำดับเพื่อให้เกิดการแสดงความคิดเห็นร่วมกันอย่างเป็นขั้นตอน และผลลัพธ์ที่ได้คือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน จากนั้นจึงนำไปสู่การปฏิบัติ มีการจัดการท่องเที่ยวที่นำร่องเกิดขึ้น ชาวบ้านร่วมกันต้อนรับนักท่องเที่ยวพักค้างคืนใน

รูปแบบสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท (Home stay) จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้แหล่งอาชีพ และ ภูมิปัญญาชาวบ้าน เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น

ขั้นที่ 3 การวัดผล (Measurement) เป็นการวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผน พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตามที่ได้อ้างไว้ ว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์อย่างไร

ขั้นที่ 4 ผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection) เป็นภาพสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการติดตาม กำกับ ตรวจสอบแผนการดำเนินงานและประเมินผลการทำงาน

ประโยชน์ของวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นรูปแบบการวิจัยปฏิบัติการทางสังคมศาสตร์ ที่มีการกำหนดให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างสมาชิกภายในองค์กร ที่จะนำไปสู่กระบวนการเรียนรู้ วิธีการวิจัยเน้นให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในชุมชน (Greenwood et al, 1993) เป็นกระบวนการพัฒนาความรู้ เป็นความพยายามในการค้นหาสิ่งที่น่าสนใจตามวัตถุประสงค์ของมนุษย์ ที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมในมุมมองที่กว้างขวาง สามารถทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิก เป็นกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เน้นความสำคัญให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน นำไปสู่การปฏิบัติร่วมกัน ทำให้เกิดการคิดอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของทฤษฎีและการปฏิบัติซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองของแต่ละบุคคลและชุมชน (Reason and Bradbury, 2001)

องค์ประกอบของวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีดังต่อไปนี้ (Canadian Youth Alliance, 2007)

1. เป็นกระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เน้นความสำคัญที่การมีส่วนร่วมของประชาชน การให้คำมั่นสัญญาของพวกเขาทำให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

2. การทำตามลำดับขั้นตอนที่เน้นความสำคัญในการส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย และลดความไม่เท่าเทียมลง จะช่วยทำให้เกิดความร่วมมือของประชาชน ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบที่ดีแก่ชุมชน

3. กระบวนการทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วม เป็นการทำงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์หรือการกระทำ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดี ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างทางความคิดแต่การมีส่วนร่วมเป็นความจำเป็นอย่างมากในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น จะทำให้เกิดความรู้แก่ผู้เข้าร่วม เกิดความพยายาม และความเคลื่อนไหว

4. วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดความสมดุลทำให้ผู้ที่ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ตระหนักถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

5. เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานหรือตำแหน่ง มีการตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ

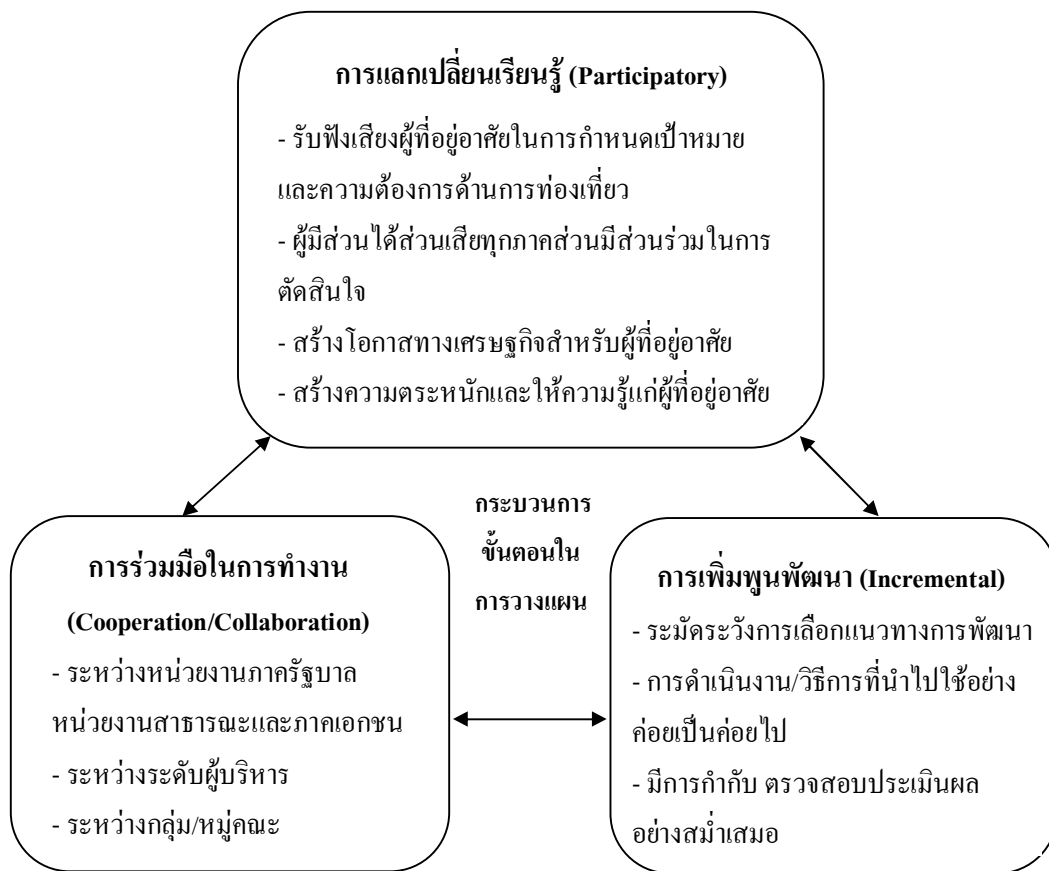
6. ทำให้เกิดความสำเร็งเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยส่วนรวม มีการกำหนดทิศทางของชุมชนด้วยตนเองมีกระบวนการแก้ปัญหาที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน (Kinson et al, 2007)

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่า วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research :PAR) เป็นวิธีการที่ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้วิจัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยส่งผลกระทบต่อชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการแก้ไขปัญหาหรือการกระทำที่ทำให้เกิดความเคลื่อนไหว ภายใต้แนวทางการส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย มีการตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินงานมีการกำหนดทิศทางของชุมชนด้วยตนเอง มีกระบวนการแก้ปัญหาที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน

สมาคมส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างประเทศให้ข้อเสนอแนะว่ากระบวนการที่จะสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้ามามีส่วนร่วมควรประกอบด้วย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Creighton, 2008) ซึ่งหมายถึงว่าจะต้องมีข้อมูลอย่างเพียงพอและสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างทันท่วงที (Jack, 2002b) เพราะฉะนั้นการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นต้องเพิ่มการรับรู้ การตระหนักถึงผลกระทบทางบวกและทางลบของการท่องเที่ยว (Jack, 2002a) และในที่สุดการวางแผนการท่องเที่ยวควรที่จะสนับสนุนให้เกิดความสนใจในทุกภาคส่วนในชุมชน และทำให้เกิดความขัดแย้งน้อยที่สุดระหว่างกลุ่ม/หมู่คณะ (Swaroop and Morenoff, 2006) มีข้อเสนอแนะว่าระดับการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น มีหลายระดับซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจและความรับผิดชอบของพวกเขา (Lepineux, 2005) และนอกจากนั้นเมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรได้รับความสนใจ ระดับมีการมีส่วนร่วมของพวกเขาก็จะเพิ่มมากขึ้นไปด้วย (Hansen, Bode and Moosmayer, 2004) ดังนั้นการมีเทคนิควิธีการที่มีความเฉพาะในกระบวนการวางแผน อาจเพิ่มความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนการท่องเที่ยว และจะทำให้เกิดผลอย่างจริงจังในการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการนำไปประยุกต์ใช้ คือการนำเครื่องมือและเทคนิควิธีการที่ถูกต้องไปประยุกต์ใช้ที่เหมาะสมกับกลุ่มของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Akdere, 2003)

อย่างไรก็ตามในระหว่างที่มีการจัดการเพื่อให้เกิดการประสานงานและการร่วมมือกันนั้น โบเต้และเรนส์เบิร์ก (Botes and Rensburg, 2000) ได้ให้คำแนะนำว่า ในการดำเนินการอาจมีสิ่งกีดขวางเกิดขึ้นได้ เพราะมีความแตกต่างระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ละบุคคลมีพลังอำนาจแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีสถานภาพทางสังคม มีความรู้ความชำนาญที่แตกต่างกันในชุมชน ผู้ดำเนินการจะต้องมีวิธีการจัดการอย่างเหมาะสมที่จะทำให้พวกเขาได้มีส่วนร่วมในการวางแผน และมีปัจจัยที่สำคัญในเรื่องความสามัคคีของคนในชุมชน ความไว้วางใจและการทำงานเป็นทีมมีส่วนช่วยให้เกิดความร่วมมือกันของคนในชุมชน ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำเรื่องสภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนมาพิจารณา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุปสรรคในโครงการที่จะทำการพัฒนา

ทิโมทีและโทซัน (Timothy and Tosun, 2003) ได้เสนอหลักการวางแผนการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนา (PIC Planning Principles) ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Participatory) การร่วมมือกันในการทำงาน (Cooperation/Collaboration) การเพิ่มพูนพัฒนา (Incremental) รูปแบบดังกล่าวนี้ เป็นสถานการณ์ที่ไม่ถูกจำกัดในแต่ละขั้นตอนของการวางแผนภายในชุมชน วิธีการที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือจะต้องถูกนำไปประยุกต์ใช้ในทุกระดับขั้นตอนของกระบวนการ ซึ่งในขณะที่มีการพัฒนาเพื่อให้เกิดความร่วมมือนั้นจะต้องมีวิธีการนำไปใช้ที่เหมาะสมกับกลุ่มบุคคล ตามกระบวนการขั้นตอนต่อไปนี้



รูปที่ 8 หลักการวางแผนการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนา (PIC Planning Principles) (ดัดแปลงจาก Timothy and Tosun, 2003)

การได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์การพัฒนากการท่องเที่ยวนี้ การนำหลักการวางแผนการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนา (PIC Planning Principles) มา

ประยุกต์ใช้ โดยการนำเทคนิคมาใช้ในการสนับสนุน และทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมากขึ้น และเป็นการเปิดโอกาสให้พวกเขาได้เข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจวางแผนและตรวจสอบแผนการทำงานซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน ในชุมชนจากการศึกษารูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ประพันธ์พร อักษรศรี (2552) ได้เสนอแนะวิธีสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า ควรเริ่มต้นจากคนในชุมชน โดยมีการค้นหาคักยภาพร่วมกัน มีการวางแผนร่วมกัน ผู้นำท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทำให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่าย กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือกันเป็นอย่างดี และในทำนองเดียวกันจากการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมและแผนการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีโหนด-นา-เล อำเภอสะเทิงพระ จังหวัดสงขลา (อุมพร มุณีแนมและคณะ, 2552) พบว่า ชุมชนมีการจัดทำแผนการตลาด การเงิน และแผนการส่งเสริมการขาย แผนพัฒนาองค์กร แผนพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อความหมาย ชุมชนมีความเต็มใจและยินดีในการดำเนินการได้ด้วยชุมชนเอง และลดการพึ่งพาจากภายนอก มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยใช้การมีส่วนร่วมแบบคนกลางในลักษณะของการจัดให้มีผู้ประสานกับหน่วยงานภายนอกและชุมชนอาจขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกตามความเหมาะสม และนอกจากนั้นแล้ว อรุณศรี อื้อศรีวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่ารูปแบบการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการประสานงานความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานของรัฐในลักษณะของการเป็นหุ้นส่วนทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเป็นแหล่งเรียนรู้ตามธรรมชาติ มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดพลังอำนาจของชุมชน อันนำไปสู่เรื่องการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เกิดความร่วมมือของคนในชุมชนในการสร้างกลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มนวดบำบัด การปั้นฟูกลองยาว การปั้นฟิวฒนธรรมข้าว เกิดภาวะผู้นำในท้องถิ่น เกิดความสามารถในการนำกระบวนการมีส่วนร่วมไปสู่การจัดทำแผนท่องเที่ยวตำบล สรุปได้ว่าวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโดยพลังอำนาจของชุมชนอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานด้านกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมนั้น ควรให้เกิดการพัฒนาประชาชนในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทัศนคติ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนมีการพัฒนาตนเอง อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.9.2 เทคนิควิธีการ SWOT Analysis

เทคนิควิธีการ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threat) เป็นเทคนิคที่นำไปใช้กันอย่างแพร่หลายในทุกวงการ มีประโยชน์ในการนำไปใช้ในองค์กรเพื่อให้เกิดความเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น การนำไปประยุกต์ใช้กับบุคคลจะช่วยให้เกิดการพัฒนาดตนเองตามความสามารถและโอกาสที่ได้รับ การนำไปใช้ในธุรกิจจะช่วยให้เกิดความเหมาะสมในการวางแผนการตลาด เป็นเครื่องมือที่นำไปใช้เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในการทำโครงการดำเนินธุรกิจให้มีความเจริญก้าวหน้า สามารถนำไปใช้เป็นการรอบแนวคิดในการจัดการองค์กร วิเคราะห์สถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กร เป็นเทคนิคที่ทำให้กลุ่มบุคคลมีการเคลื่อนไหวไปสู่การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น หรือเป็นกลยุทธ์ไปใช้เพื่อให้เกิดแนวคิดมุมมองใหม่ แฮมพรี (Humphrey, 1960) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคไว้ดังนี้

1. ช่วยในการตัดสินใจ โดยกระบวนการทำงานเปิดโอกาสให้สมาชิกผู้เข้าร่วมมีการรับฟังความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมในกระบวนการวิเคราะห์แต่ละขั้นตอน
2. ช่วยให้เกิดความชัดเจน และสมาชิกทุกคนเข้าใจวัตถุประสงค์ รวมทั้งเข้าใจปัจจัยที่จะช่วยทำให้เกิดความสำเร็จ
3. ทำให้มีการจัดการปัจจัยสำคัญที่จะเชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการทำธุรกิจของมวลมนุษยทั่วโลก
4. ผู้บริหาร หรือผู้ดำเนินการสามารถวิเคราะห์ประเด็นซึ่งนำไปสู่ความล้มเหลวในอดีต
5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ช่วยหาแนวทางที่จะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการคิดอย่างเป็นระบบ

ลักษณะของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง (Strength) เป็นลักษณะของสิ่งทีก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินการ เป็นสิ่งดี สิ่งทีสร้างสรรค์ ทั้งสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ทีสนับสนุนให้เกิดการดำเนินการทีดีภายในองค์กร ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรทำให้เป็นองค์กรทีมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยความสามารถของมนุษย์ กระบวนการทำงานทีมีประสิทธิภาพ แหล่งงบประมาณ ผลิตภัณฑ์และการบริการทีทำให้ลูกค้าพอใจในสินค้าและมีความจงรักภักดีต่อสินค้านั้น

จุดอ่อน (Weakness) เป็นลักษณะทีไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ทำลายภาพลักษณ์ขององค์กร ทำให้การดำเนินการไม่ไปสู่เป้าหมาย และมีอิทธิพลต่อการพัฒนา เป็นปัจจัยทีทำให้ไม่มีมาตรฐานอย่างไรรก็ตาม จุดอ่อนนี้สามารถควบคุมได้ โดยจะต้องให้น้อยที่สุด และจะต้องพยายามกำจัดออกไป ซึ่งควรหาวิธีการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก

โอกาส (Opportunities) การสร้างโอกาสจะทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด โดยเฉพาะปัจจัยทีเป็นสิ่งดึงดูดใจภายในองค์กร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งจะต้องรักษาไว้ และทำให้เกิดการ

พัฒนา ผลที่เกิดขึ้นเมื่อองค์กรสามารถทำให้เกิดผลประโยชน์ของสภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อวางแผนกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดผลกำไรมากยิ่งขึ้น องค์กรควรที่จะเอาใจใส่และยอมรับโอกาสต่างๆ พยายามทำความเข้าใจลูกจ้าง โอกาสอาจเกิดขึ้นจากสภาวะของการตลาด การแข่งขัน การทำอุตสาหกรรม การสนับสนุนของรัฐบาล และการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

อุปสรรค (Threats) อาจเกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความยุ่งยากในการทำธุรกิจ โดยมีปัจจัยภายนอกได้แก่ สิ่งที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมขององค์กรที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการจัดการ ผลที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นเงื่อนไขที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอันตรายต่อความเชื่อมั่นและผลกำไรที่จะเกิดแก่องค์กร องค์กรประกอบเหล่านี้จะทำให้เกิดความไม่มั่นคงต่อองค์กรซึ่งเกี่ยวข้องกับจุดอ่อน อุปสรรคเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ เมื่อเกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงขององค์กร ทำให้เกิดผลกระทบต่อการอยู่รอดขององค์กร

ความจำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ด้วยประโยชน์ของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคนั้น ทุกองค์กรมีความจำเป็นจะต้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงาน ได้แก่ ผู้ที่เป็นที่ปรึกษา เมื่อมีประเด็นที่เกี่ยวกับผลงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เมื่อมีการออกแบบงานใหม่ เมื่อขึ้นปีงบประมาณใหม่ ผู้ควบคุมต้องการปรับปรุงการดำเนินงาน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ โดยพบว่ามีผลงานหรือคณะทำงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ต้องการปรับปรุงการบริการให้ดีกว่าเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเมื่อต้องการเริ่มธุรกิจใหม่เพื่อสร้างความมั่นใจในสิ่งที่จะทำ เมื่อมีการแต่งตั้งผู้นำทีมงานคนใหม่

3. บริษัทจำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเมื่อพบว่า มีรายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย หรือการดำเนินงานไม่ได้รับผลสำเร็จ ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง สภาพการดำเนินงานไม่ราบรื่น การริเริ่มธุรกิจใหม่

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) นั้น จะถูกนำไปใช้เมื่อมีการประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น การวางแผน การจัดทำแผนกลยุทธ์ การประเมินผลผลิต การประเมินการแข่งขัน การวางแผนพัฒนาบุคลากร การตัดสินใจ การเพิ่มผลผลิต และการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงาน

แนวทางการดำเนินการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

1. ทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกชุมชน
2. ดำเนินการวิเคราะห์เอกสารและปัจจัยสนับสนุน โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เลือกผู้ที่จะให้การสนับสนุน เช่น ผู้ที่มีความรู้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อชี้แนะแนวทาง กำหนดวิธีการและเครื่องมือที่สนับสนุน สร้างบรรยากาศการ

ประชุมเชิงปฏิบัติการที่กระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมเกิดความร่วมมือในการทำงานมากที่สุด ประเมินผล แนวความคิดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เขียนรายงานการจัดทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นำผลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนการทำงานต่อไป

3. การเตรียมการดำเนินงาน เมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์แล้ว ควรเน้นให้เห็น ความสำคัญในเรื่องสิ่งที่จะต้องทำโดยเร่งด่วน สิ่งที่ทำแล้วเกิดผลสำเร็จทันที สิ่งที่ควรผลักดันให้ ก้าวหน้า และสิ่งที่จะวางแผนดำเนินการในอนาคต

กรณีตัวอย่างการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ใน ชุมชนตำบลคอนมะโนรา ผู้วิจัยและผู้นำชุมชนได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา มีการนัดหมายวันเวลาการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยเชิญผู้ที่มี ส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราให้เข้าร่วมประชุม โดยทำการ วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนรา โดย ผู้เข้าร่วมประชุมมีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. จุดแข็ง (Strength) จากการวิเคราะห์ชุมชนคอนมะโนราพบว่า มีทรัพยากรธรรมชาติและ อาชีพที่น่าสนใจเป็นจุดแข็งที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชนที่มีความเก่าแก่มานานมากกว่า 100 ปี มีลำคลองหลายสายในพื้นที่จึงเป็นสิ่งเกื้อกูลวิถีชีวิตชาวบ้านริมคลอง มีสวนผลไม้หลายชนิด มีความสมบูรณ์ของพรรณไม้ตามธรรมชาติอยู่มาก จึงทำให้มีหิ้งห้อยในยามค่ำคืนซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยวได้

1.2 ด้านอาชีพ มีการทำอาชีพแก่แก่ของชุมชน เช่น การทำยาจืด การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำเกษตรปลอดสารพิษ มีการทำสวนผักและผลไม้หลายชนิด เช่น มะพร้าว น้ำหอม ส้มโอ องุ่น ฝรั่ง ชมพู่ มะละกอ ละครุด สวนผัก พริก มะเขือ มะละกอ แตงกวา ถั่วฝักยาว มันเทศ เป็นต้น มีการทำขนมหวานไทยโบราณ อาหารพื้นบ้าน เช่น ห่อหมกมะพร้าวอ่อน หอยทอด ก๋วยเตี๋ยว เรือรสเค็ด มีการเพาะเห็ดภูฐาน เห็ดโคนญี่ปุ่น เห็ดเป่าฮื้อ มีการทำน้ำสมุนไพรเห็ดสามอย่าง มี โรงงานน้ำตาลสด มีการนวดแผนโบราณ

1.3 ด้านศาสนา ความเชื่อ ประเพณีวัฒนธรรม มีหลวงพ่อโตวัดคอนมะโนรา มีศาลเจ้า หลายแห่ง เช่น ศาลเจ้าแม่โต๊ะ ศาลเจ้าอำมา ศาลเจ้าแป๊ะกง มีประเพณีบวชชีพราหมณ์ มีเทศกาลถือศีลกินเจ มีประเพณีรำไทยทรงดำ

2. จุดอ่อน (Weakness) การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดน้ำ คอนมะโนราขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทำให้คนไม่รู้จัก สถานที่บริเวณตลาดน้ำไม่ อำนวยความสะดวกในการปรับปรุงพัฒนาเนื่องจากเป็นพื้นที่ของเอกชน ขาดกิจกรรมเชิญชวน นักท่องเที่ยว ขาดงบประมาณสนับสนุน ขาดหน่วยงานสนับสนุน ขาดความพร้อมด้านที่พัก

จำนวนสินค้าไม่แน่นอน การเดินทางเข้ามาไม่สะดวกไกลจากถนนใหญ่ แม่น้ำลำคลองไม่สะอาด มีขยะผักตบชวาในลำคลอง น้ำเน่าเสีย

3. โอกาส (Opportunities) จากการวิเคราะห์ พบว่าการเดินทางไปยังตลาดน้ำดอนมะโนรา มีความสะดวกทั้งทางรถยนต์และทางเรือ มีเส้นทางถนนเข้าสู่ตำบลดอนมะโนราหลายเส้นทาง ได้แก่ ทางด้านตำบลขุนพิทักษ์ ทางด้านตลาดน้ำท่าคาและทางด้านปากทางเข้าวัดดอนมะนาระหว่างบริเวณ กิโลเมตรที่ 27-28 มีตลาดนัดชุมชนในวันจันทร์ วันพฤหัสบดี วันศุกร์ และตลาดนัดที่หมู่บ้านบ้านปงปิ่นทุกวันที่เป็นข้างขึ้นและข้างแรม 5 ค่ำ 10 ค่ำ 15 ค่ำ ซึ่งจะมีมีชาวสวนนำพืชผลทางการเกษตรมาจำหน่ายราคาถูก

4. อุปสรรค (Threat) จากการวิเคราะห์พบว่าการทำงานขาดความร่วมมือของคนในชุมชน และหน่วยงานภายนอก มีการใช้เรือลดลง ระยะเวลาการขายของในตลาดน้ำมีจำกัด มีเวลาน้อยและไม่ตรงกับวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

ข้อควรระวังในการทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

1. ทำการวิเคราะห์อย่างรอบคอบและระมัดระวัง
2. บันทึกเหตุการณ์ ความคิดและข้อคิดเห็นต่างๆ
3. ให้ทำการประเมินผลการดำเนินงานในตอนสุดท้าย
4. เลือกบุคคลเข้าร่วมให้เหมาะสมในการทำการวิเคราะห์
5. เลือกผู้ที่เป็นผู้นำหรือผู้ที่อำนวยความสะดวกในการทำการวิเคราะห์อย่างเหมาะสม
6. ส่งเสริมให้มีการคิดนอกกรอบ และมีความคิดสร้างสรรค์
7. เปิดโอกาสให้แก่สมาชิกทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

สิ่งที่ไม่ควรทำและระมัดระวังอย่าให้เกิดขึ้น

1. การปิดบังจุดอ่อนหรือสิ่งที่เป็นจุดอ่อนเร้น
2. การผิดพลาดในการจดบันทึก การเขียนข้อความที่ไม่เป็นจริง
3. ไม่มองปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลและกระแสนิยม
4. ไม่ควรทำให้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็น

สิ่งที่ทำให้เกิดการตำหนิติเตียน

5. การปฏิเสธผลที่ได้รับในขั้นตอนสุดท้าย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นเทคนิควิธีการที่มีการนำไปใช้อย่างแพร่หลายในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ผู้นำชุมชน และคณะผู้บริหาร รวมทั้งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวจะต้องรู้อย่างลึกซึ้งถึงทรัพยากร

ทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน ที่สามารถนำไปใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ การทำอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น และการรู้จักอ่อน หรือสิ่งที่เป็นปัญหา จะทำให้หาแนวทางแก้ไขหรือป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นอีก การรับรู้ถึงโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้นจะทำให้ผู้บริหารมีข้อมูลไว้เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขได้อย่างทันท่วงที

2.9.3 ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree)

กระบวนการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการนำมาใช้ในองค์กรเพื่อทำให้เกิด กระบวนการพัฒนาบุคลากร ใช้ในการดำเนินงานในชุมชนเพื่อหาคำอธิบายหรือสืบสวนหาสาเหตุและผลที่เกิดขึ้นจากปัญหาที่พบ ทำให้ชุมชนมองเห็นความสำคัญของปัญหาและสาเหตุที่เกิดขึ้น

เดอร์แชม (Dershem, 2009) ได้อธิบายกระบวนการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) นั้น เปรียบเสมือนว่ามีต้นไม้อยู่หนึ่งต้นที่มีรากอยู่ส่วนล่างนั้นหมายถึง สาเหตุของปัญหา ลำต้นอยู่ส่วนกลาง แสดงถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และกิ่งก้านของต้นไม้ที่อยู่ส่วนบน นั่นคือผลที่เกิดจากปัญหา การวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการจำแนกและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ซึ่งจะช่วยให้ค้นพบแนวทางในการแก้ปัญหา การร่วมกันอภิปรายถึงสาเหตุของปัญหาช่วยให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบส่วนใหญ่ได้รับรู้ว่าใครควรที่จะได้รับความสนใจในการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเพื่อที่จะช่วยแก้ไขสาเหตุของปัญหา กระบวนการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา สามารถนำไปใช้ในการทำให้เกิดโครงการพัฒนาชุมชนโดยมีวิธีการคิดอย่างเป็นระบบ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) คือการจำแนกปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นในชุมชนเพื่อที่จะวิเคราะห์หาสาเหตุ เรียงลำดับความสำคัญอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้เกิดแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน คำถามหลักที่นำมาใช้ในการอภิปรายมักจะเป็นคำถามว่า “ทำไม (Why)” เพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดและช่วยทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้เข้าร่วม การวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) เป็นรูปแบบของการวางแผนโครงการที่สำคัญ ช่วยในการค้นหาวิธีการแก้ปัญหาโดยการทำแผนที่จำลองสิ่งมีชีวิต(ต้นไม้) ที่เป็นสาเหตุและผลที่เกิดขึ้น ซึ่งมีประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาที่เกิดขึ้นจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อให้สามารถจัดการได้ และทำให้เกิดความชัดเจนสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นสาเหตุและช่วยให้มองเห็นความสำคัญตรงตามวัตถุประสงค์

2. ทำให้เกิดความเข้าใจปัญหาและทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคล โดยมีการค้นพบแนวทางในการแก้ปัญหาที่ทำให้เกิดผลดีกับทุกภาคส่วน
3. เป็นการจำแนกแยกแยะประเด็นที่เป็นองค์ประกอบที่สามารถช่วยให้ได้ข้อสรุปว่าใครหรือหน่วยงานใดควรที่จะทำอะไรในกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน
4. ช่วยกำหนดข้อมูลหรือหลักฐานที่ชัดเจน หรือทรัพยากรที่จำเป็นที่สามารถนำมาช่วยในการแก้ปัญหา
5. แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทั้งในอดีตและปัจจุบัน
6. กระบวนการวิเคราะห์ช่วยสร้างความเข้าใจทำให้เกิดการยอมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก

แนวทางการดำเนินการวิเคราะห์ทำต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree)

การวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหามักจะทำการประชุมเชิงปฏิบัติการในประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยมีแนวทางการปฏิบัติดังนี้

1. แบ่งกลุ่มสมาชิก ให้มีจำนวนสมาชิกกลุ่มประมาณ 6-8 คน ไม่ควรมีจำนวนมากเพื่อให้สมาชิกได้มีโอกาสและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ถ้ามีสมาชิกจำนวนมาก สามารถที่จะแบ่งกลุ่มย่อย โดย กลุ่มที่ 1 ทำสาเหตุ และกลุ่มที่ 2 ทำการตรวจสอบผลที่เกิดขึ้น ก็สามารถทำตามความเหมาะสม
2. ถ้ามีการวิเคราะห์มากกว่า 1 ปัญหา ผู้ดำเนินการควรออกแบบให้แต่ละกลุ่มทำปัญหาที่แตกต่างกัน
3. อุปกรณ์ที่ใช้คือ กระดาษคลิปชาร์จ์ ปากกามาจิกหลากสีสำหรับเขียนหรือวาดภาพต้นไม้ กระดาษการ์ดสีต่างๆ

ขั้นตอนการทำต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree)

ผู้ดำเนินการแบ่งกลุ่มสมาชิก สร้างบรรยากาศเป็นกันเองให้เกิดขึ้น อาจให้สมาชิกทำความรู้จักกันก่อน โดยแนะนำตัวเอง บอกอาชีพหรือบทบาทหน้าที่การทำงานหรือการมีส่วนร่วมในชุมชนจากนั้นดำเนินตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ผู้ดำเนินการแจกกระดาษคลิปชาร์จ์และปากกามาจิกให้สมาชิกผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่ม โดยให้สมาชิกกลุ่มทุกคนช่วยกันวาดภาพต้นไม้ 1 ต้นลงบนกระดาษคลิปชาร์จ์ โดยให้มีราก ลำต้น กิ่ง ก้าน ใบและผล
2. อธิบายให้เห็นส่วนประกอบที่สำคัญของต้นไม้ และกำหนดให้รากคือ สาเหตุของปัญหา ลำต้น คือ ปัญหา กิ่งก้านใบและผลคือสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาในกระบวนการวิเคราะห์
3. ให้สมาชิกกลุ่มวิเคราะห์ถึงปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา แล้วเขียนลงบนกระดาษการ์ด(สีฟ้า)นำไปติดที่ลำต้นของต้นไม้ โดยให้สมาชิกกลุ่มร่วมกันอภิปรายถึงสาเหตุ

ของปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วเขียนสาเหตุของปัญหาลงบนกระดาษการ์ด (สีเหลือง) นำไปติดที่รากของต้นไม้ ในการอภิปรายปัญหา คำถามที่มักจะใช้คือ “เกิดปัญหาอะไรขึ้นในขณะนี้ และจะมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร” “ผลที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงจากปัญหานั้นคืออะไร” “สาเหตุอะไรที่จะแก้ได้ง่าย/สาเหตุอะไรที่จะแก้ได้ยาก...ทำไม?” “ใครจะมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา รัฐบาล เอกชน ประชาชน ฯลฯ” (คำตอบที่ได้ให้เขียนลงบนกระดาษการ์ดสีที่แตกต่างกันเพื่อให้เห็นได้ชัดเจน)

4. ให้สมาชิกกลุ่มวิเคราะห์กิจกรรมที่จะช่วยในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วเขียนลงบนกระดาษการ์ดสีเขียว แล้วนำไปติดที่กิ่งก้านของต้นไม้

5. ให้สมาชิกกลุ่มวิเคราะห์ถึงผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ช่วยแก้ปัญหาแล้วเขียนลงบนกระดาษการ์ดสีชมพู แล้วนำไปติดที่ผลของต้นไม้

ในการปฏิบัติถ้ามีเวลามากพอผู้ดำเนินการควรเขียนคำพูดของสมาชิกที่เข้าร่วมไว้บนต้นไม้ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมได้ทำการสำรวจสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เป็นสาเหตุซึ่งประกอบด้วยทัศนคติ พฤติกรรมและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้น

เมื่อได้แผนภาพต้นไม้ที่มีการอธิบายถึงสาเหตุของปัญหา หน่วยงานที่จะมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล เอกชน รวมทั้งประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน และมีกิจกรรมที่จะช่วยในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นรวมทั้งทราบผลที่เกิดจากการปฏิบัติกิจกรรมแล้วนั้น ทำให้มองเห็นแนวทางในการแก้ปัญหา โดยในลำดับต่อไป ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนจัดการแก้ไขปัญหานั้นให้นำประเด็นเหล่านั้นมาเขียนโครงการ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์และกิจกรรม หน่วยงานที่รับผิดชอบ และผลที่ได้รับโดยนำไปจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงานต่อไป

2.9.4 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่ม (Focus group) เป็นการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหัวข้อเรื่องที่มีความสนใจเฉพาะ โดยมีเป้าหมาย คือเป็นการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมแสดงออกซึ่งการรับรู้ ความรู้สึก ทัศนคติและแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับหัวข้อที่สนใจ โดยทั่วไปแล้วการสนทนากลุ่มจะไม่ถูกนำไปใช้เพื่อการประเมินผล ประโยชน์ที่ได้รับจากการสนทนากลุ่มคือแต่ละคนที่มาร่วมแสดงความคิดเห็นต่อหัวข้อที่สนใจซึ่งไม่เพียงแต่การได้รับมุมมองหรือแนวคิดของแต่ละคนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและเกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เข้าประชุมและยังทำให้เกิดความรู้สึกของการร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคม (Caplan, 1990) ได้อธิบายประโยชน์ของการสนทนากลุ่มดังนี้

1. เป็นวิธีการที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งได้อนุญาตให้มีการอภิปรายข้อมูลเชิงลึก มีการสืบสวนข้อมูลในประเด็นที่สนใจที่สามารถรวบรวมความคิดเห็นของคนมากกว่า 1 คน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วมกันในกลุ่ม สามารถที่จะได้รับผลจากการบรรยายอย่างละเอียดในหัวข้อที่ผู้เข้าร่วมสนใจและมีความเข้าใจ

2. การสนทนากลุ่มทำให้ได้รับข้อมูลที่ตีความคุ้มค่าแก่การลงทุน ใช้เวลาน้อยกว่าการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ(ถ้าเทียบกับการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ หรือการใช้แบบสอบถาม)

3. ถ้าต้องการข้อมูลในเชิงลึก เช่น ต้องการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลขณะที่เข้าร่วมการสนทนาสามารถสังเกตได้ถ้าอยู่ในห้องที่สามารถมองเห็นจากกระจกด้านเดียว

แคปแลน (Caplan) ได้เสนอแนะแนวทางการดำเนินการสนทนากลุ่มดังนี้

1. ผู้ควบคุมการสนทนาจะต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มาก่อน ควรมีการจัดเตรียมรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการ กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เช่น ทำไมถึงจัดให้มีการสนทนากลุ่ม ใครคือผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มีประเด็นอะไรบ้างที่ต้องการวินิจฉัยหรือต้องการคำตอบ

2. สร้างบรรยากาศการประชุมให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกอิสระและเป็นธรรมชาติ ไม่ใช้วิธีการสั่งการ ให้ผู้เข้าร่วมได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ใช้เวลาในการสนทนาประมาณ 1-2 ชั่วโมง

3. การคัดเลือกผู้เข้าร่วมควรมีให้คุณสมบัติตรงตามหัวข้อที่จัดขึ้นในด้านคุณวุฒิทางการศึกษา ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ทำงานที่ตรงตามหัวข้อที่จัดขึ้น ให้มีความหลากหลายไม่ควรเลือกคนที่มาจากที่ทำงานเดียวกัน โดยทั่วไปมีจำนวนสมาชิก 6-12 คน ทำการส่งจดหมายเชิญโดยอธิบายว่าต้องการให้มาทำอะไรในการมาเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

4. ผู้ควบคุมเวทีควรมีการจัดเตรียมรายละเอียดของการประชุม จัดเตรียมประเด็นคำถาม การจัดโปรแกรมการสนทนากลุ่มจะต้องให้ได้รับคำตอบในเรื่องที่สนใจตรงตามประเด็นที่ต้องการ

5. จัดเตรียมสถานที่ประชุม สิ่งอำนวยความสะดวก การบันทึกเสียง การบันทึกภาพ จัดทำป้ายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วม

6. การวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม เมื่อเสร็จสิ้นการสนทนากลุ่มแล้ว ผู้วิจัยหรือผู้ที่เก็บข้อมูลจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการจดบันทึก และฟังคำพูดจากการบันทึกเทป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง โดยมีขั้นตอนดังนี้

6.1 การถอดเทป ให้ฟังจากเทปบันทึกเสียงโดยจดบันทึกคำบรรยายที่เป็นคำพูดของผู้ที่เข้าร่วมการสนทนาแบบคำต่อคำ

6.2 จัดแยกรายละเอียดของข้อมูลออกเป็นกลุ่มตามคำพูดของผู้เข้าร่วมการสนทนาตามหัวข้อการสนทนา

6.3 อ่านเนื้อหารายละเอียดทั้งหมดทบทวนเนื้อหาอีกครั้งโดยฟังจากการบันทึกเทปเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

6.4 อ่านอีกครั้งในแต่ละประโยค จัดกลุ่มความคิดตามข้อเท็จจริงของข้อมูลและกำหนดประเด็นการสนทนา ซึ่งเรียกว่า “การถอดรหัส”

6.5 จัดการข้อมูลให้ตรงตามเนื้อหาตามประเด็นหัวข้อการสนทนาที่ได้กำหนดไว้

6.6 ทำการตรวจสอบประเมินว่าแต่ละคนอธิบายหัวข้อการสนทนาว่าอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ มีอะไรที่แตกต่างกันซึ่งมีความสำคัญที่จะต้องนำไปพิจารณา

6.7 อธิบายแต่ละประเด็น และจัดหาคำพูดเขียนเป็นข้อคิดเห็นที่สนับสนุนหัวข้อการสนทนา

7. การจัดทำรายงานผลการสนทนากลุ่ม จัดพิมพ์ผลการสนทนากลุ่มลำดับเหตุการณ์ตามข้อเท็จจริงของข้อมูลที่ได้รับตามประเด็นการสนทนา

การสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ถูกลำนำไปใช้อย่างหลากหลายวงการ เช่น ทางด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาชุมชน ด้านการศึกษา ด้านพฤติกรรมมนุษย์ และด้านสุขภาพ หน่วยงานการสื่อสารเพื่อสุขภาพศูนย์ส่งเสริมสุขภาพของมหาวิทยาลัยโตรอนโต (The Health Communication Unit at the Centre for Health Promotion University of Toronto, 2000) ได้อธิบายลักษณะของการสนทนากลุ่มไว้ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการอภิปรายที่ประกอบด้วยกลุ่มคนที่มีความสนใจในหัวข้อเรื่องที่มีความเฉพาะ โดยมีผู้นำกลุ่มคอยควบคุมกำกับผู้เข้าร่วมสนทนาให้แสดงความคิดเห็นในหัวข้อเรื่องที่กำหนด

2. วัตถุประสงค์ของการทำการสนทนากลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกจากกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายที่ผู้วิจัยสนใจ

3. การแสวงหาข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่มถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มความเข้าใจในประเด็นที่สนใจเพื่อที่จะทำให้เกิดการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานเพื่อการพัฒนา และเป็นการนำร่องทำการทดสอบแนวคิดดังกล่าว

4. ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการสนทนากลุ่มเป็นการแสวงหาข้อมูลจากบุคคลที่หลากหลายเป็นการทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ถึงการมีประสบการณ์และการมองภาพอนาคตของกลุ่มผู้เข้าร่วม (ซึ่งอาจจะเป็นประชาชน ผู้บริโภค ผู้นำทางความคิด ฯลฯ)

5. การสนทนากลุ่มในคนไข้หรือประชาชนที่ได้รับผลกระทบถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบกลไกการรักษา การทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่สนใจศึกษา

ข้อควรคำนึงถึงในการสนทนากลุ่ม

1. ความสามารถของผู้เข้าร่วมแต่ละคนที่มีอิทธิพลต่อความคิดของบุคคลอื่น
2. การสนทนากลุ่มมีการจำกัดเวลา ดังนั้นข้อคำถามที่นำมาใช้จะต้องถูกออกแบบให้เหมาะสมและได้รับคำตอบที่ตรงตามหัวข้อที่สนใจ
3. ขณะที่ทำการสนทนากลุ่ม ผู้ควบคุมเวทีจะต้องมีการตอบรับ แสดงความเข้าใจเพื่อให้เกิดความชัดเจนในคำตอบของผู้เข้าร่วม
4. คุณภาพของข้อมูลที่ได้รับขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ควบคุมเวทีการสนทนากลุ่ม

5. ควรพิจารณาคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มอย่างเหมาะสมกับหัวข้อเรื่องที่สนใจ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเทคนิควิธีการหลายรูปแบบมาใช้เพื่อทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนรา ได้แก่ วิธีการ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาสทางการท่องเที่ยวของชุมชน การวิเคราะห์ต้นทุนไม้แห้งปัญหา การสนทนากลุ่ม เทคนิควิธีการแต่ละรูปแบบถูกนำไปใช้อย่างระมัดระวังเพื่อเพิ่มอำนาจการตัดสินใจวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่มากที่สุด

2.10 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนรูปแบบหนึ่งที่เปิดโอกาสให้กลุ่มคนที่สนใจดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการสื่อสารระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว กิจกรรมการสร้างเครือข่ายเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้คนได้พัฒนาตนเอง ทำให้มีโอกาสดูแลเปลี่ยนแปลงเรียนรู้ระหว่างกัน (Hallin and Marnburga, 2007) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว เบอมอนด์และเดร์จ (Beaumont and Dredge, 2010) ได้ทำการศึกษาระบบการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยวิธีการสร้างเครือข่ายระหว่างรัฐบาล ประชาชนในชุมชน องค์กรท่องเที่ยวในชุมชน และหน่วยงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คณะกรรมการท้องถิ่นจะต้องเป็นหน่วยงานหลักที่จะต้องให้ความสนใจปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนกันระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น และในการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้ฐานทรัพยากรและการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว นั้น เดนิโคไลและคณะ (Denicolai and Others, 2010) ได้เสนอแนะหลักการสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการลงพื้นที่ปฏิบัติการไว้ว่า ผู้ดำเนินการควรมีการประเมินทรัพยากรและความสามารถของท้องถิ่น และกระตุ้นเจ้าของกิจการให้มีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นจะต้องทำให้เกิดวิธีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามปัญหาการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวก็คาดว่าจะเกิดขึ้นได้โดย เฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน ออสตาร์ค และอรายดิน (Ozturk and Eraydin, 2010) ได้เสนอแนะแนวทางการสร้างเครือข่าย โดยนำประเด็นการ การปกป้องผลประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นนโยบายสำคัญที่คนทั่วโลกจะต้องคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะความร่วมมือของคนในระดับท้องถิ่น บริษัทใหญ่และสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถที่จะทำโครงการให้เกิดความร่วมมือในแต่ละองค์กรที่จะนำไปสู่การสร้าง

เครือข่ายระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้มีการขับเคลื่อนการพัฒนา สิ่งแวดล้อมและเกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป เลมเมย์เทียนและแฟรงค์ (Lemmettyinen and Frank, 2008) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงปัจจัยสำคัญที่มีประสิทธิภาพสำหรับการ สร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว จะต้องมีการดำเนินการในเรื่อง การร่วมมือกันในรูปแบบของสหกรณ์ การเพิ่มกระบวนการสร้างสรรค์คุณค่า และการสร้างตราสัญลักษณ์สินค้าของแต่ละชุมชน ในด้าน การใช้วัฒนธรรมเป็นจุดขายในการท่องเที่ยวขึ้น การพิจารณาศักยภาพสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะสร้างแรงดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการสร้างข้อกำหนด สำหรับการท่องเที่ยว จะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและ จะต้องวางแผนให้มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Al-Oun and Al-Hmoud, 2008)

สินธุ์ สโรบล (2546) ได้อธิบายการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนดังนี้

1. มีการถ่ายโอนความรู้ของคนในชุมชนจากแต่ละหมู่บ้าน สามารถนำความรู้ไปสู่การ ดำเนินการให้บังเกิดผลเป็นจริง ด้วยการนำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มี อยู่ในพื้นที่รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและมีความ ยั่งยืน

2. การศึกษาธรรมชาติและภูมิเนเวศของพื้นที่ จะช่วยให้ชุมชนรู้ว่าพื้นที่ต่าง ๆ มีศักยภาพใน ด้านใดและมากน้อยเพียงใด บางชุมชนอาจมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บางชุมชนมี ข้อเด่นทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาไปสู่การจัดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. ช่วยให้ประชากรในชุมชนเข้าถึงฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ ได้เรียนรู้แนว ทางการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. มีการจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิม รวมทั้งมีการถ่ายโอนความรู้และภูมิปัญญา ของชุมชนในการนำทรัพยากรดังกล่าวมาใช้

5. ควรให้มีการประชุมระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนทัศนะและประสบการณ์ ช่วยกันหา ข้อดี-ข้อเสียและผลกระทบจากการท่องเที่ยว รวมทั้งค้นหาศักยภาพชุมชนในการพัฒนาการ ท่องเที่ยว พร้อมทั้งแสวงหาทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทของ ชุมชน โดยยึดความต้องการของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญและคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของ ธรรมชาติในพื้นที่

พจนา สวนศรี (2546) ได้ให้แนวทางการทำงานเพื่อสร้างเครือข่ายในระดับชุมชน โดยให้ เปิดเวทีเพื่อมีการแลกเปลี่ยนพูดคุยระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เพื่อหาจุดร่วมในการทำงาน มีกิจกรรมเพื่อ

สร้างความร่วมมือ เช่น มีการเยี่ยมชมการทำงานของชาวบ้านแต่ละกลุ่ม มีการสรุปบทเรียนที่ได้รับจากการทำงาน มีการกระจายบทบาทผู้นำในระดับเครือข่ายระหว่างชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชน จัดการศึกษาดูงานระหว่างกัน จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรร่วมกัน สร้างกิจกรรมร่วมกัน จัดให้มีคณะกรรมการเครือข่าย ทำการตลาดร่วมกัน ในด้านการสร้างเครือข่ายระดับประเทศ จัดให้มีการศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน จัดสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ร่วมกันผลักดันนโยบายที่สำคัญ และการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ จัดการ ศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างประเทศ จัดสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งผลักดันนโยบายต่างประเทศ

การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเป็นวิธีการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนรูปแบบหนึ่ง โดยเปิดโอกาสให้ผู้สนใจพัฒนาการท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมร่วมกัน การสร้างเครือข่ายภายในชุมชนจะทำให้เกิดความสามัคคี ชุมชนเข้มแข็ง การสร้างเครือข่ายภายนอกชุมชนเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้คนได้พัฒนาตนเอง จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน รวมทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในชุมชน มองเห็นคุณค่าและเกิดความหวงแหนทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน การสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดการขับเคลื่อนในการพัฒนาชุมชนของตนเอง เป็นแรงผลักดันเพื่อให้สามารถแข่งขันกับชุมชนอื่นได้ในอนาคต

2.11 กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความต้องการ (Demand) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ เช่นกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งส่งผลต่อบริบทต่าง ๆ มีการพิจารณาในเรื่อง ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางเทคนิค ปัจจัยทางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ปัจจัยทางด้านการศึกษา โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ปัจจัยทางการบริหารและระบบภายในองค์กร ปัจจัยทางด้านกฎหมายและการเมือง ซึ่งแต่ละปัจจัยมีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อผู้ปฏิบัติการในเรื่องโอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว ในขณะที่ทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมนั้นเป็นการยากที่จะคาดเดาเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ต่างๆ ของโลกที่ยังมองไม่เห็น ซึ่งก็เป็นการทำให้เกิดความท้าทายในการใช้ความพยายามขจัดภัยคุกคามที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก โดยการสร้างโอกาสให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายใต้การตัดสินใจของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวว่า ควรจะต้องทำอะไร ในสถานการณ์ที่กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ขณะนี้ ตัวอย่างเช่น ด้าน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากร ควรนำมาใช้

ตัดสินใจออกแบบวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านการบริการและจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการประเมินความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค กลุ่มนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวที่ให้ความสนใจเรื่องสุขภาพ การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสานกิจกรรมที่หลากหลาย การจัดการแสดงกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น (Moutinho, 2000) การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในเรื่องอายุ พฤติกรรมส่วนบุคคล โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะพิเศษ (เช่น กลุ่มคนรักร่วมเพศ) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในวันหยุด ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มมุมมองด้านส่วนแบ่งทางการตลาดทางการท่องเที่ยว (Hughes and Deutsch, 2010) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นผลมาจากพฤติกรรมส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของพวกเขา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สนใจการเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวชนบท คือ พวกเขาให้ความสนใจรูปแบบวิถีทางการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน (Frochot, 2005) การใช้ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของนักท่องเที่ยว เช่น รายได้ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหา ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว และการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้น มีความต้องการสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (Tkaczynski, Rundle-Thiele and Beaumont, 2009) ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ ด้านการศึกษา รายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในเรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ (มนชนก เศรษฐวัชรานิช, 2551) ดังนั้นในกระบวนการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบ จำเป็นต้องให้ความสำคัญในการนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยนำมาพิจารณาวางแผนดำเนินการอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีการวิเคราะห์โครงสร้างประชากร พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประสบการณ์และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว นักวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวควรมีการใช้ข้อมูลทางด้านประชากร มาพิจารณาออกแบบการส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) ได้อธิบายว่า ในการบริหารงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวควรมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม ดังต่อไปนี้

1. การจัดการด้านสินค้า (Product management) เป็นการผลิตสินค้าให้เหมาะสมสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ซื้อให้มากที่สุด ในกรณีที่สินค้าที่เสนอขายตรงกับความต้องการของตลาด นับได้ว่าการดำเนินการด้านการตลาดประสบความสำเร็จไปแล้วเกือบครึ่งหนึ่งของการดำเนินงาน สิ่งที่ควรพิจารณาในการจัดการด้านสินค้า คือ ลักษณะของสินค้าในขณะนั้น เป็นสินค้าเก่า (Existing product) หรือเป็นสินค้าใหม่ (New product) และ ช่วงเวลาของสินค้าในขณะนั้น (Project life cycle) อยู่ในช่วงแนะนำ (Introduction) ช่วงเติบโต (Growth) ช่วงอิมมัตูริ (Maturity)

หรือช่วงตกต่ำ (Decline) ดังนั้น การจัดการด้านสินค้า คือ การกำหนดว่าสินค้าชนิดใดเหมาะสมที่จะวางขายในตลาดใด กล่าวคือ ขายสินค้าเก่าในตลาดเก่า ในลักษณะที่จะเพิ่มสัดส่วนผู้ซื้อเดิมให้ซื้อมากขึ้น หรือขายสินค้าใหม่ในตลาดเก่า ในลักษณะที่จะเพิ่มสินค้าใหม่เข้าไปในตลาดที่มีการบริโภคอยู่แล้ว หรือขายสินค้าเก่าในตลาดใหม่ ในลักษณะที่จะขยายกลุ่มผู้ใช้จากผู้ที่ยังไม่เคยใช้สินค้าให้หันมาใช้สินค้าที่ผลิตอยู่ หรือขายสินค้าใหม่ในตลาดใหม่ ในลักษณะที่จะสร้างสินค้าใหม่และนำไปขายยังตลาดใหม่ ๆ

2. การจัดการด้านราคา (Price management) สินค้าทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยราคา 2 ประเภท คือ

2.1 ราคาที่เป็นจริง คือ ราคาของสินค้าตามสภาพความเป็นจริง ซึ่งอาจเป็นมูลค่าหรือต้นทุนของการผลิตสินค้านั้น

2.2 ราคาทางจิตใจ คือ ราคาส่วนที่สามารถสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกภูมิใจในการบริโภคสินค้านั้น การกำหนดราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยวนี้ หากผู้ผลิตสามารถสร้างคุณค่าหรือราคาทางจิตใจให้แก่ผู้บริโภคได้มากเพียงไร ก็จะสามารถสร้างราคาที่สูงกว่าราคาที่เป็นจริงได้มากขึ้นเท่านั้น

3. การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel management) ในระบบธุรกิจท่องเที่ยวเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้ผลิต ซึ่งจำเป็นต้องกำหนดว่าสินค้าของตนควรจะวางขายที่ใดบ้างจึงจะสะดวกแก่ผู้ซื้อ จำเป็นต้องวางขายโดยตรงแก่ผู้บริโภคหรือต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง สินค้าทางการท่องเที่ยวนี้ผู้บริโภคจำเป็นต้องเดินทางมาบริโภคยังสถานที่ของผู้ผลิต ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต คนกลางหรือผู้จัดจำหน่าย และผู้ซื้อเป็นพิเศษ

4. การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion management) ผู้ผลิตจำเป็นต้องสื่อสาร ส่งข้อมูลไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคนำไปประกอบการตัดสินใจซื้อ การส่งเสริมการขายอาจดำเนินการได้หลายทาง อาทิ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยตรง การส่งเสริมการขาย การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น

การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ จะเห็นว่ายังเกิดปัญหาด้านการจัดการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เช่น ขาดการประชาสัมพันธ์ ในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จังหวัดนครปฐม การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (วิไลลักษณ์ รัตนเพียร ชัมมะและคณะ, 2550) ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ผู้บริหารจะต้องใช้กลยุทธ์ทางด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการโฆษณา การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวนี้ จะต้องใช้ช่องทางการสื่อสารที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ก็สามารถ

ประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง และถ้ามีอิทธิพลจากการได้รับความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว ก็สามารถที่จะเผยแพร่ข่าวสารไปได้อย่างรวดเร็ว

การนำกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จะช่วยให้ผู้ดำเนินการประสบความสำเร็จมากขึ้น คณะทำงานชุมชนอาจจะนำกลยุทธ์ทางการตลาด หรือ Marketing (15 Ps) นำไปประยุกต์ใช้ดังต่อไปนี้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

1. ราคา (Price) สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการกำหนดราคา คือ ปัจจัยภายในได้แก่วัตถุประสงค์ ประเภทและลักษณะของสินค้าและบริการ ต้นทุน ปัจจัยภายนอกได้แก่ ความต้องการของตลาด สถานการณ์การแข่งขันในตลาดสภาพสินค้าของคู่แข่ง อำนาจการซื้อของผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย ฤดูกาล ราคาขายของสินค้าและบริการ

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่วิธีการขายโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว ลูกค้าส่วนบุคคล ลูกค้าสถาบัน หน่วยงาน องค์กร ลูกค้าต่างประเทศ ขายผ่านตัวแทน ขายให้แก่ผู้ผลิต รายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย

3. จุดยืนผลิตภัณฑ์ (Positioning) คือ การกำหนดตำแหน่ง ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งควรมีการระบุดึงตลาดเป้าหมาย

4. ผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาดซึ่งประกอบด้วย มีผลิตภัณฑ์ดี สถานที่ดี เวลาที่เหมาะสม ราคาที่เหมาะสม ปริมาณที่เหมาะสม

5. การส่งเสริมการขาย (Promotion) ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายตรง

6. จิตวิทยาการขาย (Psychology) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการของธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ โดยบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ นอกจากพนักงานแล้วยังรวมถึงเจ้าของธุรกิจ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวอีกด้วย

7. พันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) หมายถึง การประสานงานร่วมกันทางธุรกิจท่องเที่ยว ระหว่างสถานประกอบการต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน หรือสถานประกอบการนอกแหล่งท่องเที่ยวในด้านความร่วมมือเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้รับความพอใจสูงสุดโดยต้องรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการและระดับราคาที่เหมาะสม

8. การมีส่วนร่วมทางธุรกิจ (Participation) คือ การเข้าร่วมในทุกกระบวนการทางการตลาดการท่องเที่ยว

9. การขายรวม (Packaging) หมายถึงการจัดรวมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ผู้ประกอบการนำเที่ยวเหล่านี้ จะต้องติดต่อและตกลงกับผู้ผลิตสินค้าท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ เช่น

โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร รถเช่า ฉะนั้น ผู้ผลิตจะต้องมีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเหล่านี้อย่างใกล้ชิด

10. บุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึง นักท่องเที่ยว บุคคลที่จำหน่ายและให้บริการเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนเจ้าของพื้นที่ในธุรกิจกรมท่องเที่ยว บุคลากรผู้ให้บริการหรือพนักงาน ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้าได้ ประชาชนในท้องถิ่น ต้องยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้

11. ฤดูกาลท่องเที่ยว (Period) ในการดำเนินการตลาดท่องเที่ยว นั้น ควรคำนึงถึงการขยายโอกาสทางการท่องเที่ยวโดยเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามควรคำนึงถึงขีดความสามารถทางการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

12. สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Politics) ในการดำเนินการตลาดท่องเที่ยว ควรศึกษาสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความมั่นคงปลอดภัยหรือไม่

13. ความคิดเห็นสาธารณะทางการเมือง (Public Opinion) ในการดำเนินการตลาดท่องเที่ยว นั้นต้องยอมรับความคิดเห็นของสาธารณชนด้วยว่ากิจกรรมการตลาดที่จัดขึ้น เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

14. กระบวนการให้บริการ (Process of Service) เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ใ้ได้รับบริการที่ดีจะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

15. สภาพแวดล้อมด้านผลิตภัณฑ์และสถานประกอบการ (Physical Evidence) การตลาดท่องเที่ยวจะสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม ผลักดันหรือดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรมของเมือง และแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการตกแต่งสถานประกอบการ

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้จัดการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว จะต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวมาใช้ที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อวางแผนจัดการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจุบันและนักท่องเที่ยวอนาคต รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำ

2.12 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การเรียนรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ตามปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งการไปท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัย

เดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม การจัดสัมมนา การฝึกอบรม

นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวสนับสนุนหรือแรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ รายได้ เวลา โอกาส ครอบครัวยุค การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความสนใจส่วนบุคคล เช่น สนใจเรื่องราวของชนเผ่า วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม นันทนาการ หรือความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะเดินทางด้วยเหตุผลใดก็ตาม สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะได้รับก็คือ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ความรู้และประสบการณ์ใหม่ที่สนองตอบความต้องการส่วนบุคคลที่มีอยู่ (นิรันดร ทัพไชย, 2548)

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถามการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง

เพียร์เรทและดอร์เดน (Perreault and Dorden, 1979) ได้แบ่งรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่าง

วันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลา นานมากกว่า

โคเฮน (Cohen, 1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมความจำในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง สนใจศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการพึ่งตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น จะใช้เวลา นานอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น มีนักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลายาวนานอยู่ที่พัทยา เชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

สวาร์บรูคและฮอนเนอร์ (Swarbrook and Horner, 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลทะเล (Active sea lovers) มีจิตใจรัก ชื่นชอบหาดทราย บรรยากาศชายทะเล

2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่ โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น

3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลากับการนอนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ

5. นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่

6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน การทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะทำให้ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสามารถวางแผนรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม การท่องเที่ยวชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะ ที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ และนักท่องเที่ยวที่ชอบใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น การเรียนรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

การทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สามารถอธิบายให้เข้าใจถึงลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อใดก็ตามที่พวกเขาต้องการไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวสถานที่แห่งใดที่หนึ่ง ในเบื้องต้นนักท่องเที่ยวจะต้องเกิดแรงจูงใจและแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของปัจจัยภายใน หรือปัจจัยภายนอกที่พวกเขาต้องการทำให้เกิดความพอใจ ซึ่งแสดงให้เห็นตามภาพประกอบต่อไปนี้



รูปที่ 9 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

(ดัดแปลงจาก Swarbrook and Horner, 2007)

เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจแล้วลำดับต่อไป นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่พวกเขาจะตัดสินใจเดินทางไป ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคนั้นมาจากการตลาดและการได้รับข้อมูลจากเพื่อน ครอบครัว จากสื่อโฆษณาที่หลากหลาย (Blackwell et al, 2006) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลแล้วก็จะทำการตรวจสอบและประเมินผลหาทางเลือกซึ่งขึ้นอยู่กับค่านิยมทัศนคติ แรงจูงใจของพวกเขา และเมื่อนักท่องเที่ยวได้ประเมินทางเลือกที่เป็นไปได้แล้วก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้น นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจกับผลที่ได้รับ ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความพอใจของพวกเขาซึ่งจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ในการตัดสินใจของผู้บริโภคในอนาคตตนเอง รอดโรเกส (Rodríguez, 2009) ให้ข้อเสนอแนะว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวประเภทหนึ่งคือกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก หรือกลุ่มคนในสังคมที่สื่อสารกันบนเว็บไซต์ ที่ให้ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรคำนึงถึงกลุ่มบุคคลที่ใช้รูปแบบการสื่อสารทางสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวในวันหยุดพักผ่อนของพวกเขา

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยววันหยุดของนักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยจะมีกระบวนการก่อนตัดสินใจซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบด้วยความชอบในลักษณะวิธีการ รูปแบบการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับการได้รับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อมรอบตัวของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยวัฒนธรรมวิถีชีวิต ค่านิยม ครอบครัว กลุ่มเพื่อนสนิท สถานภาพ สภาพคล่องทางการเงิน สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะทำการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลชนิดต่างๆ ทำการเปรียบเทียบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว การได้รับการกระตุ้นจากสื่อประเภทต่างๆ ที่มีการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือการได้รับข้อมูลจากกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพล เช่น เพื่อน สื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่นิยมใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว (Moutinho, 2000)

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องนำความรู้ด้านการวางแผนการตลาดและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน รวมทั้งจะต้องทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบพฤติกรรมเฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้จัดการจะต้องคำนึงถึงในลำดับเบื้องต้น กลุ่มผู้นำชุมชนหรือผู้ประกอบการ จะต้องร่วมกันคิดวางแผนและรู้จักเลือกใช้ กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม จึงจะสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนขึ้นในชุมชน (อุมาพร มุณีแนม และคณะ, 2552) ในด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) นั้นได้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ชุมชน โดยให้ชุมชนสามารถจัดทำเว็บไซต์ของชุมชน มีการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางวิทยุท้องถิ่น จะเห็นได้ว่ามีช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในหลายรูปแบบที่คนในชุมชนสามารถดำเนินการได้ ซึ่งสอดคล้องกับ แฮร์ริส (Harris, 2009) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเมืองแบรีโอและเมืองซาราวัค (Bario and Sarawak) ที่ตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย โดยการคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ไอซีที (ICTs: Information and Communication Technology) เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่นักอนุรักษ์ธรรมชาติให้ความสนใจในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว การจองที่พัก การจองโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดในชุมชน เช่น เทร์คกิง (Trekking) ตลอดจนการจองตัวเครื่องบินในการเดินทางเข้าสู่เมืองซึ่งไม่สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ได้ ช่องทางการสื่อสารดังกล่าวสร้างผลประโยชน์โดยตรงต่อชุมชนและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วโลกที่สามารถค้นหาแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ซึ่งทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และนอกจากนั้นคนในชุมชนยังได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนาคือไปพร้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว สตีเวิร์ดและแดร์เพอร์ (Stewart and Draper, 2009) ให้คำยืนยันว่าการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์เป็นวิธีการที่เกิดประสิทธิผลในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการเปิดช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นการให้ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว เป็นการช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่แตกต่างกันในสังคมเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวถูกนำมาพิจารณาในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชน การใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ อาชีพต่างกัน ควรนำมาใช้ในการวางแผนออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว (มนชนก เศรษฐวิชรานิช, 2551) นอกจากนั้นแล้วการใช้กลยุทธ์และเทคนิคทางการสื่อสาร และการส่งเสริมการขายสำหรับการท่องเที่ยวชนบท ผู้ดำเนินการจะต้องรู้ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท ได้แก่ แรงจูงใจ ความต้องการ และความสนใจของนักท่องเที่ยว และในยุคปัจจุบันนี้แนวคิดเรื่องการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นั่นไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ และความตื่นเต้นสนุกสนาน การมีสังคมกับคนอื่น การผ่อนคลายความเครียด โดยมีการเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว เดินทางมาที่บริษัทนำเที่ยว และการเดินทางมาด้วยตนเอง (Park and Yoon, 2009) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมในชนบท ลักษณะของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พวกเขาเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวรูปแบบนี้มาก่อน มีการค้นหาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากกลุ่มเพื่อน ต้องการไปท่องเที่ยวเมืองที่มีความเก่าแก่ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือ การหลีกเลี่ยงจากการติดต่อกับบุคคลอื่นและการทำงาน ต้องการผ่อนคลาย

ความตึงเครียด และได้พบสถานที่แปลกใหม่ มีข้อเสนอแนะจากการวิจัยว่า ควรนำข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมาใช้ในการวางแผนจัดการพัฒนารูปแบบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท โดยคำนึงถึงการตอบสนองทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว (Vela, 2009) อย่างไรก็ตาม หากจะมีการนำรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทกีฬาผจญภัยในชนบทมาใช้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชนนั้น จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสมและคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น (Costa and Chalip, 2005)

การนำข้อมูลที่ได้รับจากการทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบแสวงหาประสบการณ์ ชอบใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท ผู้จัดการควรวางแผนจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมโดยคำนึงถึงรูปแบบกิจกรรมที่ตอบสนองอารมณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ จัดจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และได้ศึกษางานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การกำหนดบทบาทผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

งานวิจัยภายในประเทศ

ทวีเดช วโรตม์สุพรรณ (2549) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับข่าวสารการตลาดน้ำดำเนินสะดวกจากสื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคลมากที่สุด มีความพึงพอใจตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยรวมอยู่ระดับมาก ระดับการศึกษาและที่อยู่ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่างกัน อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและที่อยู่ของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่างกัน การรับรู้โดยรวมไม่มี

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม การเปิดรับข่าวสารจากสื่ออนิตยสาร สื่อเฉพาะกิจและ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม

เอกฤทธิ์ สุดแก้ว (2549) ได้ทำการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและการจัดการของชุมชนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคะแนนอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าคะแนนเกิน 3.7 ที่มีระดับสูงมี 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (อุทยาน ร.2) วัดอัมพวันเจติยาราม วัดบางกระพ้อม และตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา โดยประชาชนในชุมชนท้องถิ่นมีศักยภาพในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านการมีส่วนร่วมด้านความรู้ และด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะสูง แต่มีศักยภาพต่ำในด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ด้านการเรียนรู้จากการปฏิบัติร่วมกัน และด้านการติดต่อสื่อสารและการเชื่อมโยงช่วยเหลือร่วมมือที่แตกต่างกัน มีการปฏิบัติในการจัดการทรัพยากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดลรวี บุญนาค (2550) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดลำพญาตามลักษณะตัวแปรเพศ รายได้ อาชีพ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว ความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวและฤดูกาลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพพื้นที่ด้านความสะดวก นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราตลอดเวลา ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และอรรถาศัยในการต้อนรับของประชาชนในพื้นที่ จากข้อค้นพบดังกล่าวมีข้อเสนอแนะดังนี้ หน่วยงานของรัฐ องค์กรบริหารตำบลส่วนท้องถิ่นและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรร่วมกันประสานงานและมีส่วนร่วมในการพัฒนาในพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม การสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่รับผิดชอบควรกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจน สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน สร้างมาตรการกฎระเบียบเพื่อกำกับดูแลปัญหาที่เกิดขึ้น สร้างจิตสำนึกการบริการที่ดี มีมาตรฐานมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ (2550) กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลองตลิ่งชัน กรุงเทพฯ พบว่าศักยภาพของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ

เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และการเกษตรซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากและต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สวัสดิภาพ และความปลอดภัย รูปแบบการท่องเที่ยว พัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน การตลาดการท่องเที่ยว การให้บริการประชาชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

อรุณศรี อื้อศรีวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลห้วยแร่ อำเภอเมือง จังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวบ้านห้วยแร่ 2) เพื่อศึกษาสภาพของบ้านห้วยแร่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมกับท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า

1. เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและแหล่งเรียนรู้ตามธรรมชาติ
2. เกิดระบบฐานข้อมูลของชุมชน เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในตำบลห้วยแร่
3. เกิดศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. เกิดประสบการณ์ในการวางแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่น
5. เกิดการพัฒนาศักยภาพและฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ได้มาตรการและระเบียบสำหรับการบริหารจัดการของชุมชนและผู้มาเยือน
7. การพัฒนาสถานะที่ให้ผลสูงสุด โดยกำหนดตัวชี้วัดในระดับที่ยอมรับได้
8. เกิดรูปแบบการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมในการประสานงานความร่วมมือในการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนกับหน่วยงานของรัฐในลักษณะของการเป็นหุ้นส่วน
9. เกิดพลังอำนาจของชุมชนโดยการพัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในครั้งนี้ได้นำไปสู่การพัฒนาเรื่องอื่นๆ ได้แก่ 1) การสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม 2) ความร่วมมือภายในชุมชน 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) กลุ่มนวดบำบัด 5) การฟื้นฟูคลองยาว 6) การฟื้นฟูวัฒนธรรมข้าว 7) การฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชน 8) เกิดภาวะผู้นำในท้องถิ่น 9) เกิดความสามารถในการนำกระบวนการมีส่วนร่วมไปสู่การจัดทำแผน 10) ตำบลห้วยแร่ได้เป็นตัวอย่างของการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน
10. ผลการประเมินการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ตำบลห้วยแร่เกณฑ์ในการตัดสินชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวพิจารณาจากหลักการที่ว่า 1) ชุมชนดำเนินงานตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง 2) ชุมชนมีความเข้มแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) ชุมชนมีศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 4) ชุมชนมีปัจจัยพื้นฐานในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างสมดุล และในปี พ.ศ. 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตัดสินให้กลุ่มการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลห้วยแร่ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นด้านการจัดการท่องเที่ยว ในกลุ่มพื้นที่ภาคกลางร่วมกับภาคตะวันออก จากผลที่เกิดขึ้นตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่าการวิจัยพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยนำวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) พร้อมประยุกต์ใช้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ให้ผลสูงสุด (Tourism Optimisation Management : TOMM) โดยการขับเคลื่อนกระบวนการจากเทคนิคของการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Incremental Collaboration/Cooperation: PIC) จึงทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโดยพลังอำนาจของชุมชนอย่างแท้จริง

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล (2551) ได้ทำการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดำเนินการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชนเรื่องผลผลิตทางการเกษตรไม่มีที่จำหน่าย สินค้าราคาตกต่ำ โดยหลังจากที่มีแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแล้ว สามารถแก้ไขปัญหาได้ มีการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่ส่งเสริมให้การพัฒนาประสบความสำเร็จพบว่า ปัจจัยภายนอกเรื่องกระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของภาครัฐที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของประชาชนอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยภายในของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนา คือ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพราะเป็นพื้นที่สวนเกษตรแบบดั้งเดิม การมีผู้นำที่เข้มแข็ง มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการคือดำรงตำแหน่งนายก อบต. ทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภค การรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น และผู้จำหน่ายสินค้าในชุมชนส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่มีอาชีพค้าขาย มีน้ำใจ พุดคุยตอบคำถามนักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจ จนเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่าผู้จำหน่ายสินค้านอกจากขายสินค้าแล้วยังเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

มนชนก เศรษฐวัชรานิช (2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยวไทย และเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยวไทย กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ตลาดบางน้ำผึ้งจำนวน 400 ราย โดยการออกแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance) และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least-Significant Different (LSD) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า อายุแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุพร บุญปก (2551) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 10 กิจกรรม โดยศึกษาใน 7 ด้าน ได้แก่ด้านการจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคม และด้านราคา เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ประชุมผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 ท่านเพื่อวิพากษ์ให้ความเห็นสรุปเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-54 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป มีรายได้เดือนละ 20,001-25,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สิ่งดึงดูดที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยว คือ บรรยากาศที่มีความร่มรื่น กิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือชมวิถีชีวิตของชาวบ้านบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยระดับความพึงพอใจกิจกรรมนันทนาการทั้ง 10 กิจกรรมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า แนวทางการพัฒนาที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ส่งผลต่อการพัฒนากิจกรรมนันทนาการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จากการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่า ในด้านราคา ด้านความปลอดภัย มีความเหมาะสม ด้านการคมนาคมมีความสะดวก แต่ควรปรับปรุงระบบการจราจร แต่ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในวันอาทิตย์ ด้านบุคลากรมีคุณสมบัติที่ดีแต่มีจำนวนน้อยเกินไป ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควรเพิ่มโปรแกรมการเข้าร่วม

กิจกรรม โดยจัดเป็นแพ็คเกจมากขึ้น ด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีแผนพับแนะนำกิจกรรม ด้านสถานที่ ควรมีแผนที่ให้นักท่องเที่ยวรู้แหล่งจัดกิจกรรม เพื่อที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้

ประไพพร อักษรศรี (2552) ได้ทำการศึกษารูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน 2) สร้างรูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน 3) ศึกษาประสิทธิผลรูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ใช้รูปแบบการวิจัยแบบ ผสมผสาน (Combined Methodology) เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการศึกษาข้อมูลดิบและวิเคราะห์เนื้อหา ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่อยู่ในชุมชน 5 แห่งในเขตภาคกลางและชุมชนในเขตริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดปทุมธานี 5 ตำบลโดยเน้นที่ปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อหารูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน นำรูปแบบไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้นำท้องถิ่นในเขตจังหวัดปทุมธานี 30 คน เพื่อศึกษาประสิทธิผลการใช้รูปแบบและเปรียบเทียบการเรียนรู้ในการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชนก่อนและหลังการทดลอง ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตจังหวัดปทุมธานีมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ สภาพภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ ความคิด ความเชื่อประกอบเป็นวิถีชีวิต รวมทั้งความรู้ที่เก็บอยู่ในวัฒนธรรมสามารถแปรค่ามาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งนี้ชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยเน้นการมีส่วนร่วม การส่งเสริมบทบาทเพศหญิง ผู้สูงอายุ และเยาวชนในการแบ่งงานกันทำ ไม่กระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาชุมชนด้านต่าง ๆ โดยมีนักท่องเที่ยวที่เน้นการเยี่ยมชมมรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และวิถีชีวิต แสดงให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนประสบความสำเร็จ 2) รูปแบบการเรียนรู้การวางแผนท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วย แกนกลางสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้และฐานการเรียนรู้มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างศักยภาพ ตั้งแต่ลักษณะทางกายภาพ การกระจายรายได้ ชาติพันธุ์ มรดกทางวัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อทางศาสนา บทบาททางเพศ ภูมิปัญญา ด้านการจัดการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการวางแผน ทั้งนี้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมร่วมกัน รูปแบบการเรียนรู้มี 20 ขั้นตอนในการดำเนินการเรียนรู้การวางแผนท่องเที่ยวชุมชน 3) ผลการศึกษาประสิทธิผล โดยนำรูปแบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำท้องถิ่น ผลการปฏิบัติแสดงถึงการพัฒนาศักยภาพของผู้นำท้องถิ่น สามารถนำความรู้ไปสร้างกระบวนการกับชุมชนแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเริ่มจากการค้นหาศักยภาพร่วมกัน การวางแผนร่วมกัน ผู้นำท้องถิ่นแต่ละพื้นที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน สามารถเชื่อมโยงเครือข่าย สามารถกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาาร่วมกันและทดลองปฏิบัติการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ยุพิน พิทักษ์พวงทอง และคณะ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชุมชนปากคลองบางกอกใหญ่ให้ยั่งยืน เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนปากคลองบางกอกใหญ่ ในด้านประวัติศาสตร์ ความเชื่อ วัฒนธรรม วิถีชีวิต 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม โดยการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน 3) เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และผลกระทบด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนปากคลองบางกอกใหญ่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านประเพณี วัฒนธรรมที่ค่อนข้างสมบูรณ์ คณะผู้วิจัยร่วมกับผู้นำชุมชนและชาวบ้านที่สมัครใจเข้าร่วมประชุม ได้วิเคราะห์ปัญหาของชุมชน พบว่า ปัญหาการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาหลักของชุมชน สมาชิกในชุมชนเห็นชอบร่วมกัน ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ประวัติศาสตร์สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสิน โดยประสานงานกับเขตรักษาพันธุ์เพื่อจัด “โครงการล่องเรือกินลมชมกรุงธนบุรี” มีรูปแบบนั่งเรือและเดินชมแหล่งท่องเที่ยว (Boat tour and walking tour) มีการล่องเรือในคลองบางกอกใหญ่หรือคลองบางหลวง และเข้าคลองด้าน พร้อมกับมีวิทยากรบรรยายเรื่องราวประวัติความเป็นมาให้ฟัง นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม ร่วมกับชมรมสยามทัศน เป็นการท่องเที่ยวแบบทอดน่อง (Walking tour) และมีการจัดงานบวงสรวงสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีมหาราช ระหว่างวันที่ 25-28 ธันวาคม 2548 ได้รับการสนับสนุนทุนดำเนินการจากคนในชุมชนและนอกชุมชน คณะผู้วิจัยได้ประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการบริการ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวชุมชนพบว่าอยู่ในเกณฑ์ดี การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ด้านสิ่งแวดล้อมพบว่าผู้ให้ข้อมูลระบุว่าชุมชนมีความสะอาดเรียบร้อยสวยงามขึ้นกว่าเดิม แม่น้ำลำคลองสะอาดขึ้น นักท่องเที่ยวไม่ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียง ชาวบ้านให้ความร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

วราภรณ์ สยนาพันธ์ (2552) ได้ทำการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบริเวณตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมต่อชุมชน โดยศึกษาการจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม รวมทั้งศึกษาผลกระทบด้านต่างๆ ต่อชุมชนโดยรอบ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรม ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นสำคัญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รายการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ การสังเกต

ผลการวิจัยพบว่า ตลาดน้ำคลองลัดมะยมจัดการโดยผู้ร่วมก่อตั้ง ซึ่งมีการจัดการที่คำนึงถึงการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนน้อยที่สุด ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมระดับพิธีการหรือการมีส่วนร่วมบางส่วน มีกิจกรรมที่เน้นกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่า เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ระบบคมนาคม ระบบสาธารณูปโภคในชุมชนดีขึ้น มูลค่าที่ดินในชุมชนเพิ่มขึ้น มีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อทำการค้าขาย สภาพแม่น้ำลำคลองเปลี่ยนไปในทางที่ดีสะอาดมากขึ้น ประชาชนมีจิตสำนึกรักษ์ในแม่น้ำลำคลอง มีการเปลี่ยนแปลงด้านการดำรงชีวิตบ้าง แต่ยังคงสามารถรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องการทำสวน และการดำรงรักษาเอกลักษณ์การเป็นชาวบ้านริมคลองได้เหมือนเดิม

อุมาพร มุณีแนม และคณะ (2552) ได้ทำการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมและแผนการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีโหนด-นา-เล อำเภอสะเทิงพระ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิกับการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพกับการสัมภาษณ์เชิงลึก การหาความถี่กับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การบรรยายเชิงพรรณนา กับข้อมูลที่ได้จากกระบวนการกลุ่ม การทดลองนำเที่ยว และการสังเกตการณ์ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีรูปแบบการมีส่วนร่วม 3 รูปแบบคือ 1) การมีส่วนร่วมแบบมีโครงสร้าง 2) การมีส่วนร่วมโดยชุมชนตามรูปแบบของ Tosun 3) การมีส่วนร่วมในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้วยเทคนิคการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมที่แบ่งตามกระบวนการมีส่วนร่วม และการมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ประชาชนเกิดการเรียนรู้ดังนี้ 1) การเรียนรู้ด้านความรู้ 2) การเรียนรู้ด้านอารมณ์ 3) การเรียนรู้ด้านความชำนาญ อุปสรรคของการมีส่วนร่วมคือ อุปสรรคส่วนตัว อุปสรรคด้านปัจจัยพื้นฐาน อุปสรรคด้านการบริหารจัดการและอุปสรรคด้านแนวคิด และชุมชนมีแผนการตลาด คือ แผนพัฒนาองค์กร แผนพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อความหมาย แผนด้านการเงิน และแผนการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้แนวทางการส่งเสริมแผนการตลาดอยู่ภายใต้พื้นฐานของความสำคัญเร่งด่วน ความเป็นไปได้ มีค่าใช้จ่ายน้อยหรือไม่มีเลย ชุมชนมีความเต็มใจและยินดีในการดำเนินการได้ด้วยชุมชนเองและลดการพึ่งพาจากภายนอก ภายใต้กรอบระยะเวลา 1 ปี (2552) มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีโหนด-นา-เล คือ ชุมชนต้องมีส่วนร่วมด้วยตัวของตนเอง นอกจากนี้ชุมชนควรมีรูปแบบการมีส่วนร่วมแบบคนกลาง โดยมีผู้ประสานกับหน่วยงานภายนอก และชุมชนอาจขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกตามความเหมาะสม

จรินทร์ อาสาทรงธรรม (2553) ได้ทำการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน แนวคิดและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องเข้ามาร่วมจัดการชุมชน จำเป็นต้องมีการรักษาสมดุลของทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำ มีข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืนดังนี้

1) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรที่จะให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการท่องเที่ยว โดยเริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การวางแผนการควบคุมการใช้ทรัพยากร และการใช้ผลประโยชน์ และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

2) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชุมชนควรมีการรวมตัวกันเพื่อปกป้องรักษาฟื้นฟูแม่น้ำ ลำคลองวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยจะต้องมีการระบุดึงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำ มีการรักษาสภาพแวดล้อมและรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น มีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ใช้กฎหมายควบคุมและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม มีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม

3) ด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น พื้นที่การเกษตร การประกอบอาชีพของชาวบ้านในชุมชน

4) การให้ความสำคัญกับการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานสินค้า/บริการ ให้มีการขาย สินค้า/บริการที่มีคุณภาพดี การกำหนดราคาที่ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว การกำหนดช่องทาง การจัดจำหน่าย มีการจัดวางและบอกตำแหน่งร้านค้าที่ชัดเจน เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ได้เลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก ส่งเสริมการตลาด เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่ได้มาท่องเที่ยวแล้วมีความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวอีกอย่างต่อเนื่อง

5) การพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการ เพื่อให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจ มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น ถนนลาดยาง ป้ายบอกทางที่จอดรถ ห้องน้ำ ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น การดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้การท่องเที่ยวตลาดน้ำมีความยั่งยืนต่อไป

อาภรณ์ อินฟ้าแสงและคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียน 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียน จำแนกตามเพศ อายุ ภูมิลำเนา สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และแหล่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มี

ภูมิลาเนาอยู่ในจังหวัดนนทบุรี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบุคคล(ญาติพี่น้อง/เพื่อน) โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับปานกลาง มีข้อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงการจัดการงานด้านพื้นที่ คือ ผู้ประกอบการควรดูแลรักษาความสะอาดบริเวณร้านค้า ควรมีรถรับจ้างสาธารณะตลอดเวลา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ควรมีสุนัขปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ด้านการบริการของร้านค้า พ่อค้าแม่ค้าควรมีอัธยาศัย ที่ดีให้มากขึ้นกว่านี้ การแสดงดนตรีไทยควรจัดการแสดงให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมประเพณีไทย อาจเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมร้องเพลงกับวงดนตรีไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทย

งานวิจัยต่างประเทศ

ลิซา (Lisa, 2006) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีทางที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อการป้องกันการใช้พื้นที่ของประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะความต้องการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งเท่ากับว่าจะต้องมีการป้องกันการใช้พื้นที่ซึ่งเป็นความท้าทายอย่างมาก จากการศึกษาในสวนสาธารณะ 3 แห่ง พบว่า มีปัจจัยความสำเร็จ 4 ประการ คือ 1) ลักษณะการจัดการสถานการณ์ 2) การปรับปรุงพฤติกรรมตนเองที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ 3) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม 4) การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้เสีย ผู้วิจัยอธิบายถึงวิธีการที่นำไปใช้ภายใต้ระบบการจัดการสวนสาธารณะของประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนสามารถที่จะให้การสนับสนุน โดยการสร้างปัจจัยความสำเร็จให้เกิดขึ้นด้วยการทำให้เกิดการเรียกร้องสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันพื้นที่ และในทำนองเดียวกันนั้น ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการจัดการพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และยังเสนอแนะแนวทางเพื่อให้เกิดงานวิจัยในอนาคตจากประสบการณ์ที่ได้รับด้านการป้องกันพื้นที่ของประเทศญี่ปุ่นอย่างเหมาะสม

มานยาราและ โจน (Manyara and Jones, 2007) ได้ทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศเคนยา (Kenya) องค์การการท่องเที่ยวโลกลงนามรับรองและเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและลดปัญหาความยากจนในประเทศที่กำลังพัฒนา การให้ความสำคัญในโครงการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลาง ที่มีอยู่ก่อนข้างมากในประเทศ เคนยา (Kenya) งานวิจัยนี้เป็นการประเมินผลศักยภาพและข้อความคิดเห็นที่ขัดแย้งของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อลดความยากจนในประเทศเคนยา (Kenya) มีรายงานผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ 6 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในชุมชนที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ

ผู้นำชุมชน ผู้จัดการCBE (Community Base Enterprise) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว องค์กรที่ให้การสนับสนุนและหน่วยงานราชการของรัฐ และใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับสมาชิกของชุมชน ผลการศึกษา พบว่า การจัดการCBE จะต้องมีการจำแนกตัวบุคคลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ให้มีการกำหนดบทบาทและระดับของการแทรกแซงของกลุ่มคนภายนอก มีการสำรวจปัจจัยความสำเร็จที่สามารถลดความยากจนให้น้อยลง และปัจจัยที่ทำให้ชุมชนยอมรับหรือไม่ยอมรับ CBE มีการได้รับการสนับสนุนจากบริษัท ห้างร้าน หรือหุ้นส่วนที่มีการให้ความร่วมมือลงทุนด้วยความบริสุทธิ์โดยไม่หวังการค้ากำไรเกินควร ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชน มีการควบคุมแหล่งการลงทุนต่างชาติที่มีความน่าเชื่อถือ ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ CBE โดยการเขียนบทความแสดงความคิดเห็นการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าว

อัฐมา นิลนพคุณ (Attama Nilnoppakun, 2008) ได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ในชุมชนบริเวณอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การศึกษาครั้งนี้เป็นการใช้กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านไร่ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อำเภอเทพสถิตย์ จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า จากการเริ่มโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผน การท่องเที่ยวในชุมชนขึ้น ซึ่งจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน นั่นคือสิ่งที่ยืนยันว่าผู้วางแผนการท่องเที่ยวให้การสนับสนุนและเกิดความเข้าใจการท่องเที่ยวชุมชน และสามารถนำวิธีการไปใช้ในโครงการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยมี เพื่อส่งเสริมคุณภาพของสังคม เป็นการเพิ่มศักยภาพแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการมีส่วนร่วมของประชาชน

อัลอวนและอัลฮัมด์ (Al-Oun and Al-Hmoud, 2008) ได้ทำการศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนระหว่างชาวเมืองเบดูอิน (Bedouins) ในเมืองบาได (Badia) ประเทศจอร์แดน (Jordan) การเปลี่ยนแปลงของสภาพที่ดินจากที่มีความอุดมสมบูรณ์กลายเป็นทะเลทรายทำให้ประชาชนต้องอพยพย้ายถิ่น สิ่งนี้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของบริเวณที่แห้งแล้งของเมืองบาได ประเทศจอร์แดน เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ สิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การป้องกันรักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมของประเทศ มีวิธีการหนึ่งที่จะฟื้นฟูสภาพพื้นที่ของเมืองบาได คือการสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการใช้วัฒนธรรมเป็นจุดขายในการท่องเที่ยว การศึกษาพบว่าวิธีการที่จะเลือกทรัพยากรทางการท่องเที่ยว จะต้องมียุทธศาสตร์บนความเข้าใจในศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในเมืองบาไดที่จะสร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การวิเคราะห์เสนอแนะว่ามีโอกาสใหม่ ๆ สำหรับการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ด้วยการเป็นสมาชิกของชาวเบดูอินกับคนที่ไม่เป็นสมาชิก วิธีการแก้ปัญหานี้ก็คือการ

สร้างข้อกำหนดสำหรับการท่องเที่ยวของชาวเบดูอินขึ้น ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยอาณาเขตเมืองบาไคที่มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เช่น ประเพณีนิยมของชาวบ้าน และสิ่งสำคัญทางโบราณคดี ในการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยว การสร้างบ้านพัก และประเพณีการก่อสร้างหมู่บ้านที่สืบทอดกันมา สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มรายได้และทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนเมืองบาไค จะทำให้เกิดผลกระทบในทางบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศ

เลเมย์เทียนและแฟรงค์ (Lemmetyinen and Frank, 2008) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีประสิทธิภาพสำหรับการสร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว การวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ IMP (Industrial Marketing and Purchasing) โดยใช้กระบวนการกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์การประสานงานในกิจกรรมที่มีการร่วมมือกันในรูปแบบของสหกรณ์ ซึ่งเป็นความท้าทายของการจัดการความต้องการอย่างยั่งยืน ที่มีคุณค่าในระบบการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว โดยมีสมมติฐานว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้น จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างการแข่งขันในอนาคต การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการตรวจสอบสภาพที่เป็นจริงของคณะผู้ดำเนินการในองค์กรซึ่งเกี่ยวกับจิตวิสัยในการแสดงออก หรือโครงสร้างทางสังคมของผู้ที่มีบทบาทแต่ละคน ตลอดจนการรับรู้ทั้งสองด้านนั้น ผลการวิเคราะห์พบว่าการสร้างเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยว จะต้องมีการดำเนินการมาก่อนในเรื่องการเพิ่มกระบวนการสร้างสรรค์คุณค่า และการสร้างสัญลักษณ์ในสินค้าของแต่ละชุมชน

โอคาซากิ (Okazaki, 2008) ได้ทำการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวางแผนจัดการท่องเที่ยว เป็นวิธีการที่ถูกนำไปใช้เป็นแนวทางมาตรฐานปฏิบัติที่จะส่งเสริมเพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รายงานวิจัยฉบับนี้แสดงให้เห็นทฤษฎีหลักการที่ถูกนำมาใช้อธิบายถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน อันประกอบด้วย วิธีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชน พลังอำนาจของการแบ่งปันผลประโยชน์ กระบวนการร่วมมือและการสร้างสรรค์ทางสังคม ทฤษฎีเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน รูปแบบนี้สามารถนำไปประเมินระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในสถานที่ทำการศึกษา และมีข้อเสนอแนะว่าความต้องการที่จะต้องทำต่อไปคือ การนำรูปแบบไปประยุกต์ใช้ ในโครงการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนเมืองปาลาวัน (Palawan) ประเทศฟิลิปปินส์ ผลจากการศึกษาพบว่ามีปัญหาเรื่องความขัดแย้งซึ่งเกิดขึ้นกับผู้ที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่น มีข้อเสนอแนะว่าควรปรับปรุงสถานการณ์ของโครงการเพื่อเป็นการพิสูจน์รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป

สติเวิร์ดและแดรี่เพอร์ (Stewart and Draper, 2009) รายงานผลกรณีศึกษาการท่องเที่ยว โดยชุมชน ในประเทศแคนาดาเหนือ 3 ชุมชน ได้แก่ เมืองเซอร์ชิล (Churchill) มานิตอบา (Manitoba) และเมือง นูนาวูท (Nunavut) ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผ่านทาง เว็บไซต์ ซึ่งเป็นเครื่องมือยืนยันการตรวจสอบการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า มีการเขียนข้อความที่น่าสนใจ เช่น ถ้ามีโอกาสจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ข้อมูลที่แสดงความคิดเห็นลงในเว็บไซต์เป็นการพิสูจน์ให้เห็นความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้อาศัยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการให้เขียนแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ในแต่ละชุมชน ทั้ง 3 แห่ง พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ค่อนข้างเหมาะสม การแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้อาศัยเป็นองค์ประกอบสำคัญของการทำงานภายในชุมชน และเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในประเทศอื่นๆ

เบอมอนด์และเดริจ (Beaumont and Dredge, 2010) ได้ทำการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น มีการอธิบายถึงวิธีการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่นที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีการสำรวจวิธีการสร้างเครือข่ายในการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น และผลที่เกิดขึ้นจากการใช้นโยบายการจัดการท่องเที่ยวโดยมีเครือข่าย 3 ชุมชนในควีนแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งอยู่ในการดูแลของคณะกรรมการที่ปรึกษาของรัฐบาล คณะกรรมการผู้เข้าร่วมโครงการและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การจัดการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้ปัจจัยที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยการเป็นเครือข่ายที่สำคัญระหว่างรัฐบาล ประชาชนในชุมชน องค์กรท่องเที่ยวในชุมชน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการอภิปรายถึงวิธีการจัดการที่แตกต่างกันที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์และไม่เกิดประโยชน์ รวมทั้งผลสะท้อนกลับที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถที่จะอธิบายให้คณะกรรมการท้องถิ่นให้ความสนใจที่จะปรับปรุงองค์การการท่องเที่ยวท้องถิ่น และกระตุ้นให้เกิดการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต

ดีไวเซเครา (Divisekera, 2010) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคนักท่องเที่ยวที่ ทำให้เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคนักท่องเที่ยว 4 ประเทศ ที่เดินทางมายังประเทศออสเตรเลีย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศนิวซีแลนด์ อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น โดยพบว่าองค์ประกอบในเรื่องต่อไปนี้ 1) สิ่งอำนวยความสะดวก 2) ประเภทอาหาร 3) การขนส่ง 4) การดูแลและการเลือกซื้อสินค้า 5) การบันเทิง พบว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวยังมีความสัมพันธ์ค่อนข้างมากกับการใช้บริการในเรื่องดังกล่าว ราคาต่ำจะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเป็นประจำตามความจำเป็นและเป็นผลทำให้พวกเขาผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว การปลอม

แปลงหรือปิดบังเรื่องราคาส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวพอใจ การขาดข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทางเลือกซื้อของผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเรื่องนโยบายการตลาดจะต้องตอบสนองความต้องการเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละคน

เซเบเล (Sebele, 2010) ได้ทำการศึกษาการได้รับผลประโยชน์และความท้าทายจากการดำเนินโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศบอตสวานา (Botswana) ในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ชื่อว่า คามา ไรโน (Khamo Rhino) ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง จากการศึกษาผลกระทบของการจัดการแหล่งทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน ถูกมองว่าเป็นการได้รับผลประโยชน์จากการใช้แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ และเป็นการส่งเสริมวิถีการดำรงชีวิตของคนในชุมชน อย่างไรก็ตามชุมชนจะต้องมีการสร้างข้อตกลงในการใช้แหล่งทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และมีประเด็นสำคัญในเรื่องการดูแลรักษาซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในแหล่งทรัพยากรธรรมชาติโดยทำให้ดีขึ้น ข้อเสนอแนะของงานวิจัยชิ้นนี้ คือการสำรวจผลประโยชน์และความท้าทายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนในท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว จะต้องมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนให้เกิดขึ้น และจะต้องมีการบริหารจัดการที่ได้รับความไว้วางใจ มีความร่วมมือของคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ประชาชนให้ความสนใจอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งเป็นการยืนยันว่าโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนโดยตรง ถ้ามีการจัดการที่ดี และมีการสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ

เบิร์ดและกุกส์เกย์ (Byrd and Gustke, 2011) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์จำแนกผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของพวกเขากิจกรรมทางการท่องเที่ยว และเกี่ยวกับกิจกรรมภาครัฐในชุมชน ทำการศึกษาในพื้นที่ 2 เมือง คือ ในเขตปกครองจอห์นสตัน (Johnston) และ เขตปกครองมาร์ติน (Martin) ในรัฐคาโรไลนาตอนเหนือ (North Carolina) โดยการให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียตอบแบบสำรวจ พบว่า มีกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย แยกตามระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของรัฐบาลท้องถิ่น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับมาก 2) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับปานกลางค่อนข้างมาก 3) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ 4) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับต่ำ ผู้วิจัยเสนอแนะว่าผู้ที่มีหน้าที่วางแผนการท่องเที่ยวจะต้องสามารถแยกกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะพวกเขาจะมีอิทธิพล/มีอำนาจในการใช้สิทธิ์ออกเสียง และเอาใจใส่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยกลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับมากพวกเขา คือ เจ้าหน้าที่ของภาครัฐที่มีหน้าที่วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ พวกเขาคือผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการใช้

ทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่พวกเขาที่มีความสำคัญในกระบวนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเช่นกัน ขึ้นอยู่กับพวกเขามีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเยือนมากน้อยแค่ไหน ดังนั้น คนกลุ่มนี้สมควรที่จะได้รับการสนับสนุนหรือกระตุ้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นนโยบายของชุมชนให้มากขึ้น กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับต่ำพวกเขาคือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ซึ่งเขาก็จะมีส่วนร่วมในการทำให้เกิดความสำเร็จในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น พวกเขาจึงควรได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มเป็นต้น ในกลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับปานกลางค่อนข้างมากนั้นคนกลุ่มนี้คือกลุ่มที่เป็นเจ้าของธุรกิจและได้รับผลกระทบโดยตรงจากการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นเขาจะมีอิทธิพลในหลายเรื่องของภาครัฐในชุมชน ดังนั้นผู้วางแผนการท่องเที่ยวควรจะกำหนดว่าแต่ละกลุ่มจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไร กำหนดหน้าที่และแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง

เจมัลและคณะ (Jamal and others, 2011) ได้ทำการศึกษามีติทางด้านความสำคัญของการได้รับคุณค่าจากการเข้าพักค้างคืนรูปแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay) ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยสำรวจ นักท่องเที่ยว 353 คน ที่เข้าพักในหมู่บ้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีมุมมอง/ความคิดเห็นในเรื่องคุณค่าที่ได้รับตามประเด็นต่อไปนี้ 1) ด้านที่พัก/สิ่งก่อสร้าง 2) ด้านราคา 3) ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรม/ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม 5) คุณค่าเกี่ยวกับความรู้สึก มุมมองเหล่านี้ถูกประเมิน 20 รายการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านคุณค่าเกี่ยวกับความรู้สึก มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น เจ้าบ้านผู้จัดการ นักการตลาดต้องให้ความสนใจประเด็นเหล่านี้และนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวชุมชนอย่างเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย

โมตินโนห์และคณะ (Moutinho and others, 2011) ได้ทำการศึกษาลักษณะที่ชี้เฉพาะในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีการประเมินปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญคือความพอใจของลูกค้า การได้รับคุณค่า พฤติกรรมความตั้งใจและคุณภาพการบริการในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาปัจจัยเรื่อง การได้รับคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ในด้านสุขภาพ การดูแลและการเลือกซื้อสินค้า (Shopping) การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการได้รับคุณค่า และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และส่งผลไปยังพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการวางแผนการตลาดที่คำนึงถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ

กิมและคณะ (Kim and others, 2012) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการและการได้รับคุณค่า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการได้รับการบอกเล่าจากบุคคลอื่น (Word-of-mouth) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเมื่อเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย นักท่องเที่ยวจะมีการประเมินและตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว การได้รับการบริการที่ดี และการได้รับคุณค่า (ทางด้านอารมณ์/ความรู้สึก) เมื่อเปรียบเทียบกับเงินที่ได้จ่ายไป เช่น “ฉันรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้” “ การมาเที่ยวในสถานที่นี้ทำให้ฉันรู้สึกดีขึ้น” (เมืองโอดินโด Orlando ในรัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา) ความรู้สึกเหล่านี้มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดี ผลการวิจัยนี้สนับสนุนองค์ความรู้โดยเน้นความสำคัญที่กลุ่มบุคคลที่หลากหลายซึ่งเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพอากาศ ความเป็นธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางสังคม ที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว

วางและคณะ (Wang and others, 2012) ได้ทำการศึกษาวิธีการสร้างความร่วมมือทางด้านการตลาดระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เดียวกัน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ที่ปรึกษาฝ่ายการตลาดที่มีประสบการณ์ทำงานมานานด้านการวางแผนการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางของรัฐฟลอริดา (Central Florida) และศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาดจากเอกสารงานวิจัยที่ได้ทำมาแล้ว ผลจากการศึกษามีข้อเสนอแนะว่าการดำเนินการเพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เดียวกันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในเรื่องการลดต้นทุนทางการตลาด มีการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกันและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน มีข้อที่ควรคำนึงถึงเรื่องพลังอำนาจทางการจัดการ ความแตกต่างด้านนโยบาย ขนาดพื้นที่ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอาจจะก่อให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินงาน และควรทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและนำข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวมาใช้ในการวางแผนดำเนินการด้านการตลาดที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษา ตำรา เอกสารวิชาการที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว การบริหารงานขององค์การปกครองท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชน วารสารการท่องเที่ยว งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน กระบวนการทำงาน

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทฤษฎีหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยเห็นกรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน และได้ทราบกระบวนการเทคนิคและวิธีการเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงปริมาณและคุณภาพ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในต่างประเทศ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบรูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ได้ทราบเทคนิควิธีการ และเครื่องมือที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อให้เห็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของต่างประเทศ ผู้วิจัยจึงขอสรุปผลการศึกษาวิจัยต่างประเทศแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 สรุปงานวิจัยการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของต่างประเทศ

ประเทศ	หัวข้อวิจัย/ผู้วิจัย	ผลโดยสรุป
ญี่ปุ่น (Japan)	<i>Community-based Tourism : A pathway to sustainability for Japan's protect areas. Lisa,(2006)</i> รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: วิถีทางที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อการป้องกันพื้นที่ในประเทศญี่ปุ่น	เป็นการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากขึ้น ดังนั้น จะต้องมีมาตรการป้องกันการใช้พื้นที่โดยกำหนดให้มีการจัดการที่ทำให้เกิดการปรับปรุงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเพื่อการป้องกันพื้นที่ในประเทศญี่ปุ่น
เคนยา (Kenya)	<i>Community-Based Tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. Manyara and Jone,(2007)</i> การพัฒนาวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศเคนยาเพื่อลดปัญหาความยากจนในประเทศ	เป็นการประเมินผลศักยภาพและความคิดเห็นที่เป็นการจัดแย้งของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชน ผู้จัดการชุมชน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว องค์กรที่ให้การสนับสนุน และหน่วยงานราชการ ใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับสมาชิกของชุมชน พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการจัดการ CBT ที่สำคัญคือ ชุมชนยอมรับ CBT การได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน โดยไม่หวังผลกำไร มีการควบคุมการลงทุนจากต่างชาติ มีการประชาสัมพันธ์ด้วยการเขียนบทความแสดงความคิดเห็นการจัด CBT ของพวกเขา

ตาราง 3 (ต่อ)

ประเทศ	หัวข้อวิจัย	ผลโดยสรุป
จอร์แดน (Jordan)	<i>The potential for developing Community-based Tourism among the Bedouins in the Badai of Jordan.</i> <i>Al-Oun and Al-Hmoud (2008)</i> ศึกษาภาพสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนระหว่างชาวเมืองเบดูอิน (Bedouins) ในเมือง Badia ประเทศจอร์แดน (Jordan)	วิธีการสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการแก้ปัญหาความยากจนที่ได้รับผลกระทบจากความแห้งแล้ง โดยใช้หลักการเลือกบนพื้นฐานความเข้าใจศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของเมืองบาได ที่จะสร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในอาณาเขตเมืองบาไดที่มีการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน
ฟิลิปปินส์ (Philippine)	<i>A Community-based Tourism Model: Its conception and use.</i> <i>Okazaki (2008)</i> รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน กรอบแนวคิดและวิธีการนำไปใช้	การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวางแผนจัดการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อเพิ่มพลังอำนาจจะนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่ามีปัญหาเรื่องความขัดแย้งซึ่งเกิดขึ้นกับผู้ที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่นมีข้อเสนอแนะว่าควรปรับปรุงสถานการณ์ของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป
แคนาดา (Canada)	<i>Reporting back research finding: a case study of Community-based Tourism in northern Canada.</i> <i>Stewart and Draper (2009)</i> รายงานผลกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในตอนเหนือของประเทศแคนาดา	ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและการให้นักท่องเที่ยวเขียนแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ ซึ่งแสดงให้เห็นความสนใจของนักท่องเที่ยว ผลการแสดงความคิดเห็นเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ตรงตามความต้องการของผู้ที่อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบร่วมกัน
ออสเตรเลีย (Australia)	<i>Local tourism governance: A comparison of three network approaches.</i> <i>Beaumont and Dredge (2007)</i> ระบบการจัดการท่องเที่ยวของรัฐบาลท้องถิ่น: ทำการเปรียบเทียบวิธีสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว 3 แห่งในควีนแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย	การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ทางการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่น มีรูปแบบการเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนระหว่างหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่น ได้แก่ 1) หน่วยงานรัฐบาล 2) ประชาชนในชุมชน 3) องค์กรท่องเที่ยวในชุมชน 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิธีการจัดการที่แตกต่างกันนั้นสามารถนำไปวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงวิธีการที่ถูกนำไปใช้ในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในชุมชน

ตาราง 3 (ต่อ)

ประเทศ	หัวข้อวิจัย	ผลโดยสรุป
รัฐคาโรไลนา ตอนเหนือ (North Carolina) สหรัฐอเมริกา	<i>Using decision trees to identify tourism stakeholders.</i> <i>Byrd and Gustke (2011)</i> การใช้แผนผังต้นไม้เพื่อการตัดสินใจจำแนกผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว	ทำการวิเคราะห์จำแนกผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับมาก 2) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับปานกลางค่อนข้างมาก 3) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ 4) กลุ่มที่มีส่วนร่วมในระดับต่ำ การจำแนกกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้ผู้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวรู้ว่าควรกำหนดคิให้คนแต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไร กำหนดหน้าที่และแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ามีหลายประเทศให้ความสนใจการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งนอกจากจะส่งผลดีในด้านเศรษฐกิจ เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนแล้ว ผลที่เกิดจากการพัฒนายังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น เกิดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานรัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในชุมชน ทำให้เกิดบทบาทที่ชัดเจนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว รวมทั้งเกิดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ทางการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จากการดำเนินการของแต่ละประเทศนั้น แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการแบบบูรณาการระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เน้นความสำคัญอยู่ที่การมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยกับบุคคลในพื้นที่ เพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน และทำให้เกิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน มีกรอบแนวคิดตามแผนภาพ ดังนี้



รูปที่ 10 กรอบแนวคิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนโดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นวิธีการสืบค้นหาความรู้ ความจริงทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยมีจุดเน้นอยู่ที่การมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัย ในฐานะผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก และบุคคลที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทั้งในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในฐานะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับปัญหาวิจัยที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ผลการศึกษาวิจัยที่ค้นพบ หรือสร้างสรรค์ขึ้นในรูปของความรู้เชิงปฏิบัติการที่ได้จากการสืบค้นแบบมีส่วนร่วมระหว่างมุมมองของคนในชุมชนและผู้วิจัย ในฐานะบุคคลภายนอกจะถูกนำไปใช้สำหรับปรับปรุงแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น โดยใช้หลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดของค็อกซ์แลนและแบรนนิค (Coghlan and Brannick, 2001) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวินิจฉัย (Diagnosis) ขั้นตอนปฏิบัติการ (Action) ขั้นตอนการวัดผล (Measurement) และ ขั้นตอนผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection)

ในระยะเริ่มต้นของการวิจัยได้มีการใช้เทคนิควิธีการที่หลากหลายเพื่อทำการศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำทั่วไป แล้วจึงนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา โดยใช้หลักการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือ มีรูปแบบการจัดการตลาดน้ำที่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กระบวนการวิจัยประกอบด้วย การศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณประกอบกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนตามความเป็นจริง โดยใช้วิธีการเชื่อมโยงแบบสามเส้า (Triangulation) กระทำโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data triangulation) ด้วยวิธีการที่หลากหลาย (Methodological triangulation) โดยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ (Investigator triangulation) ที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อเป็นการตรวจสอบความวางใจในข้อมูลหลักฐานและผลการศึกษาที่ได้ให้ตรงกับความเป็นจริง วิธีการนี้จะช่วยให้นักวิจัยสามารถเข้าถึงข้อเท็จจริง (Fact) หรือปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งจะต้องมีการสืบค้นหาคำตอบอย่างละเอียด รอบคอบ และลุ่มลึก โดยจะต้องมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ (Merriam, 1998) และทำการวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนอย่างคุ้มค่า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทางการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ ประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน และนักท่องเที่ยว ในตลาดน้ำ 5 แห่ง ได้แก่ 1) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี 2) ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 3) ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 4) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 5) ตลาดน้ำดอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามสะดวก (องอาจ นัยวัฒน์, 2548) ในขณะที่ลงพื้นที่ตลาดน้ำเก็บข้อมูล เมื่อพบนักท่องเที่ยวตลาดน้ำก็จะเข้าไปทักทายแนะนำตัวและขอความร่วมมือให้ตอบแบบสอบถามตามความสมัครใจ การได้มาซึ่งจำนวนของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตรการหาจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม
	Z	แทน	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่ระดับความมั่นใจร้อยละ 95 (กำหนดไว้ที่ระดับ .05) ค่า Z มีค่าเท่ากับ 1.96
	e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดระดับความมั่นใจร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

ค่า P = .05 , ค่า Z = 1.96 , ค่า e = .05 (สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5)

$$\text{แทนค่าในสูตร } n = \frac{.05(1-.05)(1.96)^2}{(.05)^2} \quad n = 384.16$$

จากการคำนวณหาจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่า 384.16 เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้จำนวน 400 คน (ในตลาดน้ำแต่ละแห่งใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 50 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 50 คน) มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ตลาดน้ำตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน
- 2) ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 100 คน
- 3) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 100 คน
- 4) ตลาดดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จำนวน 100 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 10 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (องอาจ นัยพัฒน์, 2548) คือ ผู้จัดการตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งที่เป็นพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจัดการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวชุมชน

3. กลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ปฏิบัติการตำบลคอนมะโนรา จำนวน 346 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรของเครซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด, 2538) โดยเปิดตารางที่จำนวนประชากร 3,426 คน ให้ค่าแสดงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 346 คน

4. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลคอนมะโนรา จำนวน 42 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเป็นผู้นำชุมชนจำนวน 27 คน (ประกอบด้วย นายก อบต. 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน 8 คน สมาชิกสภาอบต. 8 คน ผู้อำนวยการโรงเรียน 3 คน เจ้าอาวาส 1 คน ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ 1 คน อสม. 4 คน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลประจำตำบล 1 คน) และผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน (ประกอบด้วย เจ้าของฟาร์มเห็ด 1 คน เจ้าของโรงงานน้ำตาลสด 1 คน เจ้าของที่พักโฮมสเตย์ 1 คน เจ้าของอุตสาหกรรมน้ำตาลมะพร้าว 1 คน เจ้าของร้านขายของชำ 2 คน เจ้าของร้านอาหาร 1 คน และผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำ 8 คน

5. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวনার่อง ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการท่องเที่ยว ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2554 ของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 71 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยนำเครื่องมือหลายชนิดมาใช้ในกระบวนการวิจัย เพื่อทำการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
2. แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับประชาชนตำบลคอนมะโนรา

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่

1. แบบสังเกต (Observation Form) แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ
2. การประชุม (Preliminary meeting) ประชาชนในตำบลคอนมะโนรา
3. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Instructor interview)
4. การสนทนากลุ่ม (Focus group)
5. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)
6. การประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism Network Workshop)
7. การจัดการท่องเที่ยวนำร่อง (The tourist pilot project)

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน มีหลายลักษณะผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. แบบสังเกต(Observation form) แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน และการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อให้เกิดแนวคิดในการสังเกตสถานการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว กำหนดรายการที่จะต้องสังเกตซึ่งประกอบด้วย รายการสังเกตด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และแหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก)

2. การประชุม (Preliminary meeting) ประชาชนในตำบลคอนมะโนรา ในระยะเริ่มต้นของการวิจัย ผู้วิจัยจัดเตรียมกำหนดการประชุมแต่ละหมู่บ้าน โดยประสานงานกับนายก องค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา จัดเตรียมชุดคำถามที่ใช้ในการประชุมชาวบ้าน ได้แก่ สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้เป็นอย่างไบบ้าง? มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากน้อยแค่ไหน? ชาวบ้านต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราหรือไม่? ถ้ามีนักท่องเที่ยวเข้ามามากจะดีหรือไม่? อยากให้นักท่องเที่ยวมาทำอะไร? ตำบลคอนมะโนรา มีสิ่งใดบ้างที่จะสามารถให้นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม? หรือมีกิจกรรมอะไรบ้างที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้? มีเทศกาลอะไรที่นักท่องเที่ยวสามารถจะมาเที่ยวชมได้? อยากให้มีการพัฒนาอะไร บ้างในตลาดน้ำคอนมะโนรา?

3. แบบสอบถามนักท่องเที่ยว (Tourist questionnaire) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยได้ศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวบรวมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความคาดหวังในการ

ท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำแต่ละแห่ง นำข้อมูลความรู้ที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเป็นภาษาไทย และแปลเป็นภาษาอังกฤษ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษา โดยมีลักษณะแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 รูปแบบและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ลักษณะของแบบสอบถาม ตอนที่ 1-3 เป็นคำถามที่ให้เลือกตอบโดยทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องหน้าข้อความคำถาม และมีข้อความบางข้อให้เติมข้อความลงในช่องว่าง แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนความต้องการและความพึงพอใจ ดังนี้

นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน

นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน

นักท่องเที่ยวพึงพอใจปานกลาง ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน

นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อย ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน

นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุด ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

เกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ผู้วิจัยกำหนดอันตรภาคชั้น โดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (Best , อังในบุญชม ศรีสะอาด, 2538)

$$\text{การกำหนดความกว้างของชั้นคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นคะแนน}}$$

$$\text{ความกว้างของชั้นคะแนน} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีหลักการจากตำราวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ศึกษางานวิจัยในประเทศและต่างประเทศที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ นำเนื้อหารายละเอียดมากำหนดเป็นรายการคำถามในแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

4.1 คำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ รายได้ การศึกษา ระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่

4.2 คำถามแบบปลายเปิด (Open End) ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน และความเข้าใจในการมองเห็นถึงประโยชน์ คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา

4.3 คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ เป็นข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในตารางช่องว่างหลังข้อความ เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

ผู้นำชุมชนเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับมากที่สุดให้ 5 คะแนน

ผู้นำชุมชนเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับมากให้ 4 คะแนน

ผู้นำชุมชนเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับปานกลางให้ 3 คะแนน

ผู้นำชุมชนเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับน้อยให้ 2 คะแนน

ผู้นำชุมชนเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน

เกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ผู้วิจัยกำหนดอันตรายภาคขึ้น โดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (Best, อังใน บุญชม ศรีสะอาด, 2538) (ใช้รูปแบบตามหน้า 93)

5. แบบสอบถามประชาชน (People questionnaire) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามสำหรับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา โดยการศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำข้อมูลความรู้มาสร้างคำถาม ซึ่งบางส่วนมีการดัดแปลงจากงานวิจัยของเดอริชและบัวเดส (Diedrich and Buades, 2009) คำถามแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามแบบเลือกตอบ (Check list) ตามความเป็นจริง ได้แก่ ข้อความคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว

ตอนที่ 2 คำถามแบบปลายเปิด (Open End) ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน และความเข้าใจในการมองเห็นถึงประโยชน์ คุณค่า ของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ เป็นการถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่างหลังข้อความ เรียงตามลำดับความสำคัญ(ใช้รูปแบบ

ตามข้อ 4.3 หน้า 94) และข้อคำถามในตอนสุดท้าย เป็นการถามความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลดอนมะโนราโดยให้แจ้งชื่อที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ รวมทั้งวันเวลาที่สะดวกในการมาเข้าร่วมประชุม การกำหนดเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ผู้วิจัยกำหนดให้ใช้เกณฑ์ของเบสท์ (Best , อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด, 2538) (ใช้รูปแบบตามหน้า 93)

6. การสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้วิจัยเชิญนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้จัดการตลาดน้ำ กรรมการสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีผู้เข้าร่วมจำนวน 10 คน (Caplan, 1990) โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนร่วมอภิปรายและแสดงความคิดเห็นตามประเด็นการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ท่านคิดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้เป็นอย่างไ

ประเด็นที่ 2 โอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ประเด็นที่ 3 ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวตลาดน้ำคืออะไร

ประเด็นที่ 4 มีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง ท่านมีมุมมองอย่างไร

ประเด็นที่ 5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นอย่างไ

ประเด็นที่ 6 กิจกรรมท่องเที่ยวตลาดน้ำควรมีอะไรบ้าง

ประเด็นที่ 7 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง

7. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ผู้วิจัยออกแบบการประชุมโดยจัดทำกำหนดการจัดเชิญวิทยากรให้เหมาะสมกับเนื้อหาความรู้ที่จะถ่ายทอดให้กับประชาชน จัดเตรียมเอกสารความรู้ทางด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จัดเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์และสถานที่ใช้ในการประชุม ผู้วิจัยนำวิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการมาใช้เพราะถือว่าเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมสูงสุด เป็นการพัฒนารูปแบบเพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของประชาชน (Hall and McArthur, 1996)

8. การประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน (Community based tourism network workshop) จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยออกแบบการประชุมโดยจัดทำกำหนดการประชุม เชิญวิทยากรให้เหมาะสมกับเนื้อหาความรู้ที่จะถ่ายทอดให้กับประชาชน จัดเตรียมเอกสารวิชาการ เครื่องมืออุปกรณ์และสถานที่ใช้ในการประชุม

9. การจัดท่องเที่ยวนำร่อง (The tourist pilot project) จัดทำกำหนดการท่องเที่ยวนำร่อง โดยให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกันออกแบบโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ประสานงานกับแหล่งเรียนรู้ในชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมจัดประชุมกลุ่มเจ้าของบ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือ โฮมสเตย์ (Home stay)

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และรับฟังข้อเสนอแนะ จากนั้นได้นำไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง ในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยทำบันทึกข้อความถึงคณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขออนุญาตให้ออกหนังสือ แต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป

1. นำเครื่องมือที่สร้างขึ้น ได้แก่ แบบสังเกต แบบสอบถามนักท่องเที่ยว แบบสอบถามประชาชนตำบลคอนมะโนรา และแบบสัมภาษณ์ ไปหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ใช้วิธีการของโรวินีลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton) (บุญชม ศรีสะอาด, 2532) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence - IOC) แล้วนำมาเทียบกับเกณฑ์การพิจารณาของ โรวินีลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อดังนี้

- คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามนั้นเป็นคำถามที่เหมาะสม
- คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นเป็นคำถามที่เหมาะสมหรือไม่
- คะแนน -1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่เหมาะสม

นำคะแนนที่ได้จากการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อคำถาม ถ้าพบว่าคำถามข้อใดมีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าคำถามนั้นมีความเหมาะสม แต่ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.5 ต้องนำคำถามข้อนั้น ไปปรับปรุงแก้ไข

2. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มที่จะทำการศึกษาจริง 30 คน การใช้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในชุมชนตลาดน้ำบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2538) ค่าความเชื่อมั่นที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.7-1.0 เป็นค่าที่ยอมรับได้เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

3. นำเครื่องมือที่ได้แก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และทำการยื่นเรื่องขอรับการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในคน โดยได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับรองเมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2554

ผลการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผู้วิจัยนำผลการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านในแต่ละข้อมารวมกันและหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ไม่น้อยกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม (ถือว่ามีความเหมาะสม)

2. แบบสอบถามสำหรับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ไม่น้อยกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม (ถือว่ามีความเหมาะสม) และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา = 0.87 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ ในส่วนของแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ นั้นมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา = 0.97 เป็นค่าที่ยอมรับได้

4. แบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่วัดลาดน้ำ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ไม่น้อยกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม (ถือว่ามีความเหมาะสม) และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา = 0.98 เป็นค่าที่ยอมรับได้

การดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นวิธีที่มีความยืดหยุ่นสูงสุด เทคนิค เครื่องมือ และกระบวนการที่นำมาใช้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และความต้องการเฉพาะของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ซึ่งก็คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในโครงการวิจัย นอกจากนี้ วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมยังเปิดโอกาสให้เกิดการกระจายอำนาจ โดยในทางทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นโดยเท่าเทียมกัน ข้อคิดเห็นที่เป็นแนวทางที่ดีจะถูกนำมาวิเคราะห์ วิจารณ์หาข้อสรุปเพื่อพัฒนาสู่การปฏิบัติ การที่ทุกคนที่มีส่วนร่วมจึงเปรียบเสมือนเป็นเจ้าของแผนการดำเนินงาน ดังนั้น จึงเป็นการเริ่มต้นที่ดีในการนำไปสู่การปฏิบัติ (Kemmis and McTaggart, 2000) การดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) มี การดำเนินงาน 4 ขั้นตอน (Coghlan and Brannick, 2001) ดังนี้

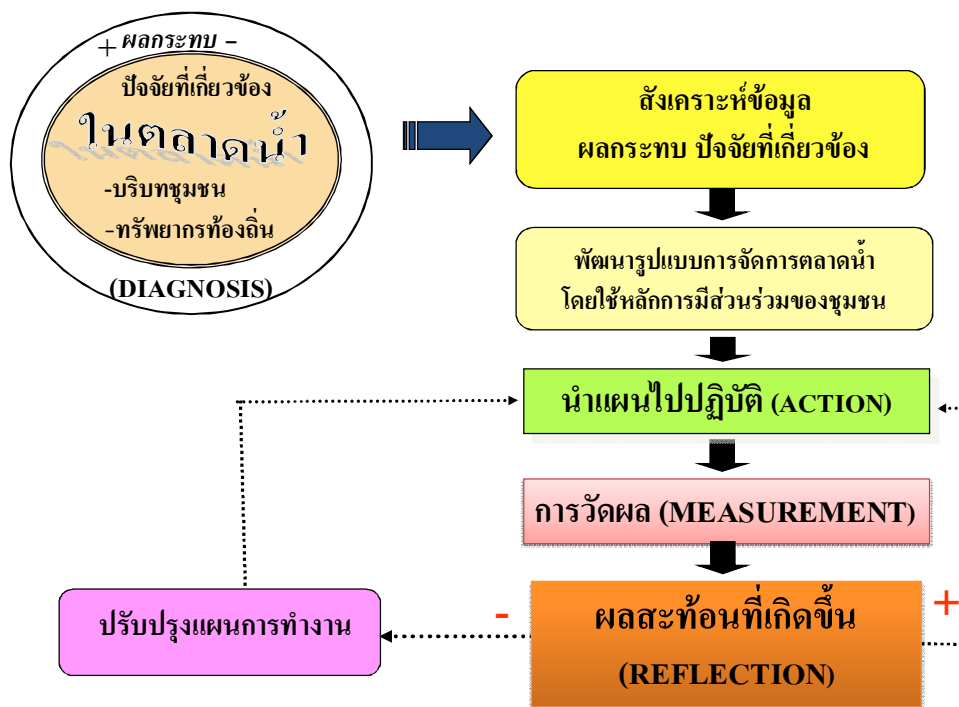
ขั้นตอนที่ 1 การวินิจฉัย (Diagnosis)

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติการ (Action)

ขั้นตอนที่ 3 การวัดผล (Measurement)

ขั้นตอนที่ 4 ผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection)

การดำเนินการวิจัยเริ่มต้นตามลำดับขั้นตอนการวิจัย เพื่อให้เห็นภาพการทำงานตามขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้แสดงขั้นตอนการวิจัยตามรูปภาพที่ปรากฏในหน้า 98 ดังนี้



รูปที่ 11 แสดงขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ผู้วิจัยดำเนินงานตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวินิจฉัย (Diagnosis) มีการดำเนินงานตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาผลกระทบปัญหาและอุปสรรคการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยทำการศึกษาดำเนินการเอกสารวิชาการ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ศึกษารายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ศึกษาบริบทชุมชน โดยสังเกตสถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำดอนมะโนรา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในตำบลดอนมะโนรา โดยการจัดประชุมในระยะเริ่มต้นและการใช้แบบสอบถาม ทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการ

3. ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยใช้แบบสอบถาม

ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศไปใช้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา

4. จัดสนทนากลุ่ม (Focus group) นักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เพื่อรับฟังหลักการ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีองค์ประกอบอะไรบ้าง และรับฟังความคิดเห็นที่มีต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรคและโอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

5. ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลที่ได้รับจากการศึกษาดังกล่าว เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนราต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติการ (Action) มีการดำเนินงานตามลำดับ ดังนี้

1. จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการในวันที่ 12 พฤษภาคม 2554 เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชนตำบลคอนมะโนรา มีผู้นำชุมชนและตัวแทนชาวบ้านที่สมัครใจเข้าร่วมประชุมจำนวน 35 คน ผู้วิจัยใช้กระบวนการ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ชุมชน และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem Tree) ในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาในการดำเนินงานวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน มีการนำข้อมูลความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการออกแบบโครงการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา โดยกำหนดเป็นแผนระยะสั้นและแผนระยะยาว กำหนดตัวชี้วัดตามหลักเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และกำหนดวิธีการประเมินผลอย่างเหมาะสม

2. จัดประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง ในวันที่ 20 กรกฎาคม 2554 เพื่อให้ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการตลาดน้ำ เจ้าของโฮมสเตย์ รีสอร์ท เจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน เจ้าของสวนผลไม้ ได้ทำความรู้จักกันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์จัดการท่องเที่ยวชุมชน ผู้เข้าประชุมได้รับความรู้จากวิทยากร ได้ศึกษารณีตัวอย่างการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบผลสำเร็จ ผู้เข้าร่วมได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคพร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งมีการแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง

3. คณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราจัดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนการดำเนินงานตามที่ได้กำหนดไว้โดยกำหนดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราไว้ในแผนพัฒนาสามปี(2554-2556) ของ อบต.คอนมะโนรา 8 โครงการ

ขั้นตอนที่ 3 การวัดผล (Measurement) มีการดำเนินงานตามลำดับดังนี้

1. การจัดห้องเที่ยวนำร่อง ผู้วิจัยและคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา ร่วมกันออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวนำร่องโดยกำหนดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็น นิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการท่องเที่ยวของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย จำนวน 71 คน จัดขึ้นในวันที่ 3-4 กันยายน 2554

2. ทำการประเมินผลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนำร่อง

3. ผู้วิจัยและคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวนำร่อง และการจัดโครงการมัคคุเทศก์น้อย ทำให้ทราบปัญหา และหาแนวทางแก้ไขใน โอกาสต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำให้ทราบผลการศึกษามีลักษณะข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลผลกระทบปัญหาและอุปสรรคการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา

2. ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศทำให้ทราบพฤติกรรม นักท่องเที่ยว ทราบความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ 4 แห่ง

3. ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม(Focus group) ทำให้ทราบความคิดเห็นจากผู้จัดการตลาดน้ำ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบ การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

4. ผลจากการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ตำบลคอนมะโนรา ทำให้มีแผนพัฒนาแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนรา ทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างผู้นำ ชุมชน ผู้ประกอบการ ชาวบ้าน โดยทุกภาคส่วนร่วมมือกันจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยว

5. ผลการจัดประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ ใกล้เคียง ทำให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการตลาดน้ำ เจ้าของที่พักโฮมสเตย์ และ เจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม

6. ผลจากการจัดห้องเที่ยวนำร่อง คณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา สามารถประเมินผลการดำเนินการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และหาแนวทางปรับปรุงการจัดการ ต้อนรับนักท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป

จากการดำเนินงานตามกระบวนการขั้นตอนวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ตามที่กล่าวมาแล้วนั้น เพื่อให้เห็นภาพความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงในการศึกษาวิจัยแต่ละขั้นตอน จึงจะแสดงให้เห็นว่าเทคนิควิธีการและเครื่องมือที่ นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยทำให้เกิดประสิทธิผลในแต่ละขั้นตอนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมี ส่วนร่วม แสดงในตารางที่ 4 (ในหน้าต่อไป)

ตารางที่ 4 แสดงประสิทธิผลที่เกิดขึ้นจากขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

วิธีการ/เครื่องมือ	ขั้นตอนที่ 1	การวินิจฉัย (Diagnosing)	ประสิทธิผลที่เกิดขึ้น (Effectiveness)
<ul style="list-style-type: none"> - การสังเกตการ - ประชุมชาวบ้าน - แบบสอบถามชาวบ้าน - การสัมภาษณ์ - แบบสอบถามนักท่องเที่ยว - การสนทนากลุ่ม 		<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ทรัพยากรในชุมชน ผลกระทบการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน จำนวนนักท่องเที่ยว ช่วงเวลาและฤดูกาลท่องเที่ยว - ศึกษาความต้องการ/ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว - จัดเวทีการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทราบบริบทชุมชน ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน - เพิ่มการรับรู้ของประชาชนและสร้างการมีส่วนร่วมในพื้นที่ปฏิบัติ - ได้ข้อมูลความต้องการ/ความพึงพอใจเพื่อนำไปใช้วางแผนในชุมชน - มีรูปแบบการจัด CBT ที่น่าเชื่อถือได้
วิธีการ/เครื่องมือ	ขั้นตอนที่ 2	การปฏิบัติการ (Action)	ประสิทธิผลที่เกิดขึ้น (Effectiveness)
<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ตำบลคอนมะโนรา - การประชุมสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 		<ul style="list-style-type: none"> - ให้อีโอกาสดแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจให้แก่ผู้นำชุมชน ประชาชน ผู้ประกอบการ - การให้ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแก่ผู้นำ ประชาชน และผู้ประกอบการในชุมชน - มีการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดความร่วมมือของคนในชุมชน การวางแผน ตัดสินใจ เกิดการยอมรับ - มีแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลคอนมะโนรา - เกิดเครือข่ายท่องเที่ยว มีการเพิ่มพูนความรู้
วิธีการ/เครื่องมือ	ขั้นตอนที่ 3	การวัดผล (Measurement)	ประสิทธิผลที่เกิดขึ้น (Effectiveness)
<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว - การสังเกตการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน - การจัดการท่องเที่ยวนำร่อง - ใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว 		<ul style="list-style-type: none"> - การค้นหาขนาด/ปริมาณของบางสิ่งบางอย่างที่เกิดขึ้นจากกระบวนการที่นำมาใช้ - การจัดการท่องเที่ยวนำร่อง - ทำการประเมินผลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนำร่อง - คณะทำงานประเมินผลการจัดโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดความกระตือรือร้น เกิดความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว - เกิดการมีส่วนร่วมในการประเมินผล - รับรู้ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวชุมชน - นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่
วิธีการ/เครื่องมือ	ขั้นตอนที่ 4	ผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection)	ประสิทธิผลที่เกิดขึ้น (Effectiveness)
<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ - การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ - การสังเคราะห์ข้อมูล - การประชุมคณะทำงานท่องเที่ยวชุมชน 		<ul style="list-style-type: none"> - ทราบผลกระทบ ปัญหาและอุปสรรคการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ - ทราบพฤติกรรม ความต้องการนักท่องเที่ยว นำข้อมูลมาใช้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่คอนมะโนรา เกิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน - มีการจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวนำร่อง 	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดความร่วมมือในการจัดโครงการท่องเที่ยวชุมชน - รับรู้ข้อดี ข้อบกพร่องและมีแนวทางแก้ไขในการจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวรับรู้ประโยชน์ คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณี อาชีพท้องถิ่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้นำชุมชนในพื้นที่ทำการศึกษาวิจัย ได้แก่ นายกเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก นายกองค้การบริหารส่วนตำบลลำพญา นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง นายกองค้การบริหารส่วนตำบลดอนมะโนรา และผู้อำนวยการเขตดลิ่งชัน เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวยในตลาดน้ำแต่ละแห่ง

2. ผู้วิจัยนำหนังสือราชการ เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย ซึ่งได้ลงนามโดยคณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ยื่นต่อผู้นำชุมชน 5 แห่ง เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลการวิจัย และเมื่อได้รับอนุญาตแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลการวิจัยตามกำหนดการที่ได้ระบุไว้ในแผนการดำเนินการวิจัย

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองในทุกกรณี และมีคณะผู้ช่วยผู้วิจัย (นิสิตปริญญาโท สาขาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว) โดยลงพื้นที่ตลาดน้ำในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน คือ ช่วงวัน หยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดเทศกาลพิเศษ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมลักษณะของประชากร

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ดังต่อไปนี้

1. การสังเกต ผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตสถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดน้ำแต่ละแห่งตั้งแต่เดือนเมษายน 2553 เพื่อสังเกตเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในตลาดน้ำ ในด้านการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น การมาเยือนของนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ มีรายการสังเกตด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และแหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (รายละเอียดในภาคผนวก)

2. การประชุมประชาชนในตำบลดอนมะโนรา ผู้วิจัยจัดให้มีการประชุมชาวบ้านตำบลดอนมะโนราหมู่ที่ 1-8 ในระหว่างวันที่ 7-14 มีนาคม พ.ศ. 2554 เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการและประชาชน เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย แจกกำหนด การและแผนการดำเนินการที่จะเกิดขึ้น เพื่อสร้างความร่วมมือกับคณะผู้บริหารชุมชน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลดอนมะโนรา โดยมีกำหนดการประชุมชาวบ้านแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงกำหนดการประชุมชาวบ้านในตำบลคอนมะโนรา

ชื่อหมู่บ้าน	วัน/เวลา สถานที่ประชุม	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)
หมู่ 1 บ้านบังปิ่น	วันอังคารที่ 8 มี.ค.54 (เวลา 13.00 น.) สถานที่ประชุม บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 1	30
หมู่ 2 บ้านคลองรางกล้วย	วันศุกร์ที่ 11 มี.ค.54 (เวลา 14.00 น.) สถานที่ประชุม บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 2	28
หมู่ 3 บ้านคอนสาม	วันพุธที่ 9 มี.ค.54 (เวลา 14.00 น.) สถานที่ประชุม บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3	28
หมู่ 4 บ้านรางน้ำผึ้ง	วันจันทร์ที่ 14 มี.ค.54 (เวลา 14.00 น.) สถานที่ประชุม บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4	52
หมู่ 5 บ้านคอนมะโนรา	วันพฤหัสบดีที่ 10 มี.ค.54 (เวลา 13.00 น.) สถานที่ประชุม บริเวณศาลเจ้าแม่โต๊ะ	38
หมู่ 6 บ้านอาม้าพัฒนา	วันจันทร์ที่ 7 มี.ค.54 (เวลา 13.00 น.) สถานที่ประชุม สถานีอนามัยหมู่ที่ 6	31
หมู่ 7 บ้านหนองปลาเล็ก	วันพฤหัสบดีที่ 10 มี.ค.54 (เวลา 10.00 น.) สถานที่ประชุม ศูนย์ผลิตปุ๋ยชีวภาพ	24
หมู่ 8 บ้านคลองแค	วันพฤหัสบดีที่ 10 มี.ค.54 (เวลา 14.00 น.) สถานที่ประชุม ศาลาประเพณีวิทย	34
	รวม	265

3. การเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ จำนวน 400 คน (โดยแยกเก็บในตลาดน้ำ 4 แห่ง ๆ ละ 100 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 50 คน และชาวต่างประเทศ 50 คน) โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา และตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย (นิสิตปริญญาโทสาขาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว 3 คน) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดพิเศษในตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2554 โดยแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม

4. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบความความคิดเห็นของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลคอนมะโนราที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การมองเห็นถึงประโยชน์คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวและเพิ่มการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีลักษณะคำถามดังนี้

4.1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ

4.2 คำถามแบบปลายเปิด (Open End) ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน และความเข้าใจถึงประโยชน์คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

4.3 คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับเป็นคำถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างหลังข้อความ ที่มีการเรียงลำดับคะแนนตามความคิดเห็นไว้

กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสัมภาษณ์จำนวน 42 คน ประกอบด้วย คณะผู้บริหารงานในอบต. คอนมะโนรา 20 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 8 คน หัวหน้ากลุ่มแม่บ้าน 1 คน หัวหน้ากลุ่มออมทรัพย์ 1 คน ผู้ประกอบการในตลาดน้ำ จำนวน 12 คน นัดหมายการสัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 8-11 มีนาคม 2554 ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณคนละ 15 นาที

5. การเก็บข้อมูลจากประชาชน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนในตำบลคอนมะโนรา 8 หมู่บ้าน จำนวน 346 คน ใช้วิธีการสุ่มบ้านเลขที่ แยกตามหมู่บ้านตามตารางตารางที่ 6 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในตำบลคอนมะโนรา

ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนประชากร		ประชากรรวม (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
	ชาย	หญิง		
หมู่ที่ 1 บ้านคลองบังปิ่น	244	254	498	50
หมู่ที่ 2 บ้านคลองรางกล้วย	166	205	371	38
หมู่ที่ 3 บ้านคอนสาม	360	341	701	70
หมู่ที่ 4 บ้านรางน้ำผึ้ง	291	386	637	65
หมู่ที่ 5 บ้านคอนมะโนรา	197	282	479	48
หมู่ที่ 6 บ้านอาม้าพัฒนา	147	204	351	35
หมู่ที่ 7 บ้านหนองปลาเล็ก	79	73	152	15
หมู่ที่ 8 บ้านคลองแค	109	128	237	25
รวม	1,593	1,838	3,426	346

(ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา, แผนพัฒนาตำบลปี 2554-2556)

วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากประชาชนใช้วิธีการสุ่มจากบ้านเลขที่ ตามทะเบียนบ้านของแต่ละหมู่บ้านโดยวิธีการจับสลาก เมื่อได้เลขที่บ้านแล้วจึงแจกแบบสอบถามในวันที่มีการนัดหมายการประชุมสมาชิกแต่ละหมู่บ้าน (ตามรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 5 หน้า 103) เจ้าของบ้านที่ถูกเลือกไว้เมื่อมาลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมจะได้รับแบบสอบถาม 1 ชุด โดยให้ตอบแบบสอบถามและขอรับคืนทันที (ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะต้องบรรลุนิติภาวะ และจะต้องสามารถอ่านหนังสือออกและเขียนหนังสือได้ หากพบว่าไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ ผู้วิจัยจะอธิบายคำถามและบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง และหากพบว่ากลุ่มตัวอย่างตามที่ระบุไว้ในบ้านเลขที่ ไม่ปรากฏตัวในที่ประชุม ผู้วิจัยจะติดตามไปเก็บข้อมูลที่บ้านในวันรุ่งขึ้น)

6. การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจัดให้มีการสนทนากลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เพื่อรับฟังหลักการ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาการศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การสนทนากลุ่มจัดขึ้นในวันศุกร์ที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2554 เวลา 13.00-17.00 น. ณ ห้องประชุม 1 อาคารจุฬาพัฒน์ 7 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการเตรียมการโดยทำบันทึกข้อความขออนุญาตให้คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ลงนามหนังสือราชการขอเชิญผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมประชุมตามกำหนดการจัดเตรียมสถานที่ที่จะใช้ในการประชุม เตรียมสื่อวัสดุอุปกรณ์ที่จะใช้ ผู้วิจัยเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) ในการสนทนากลุ่ม จัดเตรียมบันทึกข้อมูล เมื่อเสร็จสิ้นการประชุมทำการสรุปประเด็นและเขียนรายงานการสนทนากลุ่มทันที โดยสรุปประเด็นความสำคัญตามหัวข้อการสนทนากลุ่มดังนี้

- (1) ท่านคิดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้เป็นอย่างไรร
- (2) โอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
- (3) ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวตลาดน้ำคืออะไร
- (4) มีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง ท่านมีมุมมองอย่างไร
- (5) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นอย่างไร
- (6) กิจกรรมท่องเที่ยวตลาดน้ำควรมีอะไรบ้าง
- (7) รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง

7. การประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ตำบลอนมะโนรา มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ร่วมแสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และร่วมตัดสินใจในการวางแผนดำเนินงาน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน สร้างบรรยากาศการทำงานอย่างมิตรภาพ ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม

ระหว่างคนในชุมชน และเสริมสร้างภาวะผู้นำให้แก่สมาชิก เสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ สร้างความไว้วางใจระหว่างสมาชิกในชุมชนและผู้วิจัยเพื่อการทำงานร่วมกันอย่างราบรื่น เพื่อค้นหาอนาคตและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของตำบลคอนมะโนรา การประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราจัดขึ้นวันที่ 12 พฤษภาคม 2554 เวลา 8.30-16.30 น. ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา มีผู้เข้าประชุม จำนวน 35 คน ประกอบด้วย คณะผู้บริหารงานในอบต. คอนมะโนรา ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) ตัวแทนแม่ค้าตลาดน้ำ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

8. การประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง
จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

8.1 สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน และในพื้นที่ตลาดน้ำใกล้เคียง เจ้าหน้าที่ บุคลากรทางการท่องเที่ยวในระดับอำเภอและจังหวัด

8.2 เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชน

8.3 เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการ ผู้จัดการตลาดน้ำ เจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน และบุคลากรที่มีหน้าที่จัดการท่องเที่ยว

8.4 เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ ในด้านการจัดการท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ให้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน และบุคลากรทางการท่องเที่ยว

การประชุมการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จัดขึ้นในวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 เวลา 8.30-16.30 น. ณ ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 57 คน ประกอบด้วย นายกเทศบาล นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ประกอบการตลาดน้ำ เจ้าของโฮมสเตย์รีสอร์ท เจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ ของจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง เมื่อเสร็จสิ้นการประชุมผู้วิจัยจัดทำรายงานการประชุม และรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจัดทำเป็นรูปเล่ม ทำหนังสือราชการนำเสนอผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อใช้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

9. การจัดท่องเที่ยวนำร่อง หลังจากชาวบ้านตำบลคอนมะโนราได้ประชุมวางแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวตามศักยภาพของชุมชนแล้ว ผู้วิจัยและคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ร่วมประชุมปรึกษาหารือเพื่อออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลคอนมะโนรา เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ประสานงานกับอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ โดยนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนให้แก่คณะนิสิตที่เรียนรายวิชาการท่องเที่ยว เป็นวิชาเลือกของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 จำนวน 71 คน โดยมีกำหนดการท่องเที่ยวชุมชน 2 วัน 1 คืน และมีกิจกรรม

ท่องเที่ยวตามกำหนดการซึ่งจัดขึ้น วันที่ 3-4 กันยายน 2554 คณะชาวบ้านที่เป็นผู้ดำเนินการต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย ได้ประเมินผลการจัดการท่องเที่ยว นำร่อง โดยใช้วิธีการสังเกต และใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งใช้วิธีการให้เจ้าของบ้านที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ประเมินตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยใช้เครื่องมือศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแต่ละประเภทแล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง จัดแยกแบบสอบถามที่ได้จากตลาดน้ำแต่ละแห่ง เรียงลำดับแบบสอบถาม ทำการแปลงข้อมูลเข้ารหัส ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เปรียบเทียบเกณฑ์ความคิดเห็นเป็นรายชื่อ และสรุปในรูปแบบตาราง และเปรียบเทียบความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยการหาค่า t-test นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปกราฟเส้น ในส่วนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำเสนอในรูปแบบความเรียง

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว มาจัดเรียงลำดับแต่ละหมู่บ้าน ทำการแปลงข้อมูลเข้ารหัส ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เปรียบเทียบเกณฑ์ความคิดเห็นเป็นรายชื่อ และสรุปในรูปแบบตาราง ข้อมูลที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน และความเข้าใจในการมองเห็นถึงประโยชน์ คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวผู้วิจัยนำมาสรุปประเด็นจัดลำดับความสำคัญ นำเสนอในรูปแบบความเรียง

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นำร่อง ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาจัดเรียงลำดับ ทำการแปลงข้อมูลเข้ารหัส ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เปรียบเทียบเกณฑ์ความคิดเห็นเป็นรายชื่อ และสรุปในรูปแบบตาราง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นการให้ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวนำมาสรุปในรูปแบบความเรียง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสังเกตตลาดน้ำ นำเสนอภาพรวมในรูปแบบตารางเพื่อให้เห็นความเหมือนและความแตกต่างของปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวในตลาดน้ำแต่ละแห่ง และสรุปเป็นความเรียงแยกประเภท ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า ด้านราคาสินค้าและการบริการ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ แหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ข้อมูลที่ได้จากการประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา นำมาสรุปจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม การแสดงความคิดเห็นของประชาชน และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่พบในแต่ละหมู่บ้าน นำเสนอในรูปแบบตารางเพื่อให้เห็นความชัดเจนในแต่ละหมู่บ้าน

3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปเนื้อหาตามหัวข้อที่ทำการสัมภาษณ์ สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ หากค่าความถี่ ค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตาราง ข้อมูลความคิดเห็นที่เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ผู้วิจัยนำมาหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ เปรียบเทียบเกณฑ์ความคิดเห็นเป็นรายชื่อและสรุปภาพรวม นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตาราง

4. ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยถอดเทปบันทึกเสียงของผู้เข้าร่วมประชุมจดบันทึกคำพูดโดยละเอียด สรุปเนื้อหาแยกตามประเด็นการสนทนากลุ่ม นำเสนอในรูปแบบความเรียง

5. ข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ นำมาสรุปตีความตรวจสอบความถูกต้อง นำเสนอในรูปตารางและความเรียง

6. ข้อมูลที่ได้จากการประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง นำมาสรุปตีความตรวจสอบความถูกต้องนำเสนอในรูปแบบตารางและความเรียง

การดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Analysis Qualitative data) ถูกนำมาใช้ในทุกช่วงเวลาขณะที่ลงพื้นที่เพื่อศึกษาข้อมูลการวิจัย ซึ่งเรียกอย่างเป็นทางการว่า การวิเคราะห์ระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูล (Analysis during data collection) โดยเริ่มต้นจากผู้วิจัยเข้าไปสัมผัสปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นคำถามการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อเท็จจริงหรือข้อมูลเชิงรูปธรรม แล้วจึงพยายามสืบค้นหา ตีความหมาย รวมทั้งการคาดคะเนที่อยู่บนรากฐานความเป็นไปได้ ในเชิงแนวคิดทฤษฎีหรือตรรกะแบบอุปนัยในลักษณะการใคร่ครวญ สะท้อนความคิดกลับไปกลับมาเป็นระยะ วิธีการนี้จะช่วยให้นักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตรงประเด็นคำถามการวิจัย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยกำกับทิศทางการเก็บรวบรวมข้อมูลให้

ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Merrian, 1998; Miles and Huberman, 1994) อนึ่งในการดำเนินการวิเคราะห์ระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น อดอง นัยพัฒน์ (2548) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่านักวิจัยจะต้องมีประสบการณ์และจะต้องอาศัยความสามารถทางสติปัญญา ทักษะในการ “รับรู้ แลเห็น และสร้างสรรค์” ทำการสรุปแนวคิดเชิงนามธรรมที่แฝงอยู่ภายใต้ข้อมูลในรูปของตัวอักษร คำย่อ คำข้อความ หรือสัญลักษณ์ นักวิจัยจะต้องเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งที่ปรากฏเข้าด้วยกันอย่างมีความหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างให้เห็นดังเช่น ในระยะเริ่มต้นผู้วิจัยเข้าไปในพื้นที่ พบเห็นชาวบ้านตากยาจืด (ยาเส้นสำหรับกินกับหมาก) ที่มีลักษณะการหันยาจืดเป็นเส้นละเอียดเล็กมารวกับเส้นด้าย จึงสอบถามชาวบ้านด้วยความสงสัยว่าเขาทำอย่างไร และขอไปศึกษาวิธีการหันใบยาสูบ คนหันยาเล่าว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีใครทำแล้วในตำบลนี้ เพราะต้องใช้ความสามารถส่วนตัว และต้องมีการสะสมประสบการณ์มายาวนาน ซึ่งน่าจะต้องมีการอนุรักษ์ไว้เพราะกำลังจะสูญหายไปจากชุมชน จึงนำไปสู่การใช้ภูมิปัญญาการหันยาจืดเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ตลอดจนทำให้เกิดโครงการการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดสู่ลูกหลาน ตัวอย่างอีกกรณีหนึ่ง ผู้วิจัยไปเยี่ยมชมศาลเจ้าอาม้า หมู่ที่ 1 พบว่าบริเวณอาคารมีพื้นที่กว้างขวาง สามารถเป็นที่รวมคนได้ประมาณ 50-60 คน จึงสอบถามชาวบ้านและได้ทราบว่าในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจจะมีคนมารวมกันอยู่ ณ สถานที่แห่งนี้เป็นประจำทุกปี และกิจกรรมนี้สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนราที่น่าสนใจอีกกิจกรรมหนึ่ง

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นมีหลายลักษณะ ซึ่งวิธีการดังกล่าวถูกนำมาใช้อย่างผสมผสานกันไปตลอดกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ แบบสอบถามปลายเปิด การประชุม การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้ (เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์: ออนไลน์)

1. การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ เช่น ข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลด้านอาชีพ ด้านแหล่งเรียนรู้ ความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

2. การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของเรื่องนั้น เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการในตำบลคอนมะโนรา เป็นการแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยว นำร่องเป็นบทสรุปการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

3. การเปรียบเทียบเหตุการณ์ (Constant Comparison) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาไปเทียบเคียงหรือเปรียบเทียบกับเหตุการณ์อื่น เพื่อหาความเหมือนและความแตกต่างกันที่เกิดขึ้น เช่น เปรียบเทียบกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำทั่วไป และพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดสมุทรสงคราม

4. การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Componential Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ออกให้เห็นเป็นส่วนๆ เช่น การวิเคราะห์รูปแบบการจัดการตลาดน้ำในแต่ละแห่งทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เป็นต้น

5. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการนำเอกสารหรือหลักฐานต่างๆ มาวิเคราะห์ให้เห็นว่า มุ่งพรรณนาและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น การวิเคราะห์แผนพัฒนาสามปีขององค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนราว่ามีเป้าหมายด้านพัฒนาการท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ การวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำที่ผู้อื่นได้ทำศึกษามาก่อนหน้านี้ ได้แก่ การศึกษาความพึงพอใจนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นต้น

6. การวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้เห็นว่าผลที่เกิดขึ้น ย้อนกลับมาให้เห็นว่าเกิดมาจากเหตุปัจจัยใดบ้าง หรือวิเคราะห์เหตุไปหาผล คือ วิเคราะห์ให้เห็นว่าเมื่อเหตุนี้เกิดขึ้น ได้นำไปสู่ผลที่เกิดขึ้นอะไรบ้าง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำคอนมะโนราจะมีขึ้นทุกวันที่เป็นข้างขึ้นและข้างแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ เมื่อได้สอบถามจากปราชญ์ชาวบ้านทราบว่าเป็นเหตุผลของน้ำขึ้น น้ำลง และระยะเวลาความสุขอมของผลไม้ที่มีอยู่ในสวนของชาวบ้านนั่นเอง และเมื่อเข้าไปสังเกตการณ์ในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราพบว่า ในพื้นที่มีสวนมะพร้าวจำนวนมากและเป็นอาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชน และมีสวนผลไม้ นานาชนิด ทำให้ชาวบ้านต้องออกไปทำงานในสวนโดยทุกบ้านที่ทำน้ำตาลมะพร้าวจะต้องออกไปเก็บน้ำหวานจากต้นมะพร้าวเพื่อนำมาเคี่ยวทำน้ำตาลทุกวัน ดังนั้นจึงทำให้ไม่ค่อยมีเวลาเข้าร่วมประชุม

7. การสร้างจินตนาการเชิงสังคมวิทยา (Sociology Imaginary) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น ประเพณีรำไทยทรงดำที่มีอยู่ในตำบลคอนมะโนรานั้น เป็นการธำรงรักษาวัฒนธรรมของกลุ่มคนไทยที่มีเชื้อสายลาวโซ่งหรือลาวซ่ง ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่น ถือเป็นตัวอย่างที่ดีในการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมนันทนาการชุมชนของตนเอง หรือ เหตุการณ์การรวมกลุ่มในเทศกาลถือศีลกินเจเป็นประจำทุกปีของคนในชุมชนแสดงให้เห็นว่าคนในชุมชนมีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา และยึดหลักศีลธรรมในการดำเนินชีวิต

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคนิคใดก็ตาม ก่อนที่จะมีการนำเทคนิคทั้ง 7 วิธีมาใช้นั้น จำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีการตรวจสอบข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยเกิดความมั่นใจว่าข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมานั้นมีความถูกต้องก่อน การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลใน

การวิจัยเชิงคุณภาพ เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Denzin and Lincoln, 1994)

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่างๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าพบว่าทุกแหล่งข้อมูลได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา มีความถูกต้อง

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) เป็นการตรวจสอบจากผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูล ว่าผู้วิจัยแต่ละคน ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อค้นพบที่ได้มา มีความเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา มีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory triangulation) โดยการตรวจสอบว่าถ้ามีการใช้ทฤษฎีที่หลากหลายแล้ว ข้อมูลที่ได้มาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ถ้าผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าจะนำทฤษฎีใดมาใช้ ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา มีความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการสรุปข้อมูลหรือสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบประเด็นปัญหาการวิจัยอย่างครอบคลุม ลักษณะของข้อมูลเชิงคุณภาพในพื้นที่ศึกษาวิจัยในลาดน้ำแต่ละแห่ง และในตำบลคอนมะ โนรา เป็นการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ สถานการณ์การท่องเที่ยวในชุมชน และพฤติกรรมของผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน รวมทั้งศึกษาทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่น่ามาใช้สนับสนุนวัตถุประสงค์การวิจัยในด้านการพัฒนารูปแบบการจัดการลาดน้ำและการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลคอนมะ โนรา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ด้านพฤติกรรมความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวลาดน้ำในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ศึกษาความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณอย่างรอบคอบ และทำงานอย่างผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชื่อมโยงไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพควบคู่กันไปอย่างแยกย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะ โนราให้เกิดสัมฤทธิ์ผล ซึ่งจะกล่าวถึงผลที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในบทต่อไป

บทที่ 4

บริบทชุมชนตลาดน้ำ

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบริบทชุมชนตลาดน้ำ 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดคำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และตลาดน้ำดอนมะโนรา โดยวิธีการศึกษาจากเอกสาร วิชาการ หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งเผยแพร่ข้อมูลทางสื่อออนไลน์ การลงพื้นที่สังเกต สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ และการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว นำเสนอข้อมูลบริบทชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง ในเรื่องประวัติความเป็นมา รูปแบบการจัดการตลาดน้ำ สินค้าและผลิตภัณฑ์ กิจกรรมท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ โอกาสทางการตลาด ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทาง บริบทชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริบทชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ประวัติความเป็นมา

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกตั้งอยู่ที่อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เปิดตัวผู้สายคา ชาวต่างชาติในภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2510 โดยสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวได้นำนักท่องเที่ยวต่างประเทศไปชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดน้ำ ทำให้ตลาดน้ำดำเนินได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมาโดยตลอด ตามประวัติศาสตร์ที่ได้มีการบันทึกไว้ประมาณปี พ.ศ. 2400 รัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองดำเนินสะดวกเป็นระยะทางประมาณ 32 กิโลเมตร เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางจากแม่น้ำแม่กลองที่บางนกแขวกกับแม่น้ำท่าจีนที่ประตูน้ำบางยาง และมีคลองซอยเล็ก ๆ เกิดขึ้นอีกหลายสาย ทำให้ชาวบ้านในจังหวัดราชบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร สามารถติดต่อกันทางน้ำได้สะดวกมากขึ้น วิถีชีวิตของชาวบ้านในอดีตนั้นใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก เนื่องจากยังไม่มีการสร้างถนนเข้าไปสู่ชุมชน ตลาดน้ำจึงเป็นแหล่งนัดพบของชาวบ้าน ชาวสวนที่ทำเกษตร และพ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ดังนั้นภาพลักษณ์ของตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็น ก็คือ มีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือจำหน่ายสินค้าในลำคลอง แต่งกายด้วยเสื้อแขนยาวสีน้ำเงินหรือสีกรมท่า ใส่จอบ (หมวกปีกกว้างทำจากใบลาน) เพื่อป้องกันแสงแดด ด้วยสภาพพื้นที่มีลำคลองหลายสายที่สามารถเชื่อมโยงติดต่อกัน ในอดีตจึงมี

ตลาดน้ำหลายแห่งที่อยู่ในอำเภอดำเนินสะดวก เช่น ตลาดน้ำคลองต้นเข็ม ตลาดน้ำคลองลัด ตลาดน้ำคลองโพหัก ซึ่งในปัจจุบันไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้าไปถึง(ตลาดน้ำ: ออนไลน์)

ปัจจุบันถ้านักท่องเที่ยวมาตลาดน้ำดำเนินสะดวก จะพบว่าตลาดน้ำคลองต้นเข็มเป็นจุดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าถึงสะดวกที่สุดเนื่องจากเป็นเส้นทางหลัก และมีพื้นที่จอดรถของเอกชนหลายแห่งซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่คอยโบกมือเรียกนักท่องเที่ยวให้ขับรถเข้ามาจอด โดยคิดค่าบริการตามขนาดรถ และพานักท่องเที่ยวลงเรือที่ทำเรือของตนเอง ในปี พ.ศ. 2553 คณะกรรมการชุมชนได้ร่วมมือกับชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนซึ่งมีทั้งชาวไทยและชาวจีนที่ต้องการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงจัดให้มีการรณรงค์รักษาความสะอาดลำคลอง และมีการรวมตัวกันขึ้นเพื่อเปิดพื้นที่ชุมชนแก่แก่บริเวณศาลเจ้าโดยใช้ชื่อว่า “ตลาดน้ำเหล่าตึกตึก” เทศบาลให้การสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวและได้มีการสร้างถนนเข้าสู่ชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวให้มีเส้นทางถนนเข้าสู่ชุมชนได้หลายเส้นทาง ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตชาวจีนที่อาศัยอยู่ในชุมชนและมีฝีมือในการทำอาหารท้องถิ่นหลายชนิด เช่น ก๋วยจั๊บน้ำใส ก๋วยเตี๋ยวผัดไทยสูตรชาวจีน ขนมจีนน้ำพริก น้ำยา เครื่องดื่มสมุนไพรไทย และอาหารพื้นบ้านอีกหลายชนิด และนักท่องเที่ยวสามารถใช้เส้นทางเชื่อมโยงไปยังตลาดน้ำคลองลัดพลีซึ่งมีแม่ค้าจำหน่ายสินค้าทุกวันตั้งแต่เช้าจนถึงประมาณเที่ยงวันทำให้ได้บรรยากาศการท่องเที่ยวตลาดน้ำหลายรูปแบบ



รูปที่ 12 ลักษณะร้านค้าบ้านเรือนที่อยู่ริมคลองในชุมชนตลาดน้ำเหล่าตึกตึก

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยสนับสนุนการจัดกิจกรรมเทศกาลวิสาหกิจทางน้ำในคลองบริเวณชุมชนเหล่าตึกเล็ก เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก เป็นการขยายพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นและยังเป็นการปลูกกระแสมวลชนให้เกิดความรักและหวงแหนประเพณีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่ออนุรักษ์ไว้ให้แก่คนรุ่นหลังต่อไป อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานดังกล่าว พบว่าการเปิดพื้นที่บริเวณนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ยังเข้ามาไม่ถึงเพราะทางเข้าซับซ้อน สะพานข้ามคลองกำลังก่อสร้างยังไม่เรียบร้อย ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงหนาแน่นอยู่ในบริเวณท่าเรือเอกชนอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (สมศักดิ์ อภิวันทนกุล, สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2553)

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกอยู่ในเขตการปกครองของเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก มีการจัดโครงสร้างพื้นฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ถนนคอนกรีตขนาดกว้างที่รถขนาดใหญ่สามารถวิ่งสวนทางกันได้อย่างสะดวกเพื่อเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีการคิดป้ายประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวสามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจน ด้วยสภาพพื้นที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีลำคลองเชื่อมต่อกันหลายสายทำให้มีผู้จำหน่ายสินค้ากระจายตัวอยู่ในพื้นที่หลายแห่ง การดำเนินการมีลักษณะดังนี้

1. ธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ มีการจัดสถานที่จอดรถมีพื้นที่กว้างขวางต้อนรับนักท่องเที่ยว เรียกเก็บค่าบริการตามขนาดรถ จัดเรือบริการนักท่องเที่ยวแบบครบวงจร พานักท่องเที่ยวลงเรือชมและเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกในร้านค้าที่จัดบริการสินค้าตามสมัยนิยม รับประทานอาหารในศูนย์บริการอาหารที่จัดไว้ บางแห่งมีการจัดการท่องเที่ยวแบบรวมกิจกรรมเข้าด้วยกัน (Package tour) ซึ่งส่วนใหญ่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

2. ธุรกิจท่าเรือขนาดย่อม บนเส้นทางถนนหลักที่เข้าไปตลาดน้ำ จะพบว่ามีเจ้าของท่าเรือคอยโบกมือเรียกลูกค้า เพื่อให้เข้ามาชมท่าเรือของตนเอง ซึ่งจะมีเรือหางยาวไว้บริการนักท่องเที่ยว ธุรกิจนี้ในลักษณะนี้มีจำนวนไม่น้อยกว่า 20 แห่ง

3. ร้านค้าย่อย ส่วนใหญ่จะเช่าพื้นที่ของเจ้าของที่ดินหรือนายทุน มีบางรายที่เป็นคนในพื้นที่ มีการจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า ของที่ระลึก อาหารเครื่องดื่ม ผลไม้ชนิดต่างๆ เป็นต้น

4. การบริการร้านอาหาร พื้นที่บนบกมีร้านอาหารขนาดใหญ่และขนาดเล็กประเภทอาหารตามสั่งอยู่เป็นจำนวนมาก สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ

5. มีเรือจำหน่ายสินค้าในลำคลอง ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ขนมหวานขนมไทย ผลไม้ตามฤดูกาล มีทั้งแม่ค้าที่รับสินค้ามาจำหน่าย และชาวสวนที่นำผลไม้จากสวนมาจำหน่ายเอง ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายตามขนาดของเรือ เมื่อเข้าไปจำหน่ายในเขตพื้นที่ธุรกิจเอกชน

6. แม่ค้าเดินแร้วขายสินค้าประเภท ของที่ระลึก ของเล่น เครื่องดื่ม ยาต้ม ยาหม่อง สมุนไพร แม่ค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นคนนอกพื้นที่ เข้ามาค้าขายเพื่อให้มีรายได้

7. ธุรกิจเรือให้เช่า ในบริเวณตลาดน้ำมีเรือหลายรูปแบบเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น เรือพาย เรือเครื่องหางยาว เรือติดเครื่องยนต์แบบสมัยใหม่ อัตราค่าเช่าตกลงกันตามระยะทางที่จะไป

8. การจัดการที่พัก มีที่พักแบบสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home stay) รีสอร์ทที่มีห้องพักแบบคอนโดมิเนียมให้เช่า

9. การให้เช่าพื้นที่ส่วนบุคคลเป็นสถานที่ทำการค้า และสถานที่จอดรถ

10. การบริการห้องสุขา มีเอกชนเปิดบริการห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยวคิดค่าบริการคนละ 3 บาท

สินค้าและผลิตภัณฑ์

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดราชบุรีมาเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 40 ปี และเป็นภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิตของชาวบ้านพายเรือขายพืชผักผลไม้ที่เป็นผลผลิตจากอาชีพทำการเกษตรของคนในชุมชน ซึ่งเป็นภาพในอดีต แต่ปัจจุบันสถานการณ์ทางสังคมสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบธุรกิจจึงได้จัดหาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์จึงมีความหลากหลายตามลักษณะดังนี้

1. สินค้าผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งเป็นพืชผักและผลไม้ที่ปลูกในพื้นที่ เช่น ฝรั่ง ชมพู่ องุ่น ส้มเขียว ส้มโอ มะม่วง มะละกอ มะพร้าวอ่อน ละคร ขนุน ก้อยน้ำว่า ก้อยหอม มะเฟือง แดงไทย มะพร้าวแห้ง มะนาว พริกเขียว พริกทอง เผือก มันเทศ แดงกวา มะเขือ หัวไชเท้า ผักกาดขาว กวางตุ้ง ผักบุ้ง ผักคะน้า ฯลฯ

2. การจำหน่ายพันธุ์ไม้ชนิดต่างๆ ที่มีในท้องถิ่น มีทั้งไม้ผล เช่น มะพร้าวน้ำหอม มะพร้าวกะทิ มะม่วงน้ำดอกไม้ มะม่วงเขียวเสวย ไม้ดอก ไม้ประดับ

3. สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น น้ำตาลมะพร้าว มะพร้าวแก้ว มะม่วงกวน ท็อปปี้ถั่ว เผือกกรอบ มันกรอบ ก้อยฉาบ มะม่วงแช่อิ่ม

4. ประเภทขนมหวาน เช่น ขนมลูกชุบ ลอดช่อง เฉาก๊วย ขนมกล้วย ข้าวต้มมัด ก้อยทอด ก้อยแขก ข้าวเหนียวมะม่วง ขนมกล้วย ขนมปากริม ขนมตาล ขนมกล้วยฟู ขนมตะโก้ ขนมถั่วแปบ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน

5. ประเภทอาหารคาว เช่น กวยจั๊บน้ำขุ่น กวยเตี๋ยวเรือ ขนมจีน หอยทอด ผัดไทย ทอดมัน ปลาหมึกย่าง ลูกชิ้นทอด ห่อหมก หมี่กรอบ กุยช่าย ข้าวมันไก่ ข้าวต้มก้อย ฯลฯ

6. สินค้าอุปโภคและบริโภคที่จำเป็นต้องใช้ในการดำรงชีวิต เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง เนื้อสัตว์ชนิดต่างๆ ที่มีขายอยู่ในลำเรือ และตลาดบนบก

7. สินค้าของที่ระลึกที่แสดงสัญลักษณ์ของประเทศไทย หลากหลายชนิด เช่น ผ้าไหมไทย ผ้าฝ้าย เสื้อยืด ผลิตภัณฑ์จากไม้ พระพุทธรูป พวงกุญแจ หมวก ฯลฯ

8. เสื้อผ้าและสินค้าตามสมัยนิยม รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือสตรี หมวก แว่นตา ฯลฯ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่ทำจากผ้าฝ้ายและผ้าไหมไทย เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับมุก และสินค้าที่เป็นงานหัตถกรรม เช่น การถักเชือก การร้อยลูกปัด

กิจกรรมท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

1. การนั่งเรือพายหรือเรือหางยาวชมทิวทัศน์ริมสองฝั่งคลอง ในเขตพื้นที่บริเวณคลองต้นเข้มนั่งสองฝั่งคลองจะมีร้านขายของที่ระลึกหลากหลายประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อต่อราคาตามความต้องการ และจะพบเห็นการทำสวนมะพร้าวที่นำมาใช้น้ำตาล หรือสวนมะพร้าวน้ำหอมที่รับประทานเป็นมะพร้าวอ่อนรสดี

2. การชมวิธีการทำน้ำตาลมะพร้าว ซึ่งชาวบ้านมักจะเรียกว่า “เตาดาล” โดยมีวิธีการนำน้ำหวานที่ได้จากการปาดจั่นมะพร้าวที่กำลังอ่อนๆ เพื่อให้ได้น้ำตาลออกมา โดยจะนำกระบอกลมที่จั่นมะพร้าวหึ่งค้างคืนไว้ก็จะได้น้ำตาลสดออกมานั้นนำไปเคี่ยวเป็นน้ำตาลมะพร้าว

3. การเดินชมวิถีชีวิตชาวบ้านในชุมชนตลาดน้ำคลองต้นเข้มนั่ง และชุมชนเหล่าตึกถัก การเลือกซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ในพื้นที่จำหน่ายบนบก และร้านที่อยู่ริมน้ำซึ่งสามารถนั่งเรือและเลือกซื้อสินค้าได้ทั้งสองฝั่งคลอง

4. กิจกรรมการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเทศกาล เช่น วันตรุษจีน วันวาเลนไทน์ วันสงกรานต์ เป็นต้น

5. กิจกรรมการถ่ายรูป มีร้านขายของที่ระลึกจัดให้มีการถ่ายภาพสำหรับนักท่องเที่ยว

6. การเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นนานาชนิด เช่น นักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำดำเนินก็จะต้องมองหาน้ำตาลสด มะพร้าวอ่อน ไอศกรีมกะทิสด ลอดช่องน้ำกะทิ ลอดช่องสิงคโปร์ กวยเตี๋ยวผัดไทยโบราณตามสูตรของชาวจีนที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมในชุมชน ขนมน้ำพริก-น้ำยา ฯลฯ

กิจกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนั่งเรือไปตามลำคลองต้นเข้มนั่งจะมีร้านค้าขายสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น ของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก สินค้าตามสมัยนิยมของบุรุษและสตรี ส่วนในบริเวณตลาดน้ำเหล่าตึกถักก็จะมีร้านขายอาหาร เครื่องคั้นน้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ร้านขายของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผา ร้านขายเสื้อยืดงานศิลปะวาดลายพื้นที่สภาพบรรยากาศตลาดน้ำ หรือภาพวาดตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ศิลปินผู้วาดภาพเป็นคนในชุมชนซึ่งอยากถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้เป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวได้ช่วยกันอนุรักษ์ไว้ (มนัส อัครวัฒนา, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)



รูปที่ 13 กิจกรรมการท่องเที่ยวสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก

โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาเป็นเวลานาน ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 86 ต้องการกลับมาเที่ยวอีก โดยให้เหตุผลว่า การเดินทางสะดวก ไม่ไกลจากบ้าน บรรยากาศดี มีความสวยงามตามธรรมชาติ สนุกสนานเพลิดเพลินได้ผ่อนคลาย เป็นกิจกรรม ครอบครัวที่สามารถทำร่วมกันได้ นั่งเรือชมสวนและซื้อสินค้า ชอบอาหารอร่อย ได้ซื้อสินค้าจาก ชาวสวนโดยตรงมีผลไม้สดใหม่ ซึ่งมีผลไม้ให้เลือกซื้อหลายชนิด ชอบความเป็นธรรมชาติและ ความเป็นอยู่แบบไทย นักท่องเที่ยวอยากให้อนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนไว้เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ มีชื่อเสียงของจังหวัดราชบุรี ชอบบรรยากาศตลาดน้ำ และความเป็นกันเองของชาวบ้านริมคลอง ยังมีสิ่งของอีกหลายอย่างให้ดูซึ่งการมาครั้งเดียวคงไม่พอ อยากกลับมาดูธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลง ได้ศึกษาประเพณีท้องถิ่น ได้พบเห็นคนต่างชาติต่างพื้นที่ และได้มีโอกาสมาเยี่ยม ญาติอยู่ที่นี่ มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 74 ต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีก โดยให้เหตุผลว่า ชอบตลาดน้ำแห่งนี้ เป็นสถานที่น่าสนใจมากสมควรอนุรักษ์ความเป็นไทยไว้ เป็นสถานที่น่าสนใจ

และสนุกสนาน เหมาะสำหรับทุกคน ทุกช่วงวัย เพื่อที่จะได้มาชิมอาหารและเครื่องดื่ม และสถานที่แห่งนี้มีการบริการที่ดี

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เรื่องศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ควรจัดบุคลากรให้ข้อมูลอย่างชัดเจน และมีหัวใจของคณกรักงานบริการ ควรมีการฝึกนักเรียนมัธยมในชุมชนตั้งเป็นชมรมมัคคุเทศก์ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยวต้องการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนแต่มีเวลาน้อย 1-2 ชั่วโมง ไม่สามารถที่จะเที่ยวได้ทั่วถึง

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำ จัดห้องน้ำให้เพียงพอไม่ควรเสียค่าบริการ จัดสถานที่จอดรถยนต์ให้มีมากขึ้นไม่ควรเสียค่าจอดรถ ให้เพิ่มตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) ควรมีการจัดระเบียบเรื่องเรือรับส่งผู้โดยสารที่มีจำนวนมาก ทำให้การจราจรทางเรือติดขัด ควรปรับปรุงคุณภาพของเรือที่มีเสียงดังและควันดำมากเกินไป ไม่ควรมีเรือเครื่องหางยาวเพราะส่งเสียงดัง ควรใช้เรือพายจะทำให้มีบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดีมาก จัดที่นั่งขะให้เพียงพอ ไม่ให้มีการทิ้งขยะลงคลอง ควรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวรักษาความสะอาด ควรอนุรักษ์รูปแบบตลาดน้ำที่คงความเป็นวิถีชีวิตตามธรรมชาติของชาวไทยเอาไว้

3. คุณภาพการบริการและสินค้า ของที่ระลึกควรเป็นผลผลิตจากชุมชน สินค้าราคาค่อนข้างสูง เพราะมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรมีการควบคุมราคาอย่างเคร่งครัด ห้ามเลือกสินค้า (ผลไม้) แม้ค้าควรจะต้องมีความซื่อสัตย์ คุณภาพสินค้าในเรือลูกค้าไม่สามารถเลือกได้ทำให้ได้ของที่ไม่มีคุณภาพ บริเวณที่นั่งรับประทานอาหารบนท่าเทียบเรือของเอกชนอากาศร้อนควรมีพัดลม ควรมีคาราโอเกะเพื่อสร้างความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว

4. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการนั่งในเรือ ไม่มีเสื้อชูชีพเรือที่มีเครื่องยนต์ส่งเสียงรบกวนและมีควันพิษจากท่อไอเสีย มีผู้จำหน่ายสินค้าบางคนใช้วิธีการเสนอขายสินค้าที่เป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ข้อมูลการบริการและการเดินทาง

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทางประมาณ 80 กิโลเมตร การเดินทางจากกรุงเทพมหานคร ไปตลาดน้ำดำเนินสะดวกสามารถใช้เส้นทางดังต่อไปนี้

1. จากกรุงเทพมหานคร ใช้เส้นทางถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ผ่านบางแค สวนสามพราน นครชัยศรี นครปฐม เลี้ยวหลักกิโลเมตรที่ 83 ไปเล็กน้อย จะพบสี่แยกบางแพให้เลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข 325 (บางแพ-ดำเนินสะดวก) ประมาณ 25 กิโลเมตรก็จะถึงอำเภอดำเนินสะดวก และมีทางแยกเลี้ยวขวาอีก 1 กิโลเมตรเข้าสู่ตลาดน้ำ

2. จากกรุงเทพมหานคร ใช้เส้นทางผ่านสะพานพระปิ่นเกล้า เข้าถนนบรมราชชนนี ผ่านพุทธมณฑลไปยังจังหวัดนครปฐม ใช้เส้นทางถนนเพชรเกษมมุ่งหน้าสู่จังหวัดราชบุรี โดยให้สังเกตบริเวณเลขหลักกิโลเมตรที่ 83 พบสี่แยกบางแพให้เลี้ยวซ้าย แล้วใช้เส้นทางบางแพ-ดำเนินสะดวก ระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตรจะถึงตลาดดำเนินสะดวก แล้วเลี้ยวขวาเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร เข้าสู่บริเวณตลาดน้ำ

3. ใช้เส้นทางไปตามถนนธนบุรี-ปากท่อ (ทางหลวงหมายเลข 35) ระยะทาง 63 กิโลเมตร เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 326 ผ่านตัวเมืองสมุทรสงคราม เข้าสู่ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 325 ไปประมาณ 12 กิโลเมตรถึงทางเข้าตลาดน้ำซึ่งอยู่ก่อนถึงสะพานพระราชดำริ ประมาณ 200 เมตร และ เลี้ยวซ้ายเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร

4. สถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี มีรถโดยสารปรับอากาศสายกรุงเทพฯ-ดำเนินสะดวก เริ่มตั้งแต่เวลา 05.00 น. ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงจะถึงปากทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากนั้นนั่งรถสองแถวเข้าไปเป็นระยะทางอีก 1 กิโลเมตรจะถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวก สอบถามรายละเอียดได้ที่สถานีขนส่งสายใต้ โทร. 02-4351199 , 02-4351200 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปกับรถโดยสารสายกรุงเทพฯ-ราชบุรี, กรุงเทพฯ-เพชรบุรี(สายเก่า) และลงรถตรงสี่แยกบางแพ ต่อจากนั้นให้นั่งรถสองแถวซึ่งวิ่งระหว่างทางแยกบางแพไปดำเนินสะดวก มีรถออกทุก 10 นาที

5. มีรถตู้ปรับอากาศให้บริการบริเวณใต้ทางด่วนอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และบริเวณห้างสรรพสินค้าเซ็นจูรี ฟังตรงข้ามโรงพยาบาลราชวิถี

บริบทชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน

ประวัติความเป็นมา

ตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นตลาดน้ำที่ตั้งอยู่ท่ามกลางความเจริญของเมืองหลวงในกรุงเทพมหานคร เกิดขึ้นมาจากความร่วมมือของคนในชุมชนและภาครัฐบาลซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ด้วยสภาพพื้นที่มีคลองบางกอกน้อยและคลองบางเชือกเป็นแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ซึ่งวิถีชีวิตของคนในอดีตนั้นขณะที่ยังไม่มีถนนผ่านเข้าไปในชุมชน ชาวบ้านที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ริมคลองก็จำเป็นต้องใช้เรือในการสัญจรจากชุมชนเข้าสู่เมือง และสายน้ำในคลองแห่งนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านในการทำเกษตร เช่น ทำสวนผลไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ และปลูกพืชผักสวนครัวชนิดต่าง ๆ ด้วยความเห็นชอบของคนในชุมชนว่าพื้นที่แห่งนี้มีความเหมาะสมกับการจัดทำตลาดน้ำ ดังนั้น จึงรวมตัวกันก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นเพื่อจำหน่ายสินค้าและผลผลิตทางการเกษตร ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และทำให้ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น



รูปที่ 14 แสดงภูมิทัศน์ตลาดน้ำตลิ่งชัน

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

ตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ในพื้นที่เขตปกครองของสำนักงานเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้อำนวยการเขตเป็นผู้บริหารสูงสุด ใช้นโยบายการบริหารจัดการโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงจัดให้มีการตั้งกลุ่มบุคคลขึ้นมาดูแลตลาดน้ำโดยตรงเรียกว่า “ประชาคมตลาดน้ำ” เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน มีการแต่งตั้งประธานและคณะกรรมการดำเนินงาน รูปแบบการจัดการตลาดน้ำตลิ่งชัน มีดังนี้

1. จัดศูนย์ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และจัดเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยว
2. จัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จอดรถบริเวณหน้าอาคารของสำนักงานเขต และพื้นที่บริเวณใกล้ทางรถไฟ จัดห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยว
3. จัดพื้นที่จำหน่ายอาหารในแพและบนบก ให้สิทธิการเข้ามาจำหน่ายแก่คนในชุมชนที่มุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากคนในท้องถิ่น
4. มีการตรวจสอบผู้จำหน่ายอาหารและประชุมผู้จำหน่ายอาหารทุกเดือน
5. มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง จัดบริการแบบรวมกิจกรรมไว้ด้วยกัน (Package tour)
6. มีการจัดมัคคุเทศก์เพื่อนำชมสถานที่สำคัญที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
7. จัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการศึกษา กิจกรรมตามวันเทศกาลสำคัญ ส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรม
8. มีสวัสดิการสำหรับสมาชิกผู้จำหน่ายสินค้า โดยเงินส่วนหนึ่งเสียให้เป็นการใช้จ่ายส่วนกลาง และจ่ายเป็นสวัสดิการแก่ผู้เสียชีวิต

สินค้าและผลิตภัณฑ์

1. ตลาดน้ำตลิ่งชันนอกจากจะเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวตลาดน้ำแล้ว ยังเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าและผลิตภัณฑ์หลายชนิด ดังต่อไปนี้
2. ประเภทอาหารคาว เช่น อาหารทะเลเผา หอยทอด ผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ทอดมัน ปลาหมึกย่าง ไส้กรอกย่าง บาบี้คิว ลูกชิ้นทอด ห่อหมก หมี่กรอบ ก๋วยเตี๋ยวหมู ก๋วยจั๊บ น้ำซัน ก๋วยเตี๋ยวเป็ด น้ำตก ส้มตำ แกงไทยโบราณ เช่น สายบัวต้มกะทิ แกงจืดเห็ด หลนปูเค็ม
3. อาหารตามสั่งชนิดต่างๆ อาหารไทย อีสาน มีทั้งในเรือและบนบก
4. ประเภทขนมหวานไทย เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน ขนมนั่น ลอดช่องสังขยา ซ่าหริ่ม ทับทิมกรอบ มะพร้าวกะทิ ลูกชุบ ฯลฯ
5. ประเภทเครื่องดื่มสมุนไพร น้ำผลไม้สด และเครื่องดื่มทั่วไป
6. ผลไม้ตามฤดูกาล เช่น มะม่วง มะละกอ กล้วยน้ำว้า กล้วยหอม มะพร้าวอ่อน กล้วยไข่ รวมทั้งผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศหลากหลายชนิด

7. พืชผักสวนครัวชนิดต่างๆ จากชาวบ้านที่ปลูกในพื้นที่ และผู้จำหน่ายทั่วไป
8. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ทำจากผ้าฝ้ายและผ้าไหมไทย เสื้อผ้าตามสมัยนิยม
9. เครื่องประดับที่เป็นงานหัตถกรรม
10. ประเภทต้นไม้ ดอกไม้นานาชนิด ไม้ประดับ
11. กระถางต้นไม้ วัสดุอุปกรณ์ปลูกต้นไม้และตกแต่งสวน

กิจกรรมท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งพักผ่อนและแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน อยู่ในกรุงเทพมหานคร มีบรรยากาศที่มีความเป็นธรรมชาติ เป็นสถานที่พักผ่อนของคนในเมืองหลวง เป็นกิจกรรมครอบครัวของคนทุกช่วงวัย เป็นแหล่งรวมอาหารพื้นบ้าน และมีผลผลิตของชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำ มีดังนี้

1. การแสดงดนตรีบนเวที และการร้องเพลงคาราโอเกะ
2. การเล่นเกมของไทยของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน
3. การนวดฝ่าเท้าเพื่อผ่อนคลายความเมื่อยล้า
4. การให้อาหารปลา ปล่อยนก ปล่อยปลา ปล่อยเต่า เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต
5. การนั่งเรือหางยาวเที่ยวชมวิถีชีวิตริมน้ำ และชมสถานที่ต่างๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง
6. สาธิตการทำอาหาร เช่น หมี่กรอบ ลูกชุบ
7. การเลือกซื้ออาหารสินค้าหลายชนิด เช่น ผัก ผลไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ สินค้าหัตถกรรม

โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ดังนั้น จึงเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งพักผ่อนของคนที่ใช้ชีวิตอยู่ในเมืองหลวง มีการคมนาคมสะดวก และผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการและความพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 86 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำแห่งนี้ โดยให้เหตุผลว่าบรรยากาศร่มรื่น เหมาะสำหรับการพักผ่อนในวันหยุด หลีกหนีจากเมืองที่วุ่นวาย ได้มาพักผ่อนคลายเครียด สะดวกในการเดินทางมารับประทานอาหารและพักผ่อนกับครอบครัว อาหารอร่อย มีให้เลือกหลายประเภทและมีราคาถูก มีกิจกรรมมากแตกต่างจากที่อื่น และมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 96 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยให้เหตุผลว่าชอบบรรยากาศตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นประสบการณ์ที่ดี น่าสนใจและสนุกสนาน อยู่ใกล้เส้นทางสะดวกสามารถเดินทางมาได้ด้วยตนเองหรือมาโดยรถรับจ้าง

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

1. ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ควรมีเอกสารประชาสัมพันธ์ที่แปลเป็นภาษาต่างประเทศ ควรมีป้ายบอกทางให้เห็นชัดเจน และกำหนดระยะทางเป็นกิโลเมตรให้เข้าใจ ในทุกเส้นทางเข้า-ออก รูปแบบการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวควรมีข้อความภาษาอังกฤษให้

นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าใจ ควรใช้พื้นที่บนเวทีการแสดงให้เกิดประโยชน์สูงสุด จัดทำกำหนดการ กิจกรรม และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ ตลาดน้ำควรเปิดวันจันทร์ถึงวันศุกร์ในช่วงเย็น ด้วย

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับปรุงความสะดวกของห้องน้ำ ควรมีห้องน้ำแบบที่นั่งชักโครกเพื่อสะดวกของผู้สูงอายุ จัดพื้นที่พักผ่อนให้เพียงพอและกลมกลืนกับธรรมชาติบริเวณสวนหย่อม โต๊ะนั่งรับประทานอาหารบริเวณที่นั่งไม่เพียงพอ ควรจัดที่นั่งสำหรับคนพิการที่ต้องนั่งรถเข็นให้ดีกว่านี้ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ควรจัดเตรียมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้มากกว่านี้ ร้านอาหารบนแพแน่นแออัด ควรขยายพื้นที่และควรใช้หลังคามุงจากไม่ร้อนและคู่มือความเป็นธรรมชาติ ที่นั่งรับประทานอาหารบนแพไม่สะดวก เก้าอี้ตัวเล็กนั่งกับพื้น ไม่แข็งแรง คนแก่ คนอ่อนไม่สามารถนั่งได้อย่างสะดวก จัดหาถังขยะที่ดี จัดให้มีมากกว่านี้ในบริเวณที่นั่งรับประทานอาหาร การจราจรติดขัด ถนนแคบทำให้รถติดอย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวยังมีปัญหาในเรื่องการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำไม่เพียงพอ ไม่สะอาด หรือขาดข้อมูลทางการท่องเที่ยว เช่น เอกสารประชาสัมพันธ์ที่แปลเป็นภาษาต่างประเทศ

3. คุณภาพการบริการและสินค้า ควรมีการควบคุมราคาอาหารให้มีปริมาณเหมาะสมกับราคา ควรเพิ่มอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากขึ้น หรือคิดเมนูอาหารใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำใคร ให้เป็นจุดเด่นของตลาดน้ำตลิ่งชัน แม้ค่าควรให้การบริการที่ดีและมีน้ำใจ สินค้าบางร้านควรมีราคาข่อมเยามากกว่านี้ อยากให้มีการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้อาชีพและวัฒนธรรมของคนในชุมชน การทำการเกษตร และนำสินค้ามาคิดแปลงเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนควรฝึกอบรมไกด์ในเรื่องมารยาทการต้อนรับนักท่องเที่ยว การใช้คำพูดกริยามารยาทที่สุภาพ โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพราะจะเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ดี ต้องการให้ตลาดน้ำยังคงอยู่ในรูปแบบของวิถีชีวิตชุมชนมากกว่าเชิงพาณิชย์ มีการรักษาสิ่งแวดล้อม ควรใช้วัสดุใส่อาหารที่ทำจากธรรมชาติ ควรจัดการเรื่องการแย่งลูกค้าที่จำหน่ายอาหารประเภทเดียวกันบนแพ

4. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยของผู้โดยสารในการนั่งเรือ ยังไม่มีเสื้อชูชีพ ไม่มีการจัดเตรียมการเรื่องการช่วยชีวิตทางน้ำ คนขับเรือเร็วเกินไป ทำให้มีคลื่นแรงกระทบเรือแม่ค้า และอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ ควรตรวจตราดูแลนักท่องเที่ยวที่ดื่มสุราส่งเสียงดังรบกวนคนอื่น ใช้วาจาไม่สุภาพ ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ (กลัว-เดินหนี) กำหนดพื้นที่สำหรับคนสูบบุหรี่ เพื่อไม่ให้รบกวนคนอื่น

ด้วยสภาพพื้นที่ของตลาดน้ำตลิ่งชันและศักยภาพของชุมชนที่เอื้ออำนวยต่อการจัดการท่องเที่ยว และจากผลการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศดังกล่าว เป็นภาพสะท้อนที่ทำให้ผู้บริหารจัดการตลาดน้ำมองเห็นโอกาสในการเติบโตทางการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชันว่ามีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวนมาก

ต้องการที่จะมาที่ตลาดน้ำแห่งนี้ ดังนั้น ผู้จัดการและผู้ประกอบการในตลาดน้ำจะต้องหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และจัดการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ อนึ่งการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้จะต้องได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้ประกอบการ และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มวันเวลาในการบริการ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวมาแล้วเกิดความประทับใจและอยากที่จะหวนกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งผลที่ได้รับจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป



รูปที่ 15 บรรยากาศกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

ข้อมูลการบริการและการเดินทาง

ตลาดน้ำตลิ่งชัน เปิดบริการวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 07.00-16.00 น. และวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีเรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น เส้นทางจากตลาดน้ำตลิ่งชัน ไปแวะที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ประมาณ 30 นาที แล้วไปที่ตลาดน้ำวัดสะพาน นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ระหว่างเส้นทางจากลัดมะยม ให้อาหารปลาสดที่มีจำนวนมาก บริเวณหน้าวัดเกษิเจริญ รวมใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง ค่าบริการผู้ใหญ่ราคา 90 บาท เด็ก 50 บาท (อายุต่ำกว่า 2 ปีไม่เสียเงิน) อีกเส้นทางหนึ่งชมวิถีชีวิตริมคลอง ชมสวนกล้วยไม้ สวนงู นมัสการหลวงพ่อสด วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ ค่าบริการผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่ 120 บาท เด็ก 60 บาท

การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ถ้ามาจากสะพานพระปิ่นเกล้า ผ่านเซ็นทรัลปิ่นเกล้า มุ่งหน้าตรงออกไป เมื่อเริ่มเข้าสู่ถนนบรมราชชนนี ให้เลี้ยวซ้ายเข้าซอยจรัลสนิทวงศ์ 33 ทางเข้าสถานีตำรวจตลิ่งชัน ขับรถไปตามเส้นทางจะพบสามแยก ให้เลี้ยวขวาข้ามทางรถไฟตรงเข้าไปอีกประมาณ 2 กิโลเมตร ก็จะถึงสำนักเขตตลิ่งชัน ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งตลาดน้ำ ระหว่างเส้นทางจะมีป้ายบอกทางเป็นระยะ ถ้าใช้เส้นทางถนนจรัลสนิทวงศ์ ให้เลี้ยวเข้าแยกบางขุนนนท์ไปตามเส้นทางหลัก เมื่อถึงแยกตลิ่งชันให้เลี้ยวซ้าย แล้วขับรถไปตามเส้นทางหลักจะเห็นป้ายสำนักงานเขตตลิ่งชัน สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ หมายเลขโทรศัพท์ 0-2424-5448, หรือโทรศัพท์ 081-701-2565 ติดต่อคุณธนชาติ บุญประกอบ ประธานประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน

การเดินทางด้วยรถประจำทางสาย 28, 40, ปอ. 11, เมื่อเข้าสู่ถนนบรมราชชนนี ลงรถที่บริเวณปากซอยจรัลสนิทวงศ์ 33 ตามเส้นทางเข้าสู่สถานีตำรวจตลิ่งชันซึ่งอยู่ทางซ้ายมือ แล้วต่อรถสองแถวเข้าไปยังตลาดน้ำ มีรถโดยสารประจำทางสาย 79, 83 วิ่งจากถนนราชดำเนินเข้าสู่ถนนจรัลสนิทวงศ์และผ่านตลาดน้ำตลิ่งชัน

การใช้เส้นทางเรือ มีนักท่องเที่ยวเช่าเหมาเรือมาจากโรงแรมที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาหลายแห่ง เช่น โรงแรมโอเรียนเท็ล โรงแรมริเวอร์ไซด์ เป็นต้น

บริบทชุมชนตลาดน้ำวัดลำพญา

ประวัติความเป็นมา

ตลาดน้ำวัดลำพญาตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ริมแม่น้ำนครชัยศรี (ท่าจีน) คำว่า “ลำพระยา” เดิมเป็นชื่อของหมู่บ้านในสมัยที่ยังเป็นอำเภอบางปลา มณฑลนครชัยศรี มีประวัติเล่าว่าในสมัยรัชกาลที่ 5 พระยากรมท่าได้ทำการขุดคลองบริเวณท้ายตลาด เพื่อการจับจองที่นา มีชาวบ้านสองกลุ่ม คือ ชาวมอญที่อพยพมาจากสามโคกในปลายสมัยรัชกาลที่ 3 ตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำ ทำอาชีพการเกษตร และชาวจีนซึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำทำการค้าขาย บริเวณนี้จึงกลายเป็นตลาดริมน้ำ วัดลำพญาแห่งนี้ถือกำเนิดราวปี พ.ศ. 2400 อยู่คู่ชุมชนแห่งนี้มานานนับ 100 ปี ได้รับการบูรณะและพัฒนาให้สวยงาม สงบร่มเย็น เป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อมงคลมถานานิมิต พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลง ปอกปูนและปิดทองทับ ที่วัดแห่งนี้จะมีการจัดงานนมัสการในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 4 ถึงวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 รวมเป็นเวลา 3 วันเป็นประจำทุกปี (ตลาดน้ำ: ออนไลน์)



รูปที่ 16 แสดงภูมิทัศน์บริเวณตลาดน้ำวัดลำพญา

ตลาดน้ำวัดลำพญาเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 โดย สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ร่วมกับวัดลำพญาโดยใช้พื้นที่บนบกบริเวณวัดเป็นที่ตั้งร้านค้า และมีการก่อสร้างแพขนาดใหญ่เป็นร้านจำหน่ายอาหารและที่นั่งรับประทานอาหารในน้ำ ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นแหล่งรวมผลิตผลทางการเกษตร ของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางเลน และพื้นที่ใกล้เคียง เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของชาวบ้าน

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

ตลาดน้ำวัดลำพญา ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา โดยมี นายณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์ เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ได้ใช้นโยบายการบริหารจัดการ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนวัดและโรงเรียน ซึ่งตลาดน้ำตั้งอยู่บริเวณหน้าวัด และใช้พื้นที่สนามของโรงเรียนเป็นที่จอดรถ รูปแบบการจัดการตลาดน้ำวัดลำพญามีดังนี้

1. จัดตั้งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางถนนลาดยางที่มีความกว้างทำให้รถสามารถวิ่งสวนกันได้สะดวกเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางเป็นระยะ จัดพื้นที่จอดรถฟรี และมีเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณที่จอดรถ มีเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จัดห้องสุขาบริการฟรีสำหรับนักท่องเที่ยว จัดที่นั่งพักผ่อนและสนามเด็กเล่น
2. มีคณะกรรมการดำเนินการจัดการตลาดน้ำ มีการจัดพื้นที่จำหน่ายอาหารสำหรับคนในชุมชนที่เน้นสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากคนในท้องถิ่น โดยสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน จัดให้มีการประชุมผู้จำหน่ายอาหารทุกเดือน
3. ให้สิทธิการจำหน่ายสินค้าแก่คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนก่อน
4. มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เช่น นั่งเรือชมธรรมชาติ วนที่วัดสุขวนารามเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้การแสดงเครื่องมือทำการเกษตร การให้อาหารปลาบริเวณหน้าวัด มีการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยการลอดพระอุโบสถเพื่อความเป็นสิริมงคล
5. มีการจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่น
6. จัดพื้นที่จำหน่ายอาหารและนั่งรับประทานอาหารบนแพในน้ำและพื้นที่นั่งบนบก
7. จัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าบนบกมีน้ำ แยกประเภทสินค้าเป็นกลุ่มให้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน
8. มีการเปิดพื้นที่เฉพาะให้สินค้าประเภทอื่นๆ สำหรับคนนอกชุมชนมาจำหน่ายสินค้า

สินค้าและผลิตภัณฑ์

ตามนโยบายการดำเนินงานของคณะกรรมการจัดการตลาดน้ำ ที่ให้อาสาคนในชุมชนจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากคนในท้องถิ่น ทำให้เสน่ห์ของตลาดน้ำแห่งนี้คือ ความเป็น

วิถีชีวิตชุมชนไม่ว่าจะเป็นอาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งการได้ศึกษาประวัติศาสตร์ของชุมชนจากศูนย์เรียนรู้ สินค้าและผลิตภัณฑ์ของตลาดน้ำวัดลำพญา มีดังนี้

1. ประเภทอาหารคาว เช่น อาหารทะเลเผา ปลาเผา หอยทอด ผัดไทย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ทอดมัน ปลาหมึกย่าง ห่อหมก หมี่กรอบ ก๋วยเตี๋ยวหมู กวยจั๊บน้ำข้น ก๋วยเตี๋ยวเป็ด น้ำตก ส้มตำ แกงไทยโบราณ เช่น สายบัวต้มกะทิ แกงจืดเห็ด หลนปูเค็ม

อาหารตามสั่งชนิดต่างๆ

2. ประเภทอาหารหวาน เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฟอยทอง เม็ดขนุน ซ่าหริ่ม ลอดช่อง ไอศกรีมกะทิ ขนมลูกชุป ลอดช่อง ซ่าหริ่ม ทับทิมกรอบ ขนมห้าบิ้น

3. ประเภทผลไม้ เช่น ชมพู่ มะม่วง มะปราง กล้วยน้ำว้า กล้วยหอม กล้วยไข่ มะพร้าวอ่อน รวมทั้งผลไม้ชนิดต่างๆ ตามฤดูกาล

4. ประเภทพืชผักสวนครัว ผักพื้นบ้าน และพืชผักสมุนไพรชนิดต่างๆ

5. ประเภทไม้ดอกไม้ประดับ กล้วยไม้

6. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่ทำจากผ้าฝ้าย และผ้าไหมไทย

7. เครื่องประดับที่เป็นงานหัตถกรรม

8. ผลิตภัณฑ์ชุมชน การทำเครื่องจักสานจากผักตบชวา การทำเข็มขัด กระเป๋าตุง



รูปที่ 17 แสดงพิพิธภัณฑ์เรือไทยและเครื่องมือทำการเกษตรที่วัดสุขวัฒนาราม

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับตลาดน้ำวัดลำพญา

กิจกรรมท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำวัดลำพญา

ตลาดน้ำวัดลำพญาแห่งนี้ เป็นแหล่งรวมสินค้าผลิตผลทางการเกษตรของชุมชนและเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มีกิจกรรมหลากหลายดังนี้

1. การเลือกซื้ออาหาร ผักผลไม้ ต้นไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ สินค้าหัตถกรรม
2. สาธิตการทำขนมบ้าบิ่นมะพร้าวอ่อน

3. การให้อาหารปลา
4. ศูนย์รวมพระเครื่อง
5. การนวดเพื่อสุขภาพ
6. การทำสปาปลา (การแช่เท้าลงในอ่างน้ำที่มีลูกปลาค้างคาวเล็ก ๆ มากัดแทะที่เท้าเพื่อกัดกินเซลล์เนื้อเยื่อที่หมดอายุ)
7. การนั่งเรือล่องไปตามแม่น้ำท่าจีน แวะเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้การแสดงเครื่องมือนิทรรศการที่วัดสุขวัฒนารามทำบุญ ไหว้พระ และทำพิธีรดพระอุโบสถ
8. การนั่งเรือชมทิวทัศน์ตามธรรมชาติริมฝั่งแม่น้ำนครชัยศรี (ท่าจีน) ซึ่งมีเรือหลายรูปแบบ เช่น เรือแจวแบบโบราณ เรือลาก เรือกระแซง โดยมีเส้นทางล่องเรือแจวโบราณ จะล่องเรือไปตามลำน้ำท่าจีน ออกจากหน้าวัดลำพญาไปนมัสการศาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็นศาลศักดิ์สิทธิ์ประจำตำบลลำพญา ใช้เวลาประมาณ 30 นาที ประเภทเรือลาก จะล่องไปตามแม่น้ำท่าจีนไป-กลับ ออกจากหน้าวัดลำพญาไปวัดสุขวัฒนาราม เรือจะออกจากหน้าวัดลำพญาไปวัดบางพระ (วัดหลวงพ่อเป็น) ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง และที่บริเวณหน้าวัดลำพญามีวังปลา ชุกชุมหลายชนิด เช่น ปลาสร้อย ปลากระแห ปลาแรด ปลาเทโพ สามารถให้อาหารปลาได้

โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจความต้องการและความพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 86 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำแห่งนี้ โดยให้เหตุผลว่าการเดินทางสะดวกใกล้กรุงเทพฯ มีการจัดการที่ดี สถานที่ไม่แออัด ชอบบรรยากาศ ได้ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ได้ความรู้จากการท่องเที่ยว ได้พักผ่อนคลายเครียดจากการทำงาน หลีกหนีบรรยากาศในเมืองที่วุ่นวาย จะกลับมาดูการเปลี่ยนแปลง มีพัฒนาการที่ดีขึ้นของคนในชุมชน เลือกร้านอาหารและงานหัตถกรรม ชอบอาหารอร่อย มีอาหารท้องถิ่นที่หารับประทานยาก พื้นที่มีความเป็นธรรมชาติไม่เป็นธุรกิจมากเกินไปอยากให้งั้นไว้แบบนี้ นักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 82 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยให้เหตุผลว่าชอบนั่งเรือแพชมธรรมชาติ ชอบบรรยากาศธรรมชาติ ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ผู้คนเป็นมิตร ชิมอาหารไทย

จากผลการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศดังกล่าวเป็นภาพสะท้อนที่ทำให้ผู้บริหารจัดการตลาดน้ำมองเห็นโอกาสในการเติบโตทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ดังนั้นจึงเป็นข้อคิดสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการตลาดน้ำว่าจะทำอย่างไรจึงจะให้นักท่องเที่ยวมาแล้วเกิดความประทับใจและอยากที่จะหวนกลับมาอีก

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

1. ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เพื่อให้คนได้รู้จักมากขึ้น ทำป้ายบอกทางให้ชัดเจน ควรระบุระยะทางจำนวนกิโลเมตร การเลี้ยงซ้าย-ขวา

ก่อนที่จะเข้ามาถึงยังแหล่งท่องเที่ยว มีแผนที่แสดงการจัดสินค้าว่าจุดใดมีอะไรจำหน่าย จัดพื้นที่ตามประเภทอาหาร เช่น ผลไม้ ผักสด อาหารตามสั่ง ของที่ระลึก เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ จัดงานแสดงประกวดพระเครื่องซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ควรขยายพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก ควรใช้วัสดุธรรมชาติทำหลังคา(มุงจาก) เพราะทำให้ไม่ร้อน หลังคาสังกะสีร้อนมาก จัดโต๊ะเก้าอี้ที่นั่งรับประทานอาหารให้มากกว่านี้

3. คุณภาพการบริการและสินค้า ควรจัดให้มีสินค้าภายในท้องถิ่นมากกว่านี้ ควรมีกิจกรรมการแสดงของชุมชน โดยเฉพาะให้โอกาสเยาวชนเข้ามาร่วมกิจกรรม ควรมีผู้ให้ความรู้บนเรือเมื่อผ่านจุดต่างๆ ที่เรือเล่นผ่าน โดยการจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือจัดมัคคุเทศก์น้อย ควรหาจุดขายของสถานที่เพิ่มกิจกรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

4. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ไม่ควรให้รถเข้ามาใกล้ทางเดินเข้าตลาด ให้จัดรถบริเวณสนามของโรงเรียนและหน้าวัด เพราะบริเวณนั้นมีร้านจำหน่ายสินค้าและมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินเลือกซื้อสินค้าอาจเกิดอันตรายได้ เนื่องจากมีเด็กที่มาจับกรอบครัว

ข้อมูลการบริการและการเดินทาง

ตลาดน้ำวัดลำพญา เปิดบริการเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลาประมาณ 06.00-15.00น. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำวัดลำพญา โทร. 081-7634179, 081-6597371, 081-7214874 สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา โทร. 034-391626 วัดลำพญา โทร. 034-391985

1. การใช้เส้นทางสายปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ขับรถตรงไปจนถึงบริเวณสะพานลอยที่จะเข้าสู่ศาลายาให้ขึ้นสะพานเลี้ยวขวาผ่านมหาวิทยาลัยมหิดล แล้วเลี้ยวซ้ายผ่านหน้าท่าเรือท่าเรือพุทธมณฑล ถึงสถานีตำรวจพุทธมณฑลแล้วให้เลี้ยวขวาขับตรงไปอีกประมาณ 24 กิโลเมตร ก็จะพบวัดลำพญาอยู่ทางซ้ายมือ (ใช้เวลาประมาณ 45 นาที)

2. เส้นทางจากบางบัวทอง ขับตรงไปอำเภอบางเลน ประมาณ 10 กิโลเมตร ให้สังเกตป้ายเข้าสู่อำเภอบางเลนด้านซ้ายมือ เลี้ยวซ้ายไปประมาณ 20 กิโลเมตร จะพบทางแยกซ้ายมืออีกครั้ง (ก่อนข้ามสะพานแม่น้ำท่าจีน) ให้เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 9 กิโลเมตร ก็จะพบวัดลำพญา

3. รถโดยสารประจำทาง สายกรุงเทพฯ-นครปฐม โดยให้มาลงที่ตัวตลาดนครปฐม แล้วจากนั้นให้นั่งรถสองแถว สายนครปฐม-ลำพญาหรือ สายลำพญา-ทุ่งน้อย ให้ลงที่หน้าวัดลำพญา

บริบทชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ประวัติความเป็นมา

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งตั้งอยู่ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นหนึ่งใน 6 ตำบลที่อยู่ในคุ้งกระเพาะหมู มีลักษณะสภาพพื้นที่คล้ายกระเพาะหมูหรือแอกว้าเป็นพื้นที่สีเขียวที่เป็นแหล่งเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิดขึ้นมาจากการมีแนวความคิดของคนในชุมชน ที่ต้องการถ่ายทอด วิถีชีวิตชาวบ้านในอดีตเมื่อประมาณ 40 กว่าปีที่ผ่านมา เนื่องจากสภาพพื้นที่อำเภอพระประแดงเป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองอยู่ทั่วไปซึ่งแต่ละคลองจะเชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา ดังนั้นการคมนาคมจะใช้การสัญจรทางน้ำเป็นเส้นทางสำคัญ ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้ เนื่องจากสภาพพื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์ และมีแหล่งน้ำในลำคลองตามธรรมชาติหลายสายทำให้พื้นที่เหมาะสำหรับการเกษตร จึงมีผลผลิตทางการเกษตรจำนวนมาก อาทิ เช่น มะม่วง มะปราง มะพร้าว หอม กล้วยน้ำว้า กล้วยหอม มะนาวและพืชผักสวนครัวชนิดต่าง ๆ ชาวบ้านจึงนำผลผลิตในสวนใส่เรือมาจำหน่ายที่บริเวณปากคลอง จึงเกิดแหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าขึ้นในชุมชนแห่งนี้ (ตลาดน้ำ: ออนไลน์)



รูปที่ 18 แสดงภูมิทัศน์และกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอยู่ท่ามกลางความเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ถูกโอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาและยังคงความสมบูรณ์ตามรูปแบบเกษตรดั้งเดิม ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้อนุรักษ์เป็นพื้นที่สีเขียวในโครงการพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งมีพันธุ์ไม้ชนิดต่าง ๆ มากมายที่ให้ความร่มรื่น บริเวณนี้จึงเป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ให้แก่ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร ช่วยกรองฝุ่นละอองและมลพิษทางอากาศที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นแหล่งศึกษาพันธุ์ไม้นานาชนิดที่หายาก รวมทั้งเป็นแหล่งทำการเกษตรอินทรีย์ของชาวบ้านในชุมชน ที่ปลูกพืชผักแบบธรรมชาติไม่ใช้สารเคมี ดังนั้นพืชผักผลไม้ที่มาจากสวนในพื้นที่แห่งนี้จึงปลอดภัยจากสารพิษปนเปื้อน

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเปิดตัวขึ้นเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ด้วยความร่วมมือขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการสร้างตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร จึงได้มีการนำแนวความคิดดังกล่าวเข้าสู่ประชาคมตำบล ซึ่งได้รับการตอบรับจากประชาชนในชุมชน และมีการดำเนินงานในลักษณะศูนย์จำหน่ายสินค้าของชุมชน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การดำเนินชีวิตของชาวบ้านที่มีมาแต่โบราณที่บ่งบอกถึงเสน่ห์ของท้องถิ่นสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยโบราณ ที่จำลองภาพการดำเนินชีวิตโดยมีการใช้เรือจำหน่ายสินค้าริมคลองบางน้ำผึ้ง มีทั้งอาหารคาวหวานไทยโบราณชนิดต่าง ๆ มีพืชผักสมุนไพร ผักพื้นบ้าน มีซุ้มจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่นและของจังหวัดสมุทรปราการ รวมทั้งมีสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้เลือกซื้ออย่างหลากหลาย

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

การจัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ภายใต้การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง โดยมีคุณสุธาสนิ ชัยเขื่อนขันธุ์ เป็นผู้จัดการตลาดน้ำ ได้ใช้นโยบายการบริหารจัดการโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน และวัดบางน้ำผึ้งเนื่องจากพื้นที่ตลาดน้ำใช้บริเวณหน้าวัด รูปแบบการจัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีดังนี้

1. มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในเรื่อง สถานที่จอดรถฟรี และมีผู้ดูแลความปลอดภัย มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีเอกสารแผ่นพับ มีการจัดบริการห้องสุขา มีสนามเด็กเล่น มีการจัดที่นั่งพักผ่อนในสวนสำหรับนักท่องเที่ยว
2. มีคณะกรรมการดำเนินการตลาดน้ำ มีการประชุมผู้จำหน่ายอาหารทุกเดือน
3. มีการจัดพื้นที่จำหน่ายอาหารสำหรับคนในชุมชนที่เน้นสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากคนในท้องถิ่น
4. มีการกำกับตรวจสอบเรื่องการแต่งกายของผู้จำหน่ายสินค้าที่จะต้องเป็นเสื้อที่มีตราสัญลักษณ์ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเท่านั้น

5. มีการสะสมเงินส่วนกลางเพื่อจัดเป็นสวัสดิการสำหรับสมาชิกที่เสียชีวิต
6. มีการจัดพื้นที่สำหรับคนพิการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพรมเช็ดเท้า ขายลอตเตอรี่
7. มีการจัดพื้นที่สำหรับพ่อค้าคนอกชุมชนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค เครื่องประดับ เสื้อผ้าตามสมัยนิยม

สินค้าและผลิตภัณฑ์

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีนโยบายการดำเนินงานที่ให้โอกาสคนในชุมชนจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากคนในท้องถิ่น ทำให้มีสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างหลากหลาย อีกทั้งภายในชุมชนมีการส่งเสริมอาชีพ จึงทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเสน่ห์ของตลาดน้ำแห่งนี้คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นอาหารไทยโบราณ การช่าง งานฝีมือของคนในชุมชน สินค้าและผลิตภัณฑ์ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีดังนี้

1. อาหารคาวชนิดต่างๆ เช่น ทอดมัน ปอเปี๊ยะทอด ปลาหมึกย่าง ไส้กรอกย่าง ลูกชิ้นทอด น้ำพริกชนิดต่างๆ ห่อหมก กุ้งทอง หมี่กรอบ ก๋วยเตี๋ยวลำไย ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวหมู กวยจั๊บน้ำข้น ก๋วยเตี๋ยวเป็ด น้ำพริกชนิดต่างๆ

2. ขนมหวาน เช่น ขนมลิ่มกลิ้ง ตะโก้มะพร้าว วุ้นลูกชุบ ตะโก้แก้ว วุ้นอันดามัน ข้าวเหนียวมูล (สีขาว) ข้าวเหนียวใบเตย (สีเขียว) ข้าวเหนียวขมิ้น (สีเหลือง) และข้าวเหนียวดำ หน้ากุ้ง หน้าปลาแห้ง หน้าสังขยา หน้าลูกตาลเชื่อม หน้ามะพร้าว

3. ผลไม้จากสวน เช่น มะม่วง มะปราง กล้วยน้ำว้า กล้วยหอม กล้วยไข่ มะพร้าวอ่อน รวมทั้งผลไม้ชนิดต่างๆ ตามฤดูกาล และพืชผักสมุนไพร

4. ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้แก่ การทำธูปหอม เทียนหอม การทำลูกประคบสมุนไพร ยาสระผม สบู่สมุนไพร ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ทำเป็นโมบาย แจกัน โคมไฟ เข็มขัด สิ่งประดิษฐ์จากลูกดินเป็ดเป็นของตกแต่งบ้าน พรมเช็ดเท้า การปักกลดลายลงบนเสื้อ ผ้าปูโต๊ะ ผ้า幔หน้าต่าง การเพ้นท์สีเสื้อ การเพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับ

5. การทำน้ำพริกหมักชีวภาพ
6. การนวดแผนไทย บริการนวดตัว นวดฝ่าเท้า
7. คู่มือทำนายโหราศาสตร์
8. สินค้าตามสมัยนิยม เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า
9. การสาธิตการทำขนมตูปตูป การทำโรตีสายดำ การทำไอศกรีมโบราณ การทำชาชัก การทำน้ำผลไม้ การทำน้ำสมุนไพร

กิจกรรมท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตริมแม่น้ำเจ้าพระยา เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งมีกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบดังต่อไปนี้

1. การพายเรือชมทัศนียภาพในคลองบางน้ำผึ้ง ที่ตลาดน้ำจะมีเรือพายแบบโบราณไว้บริการนักท่องเที่ยว โดยคิดค่าบริการพายเรือในราคาลำละ 40 บาทต่อ 1 ชั่วโมง

2. การนั่งรถม้าชมทัศนียภาพบริเวณตำบลบางน้ำผึ้งและพื้นที่ใกล้เคียงคิดค่าบริการราคาคนละ 100 บาทต่อ 1 ชั่วโมง

3. การขี่จักรยานชมทัศนียภาพบริเวณเกาะบางกระเจ้า นักท่องเที่ยวสามารถขี่จักรยานไปตามเส้นทาง จะมีจุดแวะชมสถานที่ เช่น วัดบางน้ำผึ้งนอก ที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยามีโบสถ์เก่าแก่ที่มีพระประธานศักดิ์สิทธิ์และมีความสวยงาม ชมหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงของบ้านบางน้ำผึ้งหมู่ที่ 3 ชมพื้นที่โครงการสวนเกษตรกลางมหานคร คิดค่าบริการจักรยานคันละ 50 บาท

4. กิจกรรมบนเวทีในช่วงเทศกาลประเพณีและวัฒนธรรมตามวันสำคัญของตำบลบางน้ำผึ้ง เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง วันแม่แห่งชาติ วันพ่อแห่งชาติ เป็นต้น และในวันเสาร์อาทิตย์เทศกาลวันหยุดปกติจะมีดนตรีในสวน มีเวทีร้องเพลงคาราโอเกะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถและชอบการร้องเพลง

5. มุมศิลปะในสวน มีกิจกรรมสำหรับเด็กและครอบครัวทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การวาดภาพระบายสีรูปตุ๊กตาจากปูนปลาสเตอร์ การออกแบบวาดภาพระบายสีลงบนกระเป๋าค่า การทำเทียนเจล การระบายสีบนป้ายแผ่นไม้ การระบายสีทำผ้าบาติก การผลิตงานรีไซเคิลจากขวดพลาสติก

6. มีการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ถวายสังฆทานที่วัดบางน้ำผึ้ง

7. การนวดแผนไทยบางน้ำผึ้ง มีการนวดตัว นวดฝ่าเท้า

8. พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้บ้านเรือนไทย

9. กิจกรรมการนั่งเรือชมหิ่งห้อย

10. ที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home stay)

11. ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ภายในหมู่บ้าน เช่น การปลูกพืชผักปลอดสารพิษ การทำสมุนไพรลูกประคบ การทำสมุนไพรจากสมุนไพร การทำรูปหอม การทำผ้าบาติก

โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจความต้องการและความพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 86 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำแห่งนี้ โดยให้เหตุผลว่า การเดินทางสะดวกใกล้กรุงเทพฯ อากาศบริสุทธิ์ ได้ศึกษาการใช้ชีวิตตามธรรมชาติของคนในชุมชน สถานที่แห่งนี้เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคมไทยที่แสดงให้เห็น “การพึ่งตนเองให้มากที่สุด” สนุกสนาน เพลิดเพลิน ชอบธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่เป็นสวน บรรยากาศร่มรื่น สถานที่สวยงาม น่าเที่ยว มีของกินมากมาย รสชาติและราคาอาหารที่เหมาะสมไม่แพงจนเกินไป มีสินค้าชุมชนและ

สินค้าอื่นๆอย่างหลากหลาย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 84 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำใน ตลาดน้ำแห่งนี้ โดยให้เหตุผลว่า กิจกรรมน่าสนใจ มีสิ่งให้ศึกษาเรียนรู้อย่างหลากหลาย ชอบ ธรรมชาติและบรรยากาศภายในตลาดน้ำ ชอบอาหารไทย และขนมไทย ชอบบรรยากาศบ้านเรือน ไทย ชอบการวาดแผนไทย แม้ค้าและนักท่องเที่ยวคนไทยมีความเป็นกันเอง

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

1. ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ควรติดป้ายประชาสัมพันธ์สถานที่เที่ยวของ ตลาดบางน้ำผึ้งให้มากขึ้น ควรมีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ โดยเฉพาะป้ายบอกทางเข้ามาในตลาดควร ให้มีขนาดใหญ่ที่มองเห็นชัดเจน

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อยากให้มีการรับส่งเพิ่มมากขึ้นในการเดิน ทางเข้ามาในตลาดจนถึงเวลา 20.00 น.

3. อยากให้เปิดตลาดน้ำทั้งวันถึงตอนเย็นเพื่อให้มีเวลามากขึ้น โดยเฉพาะในวันอาทิตย์ ตลาดน้ำมักจะปิดเร็วอยากให้มีเวลามากขึ้น

4. ร้านค้าในคลองหนาแน่นเกินไป ทำให้ไม่เห็นธรรมชาติ ต้องแก้ไขให้ดูเหมาะสมกว่านี้

5. ควรมีถังขยะเพิ่มมากขึ้น

6. อยากให้มีของที่ระลึกขายมากกว่านี้

7. ควรมีมีคฤเทศก์ให้บริการตามจุดต่างๆ

8. อยากให้มีตลาดต้นไม้มากกว่านี้

9. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีรั้วกั้นบริเวณทางเดินริมคลองป้องกันเด็ก และผู้สูงอายุที่อาจจะเดินตกลงไปในคลอง ควรเพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้มากขึ้น

ข้อมูลการบริการและการเดินทาง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เปิดบริการวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 07.00-14.00 น. และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ที่ตรงกับวันจันทร์และวันศุกร์ (เอกสารประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำของอบต.บางน้ำผึ้ง)

1. การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ใช้เส้นทางควนพระราม 9 ลงสะพานแล้วขับรถไปตาม ถนนสุขสวัสดิ์ เลี้ยวซ้ายเข้าไปตลาดพระประแดง ขับตรงไปจนสังเกตเห็นร้านแว่นที่อปเจริญ ให้ เลี้ยวซ้ายแล้วขับตรงไปผ่านใต้สะพานวงแหวนอุตสาหกรรม ให้เลี้ยวขวาออกไปทางบางกอบัว แล้วข้ามสะพาน จากนั้นก็ตรงไปอีกประมาณ 4 กิโลเมตรก็จะถึงทางเข้า "วัดบางน้ำผึ้งใน" ให้เลี้ยว ขวาเข้าไปอีกประมาณ 600 เมตร ก็จะถึงตลาดน้ำ ระหว่างเส้นทางจะมีป้ายบอกทางเป็นระยะ

2. รถโดยสารประจำทาง สาย 6, 20, 82, ปอ. 506, 20, 82 และ 138 ไปลงที่พระประแดง แล้วต่อรถสายพระประแดง-บางกอบัว ไปลงที่ทางเข้าวัดบางน้ำผึ้งใน จากนั้นนั่งมอเตอร์ไซค์

รับจ้างเข้าไปยังตลาดน้ำ หรือ อาจจะนั่งรถสองแถวชลบุรีที่จอดอยู่หน้าที่ทำการอำเภอพระประแดง เข้าไปยังตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

3. การเดินทางโดยใช้เรือข้ามฟากจากท่าน้ำพระประแดงฝั่งที่มาจากตลาดสำโรง จะมีรถสองแถวจอดบริเวณอิมพีเรียลเวิร์ด ไปท่าน้ำพระประแดง ข้ามเรือไปยังฝั่งที่ทำการอำเภอพระประแดงจะมีท่ารถสองแถวชลบุรี วิ่งไปยังตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง หรือจะนั่งมอเตอร์ไซค์รับจ้างก็ได้



รูปที่ 19 กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

บริบทชุมชนตลาดน้ำดอนมะโนรา

ประวัติความเป็นมา

ตำบลดอนมะโนรามีลำคลองในพื้นที่หลายสาย วิถีชีวิตของคนในอดีตมีการใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก ตลาดน้ำจึงเป็นแหล่งค้าขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าที่เป็นผลิตผลทางการเกษตรที่ชาวบ้านปลูกในสวน และสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ด้วยสภาพพื้นที่ราบลุ่มที่มีน้ำขึ้น-น้ำลงของระดับน้ำในแม่น้ำลำคลอง ชาวบ้านจึงใช้วิธีการนัดหมายการมาพบกันที่ตลาดน้ำตามวันที่ตรงกับข้างขึ้น-ข้างแรม ในวัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ อีกทั้งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่ทำสวนผลไม้และพืชผักชนิดต่างๆ การกำหนดวันดังกล่าวนี้ทำให้ชาวสวนสามารถเก็บผลผลิตมาจำหน่ายได้ตามอายุการเจริญเติบโตที่เหมาะสมกับระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่ชาวบ้านมักจะเรียกว่า “ผลไม้แก่จัดหรือสุกได้ที่” จึงทำให้พืชผักผลไม้มีความสดตามธรรมชาติและมีความอร่อย ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำแห่งนี้เป็นวิถีการค้าเนินชีวิตที่เกิดขึ้นมาไม่น้อยกว่า 100 ปี และชาวบ้านในชุมชนแห่งนี้ก็จะยังคงอนุรักษ์ตลาดน้ำวิถีชีวิตแห่งนี้ไว้ตลอดไป ซึ่งชาวบ้านเรียกกันว่า “ตลาดน้ำปากคลองดอน หรือ ตลาดน้ำท่าคานัดบน”



รูปที่ 20 บรรยากาศการซื้อขายสินค้าที่บริเวณตลาดน้ำดอนมะโนรา

ทุกวันที่มีตลาดน้ำช่วงเวลาประมาณ 6 โมงเช้าชาวบ้านจะพายเรือนำสินค้าที่เป็นผลผลิตจากสวนมารวมตัวกันที่บริเวณหมู่ 5 ซึ่งมีคลอง 3 สายที่ตัดผ่านในหมู่บ้านมาบรรจบกัน ส่วนผู้ซื้อบางคนก็จะพายเรือมาตามลำคลอง บางคนก็จะมาโดยใช้เส้นทางถนนภายในหมู่บ้าน เรียกว่าใครสะดวกทางไหนก็มาทางนั้น บรรยากาศการซื้อขายสินค้าจะอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 06.00-08.00 น. หลังจากนั้นแม่ค้าก็จะเริ่มพายเรือล่องไปตามลำคลอง จากตำบลคอนมะโนรา ขึ้นไปจนถึงตลาดน้ำท่าคานต์ล่าง ซึ่งตั้งอยู่ที่ตำบลท่าคา อำเภอบางแพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นได้เลือกซื้อสินค้า และในระหว่างเส้นทางที่พายเรือล่องไปนั้นก็จอดแวะขายสินค้าระหว่างทางเรื่อยไป บรรยากาศของการซื้อขายสินค้าที่ตลาดน้ำจะสิ้นสุดลงเวลาประมาณ 11.00 น. ตลาดน้ำแห่งนี้ นอกจากจะเป็นแหล่งซื้อขายแล้ว ยังเป็นสถานที่พบปะของชาวบ้านในพื้นที่และตำบลใกล้เคียงมีการพูดคุยทักทาย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันและมีบรรยากาศดูอบอุ่น

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

การจัดการตลาดน้ำคอนมะโนราเป็นไปในลักษณะตามธรรมชาติของวิถีชีวิตชุมชน เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าตลาดน้ำส่วนใหญ่เป็นคนในตำบลคอนมะโนราและพื้นที่ใกล้เคียง เป็นบรรยากาศการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อการดำรงชีวิตประจำวันมากกว่าการทำธุรกิจการค้าเพื่อมุ่งหวังผลกำไร จะมีการนำสินค้ามาจำหน่ายในวันที่มีตลาดนัด

1. บริเวณพื้นที่บนบกของตลาดน้ำอยู่ในที่ดินของเอกชน เป็นกรรมสิทธิ์ของคนในตระกูลเก่าแก่ดั้งเดิมในชุมชน ส่วนพื้นที่ในลำคลองเป็นที่สาธารณะตามกฎหมาย เจ้าของที่ดินเก็บค่าใช้พื้นที่ในราคาที่ไม่แพงมากนัก และในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา ในวันที่ไม่มีตลาดน้ำสภาพพื้นที่บนบกก็จะกลายเป็นตลาดนัดที่มีพืชผักผลไม้ รวมทั้งมีอาหารสดและอาหารสำเร็จรูป จัดขายทุกวันจันทร์และพฤหัสบดี เวลาประมาณ 14.00-17.00 น. เป็นการสร้างโอกาสในการซื้อขายสินค้าให้แก่คนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งแม่ค้าในตลาดบางคนก็เป็นเจ้าของสวนพืชผักผลไม้ของตนเอง

2. มีผู้ประกอบการประมาณ 20-30 ราย ซึ่งเป็นไปตามวิถีการดำเนินชีวิตตามธรรมชาติของชาวบ้านที่ใครมีผลผลิตในสวนก็นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน นอกจากนี้ก็จะมีเรือพ่อค้าที่นำสินค้าอุปโภคที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตเข้ามาจำหน่ายในตลาดน้ำ

3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในเรื่องสถานที่จอดรถ ในด้านอื่นๆ ยังไม่มีมากนัก

4. มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ที่บริเวณทางแยกระหว่างเส้นทางที่จะมาตลาดน้ำโดยองค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา ซึ่งน่าจะมีการติดป้ายให้มากขึ้นโดยเริ่มจากถนนใหญ่ และปากทางเข้ามาในชุมชน เพื่อให้คนรู้จักมากขึ้น

สินค้าและผลิตภัณฑ์

สินค้าที่มีการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนกันในตลาดน้ำคอนมะโนรา ส่วนใหญ่ก็จะเป็นผลผลิต

ทางการเกษตร เช่น ผักและผลไม้ ที่ปลูกเองในสวน ดังนั้นราคาขาย จึงไม่แพงทำให้เป็นที่นิยมของพ่อค้าคนกลาง เจ้าของร้านอาหารในเขตดำเนินสะดวก เจ้าของบริษัทที่ทำอาหารจำหน่ายแก่ลูกค้า รวมทั้งชาวบ้านทั้งในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราและตำบลใกล้เคียง สินค้าและผลิตภัณฑ์มีดังต่อไปนี้

1. ประเภทผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ มะพร้าวอ่อน มะพร้าวแห้ง กล้วยหอม ละมุด อุ่น มะละกอ มันสำปะหลัง มะกอก มะดัน มะขม การเพาะพันธุ์มะพร้าวน้ำหอม มะม่วงน้ำดอกไม้ ฝรั่ง มะนาว สวนมะละกอ แดงกวา มะเขือ
2. ประเภทอาหารที่ใช้ในการทำกับข้าว เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ อาหารทะเล ปลาสด กุ้งสด
3. ประเภทอาหารปรุงสำเร็จ เช่น แกงชนิดต่างๆ ขนมจีน ห่อหมก
4. ประเภทอาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยวเรือ หอยทอด ผัดไทย
5. ประเภทขนมหวาน ขนมไทยชนิดต่างๆ
6. ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชน น้ำสมุนไพรเห็ดสามอย่าง ข้าวเกรียบเห็ด มันทอดกรอบ เผือกทอดกรอบ ขนมไทยโบราณ เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน ข้าวเหนียวหน้าปลา ห่อหมกปลาช่อน การทำยาจืด รำไทยทรงดำ การเลี้ยงกบ เลี้ยงปลา

กิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนราในอดีต ก่อนที่ผู้วิจัยจะเข้าไปศึกษาวิจัยนั้นพบว่า มีกิจกรรมการค้าขายตามปกติ เช่น การเลือกซื้อพืชผักผลไม้ การทำบุญใส่บาตรทางเรือยามเช้า มีประเพณีการแสดงไทยทรงดำ ทุกวันที่ 1 เดือนพฤษภาคม ของทุกปี มหกรรมกีฬาว่าวไทยทุกเทศกาลสงกรานต์ การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโตวัดคอนมะโนรา การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ศาลเจ้าแม่โต๊ะ ศาลเจ้าอาม้า ศาลเจ้าแป๊ะกง การนวดแผนโบราณ หลังจากคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชนได้ดำเนินการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จึงเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหลายรูปแบบ ดังนี้

1. นั่งเรือชมทัศนียภาพ การพายเรือชมสวน ชมหิ่งห้อยในยามค่ำคืน
2. ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay)
3. ขี่จักรยานชมสวนเกษตรในพื้นที่
4. ชมฟาร์มเห็ด การทำน้ำสมุนไพรเห็ดสามอย่าง
5. ชมการทำน้ำตาลสด (โรงงานอุตสาหกรรม)
6. อุตสาหกรรมครัวเรือนการทำน้ำตาลมะพร้าว
7. สาธิตการทำขนมไทยโบราณ
8. ชมสวนผลไม้ เช่น สวนอู่น
9. การนวดแผนโบราณ

โอกาสทางการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

การเดินทางมีความสะดวกทั้งทางรถยนต์และทางเรือ มีเส้นทางถนนเข้าสู่ตำบลคอนมะโนราหลายเส้นทาง ได้แก่ ทางตำบลขุนพิทักษ์ ทางด้านตลาดน้ำท่าคาและทางด้านปากทางเข้าวัดคอนมะโนราระหว่างบริเวณ กิโลเมตรที่ 27-28 บนถนนสายหลักเส้นทาง บางแพ-ดำเนินสะดวก-แม่กลอง การใช้เส้นทางเรือ มีคลองเชื่อมโยงเส้นทางจากคลองดำเนินสะดวกเข้าสู่พื้นที่ตำบลคอนมะโนรา

1. มีทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชนอย่างแท้จริงที่มีประวัติยาวนานไม่น้อยกว่า 100 ปี มีลำคลองหลายสายในพื้นที่ มีสวนมะพร้าว สวนผลไม้ชนิดต่างๆ ทำให้เกิดความร่มรื่น ยามค่ำคืนมีหิ่งห้อยในสวนซึ่งแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่

2. ด้านอาชีพ มีความหลากหลายในการทำอาชีพ มีภูมิปัญญาชาวบ้าน หมอเดินและการทำยาจีนซึ่งเป็นอาชีพแก่แก่ของคนในชุมชนที่ทำการอนุรักษ์ไว้ อาชีพการทำน้ำตาลมะพร้าว การทำเกษตรพอเพียงปลอดสารพิษ สวนผลไม้ ได้แก่ มะม่วง ฝรั่ง ชมพู่ มะละกอ ละครุด ส้มเขียว องุ่น กล้วยหอม กล้วยน้ำว่า มะพร้าวน้ำหอม พืชผักสวนครัวชนิดต่างๆ เช่น พริก มะเขือ มะละกอ แตงกวา ถั่วฝักยาว มะนาว มันเทศ ฯลฯ การทำขนมหวานไทยโบราณ อาหารพื้นบ้าน การเพาะเห็ดภูฐาน เห็ดโคนญี่ปุ่น เห็ดเป่าฮื้อ เห็ดนางฟ้า การทำน้ำสมุนไพรเห็ดสามอย่าง แห่แหงพะพันธุ์ มะพร้าวน้ำหอม โรงงานน้ำตาลสด การนวดแผนโบราณ

3. ด้านศาสนา ความเชื่อ มีหลวงพ่อโตวัดคอนมะโนรา มีศาลเจ้าแม่โตะ ศาลเจ้าอาม้า ศาลเจ้าเป๊ะกง ทุกปีจะมีเทศกาลถือศีลกินเจ มีการบวชชีพร่าห์ม ทำบุญผ้าป่าสามัคคีและทอดกฐิน

4. ด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีวัฒนธรรม มีการจัดงานเป็นประจำทุกปี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ การแข่งว่าวไทย ประเพณีรำไทยทรงดำ

5. การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำอัมพวา อุทยานรัชกาลที่ 2 ตลาดเก่าบางนกแขวก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

ด้วยความเป็นธรรมชาติของตลาดน้ำคอนมะโนรา ที่เป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน ที่ไม่มีการแข่งขันกันในเชิงธุรกิจ จึงทำให้มีมุมมองทางด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ยังไม่กว้างขวางมากนัก จากการเปิดตัวรองรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ มีการจัดการท่องเที่ยวที่รองรับโดยนำนิสิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เรียนรายวิชาการท่องเที่ยว เข้ามาพักที่ท่องเที่ยวและพักค้างคืนในรูปแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) มีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ควรจัดป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากกว่านี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบว่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ควรมีเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และเอกสารความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว สภาพถนนบางแห่งแคบไม่เหมาะกับการรับส่งนักท่องเที่ยว อาจจะมีเพิ่มรถหรือเรือนำเที่ยวในชุมชน ควรใช้เรือในการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังโฮมสเตย์จะทำให้ได้สัมผัสวิถีชีวิตทางน้ำมากขึ้น ควรมีแผนที่และมีไกด์นำเที่ยว

3. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ผลการจัดท่องเที่ยวนำร่อง ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องมิตรภาพระหว่างเจ้าบ้านกับผู้พักอาศัย ($\bar{x}=4.44$) และมีความพึงพอใจมาก (\bar{x} อยู่ระหว่าง 3.41–4.20) ในเรื่องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้พักอาศัย การบริการที่พัก (Home Stay) การบริการอาหาร การชมสวนเกษตรอินทรีย์ สวนออร์แกนิก สวนผักผลไม้ชนิดต่างๆ การทำขนมไทยโบราณ การแสดงประเพณีรำไทยทรงดำ การต้อนรับจากชาวบ้านและคณะนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นมัธยมศึกษา การศึกษาวิถีชีวิตผู้ประกอบการในตลาดน้ำดอนมะโนรา มีข้อเสนอแนะเรื่อง ไม่ควรใช้ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากโฟม ควรใช้ภาชนะที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ จะเป็นการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ ไม่ควรใช้น้ำในลำคลองล้างภาชนะใส่อาหาร ประเภทสินค้ายังมีไม่มากนัก ควรมีการวางแผนที่ดีในการจัดการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก การเข้าเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ควรแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อให้ทุกคนได้ชมอย่างทั่วถึง ถ้าพัฒนาอย่างจริงจังจะเป็นที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อยากให้อนุรักษ์ธรรมชาติเอาไว้ไม่อยากให้วิถีชีวิตของชาวบ้านเปลี่ยนแปลงไป เมื่อความเจริญเข้ามา

4. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เป็นวิถีชีวิตชาวบ้านอยู่กันอย่างอบอุ่น ในยามค่ำคืนควรมีไฟตามจุดต่างๆ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะบริเวณที่พักโฮมสเตย์ บริเวณทางที่เป็นถนนแคบมีสะพานข้ามคลองไม่สะดวกในการเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์อาจเกิดอันตรายได้ การใช้เรือต้องระมัดระวังให้มากขึ้นควรมีเสื้อชูชีพสำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อมูลการบริการและการเดินทาง

ตลาดน้ำดอนมะโนราตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 5 ตำบลดอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม การเดินทางสามารถใช้เส้นทางต่อไปนี้

1. จากกรุงเทพมหานครใช้เส้นทางพระราม 2 ถนนธนบุรี-ปากท่อ (ทางหลวงหมายเลข 35) เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 326 ผ่านตัวเมืองสมุทรสงคราม เข้าสู่ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 325 (เส้นทางไปดำเนินสะดวก-บางแพ) ไปประมาณ 8 กิโลเมตร ก่อนถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้สังเกตทางขวามือจะเห็นป้ายวัดดอนมะโนรา (จะต้องไปกลับรถ) เลี้ยวเข้าไปตามเส้นทางเข้าวัด อีกประมาณ 4 กิโลเมตรก็จะถึงตลาดน้ำดอนมะโนรา (รวมระยะทางจากกรุงเทพฯ ถึงตลาดน้ำดอนมะโนราประมาณ 80 กิโลเมตร)

2. จากกรุงเทพมหานครใช้เส้นทางถนนบรมราชชนนี-พุทธมณฑล ผ่านจังหวัดนครปฐม มุ่งหน้าไปทางจังหวัดราชบุรี เมื่อถึงสี่แยกบางแพให้เลี้ยวซ้ายเข้าถนนบางแพ-ดำเนินสะดวก เมื่อผ่านอำเภอดำเนินสะดวกไปประมาณ 8 กิโลเมตร ให้สังเกตทางเข้าวัดคอนมะโนราจะอยู่ซ้ายมือ ระหว่างหลักกิโลเมตรที่ 27-28 เลี้ยวเข้าไปตามเส้นทางเข้าวัด อีกประมาณ 4 กิโลเมตรก็จะถึงตลาดน้ำคอนมะโนรา

3. การเดินทางโดยใช้เรือ สามารถนั่งเรือจากอำเภอเมืองสมุทรสงคราม หรือนั่งเรือจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก มายังตลาดน้ำคอนมะโนราได้ หรือหากต้องการเที่ยวตลาดน้ำในวันเดียว 5 แห่ง สามารถนั่งเรือจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นคลองที่เชื่อมโยงถึงตลาดน้ำปากคลองคอนมะโนรา ไปจนถึงตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย และตลาดน้ำอัมพวาได้



รูปที่ 21 ผลผลิตน้ำชมชนตำบลคอนมะโนรา

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) ผู้วิจัยได้นำเทคนิควิธีการที่หลากหลาย มาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดความร่วมมือ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีความถูกต้องตามความเป็นจริง และเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ปฏิบัติการวิจัยที่ตลาดน้ำคอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความสะดวกในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และสื่อความหมายได้เข้าใจตรงกันผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และความหมายไว้ดังต่อไปนี้

\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of freedom)
t	แทน	การแจกแจงแบบ t (t-distribution)
P-value	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกล้นัยสำคัญทางสถิติ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปตามขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ผลการสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ แหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ผลการประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา ในระยะเริ่มต้นการวิจัย ผู้วิจัยจัดประชุมผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ปฏิบัติการตำบลคอนมะโนรา 8 หมู่บ้าน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย แจ้งกำหนดการและแผนการดำเนินการวิจัย และเป็นการสร้างความร่วมมือกับ

คณะผู้บริหารชุมชน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา โดยได้สอบถามสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ จำนวนนักท่องเที่ยว ความต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ และแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคอนมะโนรา

3. ผลจากแบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน ได้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำแต่ละแห่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 50 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 50 คน เพื่อนำข้อมูลด้านพฤติกรรมและความความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ ไปใช้ในการวางแผนพัฒนาตลาดน้ำคอนมะโนรา

4. ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลคอนมะโนรา จำนวน 42 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยว ทราบทัศนคติของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมองเห็นถึงประโยชน์ คุณค่า ของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ได้ทราบข้อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ

5. ผลจากแบบสอบถามสำหรับประชาชน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนกับกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในชุมชน 8 หมู่บ้าน จำนวน 346 คน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในด้านการแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนและประโยชน์ของการท่องเที่ยว และเพื่อต้องการทราบทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

6. ผลการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจัดประชุมกลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพื่อระดมความคิดเห็น และรับฟังหลักการ ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับ “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน” มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเข้าร่วม จำนวน 10 คน มีการเก็บข้อมูลการประชุมโดยการบันทึกวิดีโอเทป บันทึกภาพ และจัดทำรายงานบันทึกการประชุม

7. ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นของคนในชุมชน ในการจัดทำแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำตามรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการค้นพบปัญหา และค้นหาคำตอบร่วมกัน ได้นำเทคนิควิธีการวิเคราะห์ชุมชน โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อค้นหาศักยภาพชุมชน และใช้เทคนิค Problem tree เป็นแนวทางการวางแผน

ปฏิบัติการท่องเที่ยวโดยชุมชน การประชุมจัดขึ้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2554 ที่ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 35 คน

8. ผลการประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน การประชุมจัดขึ้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2554 ที่ห้องประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 51 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ นุเคราะห์ทางการท่องเที่ยวภาครัฐ เอกชนในจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียงได้มีเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน ผู้วิจัยใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ SWOT Analysis เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง และใช้เทคนิค Problem tree เพื่อแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหา และหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุน

9. ผลการจัดการท่องเที่ยวนำร่อง หลังจากที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในชุมชนได้ร่วมกันวางแผนการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราแล้ว ทำให้เกิดการรวมกลุ่มชาวบ้านที่ต้องการจะต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (Home Stay) ชาวบ้านได้เตรียมการต้อนรับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการท่องเที่ยว ของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 71 คน การจัดการท่องเที่ยวนำร่องจัดขึ้นเมื่อวันที่ 3-4 กันยายน 2554 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ผลการสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ผู้วิจัยลงพื้นที่ตลาดน้ำ 5 แห่ง เพื่อสังเกตสถานการณ์การท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อให้เห็นความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า ด้านราคาสินค้าและการบริการ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ แหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการสังเกตแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงผลการสังเกตตลาดน้ำ

รายการสังเกต	ชื่อตลาดน้ำ				
	ดำเนินสะดวก	ดลิ่งพัน	วัดลำพญา	บางน้ำผึ้ง	ดอนมะโนรา
ด้านความปลอดภัย					
1. มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	มี	มี	มี	มี	ไม่มี
2. มีสำนักงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ	มี	มี	มี	มี	ไม่มี
3. ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ	มี	มี	มี	มี	มี
4. ความปลอดภัยบริเวณทางเดินริมน้ำ	มี	มี	มี	มี	มี
5. ความปลอดภัยการขึ้น-ลงเรือ บริเวณท่าเทียบเรือ	มี	มี	มี	มี	มีน้อย
6. มีการรักษาความปลอดภัยในการนั่งในเรือ	มี	มี	มี	มี	มีน้อย
ด้านความสะอาด					
1. มีภาชนะจัดเก็บขยะอย่างเพียงพอ	มี	มีน้อย	มี	มี	มีน้อย
2. ความสะอาดในแม่น้ำลำคลอง	มี	มี	มี	มี	มี
3. ความสะอาดบริเวณพื้นที่โดยรวม	มี	มี	มี	มี	มี
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	มี	มี	มี	มี	ไม่มี
5. ความสะอาดของร้านอาหารที่ตั้งอยู่บนบก	มี	มี	มี	มี	มี
6. ความสะอาดของร้านอาหารที่อยู่ในเรือ	มี	มี	มี	มี	มี
ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า					
1. อาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพดี	มี	มี	มี	มี	มี
2. อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ	มี	มี	มี	มี	มี

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการสังเกตตลาดน้ำ	ชื่อตลาดน้ำ				ดอนมะโนรา
	ดำเนินสะดวก	ตลิ่งชัน	วัดลำพญา	บางน้ำผึ้ง	
3. สินค้าและของที่ระลึกมีคุณภาพดี	มี	มี	มี	มี	มี
4. สินค้าที่ผลิตจากชุมชนมีคุณภาพดี	มี	มี	มี	มี	มี
ด้านราคาสินค้าและการบริการ					
1. อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม	น้อย	มี	มี	มี	มี
2. สินค้าและของที่ระลึกที่จำหน่ายมีราคาเหมาะสม	น้อย	มี	มี	มี	มี
3. ค่าบริการนั่งเรือมีความเหมาะสม	น้อย	มี	มี	มี	มี
4. ค่าบริการห้องน้ำมีความเหมาะสม	มี	มี	มี	มี	ไม่มี
5. ค่าเข้าชมสถานที่มีความเหมาะสม	มี	มี	มี	มี	ไม่มี
6. ค่าบริการมัคคุเทศก์นำเที่ยวมีความเหมาะสม	มี	มี	มี	มี	ไม่มี
7. ค่าที่พักมีความเหมาะสม	น้อย	ไม่มี ที่พักร	ไม่มี ที่พักร	มี	ไม่มี ที่พักร
ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนาความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และแหล่งเรียนรู้					
1. ศาสนสถาน	มี	มี	มี	มี	มี
2. สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	มี	มี	มี	มี	มี
3. โบราณวัตถุ หรือสิ่งเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์	มี	มี	มี	มี	มี
4. โรงเรียน	มี	มี	มี	มี	มี
5. พิพิธภัณฑ์	มี	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี
6. แหล่ง/ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน	มี	มี	มี	มี	มี
7. มรดกทางศิลปะ	มี	มี	มี	มี	มี
8. มรดกทางวัฒนธรรม	มี	มี	มี	มี	มี
9. มรดกทางชาติพันธุ์	มี	มี	มี	มี	มี
ด้านแหล่งอาชีพ					
1. สวนผักและสวนผลไม้	มี	มี	มี	มี	มี

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการสังเกตตลาดน้ำ	ชื่อตลาดน้ำ				
	ดำเนินสะดวก	ดลิ่งชัน	วัดลำพญา	บางน้ำผึ้ง	ดอนมะโนรา
2. สวนไม้ดอก/ไม้ประดับ	มี	มี	มี	มี	มี
3. สวนสมุนไพร	มี	มี	มี	มี	มี
4. อุตสาหกรรมการครัวเรือน	มี	มี	มี	มี	มี
5. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	มี	มี	มี	มี	มี
6. ผลิตภัณฑ์อาหาร	มี	มี	มี	มี	มี
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว					
1. กิจกรรมนั่งเรือชมธรรมชาติ	มี	มี	มี	มี	มี
2. กิจกรรมพายเรือ	มี	มี	มี	มี	มี
3. กิจกรรมตกปลา ตกกุ้ง	มี	ไม่มี	มี	มี	มี
4. กิจกรรมนวดแผนโบราณ	มี	มี	มี	มี	มี
5. กิจกรรมอบสมุนไพรไทย	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี	มี
6. กิจกรรมดนตรี	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
7. กิจกรรมงานศิลปะ	มี	มี	มี	มี	มี
8. กิจกรรมกีฬาทางน้ำ	มี	มี	ไม่มี	มี	มี
9. กิจกรรมกีฬาบนบก	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี
10. กิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี เช่น วันสงกรานต์	มี	มี	มี	มี	มี
11. กิจกรรมทางศาสนา เช่น ไหว้พระ ใ้บาตร	มี	มี	มี	มี	มี
12. งานมหกรรม /เทศกาล	มี	มี	มี	มี	มี

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำดลิ่งชัน โดยภาพรวมมีความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนมะโนราไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ไม่มีสำนักงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ มีความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถและบริเวณทางเดินริมน้ำ แต่ความปลอดภัยการขึ้น-ลงเรือบริเวณท่าเทียบเรือมีน้อย และการรักษาความปลอดภัยในการนั่งในเรือมีน้อย

ด้านความสะอาด โดยภาพรวมตลาดน้ำแต่ละแห่งมีความสะอาดดี ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและที่ตลาดน้ำดอนมะโนรา มีภาชนะจัดเก็บขยะน้อย และยังไม่มียี่ห้อบริการนักท่องเที่ยว

ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า โดยภาพรวมตลาดน้ำแต่ละแห่ง คุณภาพอาหารและสินค้ามีความเหมาะสม

ด้านราคาสินค้าและการบริการที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ราคาอาหาร เครื่องดื่ม สินค้า และของที่ระลึก ค่าบริการนั่งเรือ ค่าที่พักมีความเหมาะสมน้อย จากการสังเกตพบว่าราคาอาหาร สินค้าของที่ระลึก ราคาค่อนข้างแพง ส่วนที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และตลาดน้ำวัดลำพญา นั้น ด้านราคาสินค้าและการบริการโดยภาพรวมมีความเหมาะสม ที่ตลาดน้ำดอนมะโนรา ราคาอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าและของที่ระลึกที่กำหนด ค่าบริการนั่งเรือ มีความเหมาะสมเช่นกัน ส่วนรายการอื่นๆ ยังไม่มีการจัดบริการ

ตลาดน้ำทั้ง 5 แห่งมีศาสนสถาน สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ หรือสิ่งเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ หลายรายการ ยกเว้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำดอนมะโนราไม่มีพิพิธภัณฑ์

ตลาดน้ำทั้ง 5 แห่ง มีแหล่งอาชีพที่เหมือนกันคือ การทำสวนผักและสวนผลไม้ สวนไม้ดอก/ไม้ประดับ สวนสมุนไพร มีอุตสาหกรรมครัวเรือน ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และผลิตภัณฑ์อาหาร

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำวัดดอนมะโนรา มีกิจกรรมที่เหมือนกันคือ การนั่งเรือชมธรรมชาติ การพายเรือ กิจกรรมนวดแผนโบราณ กิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี เช่น วันสงกรานต์ กิจกรรมทางศาสนา เช่น ไหว้พระ ใสบาตร มีเทศกาลบวชชีพร่าห์ เทศกาลกินเจ เทศกาลวันสำคัญทางศาสนา และนิทรรศการ ส่วนกิจกรรมอื่นๆมีแตกต่างกันไปตามศักยภาพของพื้นที่ เช่น ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีดนตรีในสวน ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันมีการแสดงดนตรี

2. ผลการประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา

การประชุมเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ตำบลคอนมะโนรา เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และแสดงความคิดเห็น และเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา มีการเก็บข้อมูลการประชุมโดยการบันทึกวิดีโอเทป บันทึกภาพ และจัดทำรายงานการประชุม จัดการประชุมขึ้นในระหว่างวันที่ 7-14 มีนาคม พ.ศ. 2554 โดยมีการรวมกลุ่มประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน

ตารางที่ 8 แสดงวัน เวลา สถานที่ จำนวนคนที่เข้าร่วมประชุมในตำบลคอนมะโนรา

ชื่อหมู่บ้าน (วัน/เวลา/สถานที่ประชุม)	ผลที่ได้รับจากการประชุม/ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
หมู่ 1 บ้านบังปิ่น วันอังคารที่ 8 มี.ค.54 เวลา 13.00 น. ณ บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 1	มีผู้เข้าร่วมประชุม 30 คน ชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก ชาวบ้านเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อชาวบ้านจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น ทราบข้อมูลว่ามีหมอดินอยู่ในหมู่บ้าน 1 คน/มีการทำเตาตาล (การเกี่ยวน้ำตาล) 1 แห่ง/มีโรงเรียน 1 แห่ง/มีศาลเจ้า 1 แห่ง และมีตลาดนัด ทุกวันที่เป็นข้างขึ้น-ข้างแรม 5 ค่ำ 10 ค่ำ 15 ค่ำ ซึ่งจะมีชาวบ้านนำผลผลิตจากสวนมาจำหน่ายในราคาถูก
หมู่ 2 บ้านคลองรางกล้วย วันศุกร์ที่ 11 มี.ค.54 เวลา 14.00 น. ณ บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 2	มีผู้เข้าร่วมประชุม 28 คน ชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก ชาวบ้านอยากให้ช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น มีสวนมะพร้าว กล้วย ฝรั่ง มะละกอ ละครูด ส้มเซ้ง มะนาว คะน้า กวางคุ้ง ข่า ตะไคร้ ชาวบ้านอยากให้ช่วยคิดป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อนักท่องเที่ยวหรือคนนอกชุมชนจะได้รู้จักมากขึ้น
หมู่ 3 บ้านคอนสาม วันพุธที่ 9 มี.ค.54 เวลา 14.00 น. ณ บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3	มีผู้เข้าร่วมประชุม 28 คน ชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก ชาวบ้านเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อชาวบ้านจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ คือ พายเรือชมสวน พบว่าในพื้นที่มีสวนองุ่น สวนละครูด มีกลุ่มแม่บ้านร่วมกันทำขนมจำหน่าย เช่น เค้กกล้วยหอม กล้วยฉาบ มันฉาบ เผือกฉาบ แหนมเห็ด มีชาวบ้านที่มีความสามารถรำไทยทรงดำ

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ชื่อหมู่บ้าน (วัน/เวลา/สถานที่ประชุม)	ผลที่ได้รับจากการประชุม/ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
<p>หมู่ 4 บ้านรายน้ำผึ้ง วันจันทร์ที่ 14 มี.ค.54 เวลา 14.00 น. ณ บ้านผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4</p>	<p>มีผู้เข้าร่วมประชุม 52 คน ชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก อยากให้นักท่องเที่ยวมาชิม น้ำตาลสด ชมสวนผลไม้ ชมการทำฟาร์มเห็ด ชาวบ้านเห็นด้วยกับ การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น มีสวนมะพร้าว ฝรั่ง มะละกอ มะม่วง มีการทำฟาร์มเห็ด การทำน้ำสมุนไพรเห็ดสาม อย่าง มีโรงงานน้ำตาลสด สามารถให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมได้ และมี ตลาดนัดทุกวันศุกร์ตอนบ่าย</p>
<p>หมู่ 5 บ้านดอนมะโนรา วันพฤหัสบดีที่ 10 มี.ค.54 เวลา 13.00 น. ณ บริเวณศาลเจ้าแม่โต๊ะ</p>	<p>มีผู้เข้าร่วมประชุม 38 คน การท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้ มี นักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก พื้นที่หมู่ 5 เป็นที่ตั้งตลาดน้ำ มีบ้านเรือน ไทยเก่าแก่ 1 หลัง เคยต้อนรับนักท่องเที่ยวพักค้างคืนแบบโฮมสเตย์ ชาวบ้านเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อจะได้มีรายได้ เพิ่มขึ้น อยากให้นักท่องเที่ยวมาไหว้หลวงพ่อดโต ไหว้ศาลเจ้า มี เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลกินเจ เทศกาลบวชชีพร่าห์มี มีโรงเรียน 1 แห่ง มีวัด 1 แห่ง มีโรงพยาบาลชุมชน 1 แห่ง มีศาลเจ้า 1 แห่ง และทุกวันจันทร์ตอนบ่ายจะมีตลาดนัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และผลผลิตทางการเกษตรจากสวนของชาวบ้าน</p>
<p>หมู่ 6 บ้านอาม้าพัฒนา วันจันทร์ที่ 7 มี.ค.54 เวลา 13.00 น. ณ สถานีอนามัยหมู่ที่ 6</p>	<p>มีผู้เข้าร่วมประชุม 31 คน ชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มากนัก อยากให้นักท่องเที่ยวมาดู การทำน้ำตาลมะพร้าว ชาวบ้านเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ชาวบ้านจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น มีโรงพยาบาลชุมชน 1 แห่ง มีสวน ฝรั่ง มะละกอ ยาสูบ มีการหันยาจัดด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการทำ ขนมไทยโบราณ มีการนวดแผนโบราณ</p>
<p>หมู่ 7 บ้านหนองปลาเล็ก วันพฤหัสบดีที่ 10 มี.ค.54 เวลา 10.00 น. ณ บริเวณอาคารศูนย์ผลิต ปุ๋ยชีวภาพ</p>	<p>มีผู้เข้าร่วมประชุม 24 คน ชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก ชาวบ้านส่วนใหญ่เห็นด้วยกับ การพัฒนาการท่องเที่ยว ชาวบ้านจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น พบผู้นำสตรี เป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ให้ข้อมูลว่าดอนมะโนราเหมาะสมที่จะพัฒนา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีเส้นทางเข้าสู่ดอนมะโนราหลายเส้นทาง ชาวบ้านอยากให้คิดป้ายขนาดใหญ่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำที่บริเวณ</p>

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ชื่อหมู่บ้าน (วัน/เวลา/สถานที่ประชุม)	ผลที่ได้รับจากการประชุม/ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
	ถนนหลักเส้นทางดำเนิน-แม่กลอง เพื่อคนจะได้รู้จักมากขึ้น ในพื้นที่มีศาลเจ้า 1 แห่ง มีศูนย์ผลิตปุ๋ยชีวภาพ 1 แห่ง มีสวนมะพร้าวอ่อน กล้วยหอม กล้วยน้ำว่า ฝรั่ง มะม่วง ละมุด มีสวนผักกวางตุ้ง มะละกอ บวบ ฯลฯ อยากให้มีการพัฒนาถนน ติดตั้งไฟฟ้าเพิ่ม เพื่อให้สว่างมากขึ้นเวลากลางคืน
หมู่ 8 บ้านคลองแค วันพฤหัสบดีที่ 10 มี.ค.54 เวลา 14.00 น. ณ ศาลาประเสริฐทิพย์	มีผู้เข้าร่วมประชุม 34 คนชาวบ้านให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มาก ชาวบ้านเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เทศกาลที่นักท่องเที่ยวสามารถจะมาเที่ยวชมได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลกินเจ ชาวบ้านจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้น อยากให้มีการพัฒนาสถานที่และอุปกรณ์ออกกำลังกาย พบว่า มีสถานที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน มีสวนมะพร้าว สวนมะละกอ สวนผัก เช่น ถั่วฝักยาว มะเขือ กระเพรา มันเทศ เผือก ฯลฯ

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผลจากการประชุมผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราในแต่ละหมู่บ้านพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่มากนัก ชาวบ้านต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในตำบลคอนมะโนรามากขึ้น จะได้ขายของได้มากขึ้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ คือ นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ หลวงพ่อโต วัดคอนมะโนรา ศาลเจ้า ชมการทำน้ำตาลมะพร้าว พายเรือชมสวน หรือขี่จักรยานเที่ยวชม ในหมู่บ้าน มีเทศกาลที่นักท่องเที่ยวสามารถจะมาเที่ยวชมได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลกินเจ บวชชีพร่าห์ อยากให้มีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคอนมะโนราให้มากขึ้นนักท่องเที่ยวจะได้รู้จักมากขึ้น อยากให้มีการพัฒนาสถานที่และอุปกรณ์ออกกำลังกาย พัฒนาถนน ติดตั้งไฟฟ้าเพิ่มขึ้น เพื่อให้สว่างมากขึ้นเวลากลางคืน

ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการทำอาชีพของคนในชุมชน และมีความสนใจที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา เนื่องจากมีทรัพยากรที่เหมาะสม เช่น ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชนที่มีอายุไม่น้อยกว่า 100 ปี มีภูมิปัญญาชาวบ้านในเรื่องการทำยาจืด การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำขนมไทยโบราณ การทำสวนผักและสวนผลไม้ นานาชนิด มีวัดคอนมะโนราเป็นวัดเก่าแก่ที่มีหลวงพ่โตเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ประชาชนเคารพนับถือและมี

ชื่อเสียงมายาวนาน มีศาลเจ้าอาม้า ศาลเจ้าแม่โต๊ะ ศาลเจ้าแป๊ะกง ที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือ มีเทศกาลสำคัญประจำปี เช่น เทศกาลบวชชีพราหมณ์ เทศกาลกินเจ มีประเพณีไทยทรงดำ

ประชาชนต้องการให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวรู้จักและเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ประชาชนจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้า และผลผลิตทางการเกษตร ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น ต้องการปรับปรุงถนนในชุมชน ต้องการให้ติดไฟให้แสงสว่างบริเวณถนนในหมู่บ้านให้มากขึ้น



รูปที่ 22 แสดงบรรยากาศการประชุมผู้นำชุมชนและประชาชนในตำบลคอนมะโนรา

3. ผลการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ตารางที่ 9 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไป	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (N=200)		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	55	13.75	86	21.50	141	35.25
หญิง	145	36.25	114	28.50	259	64.75
รวม	200	50.00	200	50.00	400	100.00
อายุ						
อายุ ต่ำกว่า 20 ปี	28	7.00	6	1.50	34	8.50
อายุ 20-30 ปี	64	16.00	46	11.50	110	27.50
อายุ 31-40 ปี	45	11.50	33	8.25	78	19.50
อายุ 41-50 ปี	33	8.25	58	14.50	91	22.75
อายุ 51-60 ปี	23	5.75	30	7.50	53	13.25
อายุ 60 ปีขึ้นไป	7	1.25	27	6.75	34	8.50
รวม	200	50.00	200	50.00	400	100.00
สถานภาพ						
โสด	129	32.25	72	18.00	201	50.25
สมรส	59	14.75	121	30.25	180	45.00
หย่า/แยกกันอยู่	4	1.00	4	1.00	8	2.00
หม้าย	8	2.00	3	0.75	11	2.75
รวม	200	50.00	200	50.00	400	100.00
อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	38	9.50	19	4.75	57	14.25
รับราชการ	25	6.25	8	2.00	33	8.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.00	7	1.75	19	4.70
พนักงานบริษัทเอกชน	55	13.25	92	23.00	147	36.25
รับจ้าง/กรรมกร	30	7.50	25	6.25	55	13.75

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	นักท่องเที่ยว		นักท่องเที่ยว		รวม	
	ชาวไทย (N=200)		ชาวต่างประเทศ (N=200)			
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจ	21	5.25	28	7.00	49	12.25
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	9	2.25	-	-	9	2.25
เกษตรกร	3	0.75	-	-	3	0.75
กำลังสมัครงาน	4	1.00	-	-	4	1.00
เกษียณอายุ (Retirement)	3	0.75	21	5.25	24	6.00
รวม	200	50.00	200	50.00	400	100.00
ระดับการศึกษา						
ระดับประถมศึกษา	11	2.75	-	-	11	2.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	4.00	-	-	16	4.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	33	8.25	17	4.25	50	12.50
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	20	5.00	38	9.50	58	14.50
ปริญญาตรี	95	23.75	139	34.75	234	58.50
สูงกว่าปริญญาตรี	25	6.25	6	1.50	31	7.75
รวม	200	50.00	200	50.00	400	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 36.25 มีอายุ 20-30 ปีร้อยละ 16.00 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปีร้อยละ 11.25 มีสถานภาพโสดร้อยละ 32.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 13.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 23.75

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 28.50 มีอายุ 41-50 ปีร้อยละ 14.50 รองลงมา มีอายุ 20-30 ปีร้อยละ 11.50 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 30.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 23.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 34.75

สรุปโดยรวมนักท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64.75 มีอายุ 20-30 ปีร้อยละ 27.50 มีสถานภาพโสดร้อยละ 50.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 36.25 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 58.50

ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย

จำนวนเงินรายได้(เฉลี่ยต่อเดือน)	นักท่องเที่ยวชาวไทย (N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 5,000 บาท	12	3.00
2) รายได้ 5,001-10,000 บาท	23	5.75
3) รายได้ 10,001-15,000 บาท	33	8.25
4) รายได้ 15,001-20,000 บาท	33	8.25
5) รายได้ 20,001-25,000 บาท	14	1.75
6) รายได้ 25,001-30,000 บาท	8	1.00
7) มากกว่า 30,000 บาท	35	8.75
8) ไม่มีรายได้(นักศึกษา)	42	10.50
รวม	200	50.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทร้อยละ 8.75 รองลงมาได้ 10,001-15,000 บาทร้อยละ 8.25 และมีรายได้ 15,001-20,000 บาทร้อยละ 8.25 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จำนวนเงินรายได้(เฉลี่ยต่อเดือน)	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (N=200)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้น้อยกว่า 10,000 USD.	43	10.75
รายได้ 10,001-20,000 USD.	41	10.25
รายได้ 20,001-30,000 USD.	66	16.50
รายได้มากกว่า 30,000 USD.	50	12.50
รวม	200	50.00

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 USD. คิดเป็นร้อยละ 16.50

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภูมิลำเนาเดิมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	ร้อยละ
1) กรุงเทพมหานคร	92	23.00
2) นนทบุรี	26	6.50
3) นครปฐม	14	3.50
4) สมุทรปราการ	23	5.75
5) สมุทรสาคร	2	0.50
6) อโยธยา	1	0.25
7) อ่างทอง	2	0.50
8) ปทุมธานี	4	1.00
9) ราชบุรี	23	5.75
10) ชลบุรี	2	0.50
11) นุรีรัมย์	1	0.25
12) อุทัยธานี	2	0.50
13) ประจวบคีรีขันธ์	1	0.25
14) สงขลา	3	0.75
15) พัทลุง	2	0.50
16) สตูล	2	0.50
รวม	200	50.00

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวตลาดน้ำส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานครร้อยละ 23.00

ตารางที่ 13 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ภูมิลำเนาเดิม	จำนวนนักท่องเที่ยว	ร้อยละ
---------------	--------------------	--------

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	(คน)	
1) ประเทศสหรัฐอเมริกา	32	8.00
2) ประเทศอังกฤษ	18	4.50
3) ประเทศออสเตรเลีย	7	1.75
4) ประเทศอาร์เจนตินา	2	0.50
5) ประเทศฝรั่งเศส	9	2.25
6) ประเทศเยอรมัน	22	5.50
7) ประเทศโปแลนด์	2	0.50
8) ประเทศแคนาดา	4	1.00
9) ประเทศตุรกี	2	0.50
10) ประเทศบราซิล	2	0.50
11) ประเทศสวีตเซอร์แลนด์	3	0.75
12) ประเทศฟินแลนด์	7	1.75
13) ประเทศเบลเยียม	3	0.75
14) ประเทศเนเธอร์แลนด์	4	1.00
15) ประเทศนอร์เวย์	6	1.50
16) ประเทศญี่ปุ่น	8	2.00
17) ประเทศรัสเซีย	4	1.00
18) ประเทศอินเดีย	8	2.00
19) ประเทศปากีสถาน	6	1.50
20) ประเทศมาเลเซีย	4	1.00
21) ประเทศสิงคโปร์	4	1.00
22) ประเทศฟิลิปปินส์	4	1.00
23) ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนพม่า	4	1.00
24) ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน	18	4.50
25) ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี	11	2.75
26) ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเวียดนาม	6	1.50
รวม	200	50.00

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 8.00 รองลงมาคือประเทศเยอรมัน ร้อยละ 5.50 ประเทศอังกฤษ และประเทศ

ครั้งแรก	32	11.20	43	15.25	45	15.75	48	16.80	168	42.00
ครั้งที่สอง	10	3.50	4	1.40	3	1.05	2	0.70	19	4.75
มากกว่าสองครั้ง	8	2.80	3	1.05	2	0.70	-	-	13	3.25
รวม	50	17.50	50	17.50	50	17.50	50	17.50	200	50.00

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำพบว่า ที่ตลาดน้ำวัดลำพญา มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกมากที่สุดร้อยละ 16.80 รองลงมาคือตลาดน้ำบางน้ำผึ้งร้อยละ 15.75 ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันร้อยละ 15.05 และที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกร้อยละ 11.50

และพบว่าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาครั้งที่สองมากที่สุดร้อยละ 3.50 รองลงมาคือ ตลาดน้ำตลิ่งชันร้อยละ 1.40 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งร้อยละ 1.05 ตลาดน้ำวัดลำพญา ร้อยละ 0.70

มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำมากกว่าสองครั้งในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากที่สุดร้อยละ 2.80 รองลงมาคือตลาดน้ำตลิ่งชันร้อยละ 1.05 และตลาดน้ำบางน้ำผึ้งร้อยละ 0.70

และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำครั้งแรกมากที่สุดร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ครั้งที่สองร้อยละ 4.75 และมากกว่าสองครั้ง ร้อยละ 3.25

ตารางที่ 16 จำนวนและค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดน้ำ

วัตถุประสงค์	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยว	72	36.00	66	33.00
เพื่อการศึกษาศึกษา/ทัศนศึกษา	13	6.50	15	7.50
เพื่อการพักผ่อน	55	27.50	78	39.00
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	3	1.50	-	-
รับประทานอาหาร	33	16.50	56	28.00
ซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	13	6.50	34	17.00
กิจกรรมทางศาสนา	6	3.00	-	-
ถ่ายรูป	2	1.00	-	-
ชมทิวทัศน์ธรรมชาติ	-	-	18	9.00
การติดต่อธุรกิจ	-	-	6	3.00
การแสวงหาประสบการณ์ใหม่	-	-	8	4.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุดร้อยละ 36.00 รองลงมาคือมาเพื่อการพักผ่อนร้อยละ 27.50

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เดินทางมาตลาดน้ำเพื่อการพักผ่อนมากที่สุดร้อยละ 39.00 รองลงมาคือมาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวร้อยละ 33.00 และรองลงมาคือเพื่อรับประทานอาหารร้อยละ 28.00

ตารางที่ 17 จำนวนและค่าร้อยละลักษณะของผู้ร่วมเดินทางมาตลาดน้ำ

ลักษณะ ของผู้ร่วมเดินทาง	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คนเดียว	4	1.00	7	1.75
กลุ่มเพื่อน	84	21.00	68	17.00
ครอบครัว /ญาติ	97	24.25	49	12.25
บริษัทนำเที่ยว	6	1.50	50	12.50
กลุ่มทัศนศึกษา	7	1.75	23	5.75
การนำเที่ยวของหน่วยงาน	2	0.50	-	-
คู่หมั้น	-	-	3	0.75
รวม	200	50.00	200	50.00

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติมากที่สุดร้อยละ 24.25 รองลงมาคือเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนร้อยละ 21.00

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนมากที่สุดร้อยละ 17.00 รองลงมาคือเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 12.50 และเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 12.25

ตารางที่ 18 จำนวนและค่าร้อยละวิธีการเดินทางมาตลาดน้ำ

วิธีการเดินทาง	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	26	6.50	14	3.50
รถมอเตอร์ไซด์	16	4.00	4	1.00
รถบริษัทนำเที่ยว	11	2.75	50	12.50
รถยนต์ส่วนตัว	128	32.00	12	3.00
รถรับจ้าง	14	3.50	84	21.00
เรือ	5	1.25	28	7.00
รถจักรยาน	-	-	8	2.00
รวม	200	50.00	200	50.00

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาตลาดน้ำด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.00 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาตลาดน้ำด้วยรถรับจ้างมากที่สุดร้อยละ 21.00 รองลงมาคือเดินทางมาตลาดน้ำด้วยรถบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 12.50

ตารางที่ 19 จำนวนเงินที่จ่ายให้กับผู้ดำเนินการในการมาเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในกรณี que เดินทางมาที่บริษัทนำเที่ยว/กลุ่มการศึกษา /หน่วยงาน/ชมรม

ชื่อตลาดน้ำ	จำนวนเงินต่อคน (บาท)
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	
คณะทัวร์(กรุงเทพฯ-ดำเนิน/องค์การขนส่งมวลชนเป็นผู้จัด)	199
บริษัทนำเที่ยว(รถบัสจากจังหวัดสตูล-ดำเนิน)	1,000
ตลาดน้ำตลิ่งชัน(ไม่พบข้อมูลผู้ดำเนินการ)	-
ตลาดน้ำวัดลำพญา (บริษัทนำเที่ยวรถตู้)	300
ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (บริษัทนำเที่ยวรถตู้)	400

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นคณะทัวร์ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) กรุงเทพฯ-ดำเนิน เสียค่าใช้จ่ายคนละ 199 บาท มีบริษัทนำเที่ยวรถบัสจากจังหวัดสตูล-ดำเนิน เสียค่าใช้จ่าย คนละ 1,000 บาท ที่ตลาดน้ำวัดลำพญา พบนักท่องเที่ยวจากอยุธยาเสียค่าใช้จ่าย คนละ 300 บาท และที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งพบนักท่องเที่ยวมาจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เสียค่าใช้จ่าย คนละ 400 บาท

ตารางที่ 20 จำนวนเงินค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรณี
que เดินทางมาที่บริษัทนำเที่ยว/กลุ่มการศึกษา /หน่วยงาน/ชมรม

ชื่อตลาดน้ำ	ราคาต่อคน จำนวนเงิน(บาท)
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก -บริษัทนำเที่ยวรถตู้กรุงเทพฯ-ดำเนินฯ	1,000
บริษัทนำเที่ยวรถบัส กรุงเทพฯ-ดำเนินฯ	1,000
ตลาดน้ำตลิ่งชัน - บริษัทนำเที่ยวเรือจ้างเหมา (ลำละ)	2,500
- บริษัทนำเที่ยวรถตู้	1,000
ตลาดน้ำวัดลำพญา (บริษัทนำเที่ยวรถตู้)	1,000
ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (บริษัทนำเที่ยวรถตู้)	1,000

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีบริษัทนำเที่ยวรถตู้/รถบัสกรุงเทพฯ-ดำเนินเสียค่าใช้จ่ายคนละ 1,000 บาท และที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน มีบริษัทนำเที่ยวเรือจ้างเหมาลำคิดค่าบริการ 2,500 บาท (ผู้โดยสารสามารถนั่งได้ 6-8 คน)

ตารางที่ 21 จำนวนเงินค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเภทค่าใช้จ่าย	ดำเนินสะดวก ตลิ่งชัน วัดลำพญา บางน้ำผึ้ง			
	จำนวนเงิน (บาท)			
ค่าพาหนะในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง/ค่ารถโดยสารประจำทาง)	1,000/300	400/80	800/300	400/80
ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	100	100-200	60	40-100
ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก	200-300	200-300	200-300	200-300
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ในแหล่งท่องเที่ยว	100	100-200	90	40-100
ค่าใช้จ่ายในการศาสนา/การทำบุญ	20-50	20-50	20-50	20-50
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	100-200	200-300	200-300	200-300

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจ่ายค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำดำเนินฯ(จากกรุงเทพฯ) เฉลี่ย 1,000 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ยคนละ 300 บาท ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำตลิ่งชันเฉลี่ยประมาณ 400 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 80 บาท/คน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำวัดลำพญาเฉลี่ยประมาณ 800 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 300 บาท/คน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเฉลี่ยประมาณ 400 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 80 บาท/คน ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 40-200 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกเฉลี่ยคนละ 200-300 บาท ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 40-200 บาท ค่าใช้จ่ายในการศาสนา/การทำบุญประมาณ 20-50 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 200-300 บาท ค่ามัคคุเทศก์จะรวมอยู่ในค่ากิจกรรม เช่น การนั่งเรือชมธรรมชาติซึ่งในเรือจะมีมัคคุเทศก์บรรยาย

ตารางที่ 22 จำนวนเงินค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ประเภทค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)			
	ดำเนินสะดวก	ตลิ่งชัน	วัดลำพญา	บางน้ำผึ้ง
ค่าพาหนะในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง/ค่ารถโดยสารประจำทาง)	1,000/200	400/80	800/300	400/80
ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	100	100-200	60	40-100
ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก	500-1,000	500-1,000	500-1,000	500-1,000
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ในแหล่งท่องเที่ยว	100	100-200	90	40-100
ค่าใช้จ่ายในการศาสนา/การทำบุญ	20-50	20-50	20-50	20-50
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	100-200	200-300	200-300	200-300

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำดำเนินฯ(จากกรุงเทพฯ) เฉลี่ย 1,000 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 300 บาท/คน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำตลิ่งชันเฉลี่ยประมาณ 400 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 80 บาท/คน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำวัดลำพญาเฉลี่ยประมาณ 800 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 300 บาท/คน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไป-กลับตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเฉลี่ยประมาณ 400 บาท ค่ารถโดยสารประจำทางเฉลี่ย 80 บาท/คน ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 40-200 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกเฉลี่ยคนละ 500-1,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 40-200 บาท ค่าใช้จ่ายในการศาสนา/การทำบุญประมาณ 20-50 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 200-300 บาท ค่ามัคคุเทศก์จะรวมอยู่ในค่ากิจกรรม เช่นนั่งเรือชมธรรมชาติ ในเรือจะมีมัคคุเทศก์บรรยาย

ตารางที่ 23 จำนวนและค่าร้อยละการรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รู้จักเมื่อเดินทางเข้ามาในพื้นที่	21	10.50	4	2.00
จากโทรทัศน์	26	13.00	17	8.50
จากอินเทอร์เน็ต	25	25.50	58	29.00
จากแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์	4	2.00	17	8.50
จากบริษัทนำเที่ยว	2	1.00	34	17.00
จากเพื่อน/คนรู้จัก	108	54.00	12	6.00
จากหน่วยงานของรัฐ	5	2.50	-	-
จากวารสาร	-	-	38	19.00
ได้รับคำแนะนำจากพนักงานที่โรงแรม	-	-	7	3.00
จากคนขับรถแท็กซี่	-	-	9	4.50
จากมัลติเพล็กซ์	-	-	6	3.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลตลาดน้ำจากเพื่อน/คนรู้จักมากที่สุดร้อยละ 54.00 รองลงมารับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 25.00

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลตลาดน้ำจากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 29.00 มากที่สุด รองลงมารับรู้ข้อมูลจากวารสารร้อยละ 19.00 รับรู้ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 17.00

ตารางที่ 24 จำนวนและค่าร้อยละกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวประทับใจในการมาเที่ยวตลาดน้ำ

ประเภทกิจกรรม	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) การนั่งเรือ	30	15.00	68	34.00
2) ประเภทอาหารที่จำหน่าย	29	14.50	33	26.50
3) มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	10	5.00	21	10.50
4) บรรยากาศตลาดน้ำ	34	17.00	39	19.50
5) ธรรมชาติริมรั้ว	4	2.00	12	6.00
6) วัฒนธรรมพื้นบ้าน	2	1.00	14	7.00
7) การบริการ/มิตรภาพ	2	1.00	46	23.00
8) กิจกรรมการแสดงบนเวที	2	1.00	11	5.50
9) คนตรีไทย/คนตรีในสวน	4	2.00	18	9.00
10) บ้านเรือนไทย	3	1.50	5	2.50
11) ความร่วมมือของคนในชุมชน	2	1.00	-	-
12) การถ่ายรูป	2	1.00	-	-

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ประทับใจบรรยากาศตลาดน้ำมากที่สุดร้อยละ 17.00 รองลงมา ประทับใจการนั่งเรือ ร้อยละ 15.00 ประทับใจประเภทอาหารที่จำหน่ายร้อยละ 14.50

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประทับใจการนั่งเรือมากที่สุดร้อยละ 34.00 รองลงมาคือประเภทอาหารที่จำหน่ายร้อยละ 26 ประทับใจการบริการ/มิตรภาพร้อยละ 23.00 ประทับใจบรรยากาศตลาดน้ำร้อยละ 19.50

ตารางที่ 25 จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	128	64.00	98	49.00
วิทยุ/โทรทัศน์	136	68.00	35	17.50
ป้ายประกาศ	73	36.50	17	8.50
เอกสารแผ่นพับ	59	29.50	24	12.00
หนังสือพิมพ์	63	31.50	12	6.00
วารสาร	25	12.50	38	19.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำจากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 64.00

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือวารสารร้อยละ 19.00 และวิทยุ/โทรทัศน์ร้อยละ 17.50

ตารางที่ 26 จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านวันเปิดบริการตลาดน้ำ

ด้านวันเปิดบริการ	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) วันเสาร์	130	65.00	28	14.00
2) วันอาทิตย์	147	73.50	35	17.50
3) เทศกาลวันหยุด	144	72.00	63	31.50
4) วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	39	19.50	-	-
5) ทุกวัน	10	5.00	74	37.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้ตลาดน้ำเปิดวันอาทิตย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมาคือเทศกาลวันหยุดร้อยละ 72.00 นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้ตลาดน้ำเปิดทุกวันมากที่สุดร้อยละ 37.00 รองลงมาคือเทศกาลวันหยุดร้อยละ 31.50

ตารางที่ 27 จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านช่วงเวลา/ระยะเวลาเปิดบริการตลาดน้ำ

ด้านช่วงเวลา/ระยะเวลา	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ด้านช่วงเวลาที่ต้องการมาเที่ยวตลาดน้ำ				
1) ช่วง เช้า [06.00-12.00 น.]	102	51.50	113	56.50
2) ช่วง บ่าย [12.00-15.00 น.]	109	54.50	74	37.00
3) ช่วง เย็น [15.00-18.00 น.]	56	28.00	8	4.00
4) กลางคืน [18.00-24.00 น.]	23	11.50	5	2.50
2. ด้านระยะเวลาที่ใช้ท่องเที่ยวในตลาดน้ำ				
1) ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง	55	27.50	94	47.00
2) ใช้เวลา 1-4 ชั่วโมง	113	56.50	64	37.00
3) ใช้เวลา 1-6 ชั่วโมง	25	12.50	33	16.50
4) ใช้เวลา 1-8 ชั่วโมง	8	4.00	9	4.50

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการช่วงเวลาเปิดบริการตลาดน้ำในช่วงบ่าย[12.00-15.00 น.] มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือช่วง เช้า [06.00-12.00 น.] ร้อยละ 51.50 นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการช่วงเวลาเปิดบริการตลาดน้ำในช่วงเช้า [06.00-12.00 น.]มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือช่วงบ่าย[12.00-15.00 น.] ร้อยละ 37.00

ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการใช้เวลา 1-4 ชั่วโมงมากที่สุดคิดเป็นคิดเป็นร้อยละ 56.50 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา คือใช้เวลา 1-4 ชั่วโมง ร้อยละ 37.00

ตารางที่ 28 จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์

ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์	นักท่องเที่ยว		นักท่องเที่ยว	
	ชาวไทย(N=200)		ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) ผลิตภัณฑ์การเกษตรในท้องถิ่น	112	56.00	23	11.50
2) อาหารหวาน-คาว สำเร็จรูป	113	56.50	32	16.00
3) สินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น	72	36.00	44	22.00
4) อาหารไทยประจำท้องถิ่น	121	60.50	89	44.50
5) อาหารทะเลสด	48	24.00	12	6.50

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอาหารไทยประจำท้องถิ่นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาคืออาหารหวาน-คาว สำเร็จรูปร้อยละ 56.50 ผลิตภัณฑ์การเกษตรในท้องถิ่นร้อยละ 56.00 สินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นร้อยละ 36.00 และอาหารทะเลสดร้อยละ 24.00

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการอาหารไทยประจำท้องถิ่นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นร้อยละ 22.00 อาหารหวาน-คาวสำเร็จรูปร้อยละ 16.00 และผลิตภัณฑ์การเกษตรในท้องถิ่นร้อยละ 11.50

ตารางที่ 29 จำนวนและค่าร้อยละความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการศึกษา/พัฒนาความรู้

ด้านการศึกษา/พัฒนาความรู้	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) มัคคุเทศก์ทั่วไป	19	9.50	33	16.50
2) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	63	31.50	68	34.00
3) มัคคุเทศก์น้อย	3	1.50	8	4.00
4) ศึกษาวัฒนธรรมชุมชน	75	37.50	19	9.50
5) พุดคุยกับปราชญ์ท้องถิ่น	47	23.50	5	2.50
6) เรียนรู้การทำอาชีพของชุมชน	96	48.00	9	4.50
7) เอกสารความรู้วัฒนธรรมชุมชน	83	41.50	84	42.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเรียนรู้การทำอาชีพของชุมชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาต้องการเอกสารความรู้วัฒนธรรมชุมชนร้อยละ 41.50 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการเอกสารความรู้วัฒนธรรมชุมชนมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 42.00 รองลงมาคือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นร้อยละ 34.00

ตารางที่ 30 จำนวนและค่าร้อยละกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำ

ด้านการศึกษา/พัฒนาความรู้	นักท่องเที่ยว ชาวไทย(N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ(N=200)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) นั่งเรือชมธรรมชาติ	104	52.00	122	61.00
2) ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน	95	47.50	67	33.50
3) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ	85	42.50	48	24.00
4) พายเรือชมสวน	80	40.00	2	1.00
5) ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน	77	38.50	6	3.00
6) นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์	67	33.50	71	35.50
7) ขี่จักรยานชมธรรมชาติ	64	32.00	12	6.00
8) ชมเส้นทางสมุนไพร	57	28.50	25	12.50
9) ชมหิ่งห้อย	57	28.50	9	4.50
10) งานหัตถกรรมท้องถิ่น	55	27.50	45	22.50
11) พักค้างกับชาวบ้าน(Home stay)	53	26.50	8	4.00
12) นวดแผนโบราณ	52	26.00	66	33.00
13) ชมพื้นที่ทำการเกษตร	46	23.00	9	4.50
14) ศูนย์เรียนรู้ชุมชน	38	19.00	4	2.00
15) ตกปลา ตกกุ้ง	30	15.00	3	1.50
16) ทดลองทำการเกษตร	22	11.00	6	3.00
17) ร้องเพลงคาราโอเกะ	22	11.00	7	3.50
18) ดูดวง ทำนายโชคชะตา	19	9.50	5	2.50
19) เสี่ยงโชค	16	8.00	6	3.00

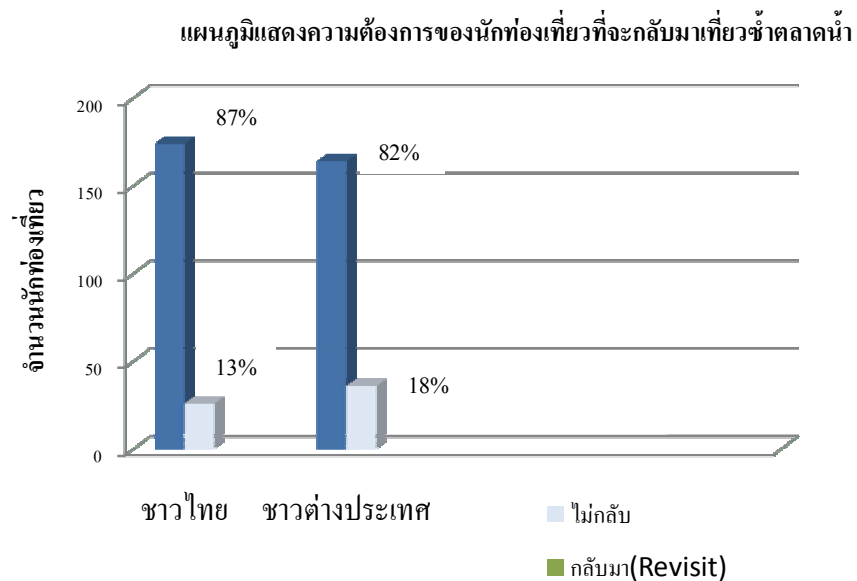
หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำเรียงตามลำดับที่ 1-5 ได้แก่ 1) การนั่งเรือชมธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 52.00 2) การศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชนร้อยละ 47.50 3) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณร้อยละ 42.50 4) การพายเรือชมสวนร้อยละ 40.00 5) ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชนร้อยละ 38.50

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำเรียงตามลำดับที่ 1-5 ได้แก่ 1) การนั่งเรือชมธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 61.00 2) นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ร้อยละ 35.50

3) ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชนร้อยละ 33.50 4) นวดแผนโบราณร้อยละ33.00 5) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณร้อยละ 24.00

แผนภูมิที่ 1 แสดงความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ



จากแผนภูมิที่ 1 แสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 87.00 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 82.00 ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ในตลาดน้ำ และมีนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 13.00 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ18.00 ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำ

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำ

(N=200)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
	ดำเนินสะดวก	ตลิ่งชัน	วัดลำพญา	บางน้ำผึ้ง
	(\bar{X} / S.D.)	(\bar{X} / S.D.)	(\bar{X} / S.D.)	(\bar{X} / S.D.)
1. ด้านการคมนาคม				
1.1 สภาพถนนมีความกว้าง รถยนต์สามารถวิ่งสวนทางกันได้อย่างสะดวกไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ	3.94 .8184 (มาก)	3.70 .8391 (มาก)	3.36 1.0053 (ปานกลาง)	3.28 1.0887 (ปานกลาง)
1.2 มีป้ายบอกทางชัดเจน	4.08 .6952 (มาก)	3.38 1.1045 (ปานกลาง)	3.36 .8981 (ปานกลาง)	3.58 .9708 (มาก)
1.3 มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ	3.60 .9035 (มาก)	3.74 1.0063 (มาก)	3.12 1.0028 (ปานกลาง)	3.78 .8640 (มาก)
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
2.1 ศูนย์ข้อมูลการบริการนักท่องเที่ยว	3.36 .8020 (ปานกลาง)	3.56 .8843 (มาก)	3.24 .9161 (ปานกลาง)	3.36 .8020 (ปานกลาง)
2.2 บุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.36 .8981 (ปานกลาง)	3.36 .7494 (ปานกลาง)	3.28 .9267 (ปานกลาง)	3.40 .8571 (ปานกลาง)
2.3 เอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	3.30 .9529 (ปานกลาง)	3.38 .7795 (ปานกลาง)	3.06 .8184 (ปานกลาง)	3.32 .9355 (ปานกลาง)
2.4 การบริการสถานที่จอดรถ	3.76 .8466 (มาก)	2.72 .9906 (น้อย)	3.40 .9476 (ปานกลาง)	3.60 .8081 (มาก)
2.5 การจัดบริการห้องน้ำ	3.20 .8329 (ปานกลาง)	2.62 1.0669 (น้อย)	3.22 .9100 (ปานกลาง)	3.34 1.0022 (ปานกลาง)
2.6 การบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.18 .8002 (ปานกลาง)	3.00 .9476 (ปานกลาง)	3.02 .8919 (ปานกลาง)	3.30 .7626 (ปานกลาง)
2.7 มีธนาคารตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)	3.12 .9822 (ปานกลาง)	3.12 .9178 (ปานกลาง)	3.16 .8889 (ปานกลาง)	3.08 .8769 (ปานกลาง)

ตารางที่ 31 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
	ดำเนินสะดวก (\bar{x} / S.D.)	ดีถึงขั้น (\bar{x} / S.D.)	วัดค่าพญา (\bar{x} / S.D.)	บางน้ำผึ้ง (\bar{x} / S.D.)
3. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว				
3.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	3.20 .9035	3.44 .8609	3.16 .9116	3.46 .9304
3.2 ความปลอดภัยในสถานที่จอดรถ	3.58 .7583 (มาก)	3.38 .8545 (ปานกลาง)	3.36 .9424 (ปานกลาง)	3.40 .9035 (ปานกลาง)
3.3 ความปลอดภัยทางเดินริมน้ำ	3.60 .6389 (มาก)	3.48 .7623 (มาก)	3.40 .8571 (ปานกลาง)	3.42 .8593 (มาก)
3.4 ความปลอดภัยบริเวณท่าเทียบเรือ	3.50 .6776 (มาก)	3.46 .8381 (มาก)	3.50 .8631 (มาก)	3.46 .7343 (มาก)
3.5 ความปลอดภัยในการนั่งในเรือ	3.42 .7848 (มาก)	3.34 .9392 (ปานกลาง)	3.70 .7889 (มาก)	3.48 .7624 (มาก)
4. ด้านความสะอาดของสถานที่				
4.1 ความพอเพียงของถังขยะ	3.20 .9035 (ปานกลาง)	2.82 1.0631 (น้อย)	3.42 .7584 (มาก)	3.50 .7889 (มาก)
4.2 ความสะอาดของห้องน้ำ	2.96 .7273 (น้อย)	2.58 1.0515 (น้อย)	3.22 .9100 (ปานกลาง)	3.40 .8806 (ปานกลาง)
4.3 สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ	3.56 .8609 (มาก)	3.64 .9424 (มาก)	3.90 .7626 (มาก)	3.64 .8750 (มาก)
5. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า				
5.1 ความสะอาดถูกสุขลักษณะของ อาหารและเครื่องดื่ม	3.54 .7616 (มาก)	3.40 .8806 (ปานกลาง)	3.66 .6581 (มาก)	3.96 .7814 (มาก)
5.2 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.46 .8855 (มาก)	3.40 1.0879 (ปานกลาง)	3.58 .8827 (มาก)	3.88 .8241 (มาก)
5.3 ราคาสินค้าและของที่ระลึก	3.24 .8935 (ปานกลาง)	3.48 .8142 (มาก)	3.62 .8053 (มาก)	3.78 .6788 (มาก)
5.4 คุณภาพสินค้าที่มาจากการผลิต ของคนในชุมชน	3.36 .8751 (ปานกลาง)	3.54 .7616 (มาก)	3.62 .8053 (มาก)	3.86 .7827 (มาก)

ตารางที่ 31 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
	ดำเนินสะดวก (\bar{x} / S.D.)	ดีถึงขั้น (\bar{x} / S.D.)	วัดค่าพญา (\bar{x} / S.D.)	บางน้ำผึ้ง (\bar{x} / S.D.)
5.5 ความเป็นมิตรของชาวบ้าน	3.70 .8631 (มาก)	3.84 .9971 (มาก)	3.64 .8020 (มาก)	4.14 .7562 (มาก)
5.6 การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ	3.64 .8271 (มาก)	3.76 .8466 (มาก)	3.58 .7309 (มาก)	4.06 .7117 (มาก)
5.7 การบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	3.24 .7969 (ปานกลาง)	3.50 .7354 (มาก)	3.38 .6966 (ปานกลาง)	3.34 1.0022 (ปานกลาง)
6. ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวในชุมชน				
6.1 การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	3.54 .8621 (มาก)	3.64 .7217 (มาก)	3.44 .7045 (มาก)	3.68 .8908 (มาก)
6.2 การเรียนรู้อาชีพของคนในชุมชน	3.46 .9304 (มาก)	3.64 .7762 (มาก)	3.44 .7329 (มาก)	3.64 .9424 (มาก)
6.3 การเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม	3.70 .8864 (มาก)	3.64 .8514 (มาก)	3.62 .7253 (มาก)	3.76 .8466 (มาก)
6.4 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์	3.16 .9337 (ปานกลาง)	3.46 .9082 (มาก)	3.26 .8762 (ปานกลาง)	3.34 .8478 (ปานกลาง)
6.5 การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน	3.46 .9304 (มาก)	3.60 .7824 (มาก)	3.30 .7889 (ปานกลาง)	3.50 .9313 (มาก)
7. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว				
7.1 ความน่าสนใจของกิจกรรม	3.48 .8388 (มาก)	3.52 .8388 (มาก)	3.40 .6998 (ปานกลาง)	3.68 .7677 (มาก)
7.2 กิจกรรมมีความหลากหลาย	3.28 .9044 (ปานกลาง)	3.54 .7616 (มาก)	3.24 .7709 (ปานกลาง)	3.76 .7963 (มาก)
7.3 การรวมกิจกรรมหลายรูปแบบไว้ด้วยกัน (Package)	3.28 .8339 (ปานกลาง)	3.50 .8391 (มาก)	3.24 .8935 (ปานกลาง)	3.62 .8781 (มาก)
เฉลี่ยรวม	3.45 .7843 (มาก)	3.39 .8924 (ปานกลาง)	3.28 .8389 (ปานกลาง)	3.59 .8417 (มาก)

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจการบริการและการจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำดิ่งชันและตลาดน้ำวัดลำพญา

ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.45$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องมีป้ายบอกทางชัดเจน ($\bar{x}=4.08$) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจระดับน้อยเรื่องความสะดวกของห้องน้ำ ($\bar{x}=2.96$)

ที่ตลาดน้ำดิ่งชันนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.39$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=3.84$) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยในเรื่องการบริการสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=2.72$) การจัดการบริการห้องน้ำ ($\bar{x}=2.62$) ความพอเพียงของถังขยะ ($\bar{x}=2.82$) และความสะดวกของห้องน้ำ ($\bar{x}=2.58$)

ที่ตลาดน้ำวัดลำพญา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ในภาพรวมระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.28$) และส่วนใหญ่มีความพอใจในเรื่องสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ ($\bar{x}=3.90$) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจปานกลางเรื่องการบริการโทรศัพท์สาธารณะ ($\bar{x}=3.02$) รถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ ($\bar{x}=3.12$) การมีธนาคารตู้กดเงินอัตโนมัติ ($\bar{x}=3.16$)

ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x}=3.59$) และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=4.14$) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจปานกลางในเรื่องการมีธนาคารตู้กดเงินอัตโนมัติ ($\bar{x}=3.08$)

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาตลาดน้ำ

(N= 200)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ			
	ดำเนินสะดวก (\bar{x} / S.D.)	ดิ่งชัน (\bar{x} / S.D.)	วัดลำพญา (\bar{x} / S.D.)	บางน้ำผึ้ง (\bar{x} / S.D.)
1. ด้านการคมนาคม				
1.1 สภาพถนนมีความกว้าง รถยนต์สามารถวิ่งสวนทางกันได้สะดวกไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ	3.84 .8418 (มาก)	3.76 .6247 (มาก)	4.22 .7743 (มากที่สุด)	4.46 .8667 (มากที่สุด)
1.2 มีป้ายบอกทางชัดเจน	3.56 .8369 (มาก)	3.64 .6928 (มาก)	3.66 .8981 (มาก)	4.23 .9724 (มากที่สุด)
1.3 มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ	3.65 .8676 (มาก)	3.78 .6481 (มาก)	4.31 .7740 (มากที่สุด)	3.42 .6984 (มาก)
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
2.1 ศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว	3.68 .8908 (มาก)	3.72 .5729 (มาก)	3.32 .7643 (ปานกลาง)	3.69 .8820 (มาก)
2.2 บุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.86 .9037 (มาก)	4.04 .6987 (มาก)	4.62 .8897 (มากที่สุด)	4.46 .8864 (มากที่สุด)
2.3 เอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	3.54 .8855 (มาก)	3.58 .5379 (มาก)	3.38 .8535 (ปานกลาง)	3.38 .8535 (ปานกลาง)
2.4 การบริการสถานที่จอดรถ	4.42 .8482 (มาก)	2.76 .8466 (น้อย)	4.20 .9231 (มาก)	4.00 .8081 (มาก)
2.5 การจัดบริการห้องน้ำ	3.08 .9864 (ปานกลาง)	2.62 .6353 (น้อย)	3.80 .8658 (มาก)	3.15 .7734 (ปานกลาง)
2.6 การบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.28 .7835 (ปานกลาง)	3.18 .5956 (ปานกลาง)	3.42 .6789 (มาก)	3.38 .8486 (ปานกลาง)
2.7 มีธนาคาร ตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)	3.46 .9082 (มาก)	3.38 .6353 (ปานกลาง)	3.22 .6787 (ปานกลาง)	4.08 .7693 (มาก)

ตารางที่ 32 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ			
	ดำเนินสะดวก (\bar{x} / S.D.)	ตลิ่งชัน (\bar{x} / S.D.)	วัดลำพญา (\bar{x} / S.D.)	บางน้ำผึ้ง (\bar{x} / S.D.)
3. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว				
3.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	3.66 .6581 (มาก)	3.94 .4699 (มาก)	3.44 .7685 (มาก)	4.38 .7804 (มากที่สุด)
3.2 ความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถ	3.72 .6401 (มาก)	3.76 .6565 (มาก)	4.24 .8894 (มากที่สุด)	4.38 .6752 (มากที่สุด)
3.3 ความปลอดภัยบริเวณทางเดินริมน้ำ	3.74 .7231 (มาก)	3.92 .6337 (มาก)	3.88 .7565 (มาก)	4.54 .8663 (มากที่สุด)
3.4 ความปลอดภัยบริเวณท่าเทียบเรือ	3.72 .7570 (มาก)	3.94 .5499 (มาก)	3.62 .9865 (มาก)	4.54 .9363 (มากที่สุด)
3.5 ความปลอดภัยในการนั่งในเรือ	3.72 .7570 (มาก)	3.88 .6893 (มาก)	3.84 .9654 (มาก)	4.54 .7262 (มากที่สุด)
4. ด้านความสะอาดของสถานที่				
4.1 ความพอเพียงของถังขยะ	3.12 .9178 (ปานกลาง)	2.92 .7783 (น้อย)	3.48 .8946 (มาก)	3.46 .8749 (มาก)
4.2 ความสะอาดของห้องน้ำ	2.72 .7698 (น้อย)	2.94 .7398 (น้อย)	3.24 .7862 (ปานกลาง)	3.69 .9544 (ปานกลาง)
4.3 สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ	3.60 .7825 (มาก)	3.58 .6728 (มาก)	4.74 .8986 (มากที่สุด)	4.92 .7726 (มากที่สุด)
5. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า				
5.1 ความสะอาดถูกสุขลักษณะของ อาหารและเครื่องดื่ม	3.50 .6776 (มาก)	4.12 .6273 (มาก)	4.42 .7644 (มากที่สุด)	4.69 .6354 (มากที่สุด)
5.2 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.72 .8581 (มาก)	4.24 .5174 (มากที่สุด)	4.82 .9864 (มากที่สุด)	4.38 .9876 (มากที่สุด)
5.3 ราคาสินค้าและของที่ระลึก	3.52 .9089 (มาก)	4.12 .6273 (มาก)	4.20 .7432 (มาก)	3.61 .8235 (มาก)

ตารางที่ 32 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ			
	ดำเนินสะดวก (\bar{x} / S.D.)	ตลิ่งชัน (\bar{x} / S.D.)	วัดลำพญา (\bar{x} / S.D.)	บางน้ำผึ้ง (\bar{x} / S.D.)
5.4 คุณภาพสินค้าที่มาจากการผลิต ของคนในชุมชน	3.82 .6908 (มาก)	4.10 .5803 (มาก)	4.22 .8762 (มากที่สุด)	4.54 .7442 (มากที่สุด)
5.5 ความเป็นมิตรของชาวบ้าน	4.20 .7284 (มาก)	4.26 .5646 (มากที่สุด)	3.84 .7679 (มาก)	4.69 .6434 (มากที่สุด)
5.6 การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ	4.02 .7951 (มาก)	4.34 .6581 (มากที่สุด)	4.48 .8798 (มากที่สุด)	4.77 .6672 (มากที่สุด)
5.7 การบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	4.08 .7516 (มาก)	3.98 .5887 (มาก)	4.40 .9872 (มากที่สุด)	4.61 .8648 (มากที่สุด)
6. ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวในชุมชน				
6.1 การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	4.12 .6273 (มาก)	4.10 .6468 (มาก)	4.64 .8642 (มากที่สุด)	4.61 .7840 (มากที่สุด)
6.2 การเรียนรู้อาชีพของคนในชุมชน	3.92 .7783 (มาก)	3.90 .7071 (มาก)	4.24 .8764 (มากที่สุด)	4.46 .6645 (มากที่สุด)
6.3 การเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม	3.90 .7889 (มาก)	4.10 .7475 (มาก)	4.82 .9871 (มากที่สุด)	4.85 .8772 (มากที่สุด)
6.4 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์	3.72 .9485 (มาก)	3.96 .6987 (มาก)	3.64 .6254 (มาก)	4.31 .7847 (มากที่สุด)
6.5 การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน	3.90 .8864 (มาก)	4.08 .6337 (มาก)	3.82 .6889 (มาก)	4.46 .9983 (มากที่สุด)
7. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว				
7.1 ความน่าสนใจของกิจกรรม	4.18 .6605 (มาก)	4.36 .7494 (มากที่สุด)	4.40 .7654 (มากที่สุด)	4.46 .7644 (มากที่สุด)
7.2 กิจกรรมมีความหลากหลาย	4.16 .7103 (มาก)	4.20 .5345 (มาก)	3.64 .8698 (มาก)	4.69 .6375 (มากที่สุด)

ตารางที่ 32 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ			
	ดำเนินสะดวก	ตลิ่งชัน	วัดลำพญา	บางน้ำผึ้ง
	(\bar{x} / S.D.)	(\bar{x} / S.D.)	(\bar{x} / S.D.)	(\bar{x} / S.D.)
7.3 การรวมกิจกรรมหลายรูปแบบไว้ด้วยกัน (Package)	3.96 .6987 (มาก)	4.08 .5657 (มาก)	3.84 .9864 (มาก)	4.61 .9886 (มากที่สุด)
เฉลี่ยรวม	3.71 .8039 (มาก)	3.79 .6373 (มาก)	4.00 .8398 (มาก)	4.25 .8122 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา อยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ระดับมาก ($\bar{x}=3.71$) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=4.20$) นักท่องเที่ยวพอใจระดับน้อยในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{x}=2.72$)

ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ระดับมาก ($\bar{x}=3.79$) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องความน่าสนใจของกิจกรรม ($\bar{x}=4.36$) นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยในเรื่องการบริการสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=2.76$) การจัดบริการห้องน้ำ ($\bar{x}=2.62$) ความพอเพียงของถังขยะ ($\bar{x}=2.92$) และความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{x}=2.94$)

ที่ตลาดน้ำวัดลำพญา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ระดับมาก ($\bar{x}=4.00$) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{x}=4.82$) เรื่องการเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ($\bar{x}=4.82$) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจปานกลางเรื่องการมีธนาคารตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) ($\bar{x}=3.22$)

ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำด้านต่างๆ ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.25$) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องการเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ($\bar{x}=4.85$) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพึงพอใจระดับปานกลางเรื่องการจัดการบริการห้องน้ำ ($\bar{x}=3.15$)

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวไทย (N=200)		t	df	p
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.			
1. ด้านการคมนาคม							
1.1 สภาพถนนมีความกว้างรถยนต์สามารถวิ่งสวนทางกันได้อย่างสะดวกไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ	3.74	.7106	3.57	.9746	1.993	398	.047*
1.2 มีป้ายบอกทางชัดเจน	3.59	.7448	3.60	.9668	-0.116	398	.908
1.3 มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ	3.72	.7579	3.56	.9752	1.332	398	.068
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
2.1 ศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว	3.69	.7173	3.38	.8539	3.994	398	.000*
2.2 บุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.96	.7884	3.35	.8551	7.417	398	.000*
2.3 เอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	3.56	.7673	3.26	.8767	3.766	398	.000*
2.4 การบริการสถานที่จอดรถ	3.14	.9740	3.37	.9787	-2.304	398	.022*
2.5 การจัดการบริการห้องน้ำ	2.79	.8180	3.09	.9904	-3.358	398	.001*
2.6 การบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.22	.6884	3.12	.8562	1.223	398	.222
2.7 มีธนาคารตู้กดเงินอัตโนมัติ(ATM)	3.46	.7690	3.13	.9109	4.003	398	.000*
3. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว							
3.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	3.85	.5737	3.31	.9055	7.058	398	.000*
3.2 ความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถ	3.76	.6592	3.43	.8654	4.290	398	.000*
3.3 ความปลอดภัยบริเวณทางเดินริมน้ำ	3.88	.6766	3.47	.7826	5.536	398	.000*
3.4 ความปลอดภัยบริเวณท่าเทียบเรือ	3.88	.6511	3.48	.7763	5.653	398	.000*
3.5 ความปลอดภัยในการนั่งในเรือ	3.83	.7352	3.49	.8265	4.475	398	.000*
4. ด้านความสะอาดของสถานที่							
4.1 ความพอเพียงของถังขยะ	3.01	.8356	3.23	.9187	-2.505	398	.013*
4.2 ความสะอาดของห้องน้ำ	2.87	.8699	3.04	.9449	-1.872	398	.062
4.3 สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ	3.62	.7119	3.68	.8657	-0.757	398	.449

ตารางที่ 33 (ต่อ)

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (N=200)		นักท่องเที่ยว ชาวไทย (N=200)		t	df	p
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.			
	5. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า						
5.1 ความสะอาดถูกสุขลักษณะของ อาหารและเครื่องดื่ม	3.75	.6687	3.64	.7959	5.646	398	.000*
5.2 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	4.08	.7073	3.58	.9370	6.038	398	.000*
5.3 ราคาสินค้าและของที่ระลึก	3.92	.7853	3.53	.8200	3.007	398	.003*
5.4 คุณภาพสินค้าที่มาจากการผลิต ของคนในชุมชน	4.02	.6296	3.59	.8212	4.045	398	.000*
5.5 ความเป็นมิตรของชาวบ้าน	4.27	.6093	3.83	.8746	2.599	398	.000*
5.6 การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ	4.25	.7017	3.76	.7972	7.259	398	.011*
5.7 การบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	4.03	.6718	3.36	.8155	11.669	398	.000*
6. ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการ มาท่องเที่ยวในชุมชน							
6.1 การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	4.12	.6540	3.57	.7985	6.166	398	.000*
6.2 การเรียนรู้อาชีพของคนในชุมชน	3.90	.7502	3.54	.8495	7.585	398	.000*
6.3 การเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม	4.09	.7804	3.68	.8253	2.790	398	.006*
6.4 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์	3.86	.8390	3.30	.8022	9.426	398	.000*
6.5 การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน	4.04	.7522	3.46	.8617	4.645	398	.000*
7. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว							
7.1 ความน่าสนใจของกิจกรรม	4.32	.7294	3.52	.7891	6.810	398	.000*
7.2 กิจกรรมมีความหลากหลาย	4.19	.6236	3.45	.8315	11.123	398	.000*
7.3 การรวมกิจกรรมหลายรูปแบบ ไว้ด้วยกัน (Package)	4.05	.6434	3.41	.8693	10.377	398	.000*

* P < 0.05

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในเรื่อง มีป้ายบอกทางชัดเจน มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ การบริการโทรศัพท์สาธารณะ ความสะอาดของห้องน้ำ สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ ส่วนในรายการ

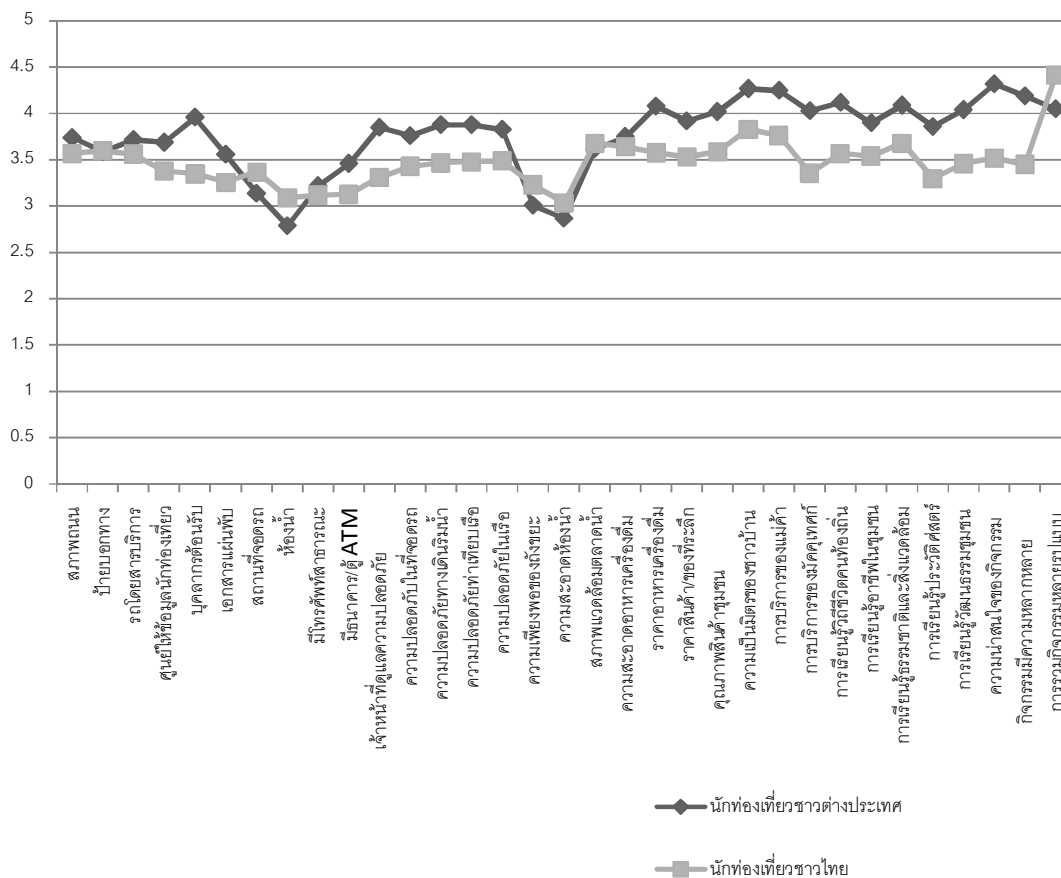
ประเมินด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความน่าสนใจของกิจกรรม ($\bar{x}=4.32$) ความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=4.27$) การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ ($\bar{x}=4.25$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีรายการประเมินในข้อใดที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=3.83$) การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ ($\bar{x}=3.76$) การเรียนรู้ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}=3.68$) สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ ($\bar{x}=3.68$)

เพื่อให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนจากผลการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ผู้วิจัยได้จัดทำแผนภูมิเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำ แสดงแผนภูมิในหน้าต่อไป

แผนภูมิที่ 2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำ



จากแผนภูมิที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการประเมินส่วนใหญ่ ยกเว้นรายการประเมินในเรื่องมีป้ายบอกทางชัดเจน มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ การบริการโทรศัพท์สาธารณะ ความสะอาดของห้องน้ำ สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4. ผลการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลดอนมะโนรา

ตารางที่ 34 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลดอนมะโนราผู้ที่ถูกสัมภาษณ์

(N= 42)

ข้อมูลทั่วไปของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	22	52.40
หญิง	20	47.60
รวม	42	100.00
อายุ		
อายุ 20-30 ปี	1	2.40
อายุ 31-40 ปี	8	19.00
อายุ 41-50 ปี	8	19.00
อายุ 51-60 ปี	19	45.20
อายุ 60 ปีขึ้นไป	6	14.30
รวม	42	100.00
สถานภาพ		
โสด	9	21.40
สมรส	30	71.40
หย่า/แยกกันอยู่	1	2.40
หม้าย	2	4.80
รวม	42	100.00
สถานภาพในครัวเรือน		
หัวหน้าครัวเรือน	22	52.40
คู่สมรส	13	31.00
ญาติผู้ใหญ่	5	11.90
บุตรเขย	2	4.80
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนและผู้ประกอบที่อยู่ในตำบลคอนมะโนราผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ เป็นเพศชายร้อยละ 52.40 และมีจำนวนใกล้เคียงกันเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 47.60 ส่วนใหญ่มีอายุ 51-60 ปีร้อยละ 45.20 สถานภาพสมรสร้อยละ 71.40 มีสถานภาพหัวหน้าครัวเรือนร้อยละ 52.40

ตารางที่ 35 จำนวนและค่าร้อยละบทบาทหน้าที่ของผู้ถูกสัมภาษณ์

(N= 42)

บทบาทหน้าที่ของผู้ถูกสัมภาษณ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นผู้ใหญ่บ้าน	8	19.04
เป็นสมาชิกสภาอบต.	6	14.28
เป็นอาสาสมัครสาธารณสุข	2	4.76
เป็นประธานกลุ่มสมาชิกในชุมชน	2	4.76
เป็นพระสงฆ์	1	2.38
เป็นผู้อำนวยการโรงเรียน	3	7.14
เป็นข้าราชการ	6	14.28
ร้านค้าในชุมชน	5	11.90
ผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำ	9	21.43
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่าผู้ถูกสัมภาษณ์มาจากอาชีพที่หลากหลายเป็นผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำ เป็นเจ้าหน้าที่ภาคีรัฐบาล และเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ

ตารางที่ 36 จำนวนและค่าร้อยละรายได้ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการตำบลคอนมะโนรา

(N=42)

รายได้ของผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	5	11.90
รายได้ 5,001-10,000 บาท	18	42.86
รายได้ 10,001-15,000 บาท	5	11.90
รายได้ 15,001-20,000 บาท	4	9.52
รายได้ 20,001-25,000 บาท	1	2.38
รายได้ 25,001-30,000 บาท	3	7.14
มากกว่า 30,000 บาท	6	14.28
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการตำบลคอนมะโนราที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 42.86

ตารางที่ 37 จำนวนและค่าร้อยละระดับการศึกษาของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการที่อยู่ในตำบลคอนมะโนรา

(N= 42)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	23	54.80
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	4.76
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	7	16.67
ปริญญาตรี	4	9.52
ปริญญาโท	6	14.28
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการตำบลคอนมะโนราที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 54.80

ตารางที่ 38 จำนวนและค่าร้อยละระยะเวลาที่อาศัยอยู่ตำบลคอนมะโนรา ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ

(N= 42)

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ตำบลคอนมะโนรา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยยะเวลาน้อยกว่า 10 ปี	5	11.90
ระยะเวลา11-20 ปี	1	2.40
ระยะเวลา21-30 ปี	5	11.90
ระยะเวลา31-40 ปี	2	4.80
ระยะเวลา41-50 ปี	7	16.70
ระยะเวลามากกว่า 50 ปี	22	52.40
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการตำบลคอนมะโนราที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่ตำบลคอนมะโนราเป็นเวลามากกว่า 50 ปีคิดเป็นร้อยละ 52.40

ตารางที่ 39 จำนวนและค่าร้อยละสิ่งที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ตำบลคอนมะโนรา ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ

(N= 42)

สิ่งที่สำคัญที่มีอิทธิพล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นคนท้องถิ่น	34	81.00
มีโอกาสในการทำงาน	8	19.00
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่าสิ่งที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ตำบลคอนมะโนราของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์ คือเป็นคนท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 81.00

ตารางที่ 40 จำนวนและค่าร้อยละการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ

(N= 42)

การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกี่ยวข้องโดยตรงเพราะเป็นงานในหน้าที่	24	57.14
มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นสาธารณะ	12	28.57
ไม่เกี่ยวข้อง	6	14.29
รวม	42	100.00

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า คำตอบเรื่องการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้คำตอบว่าเกี่ยวข้องโดยตรงเพราะเป็นงานในหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 57.14

สรุปผลการตอบคำถามจากการสัมภาษณ์

คำถามข้อที่ 1-11 เป็นคำถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ถูกสัมภาษณ์ เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อาศัยในตำบลคอนมะโนรา สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอาศัยในตำบลคอนมะโนรา ความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา แสดงผลในตารางที่ 34-40 ส่วนคำถามข้อที่ 12-25 เป็นคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนตามประเด็นคำถามแต่ละข้อ แสดงผลการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

คำถามข้อที่ 12 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำคอนมะโนราเป็นอย่างไรบ้างในด้านต่อไปนี้

- 1) ด้านวัน/เวลาที่เปิดบริการ
 - มีตลาดในวัน ช้างขึ้นและช้างแรม 2 คำ, 7 คำ, 12 คำ
 - มีเวลาอยู่ที่ตลาดน้อย (ประมาณ 2 ชั่วโมง 6.00-8.00 น.) รับประทานอาหาร
- 2) ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว
 - มีนักท่องเที่ยวน้อย นานๆ เข้ามาที
- 3) ด้านเศรษฐกิจชุมชน
 - ถ้ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาจะทำให้ชุมชนขายสินค้าได้มากขึ้น ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น

คำถามข้อที่ 13 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างไร

- 1) ด้านความเป็นอยู่ของประชาชน ทำให้มีอาชีพเสริมรายได้เพิ่มขึ้น
- 2) ด้านเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น
- 3) ด้านสังคม มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ชุมชนมีชื่อเสียง มีการรวมตัวกัน
- 4) ด้านสิ่งแวดล้อม มีการรักษาความสะอาดคลอง จัดบ้านเรือนให้สวยงามเพื่อต้อนรับ

นักท่องเที่ยว

คำถามข้อที่ 14 ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

1) ผลกระทบทางบวก การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสิ่งก่อสร้างในชุมชน ทำให้สภาพแวดล้อมในชุมชนมีทัศนียภาพที่สวยงาม ทำให้เกิดการพัฒนากลุ่มสตรี เยาวชนในท้องถิ่น กระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดความสามัคคี มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม การท่องเที่ยวกระตุ้นให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมของชุมชน

2) ผลกระทบทางลบ การท่องเที่ยวอาจจะก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำเสีย อากาศเสีย มลภาวะทางเสียง ก่อให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมจากคนภายนอกชุมชน อาจจะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ในชุมชน เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหาอาชญากรรม การท่องเที่ยวอาจจะทำให้ราคาที่ดินสูงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น สินค้ามีราคาแพง อาจจะทำให้คนฟุ้งเฟ้อ มุ่งหาแต่ผลประโยชน์ส่วนตัว การท่องเที่ยวอาจจะทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นของคนเข้ามาในชุมชน

คำถามข้อที่ 15 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐบาลท้องถิ่นสนับสนุนให้เกิดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร

- 1) วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
- 2) จัดหางบประมาณเพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
- 4) พัฒนาอาชีพคนในชุมชน

คำถามข้อที่ 16 ท่านคิดว่าหน่วยงาน /องค์กรภาคเอกชนในชุมชนมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร

- 1) แม้ค้าต้องยืมต้อนรับผู้ที่มาท่องเที่ยว
- 2) ต้องช่วยกันประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มาก
- 3) จัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
- 4) ช่วยสนับสนุนงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 5) มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

- 6) ทุกส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน คนในชุมชนต้องร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว
- 7) ให้เข้าเยี่ยมชมกิจการ ให้การต้อนรับด้วยมิตรไมตรี จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ชื้อสตั๊ย ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว
- 8) พัฒนาสภาพแวดล้อมในชุมชนให้สวยงามสะอาดตา

คำถามข้อที่ 17 ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรอย่างไร ผู้ที่เป็นสมาชิกสภาอบต. ให้คำตอบว่าได้เข้าร่วมประชุมสภาแสดงความคิดเห็น/เสนอโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้ที่เป็นข้าราชการให้คำตอบว่าที่ผ่านมาก็ยินดีให้ความร่วมมือกับทางราชการ ผู้ประกอบการให้คำตอบว่ายินดีให้ความร่วมมือกับทางราชการ มีอัตราศัย์ดีกับนักท่องเที่ยว

คำถามข้อที่ 18 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคอนมะโนรมมีปัญหาในเรื่องต่อไปนี้

- 1) มีเวลาน้อยในการซื้อขายสินค้า (ตลาดวายเร็ว)
- 2) ขาดการประชาสัมพันธ์ คนในพื้นที่อื่นไม่รู้จัก ทำให้มีนักท่องเที่ยวน้อย
- 3) สถานที่ไม่อำนวย เนื่องจากตลาดน้ำเป็นพื้นที่ส่วนบุคคล เพราะฉะนั้นจะทำอะไรให้พัฒนาที่ไม่สะดวก

- 4) ไม่มีการวางแผนดำเนินการที่ชัดเจน
- 5) ไม่มีคนรับผิดชอบอย่างจริงจัง
- 6) ขาดงบประมาณ
- 7) มีขยะ ผักตบชวาในลำคลองทำให้เกิดขวางการจราจร พายเรือลำบาก
- 8) ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ แก้วน้ำ พักผ่อน ที่บริเวณตลาดน้ำ

ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการเสนอแนะวิธีการหรือแนวทางในการแก้ปัญหา ดังนี้

- 1) ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทำป้ายบอกทางที่ถนนใหญ่ จัดทำสื่อโฆษณา
- 2) จัดสถานที่ให้มีภูมิทัศน์สวยงาม จัดทำซุ้มต้อนรับนักท่องเที่ยว ที่นั่งพักผ่อน ห้องน้ำ
- 3) กำหนดเวลาค้าขายให้มากขึ้น
- 4) กำหนดข้อห้ามเรื่องการทิ้งขยะลงคลอง ใช้กฎหมายบังคับ จัดหาที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ
- 5) กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจน
- 6) รวมกลุ่มพลังชุมชนเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง
- 7) จัดหางบประมาณ จากจังหวัด หรือจากส่วนราชการอื่นๆ มาช่วยสนับสนุน

คำถามข้อที่ 19 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนราดังนี้

- 1) ให้ทำการประชาสัมพันธ์หลวงพ่อดำวัดคอนมะโนราและศาลเจ้าอาม้า ซึ่งมีคนเคารพนับถือ โดยการติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บริเวณถนนใหญ่ เพื่อให้คนผ่านไปมาได้เห็นและเข้ามานมัสการ จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 2) จัดหางบประมาณมาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากกว่านี้
- 3) จัดหานักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่
- 4) ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของเกษตรกรในอาชีพต่างๆ เช่น การทำยาจืด
- 5) หน่วยงานภาครัฐและองค์กรชุมชนต้องร่วมแรงร่วมใจในการพัฒนาและทำการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายในหลายช่องทาง
- 6) ให้มีวันเวลาที่แน่นอน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาได้ตลอด
- 7) ขอให้คณะผู้นำชุมชนช่วยดูแลและเอาใจใส่พัฒนาการท่องเที่ยว

คำถามข้อที่ 20 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการพิจารณาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนราพบว่ามีสิ่งดึงดูดใจดังต่อไปนี้

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา

- 1) ตลาดน้ำ 2) อาชีพการเกษตร 3) วัด 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) ประเพณีวัฒนธรรม
- 6) บ้านเรือนไทย 7) สวนสมุนไพร 8) สวนสุขภาพ 9) สถานที่ประวัติศาสตร์

คำถามข้อที่ 21 ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าตำบลคอนมะโนรามีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

- 1) การทำน้ำตาลมะพร้าว 2) ผลไม้และพืชผักหลายชนิด 3) น้ำตาลสด 4) มะพร้าวอ่อน
- 5) มะพร้าวแห้ง 6) มะม่วง 7) การทำยาจืด

คำถามข้อที่ 22 ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีสถานที่ในตำบลคอนมะโนราที่สามารถใช้เพื่อการพักผ่อน

- สถานที่พักผ่อนในตำบลคอนมะโนรา มีดังนี้ 1) วัด 2) ตลาดน้ำ 3) ตลาดนัด
- 4) ล้ำคลอง 5) โรงเรียน (มีวันผู้สูงอายุ)

คำถามข้อที่ 23 ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการเคยพบเห็นว่ามีสิ่งใด หรือเหตุการณ์ใดที่ทำลายสิ่งแวดล้อมโดย คนในชุมชน

- 1) มีการทิ้งขยะลงลำคลอง 2) ใช้น้ำเมื่อปลา 3) ซื้อปลาด้วยไฟฟ้า 4) การใช้ปุ๋ยเคมี
- 5) การเผาขยะ 6) การเผายางรถยนต์

คำถามข้อที่ 24 ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการเคยพบเห็นว่ามีสิ่งใด หรือเหตุการณ์ใดที่ทำลายสิ่งแวดล้อมโดยนักท่องเที่ยว คำตอบ คือ มีการทิ้งขยะบ้างแต่มีจำนวนไม่มากนัก

คำถามข้อที่ 25 ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีกิจกรรมในตำบลดอนมะโนราหลายรูปแบบที่ควรจะได้รับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเรียงตามลำดับดังนี้

- 1) ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน
- 2) ชมพื้นที่ทำการเกษตร
- 3) นั่งเรือชมธรรมชาติ
- 4) พายเรือชมสวน
- 5) นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์
- 6) ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน
- 7) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ
- 8) จักรยานชมธรรมชาติ
- 9) ศูนย์เรียนรู้ชุมชน
- 10) พักค้างกับชาวบ้าน (Home stay)
- 11) งานหัตถกรรมท้องถิ่น
- 12) นวดแผนโบราณ
- 13) ชมหิ่งห้อย
- 14) ตกปลา/ตกกุ้ง

คำถามข้อที่ 26 ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมหรือศึกษาตามความสนใจเรียงตามลำดับดังนี้

- 1) ตลาดน้ำ
- 2) สวนผลไม้
- 3) วัด
- 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 5) ประเพณีวัฒนธรรม
- 6) บ้านเรือนไทย
- 7) ศาลเจ้า
- 8) สวนสมุนไพร
- 9) สวนสุขภาพ
- 10) ลำคลอง
- 11) สวนมะพร้าว

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ
เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา

(N=42)

ความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ในท้องถิ่นมากกว่าธุรกิจอย่างอื่น	3.12	1.1729	ปานกลาง
1. การท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบ ในการให้บริการของท้องถิ่น	4.02	1.0473	มาก
2. การท่องเที่ยวจะต้องไม่รบกวนการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน	4.33	.9016	มากที่สุด
3. การท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราตั้งอยู่บนพื้นฐานของ การใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น	4.31	.9750	มากที่สุด
5. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญ ต่อการป้องกันสิ่งแวดล้อม	4.57	.7372	มากที่สุด
6. การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องนำไปสู่ความเท่าเทียมกัน ทางเศรษฐกิจและสังคม	4.38	.7635	มากที่สุด
7. การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี ของคนในชุมชน	4.36	.9582	มากที่สุด
8. การจัดการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ อย่างบูรณาการ	4.64	.6922	มากที่สุด
9. ประชาชนทุกคนในตำบลคอนมะโนราคือบุคคลสำคัญ ที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.50	.7730	มากที่สุด
10. การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กัน ไปกับการพัฒนาคนในชุมชน	4.55	.7392	มากที่สุด
11. การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน	4.41	.8850	มากที่สุด
12. การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม	4.57	.7034	มากที่สุด
รวม	4.31	.8624	มากที่สุด

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด และผู้นำชุมชนผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนราในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ อย่างบูรณาการ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.64$)

ข้อคำถามที่ 27 เป็นคำถามสุดท้ายของแบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ

เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีส่วนร่วมโดยมีคำถามว่า “ท่านต้องการที่จะเข้าร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา” หรือไม่ มีผู้ให้คำตอบดังนี้

1. ต้องการเข้าร่วม 35 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 เพราะ อยากเห็นท้องถิ่นมีการพัฒนาจะทำให้มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ไม่ต้องการเข้าร่วม 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 เพราะต้องทำงานในสวนของตนเองไม่มีเวลาไปเข้าร่วมประชุม

5. ผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในตำบลคอนมะโนรา

ตารางที่ 42 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของประชาชนตำบลคอนมะโนรา

(N= 346)

ข้อมูลสถานภาพของประชาชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	159	46.00
หญิง	187	54.00
รวม	346	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	2.00
อายุ 20-30 ปี	27	7.80
อายุ 31-40 ปี	72	20.80
อายุ 41-50 ปี	72	20.80
อายุ 51-60 ปี	88	25.40
อายุ 60 ปีขึ้นไป	80	23.10
รวม	346	100.00
สถานภาพ		
โสด	77	22.30
สมรส	230	66.50
หย่า/แยกกันอยู่	22	6.40
หม้าย	17	4.90
รวม	346	100.00
สถานภาพในครัวเรือน		
หัวหน้าครัวเรือน	165	47.70
คู่สมรส	98	28.30
บุตร	66	19.10
ญาติผู้ใหญ่	9	2.60
บุตรเขย/สะใภ้	8	2.30
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.00 อายุ 51-60 ปีร้อยละ 25.40 มากที่สุด รองลงมาอายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 23.10 สถานภาพสมรสร้อยละ 66.50 มีสถานภาพหัวหน้าครัวเรือนร้อยละ 47.70

ตารางที่ 43 จำนวนและค่าร้อยละจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของประชาชนตำบลคอนมะโนรา

(N= 346)

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวน 2 คน	45	13.00
จำนวน 3 คน	70	20.20
จำนวน 4 คน	78	22.50
จำนวน 5 คน	68	19.70
จำนวน 6 คน	29	8.40
จำนวน 7 คน	30	8.70
จำนวน 8 คน	26	7.50
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 4 คน ร้อยละ 22.50 มากที่สุด รองลงมา มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 20.20

ตารางที่ 44 จำนวนและค่าร้อยละการประกอบอาชีพของประชาชนตำบลคอนมะโนรา

(N= 346)

การประกอบอาชีพของประชาชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	12	19.30
รับราชการ	34	9.80
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เอกชน	4	1.20
รับจ้าง/กรรมกร	85	24.60
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	20	5.80
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	13	3.80
เกษตรกร	178	51.40
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรร้อยละ 51.40

ตารางที่ 45 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลรายได้ของประชาชนตำบลคอนมะโนรา

(N= 346)

รายได้ของประชาชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	122	35.30
รายได้ 5,001-10,000 บาท	149	43.10
รายได้ 10,001-15,000 บาท	34	9.80
รายได้ 15,001-20,000 บาท	11	3.20
รายได้ 20,001-25,000 บาท	7	2.00
รายได้ 25,001-30,000 บาท	1	0.30
มากกว่า 30,000 บาท	18	5.20
ไม่มีรายได้ (เป็นนักศึกษา)	4	1.20
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 43.10

ตารางที่ 46 จำนวนและค่าร้อยละระดับการศึกษาของประชาชนตำบลคอนมะโนรา

(N= 346)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	199	57.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	45	13.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	44	12.70
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	3	0.90
ปริญญาตรี	4	13.00
สูงกว่าปริญญาตรี	10	12.50
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 57.50

ตารางที่ 47 จำนวนและค่าร้อยละระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา

(N= 346)

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ปี	32	9.20
11-20 ปี	48	13.90
21-30 ปี	51	14.70
31-40 ปี	54	15.60
41-50 ปี	41	11.80
มากกว่า 50 ปี	120	34.70
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่ตำบลคอนมะโนราเป็นเวลามากกว่า 50 ปีคิดเป็นร้อยละ 34.70

ตารางที่ 48 จำนวนและค่าร้อยละสิ่งสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ตำบลคอนมะโนรา
(N= 346)

สิ่งที่สำคัญที่มีอิทธิพล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นคนท้องถิ่น	248	71.70
มีโอกาสในการทำงาน	47	13.60
ต้องการเป็นสถานที่อาศัยอยู่ตลอดชีวิต	51	14.80
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่าเหตุผลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่ตำบลคอนมะโนราคือเป็นคนท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 71.70

ตารางที่ 49 จำนวนและค่าร้อยละของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราของประชาชน

(N= 346)

การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของประชาชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกี่ยวข้องโดยตรงเพราะเป็นงานในหน้าที่	42	12.10
มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นสาธารณะ	26	7.50
ไม่เกี่ยวข้อง	233	67.30
ไม่ตอบ	45	13.10
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 49 แสดงคำตอบเรื่องการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนรา ของประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้คำตอบว่าไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 67.30

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลผลกระทบการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของประชาชน	\bar{X}	S.D.	(N= 346)
			ระดับ ความคิดเห็น
1. การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นมากกว่าธุรกิจอย่างอื่น	3.30	1.0343	ปานกลาง
2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาด้านสิ่งก่อสร้างในชุมชน	3.66	.9682	มาก
3. การท่องเที่ยวทำให้สภาพแวดล้อมในชุมชนมีทัศนทัศน์ที่สวยงาม	3.85	.9852	มาก
4. การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่สร้างปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	4.02	.9668	มาก
5. การท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการของท้องถิ่น	3.90	1.0531	มาก
6. การท่องเที่ยวกระตุ้นให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมของชุมชน	4.19	.8836	มาก
7. การท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนราตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น	4.13	.9994	มาก
8. การท่องเที่ยวกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดความสามัคคีมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม	4.03	.9902	มาก
9. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมจากคนภายนอกชุมชน	3.56	1.0704	มาก
10. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำเสีย อากาศเสีย มลภาวะทางเสียง	3.51	1.1452	มาก
11. การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ในชุมชน เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหาอาชญากรรม	3.33	1.1456	ปานกลาง
12. การท่องเที่ยวทำให้ราคาที่ดินสูงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้นสินค้ามีราคาแพง	3.70	1.0905	มาก
13. การท่องเที่ยวทำให้คนฟุ้งเฟ้อ มุ่งหาแต่ผลประโยชน์ส่วนตน	3.26	1.1548	ปานกลาง
14. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนากลุ่มสตรีและเยาวชนในท้องถิ่น	3.98	1.0493	มาก
15. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นของคนเข้ามาในชุมชน	3.28	1.1763	ปานกลาง
16. การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.98	.9982	มาก

ตารางที่ 50 (ต่อ)

ความคิดเห็นของประชาชน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
17. การเพิ่มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและการป้องกันสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญ	4.07	.9387	มาก
18. การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องนำไปสู่ความเท่าเทียมกันทางสังคมและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน	3.98	.9415	มาก
19. การจัดการท่องเที่ยวควรมีการบูรณาการในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรและลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจ	4.22	.9260	มากที่สุด
20. การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจและประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว	4.26	.8929	มากที่สุด
21. การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการจัดการผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส	4.34	.9357	มากที่สุด
22. การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภาครัฐบาลและองค์กรภาคเอกชนในชุมชนมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.19	.9679	มาก
23. ประชาชนทุกคนในตำบลคอนมะโนราคือบุคคลสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.30	1.0197	มากที่สุด
24. การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กันไปกับการพัฒนาคนในชุมชนสิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม	4.32	.9865	มากที่สุด
25. การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	4.23	1.0583	มากที่สุด
รวม	3.90	1.0151	มาก

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่าประชาชนประชาชนตำบลคอนมะโนราที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลผลกระทบการท่องเที่ยว

ตารางที่ 51 จำนวนและค่าร้อยละของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของประชาชน ตำบลคอนมะโนรา

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	จำนวนความถี่ (คน)	ค่าร้อยละ
ตลาดน้ำ	180	52.02
อาชีพการเกษตร	169	48.84
วัด	143	41.33
ภูมิปัญญาท้องถิ่น	88	25.43
ประเพณีวัฒนธรรม	57	16.47
บ้านเรือนไทย	32	9.25
สวนสมุนไพร	24	6.94
สวนสุขภาพ	22	6.36
สถานที่ประวัติศาสตร์	21	6.07
ศาลเจ้า	6	4.15
ลำคลอง	5	1.44
ต้นไม้ใหญ่	4	1.16
สวนมะพร้าว	4	1.16

*สามารถเลือกตอบได้หลายคำตอบ

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความคิดเห็นว่าตำบลคอนมะโนรามีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความถี่ดังนี้ 1) ตลาดน้ำ 2) อาชีพการเกษตร 3) วัด 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) ประเพณีวัฒนธรรม 6) บ้านเรือนไทย 7) สวนสมุนไพร 8) สวนสุขภาพ 9) สถานที่ประวัติศาสตร์ 10) ศาลเจ้า 11) ลำคลอง 12) ต้นไม้ใหญ่ 13) สวนมะพร้าว

ตารางที่ 52 จำนวนและค่าร้อยละของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประชาชนอยากให้เกิดขึ้นในตำบล
ดอนมะโนรา

รายการ	จำนวนความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. ชมพื้นที่ทำการเกษตร	156	45.09
2. พายเรือชมสวน	130	37.57
3. ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน	105	30.35
4. นั่งเรือชมธรรมชาติ	79	22.83
5. ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน	65	18.79
6. นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์	64	18.55
7. ทดลองทำการเกษตร	62	17.92
8. ขี่จักรยานชมธรรมชาติ	50	14.49
9. ศูนย์เรียนรู้ชุมชน	48	13.87
10. สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ	47	13.58
11. พักค้างกับชาวบ้าน (Home stay)	46	13.29
12. งานหัตถกรรมท้องถิ่น	41	11.85
13. นวดแผนโบราณ	40	11.16
14. ชมเส้นทางสมุนไพร	28	8.09
15. ชมหิ่งห้อย	27	7.80
16. ตกปลา ตกกุ้ง	18	5.20
17. ดูดวง ทำนายโชคชะตา	10	2.89
18. เสี่ยงโชค	7	2.02
19. ร้องเพลงคาราโอเกะ	5	1.44
รวม	346	100.00

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประชาชนอยากให้เกิดขึ้นในตำบล
ดอนมะโนรามากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) การชมพื้นที่ทำการเกษตร 2) การพายเรือชมสวน
3) ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน 4) นั่งเรือชมธรรมชาติ 5) ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน
6) นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 7) ทดลองทำการเกษตร 8) ขี่จักรยานชมธรรมชาติ 9) ศูนย์เรียนรู้ชุมชน
10) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ 11) พักค้างกับชาวบ้าน (Home stay) 12) งานหัตถกรรมท้องถิ่น

13) นวดแผนโบราณ 14) ชมเส้นทางสมุนไพรมะโนรา 15) ชมหิ้งห้อย 16) ตกปลา ตกกุ้ง 17) ดูควง
ทำนายโชคชะตา 18) เสียงโชค 19) ร้องเพลงคาราโอเกะ

คำถามประชาชนเรื่อง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชน พบว่ามีคำตอบเรียงตามลำดับดังนี้

1. วัดคอนมะโนรา
2. ตลาดน้ำ (บ้านเรือนไทย)
4. โรงเรียน(วันผู้สูงอายุ)
5. สวนสมุนไพรมะโนรา
6. สวนสุขภาพ
7. ลำคลอง
8. ตลาดนัด

คำถามเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชนคอนมะโนรา พบว่ามีคำตอบเรียงตามลำดับดังนี้

1. น้ำตาลมะพร้าว
2. น้ำตาลสด
4. มะพร้าว
5. ยาจี๊ด
6. มะม่วง
7. ผลิตภัณฑ์เกษตร
8. ผลไม้ชนิดต่างๆ

คำถามสุดท้ายในแบบสอบถามประชาชน

ถามว่าท่านต้องการที่จะเข้าร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

1. ต้องการเข้าร่วม 2. ไม่ต้องการเข้าร่วม

หากต้องการเข้าร่วมโปรดให้ข้อมูลที่อยู่ที่สะดวกในการติดต่อ

พบข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 346 คน ดังนี้

1. มีประชาชนต้องการเข้าร่วม 61 คน คิดเป็นร้อยละ 17.63
2. ไม่ต้องการเข้าร่วม 285 คน คิดเป็นร้อยละ 82.37

6. ผลที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่ม (Focus group) จัดขึ้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2554 เวลา 13.30-17.30 น. ณ ห้องประชุม 1 อาคารจุฬาพัฒน์ 8 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 10 คน โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. คุณขจร วีระใจ ผู้อำนวยการสำนักทะเบียนธุรกิจนาเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. คุณกุลปราโมทย์ วรรณเลิศ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมแหล่งแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ดร.ประพีร์พร อักษรศรี อาจารย์ประจำภาควิชาพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
6. คุณเสงี่ยม เอกโชติ คณะกรรมการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว
4. คุณนิพัทธ์พงษ์ ชวนชื่น ผู้แทนจากสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย
5. คุณกฤษฎา พรหมศรี ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ โรงแรมโรสการ์เดนิเวอ์ไซด์ (ROSE GARDEN RIVERSIDE) สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม
7. คุณธนัทชาติ บุญประกอบ รองประธานประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ
8. คุณสุธาณี ชัยเชื่อนันท์ ผู้จัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
9. คุณณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
10. คุณสมศักดิ์ อภิวันทนกุล คณะกรรมการชุมชนตลาดน้ำเหล่าต้อถั่ว ปากคลองลาดพร้าว อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม คือ นางสาวนพรัตน์ สุทธิถกล (ผู้วิจัย) ผู้ช่วยบันทึกเทปและบันทึกการประชุม คือ นางสาวนิจิรา คลังสมบัติ และนางรชดา เครือทิวา นิสิตคฤภีบัณฑิตชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาวิทยาการจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นหัวข้อการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ดังนี้

1. ท่านคิดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้เป็นอย่างไ
2. โอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
3. ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวตลาดน้ำคืออะไร
4. มีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง ท่านมีมุมมองอย่างไร
5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นอย่างไ
6. กิจกรรมท่องเที่ยวตลาดน้ำควรมีอะไรบ้าง

7. รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง

ผู้ดำเนินการให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นที่ละคนตามประเด็นที่กำหนดไว้ เมื่อเสร็จสิ้นการประชุม ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุมดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 ท่านคิดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้เป็นอย่างไ

สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเนื่องจาก

1. มีตลาดน้ำหลายแห่งที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลาง การเดินทางสะดวกตลาดน้ำอยู่ใกล้กรุงเทพฯสามารถขับรถไปเองหรือใช้รถประจำทางได้ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในระยะใกล้ๆ ไม่เกิน 200 กิโลเมตร

2. ตลาดน้ำเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับคนไทย เป็นกิจกรรมพักผ่อนวันหยุดของสมาชิกภายในครอบครัว

3. ตลาดน้ำเป็นแหล่งเรียนรู้ อยากให้ลูกหลานได้ไปศึกษาวิถีชีวิตของคนไทยในอดีต นักท่องเที่ยวบางคนไปตลาดน้ำเพื่อรำลึกถึงอดีต (Nostalgia)

4. มีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย มีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวตามรูปแบบของตลาดน้ำ เช่น ตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน และตลาดน้ำที่สร้างขึ้นในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำอโยธยา ตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยา

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมองการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นแหล่งศึกษาวิถีชีวิตของชาวไทย เป็นสิ่งแปลกตาน่ามหัศจรรย์ (Amazing)

ประเด็นที่ 2 โอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำมีโอกาสเติบโต สิ่งสำคัญคือชุมชนจะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีสินค้าประจำท้องถิ่น ราคาสินค้าจะต้องยุติธรรม คนในชุมชนต้องมีอัธยาศัยดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม

2. จะต้องมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านในสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดอื่นๆที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ดูวิถีชีวิตธรรมชาติ

3. ตลาดน้ำแต่ละแห่งจะต้องวิเคราะห์ตนเองและเปรียบเทียบกับตลาดน้ำแห่งอื่น ความสำเร็จของชุมชนถ้าชุมชนสามารถทำเองได้ก็จะเกิดความยั่งยืน ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์ของตนเอง

4. การท่องเที่ยวตลาดน้ำจะมีโอกาสการเติบโตได้นั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ จะต้องมีการ เชื่อมโยง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชันจะมีการนั่งเรือไปเที่ยวชมสวนกล้วยไม้ สวนงู ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำวัดสะพาน เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวตลาดน้ำมีโอกาสการเติบโตเนื่องจากคนหวนหาอดีต หวนหาธรรมชาติ วิธีชีวิตชุมชน การพายเรือ ในแม่น้ำท่าคลอง

6. การท่องเที่ยวตลาดน้ำจะมีโอกาสการเติบโตได้นั้น นักวิชาการ ภาครัฐบาลท้องถิ่น จะต้องศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้มีการจัดการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การรักษาความสะอาด การใช้ภาษาที่เป็นวัสดุจากธรรมชาติ มีการล้างภาชนะที่ถูกละเลย มี การดูแลแหล่งน้ำมีการรักษาสิ่งแวดล้อม

7. ควรมีกิจกรรมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงกิจกรรมให้กลมกลืนกับกิจกรรมอื่นๆในพื้นที่

ประเด็นที่ 3 ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวตลาดน้ำคืออะไร

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ตู้โทรศัพท์ ธนาคารหรือตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)

2. ปัญหาด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การเก็บขยะ การใช้โฟม น้ำเสีย น้ำดื่ม น้ำใช้

3. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ด้วยระบบเทคโนโลยีเครือข่ายไร้สาย สามารถที่จะนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างสะดวกไม่หลงทาง

4. ปัญหาด้านจำนวนนักท่องเที่ยว เช่น มีนักท่องเที่ยวมากเกินไป หรือมีจำนวนน้อยเช่นในฤดูฝน มีข้อเสนอแนะ คือ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนให้คนในจังหวัดอื่นๆ นักเรียน นักศึกษา ให้มีการเข้ามาศึกษาดูงานภายในพื้นที่ตลาดน้ำชุมชน ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น ควรมีการคาดการณ์จัดทำสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว ปัญหานักท่องเที่ยวกระจุกตัวเฉพาะพื้นที่ทำเรือของเอกชน ที่อยู่ในตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีบริษัทนำเที่ยวพานักท่องเที่ยวเข้ามาซึ่งจะให้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง

5. ปัญหาด้านการบริหารจัดการ การจัดการด้านการตลาด ควรมีการบริหารจัดการโดยคนในชุมชน ต้องมีคนเป็นที่ปรึกษา หรือทำอย่างไรให้คนในชุมชนบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง

6. ปัญหาด้านคุณภาพสินค้าและบริการ สินค้าจะต้องเป็นผลผลิตของชุมชน มีเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่ควรมีสินค้าที่มาจากที่อื่น หรือหากจะมีสินค้าจากภายนอกก็ควรเป็นสินค้าแบบโบราณ

7. ปัญหาด้านความปลอดภัย เช่น คนหาย เด็กหลงทาง เกิดอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ดูแล

8. ปัญหาด้านการจราจรทางบกและทางน้ำ เช่น การจราจรติดขัดในวันหยุดเทศกาลสำคัญ ในคลองมีเรือจำนวนมากทำให้การจราจรติดขัด

9. ปัญหาด้านการออกแบบสิ่งก่อสร้าง ควรมีสถาปัตยกรรมที่เป็นรูปแบบของชุมชน การจัดการภูมิทัศน์ การออกแบบป้าย ให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ กำหนดจุดต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มีความร่มรื่น มีความเป็นระเบียบสวยงาม

ประเด็นที่ 4 มีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง ท่านมีมุมมองอย่างไร

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

1. การมีตลาดน้ำเกิดขึ้นหลายแห่งเป็นการสร้างทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้กระจายแหล่งท่องเที่ยวออกไปมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น

2. การสร้างตลาดน้ำให้เกิดขึ้นใหม่จะต้องเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย

3. จะต้องมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

4. มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน และต้องจัดให้มีผู้ดูแลความปลอดภัย

5. จะต้องพิจารณาจุดเด่นของชุมชน ความยั่งยืนและความเป็นตัวตนของชุมชน มีการอนุรักษ์ความเป็นไทย มีการดูแลสิ่งแวดล้อม และชุมชนต้องเป็นเจ้าของ

6. จะต้องมีส่วนดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีกิจกรรมทางน้ำ เช่น การนั่งเรือชมธรรมชาติ จัดให้มีน้ำ มีเรือเป็นองค์ประกอบและเป็นตัวขับเคลื่อน และรักษาความเป็นธรรมชาติเอาไว้

7. ตลาดน้ำธรรมชาติจะต้องมีสินค้าท้องถิ่น สินค้าจะต้องราคาไม่แพง

8. คำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวไทยไปท่องเที่ยวตามกระแสนิยม

9. มีการจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีมัคคุเทศก์ให้คำแนะนำโดยเฉพาะชาวต่างประเทศ เข้าบ้านต้องให้การต้อนรับ มีความเป็นมิตรของชาวบ้าน มีการบริการที่ดี

10. จะต้องมีการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

11. จะต้องมีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้กิจกรรมในชุมชน นักท่องเที่ยวจะมีการบอกต่อไปยังเพื่อนฝูงคนรู้จัก

ประเด็นที่ 5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นอย่างไร

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และเทศกาลวันหยุด

2. เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในระยะทางใกล้ๆ ไม่เกิน 200 กิโลเมตร โดยเฉพาะเขต

ปริมณฑล

3. นักท่องเที่ยวมักเดินทางไปกับครอบครัว ไปกับกลุ่มเพื่อน เพื่อรับประทานอาหารนอกบ้าน อาหารท้องถิ่น

4. ต้องการเลือกซื้อสินค้าที่มีความหลากหลาย มีอาหารให้เลือกจำนวนมาก มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน มีการบอกเล่าต่อกัน รับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และจากโทรทัศน์

6. มีนักท่องเที่ยวบางคนสนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างจริงจัง

7. ชอบธรรมชาติ อยากพักผ่อนในวันหยุด สนุกกับการเลือกซื้อสินค้า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

1. เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว มีเวลาค่อนข้างจำกัดประมาณ 1-2 ชั่วโมง สนใจศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน แต่มีเวลาจำกัด

2. เดินทางมากับรถรับจ้าง (Taxi) รถโค้ช บางทีก็อาจจะถูกเอาเปรียบเรื่องค่าจ้างเหมารถ

3. เดินทางมาเอง (Back Packing) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีเวลามากพอที่จะได้ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

ประเด็นที่ 6 กิจกรรมท่องเที่ยวตลาดน้ำควรมีอะไรบ้าง

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

1. กิจกรรมการพายเรือชมธรรมชาติ การล่องเรือในแหล่งน้ำ

2. มีการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร เช่น พืชผักสวนครัวที่ขึ้นตามธรรมชาติ ผักปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์การเกษตรประเภทต่าง ๆ

3. มีอาหารพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย เครื่องดื่มสมุนไพร

4. มีกิจกรรมการแสดง

5. มีการสาธิตการทำอาหารท้องถิ่น เช่น การทำขนมญี่ปุ่น การกวนกระยาสารท การทำหมี่กรอบ การทำขนมบัวมัน ฯลฯ

6. มีกิจกรรมตามเทศกาล เช่น ลอยกระทง งานวิวาทะทัศน์แห่งหมากพองน้ำ สงกรานต์

7. แม่ค้าที่ล่องเรือขายสินค้า ควรมีวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นวิถีชีวิตประจำ

8. สินค้าของที่ระลึกควรมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

ประเด็นที่ 7 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของจะต้องร่วมกันคิดวางแผนออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน
 2. จัดตั้งคณะทำงานมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบมีกฎกติกาชัดเจน มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน
 3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และหน่วยงานต่างๆในชุมชน
 4. สินค้าต้องเป็นของที่ผลิตในชุมชน
 5. ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
 6. มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ สถานที่นั่งพักผ่อน
 7. มีการประชาสัมพันธ์ให้คนเข้ามาในพื้นที่
 8. มีการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำ มีกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน
 9. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น
 10. มีกิจกรรมทางเรือ ทางน้ำ เช่น การนั่งเรือชมธรรมชาติ ชมทิวทัศน์ ตกปลา หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามศักยภาพของชุมชน
 11. มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
 12. มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม
- ผลที่ได้รับเพิ่มเติมจากการประชุมครั้งนี้ ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้จัดการตลาดน้ำซึ่งผู้จัดการตลาดน้ำแต่ละแห่งรู้สึกดีใจที่ได้มีโอกาสมาพูดคุยแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น ตลอดจนได้เรียนรู้แนวทางการจัดการตลาดน้ำแต่ละแห่ง เกิดมิตรภาพระหว่างกัน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือในการทำงานต่อไปในอนาคต

พัฒนาการท่องเที่ยวตามแบบเขียน โครงการที่ผู้วิจัยแจก ให้สมาชิกกลุ่มช่วยกันเขียน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการนำสิ่งที่คิดในกระบวนการต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) นำมาเขียนรายละเอียดลงในโครงการ โดยมีวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ผู้รับผิดชอบ กิจกรรมที่จะดำเนินการ หน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน การติดตามประเมินผลโครงการ และผลที่คาดว่าจะได้รับการทำโครงการ

ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการทำให้ได้แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีโครงการเกิดขึ้น จำนวน 8 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก 3) โครงการมัคคุเทศก์น้อย 4) โครงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) โครงการจัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) 6) โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อม 7) โครงการนวดแผนโบราณ 8) โครงการจัดจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งโครงการที่เกิดขึ้นจะนำไปใส่ในแผนพัฒนา 3 ปี (2554-2556) ขององค์การบริหารส่วนตำบลดอนมะโนรา

ผลที่เกิดขึ้นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการนอกจากจะได้แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชนแล้ว ในกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการนั้น มีการให้ความรู้เรื่องการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน มีกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม ทำให้ชาวบ้านได้มีการพัฒนาตนเอง จากการประเมินผลในช่วงเวลาสุดท้ายของการประชุมเมื่อสมาชิกที่เข้าประชุมแต่ละกลุ่มนำเสนอผลการร่วมคิดร่วมตัดสินใจวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชน แล้ว ผู้ดำเนินการได้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้เขียนแสดง ความรู้สึกที่ได้รับจากการเข้าร่วมการประชุมในวันนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมเขียนแสดงความรู้สึก สรุปได้ว่า

1. รู้สึกดีใจที่มีบุคลากรมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน
2. ได้เห็นความสามัคคีของคนในตำบลดอนมะโนรา
3. เป็นโอกาสที่ดีมากทำให้ประชาชนในชุมชนมีการตื่นตัว
4. รู้สึกดีใจที่ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นของตนเองและได้รับฟังความคิดเห็นของคนอื่นที่มาเข้าร่วมประชุมด้วยกัน
4. ทำให้ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้รับความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน
5. ได้ร่วมกันระดมความคิดวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เข้มแข็งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต ซึ่งจะทำให้คนรู้จักมากขึ้น

ตารางที่ 53 ผลที่ได้รับจากการประชุมเชิงปฏิบัติการผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ตำบลคอนมะโนรา

วัตถุประสงค์	ผู้เข้าร่วม	เทคนิค/วิธีการ ที่นำมาใช้	ผลที่เกิดขึ้นจากการ ประชุมเชิงปฏิบัติการ
<p>1. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน</p> <p>2. เพื่อเพิ่มพลังอำนาจในการตัดสินใจของประชาชนในชุมชน</p> <p>3. ให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว ชุมชน การเป็นเจ้าของที่ดี การบริการการท่องเที่ยว และกระบวนการทำงานเป็นทีม</p> <p>4. เพื่อวางแผนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา</p>	<p>ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน คอนมะโนรา จำนวน 35 คน ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนประชาชนแต่ละหมู่บ้าน นายกอบต. แพทย์ประจำโรงพยาบาลตำบล ครูอาสาสมัครสาธารณสุข พ่อค้าเจ้าของธุรกิจ</p>	<p>1. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) การจัดการท่องเที่ยว</p> <p>2. การวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) เป็นการค้นหาปัญหา ร่วมกันและการแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยมีการตัดสินใจร่วมกันเพื่อเลือกวิธีการที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา การจัดการท่องเที่ยวชุมชน</p> <p>3. กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์</p>	<p>1. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดโครงการพัฒนาดังนี้ 1) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>3) โครงการมัคคุเทศก์น้อย 4) โครงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) โครงการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์</p> <p>6) โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อม</p> <p>7) โครงการวางแผนโบราณ</p> <p>8) โครงการจัดจรรย์านท่องเที่ยวในชุมชน</p> <p>2. ด้านพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีการรับฟังความคิดเห็น มีการตัดสินใจร่วมกัน มีความสามัคคีเกิดขึ้นในชุมชน</p>

ตารางที่ 54 ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจาก โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา

ชื่อ โครงการ/วัตถุประสงค์	ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับชุมชน	ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว	บุคคล/กลุ่ม/ผู้ที่รับผิดชอบโครงการ
1. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว - เพิ่มการรับรู้ต่อสาธารณชนว่ามีตลาดน้ำคอนมะโนราในพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมกระตุ้นอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง	-ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับความรู้วิธีการ ประชาสัมพันธ์และ การทำตลาด - กระตุ้นให้เกิด ความร่วมมือ	- มีโอกาส/ทางเลือก ในการรับรู้ข้อมูล ทางการท่องเที่ยว มากขึ้น	-คณะกรรมการ บริหาร อบต. -ประชาชนผู้มีส่วน เกี่ยวข้องทุกคน
2. ปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดหาสิ่ง อำนวยความสะดวก - จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยว	- ชุมชนมีสภาพ แวดล้อมที่ดีขึ้น -เกิดความร่วมมือใน ชุมชน	-มีสิ่งอำนวยความสะดวก มากขึ้น -นักท่องเที่ยวได้พบ กับสิ่งที่คาดหวัง	-คณะกรรมการ บริหาร อบต. -ประชาชนผู้มีส่วน เกี่ยวข้องทุกคน
3. อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น - สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญา ท้องถิ่นและอนุรักษ์ไว้เพื่อสืบทอด ไปยังลูกหลาน	-เพิ่มความรู้สึกรู้ในการ เห็นคุณค่าภูมิปัญญา ท้องถิ่น -กระตุ้นให้เกิดความ สามัคคี มีการอนุรักษ์ วัฒนธรรมท้องถิ่น	- มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ -ศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น	-บุคคลภูมิปัญญา ท้องถิ่น - คณะกรรมการ บริหาร อบต. -ประชาชนผู้มีส่วน เกี่ยวข้องทุกคน
4. พัฒนาสิ่งแวดล้อม - ปรับปรุงสิ่งแวดล้อม	- มีสิ่งแวดล้อมที่ดี - มีทัศนที่ที่สวยงาม -เกิดการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	-มีสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยว กลับมาเที่ยวซ้ำ	-คณะกรรมการ บริหาร อบต. -ประชาชนผู้มีส่วน เกี่ยวข้องทุกคน
5. มัคคุเทศก์น้อย -ส่งเสริมทักษะการสื่อสาร และ เห็นคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น	-ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักมากขึ้น -เยาวชนเห็นคุณค่า ของทรัพยากรที่มีอยู่ -เพิ่มความรู้สึกรัก ภาคภูมิใจให้กับผู้ที่ อยู่อาศัยในชุมชน	- มีความสัมพันธ์ที่ ดีกับคนในท้องถิ่น -ได้แลกเปลี่ยน เรียนรู้ -ได้รับความรู้จาก การเข้าร่วมกิจกรรม การท่องเที่ยว	- ครูและนักเรียน ในโรงเรียน - เจ้าของธุรกิจ ภาคเอกชน - คณะกรรมการ บริหาร อบต.

ตารางที่ 54 (ต่อ)

ชื่อโครงการ/วัตถุประสงค์	ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับชุมชน	ผลประโยชน์เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว	บุคคล/กลุ่ม/ผู้ที่รับผิดชอบโครงการ
6. จัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) - แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม - ปรับปรุงที่พักอาศัย - มีรายได้เพิ่มขึ้น	- เพิ่มบทบาทสตรี - มีการรวมกลุ่มคนอาชีพเดียวกัน มีการปรึกษาหารือกัน - มีรายได้เพิ่มขึ้น	- ได้รับประสบการณ์ใหม่ตามวิถีชีวิตชุมชน	- กลุ่มแม่บ้าน - คณะกรรมการบริหาร อบต.
7. นวดแผนโบราณ - การพัฒนาทุนมนุษย์ - ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและเพิ่มเศรษฐกิจ	- สตรีและผู้สูงอายุได้รับการยอมรับ - ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ - มีรายได้เพิ่มขึ้น	- ผ่อนคลายความเมื่อยล้า	- กลุ่มสตรี - แพทย์ประจำตำบล
8. ขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน - ชมทิวทัศน์ในชุมชน - เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว	- มีเส้นทางกร/กิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆเกิดขึ้น	- ออกกำลังกาย/ชมทิวทัศน์	- คณะกรรมการบริหาร อบต. - ประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่าโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในตำบลอนามะโนรานั้น ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงกับชุมชน ในเรื่องความร่วมมือในการทำงานของคนในชุมชนทุกภาคส่วน เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาบทบาทเยาวชน กลุ่มสตรีและผู้สูงอายุ เกิดผลประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวทำให้ได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก และนักท่องเที่ยวจะได้พบกับสิ่งที่คาดหวัง และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการท่องเที่ยวชุมชน



รูปที่ 23 ผู้เข้าร่วมประชุมอธิบายผลการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของตำบลคอนมะโนรา



รูปที่ 24 สมาชิกกลุ่มร่วมกันอภิปรายแสดงความคิดเห็นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว



รูปที่ 25 บรรยายการประชุมเชิงปฏิบัติการผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และความสนุกสนาน



8. ผลที่ได้รับจากการประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม

การประชุมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนถูกจัดขึ้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ.2554 ที่ห้องประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีผู้เข้าร่วมประชุม 51 คน โดยผู้วิจัยประสานงานขอความร่วมมือหน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดใกล้เคียง มีผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วย ผู้นำชุมชน (นายกอบต.) ผู้จัดการตลาดน้ำ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์และรีสอร์ท ผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร (OTOP) แม่ค้าตลาดน้ำ หอการค้าจังหวัด ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น พัฒนาการอำเภอ เกษตรตำบล ชาวสวนผลไม้ ในภาคเช้าเริ่มต้นด้วยพิธีเปิดการประชุม โดยมี ร้อยตำรวจโทอาทิตย์ บุญญะโสภิต รองผู้ว่าราชการมาเป็นประธานในพิธีเปิดการประชุม และมีนายสุฤกษ์ ศิลปะอนันต์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเป็นผู้กล่าวรายงานที่มาของโครงการและวัตถุประสงค์ของการจัดประชุม หลังจากพิธีเปิดมีวิทยากรจากหอการค้าจังหวัดคือ คุณสัมพันธ์ พงษ์พรรณนากุล ให้ความรู้เรื่องกลยุทธ์การจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ในอนาคต มีการถ่ายทอดประสบการณ์ทำงานการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างได้ผลจากผู้แทนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ตลาดเก่าบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองลัดพลี ตลาดน้ำดอนมะโนรา ผู้จัดการโฮมสเตย์ปลายโพรงพาง และผู้แทนผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่น มีการแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าประชุมได้อภิปราย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ในภาคบ่ายผู้วิจัยใช้เทคนิค Problem tree ซึ่งเป็นวิธีการค้นหาปัญหาและแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหาโดยจำลองภาพการท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนต้นไม้ใหญ่ที่มีกิ่งก้านสาขาแผ่กระจายกระบวนการเริ่มจากผู้วิจัยให้สมาชิกช่วยกันวาดรูปต้นไม้ลงบนกระดาษคลิปปาร์ท ตามจินตนาการของสมาชิกในกลุ่ม โดยให้มีราก ลำต้น กิ่งก้าน และใบ และใช้สีเมจิกตกแต่งให้สวยงาม โดยรากของต้นไม้เปรียบเหมือนปัญหาการท่องเที่ยวที่กำลังเกิดขึ้น ลำต้นเปรียบเหมือนหน่วยงานที่จะมาช่วยแก้ปัญหา ใบเปรียบเหมือนกิจกรรมที่จะทำให้ปัญหาลดลงหรือคลี่คลายลงไป ผลก็เป็นสิ่งที่ได้รับจากการทำกิจกรรม/โครงการพัฒนาการท่องเที่ยว เมื่อทุกกลุ่มทำเสร็จแล้วให้ออกมานำเสนอผลการคิดวิเคราะห์ของตนเอง

ผลที่เกิดขึ้นจากการประชุมการสร้างเครือข่าย

มีการถ่ายทอดประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนของผู้ประกอบการในพื้นที่ ได้แก่

1. ผู้แทนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ได้แก่ นายประสิทธิ์ เถлимทรง
2. ผู้แทนจากตลาดเก่าบางนกแขวก ได้แก่ คุณสมเกียรติ พริ้งถาวร
3. ผู้แทนจากตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ คุณวินัย นุชอุดม (นายกอบต.ท่าคา)
4. ผู้แทนจากตลาดน้ำบางน้อย ได้แก่ คุณอัครารรรณ ศรีทัตพันธุ์

5. ผู้แทนจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก ได้แก่ คุณสมศักดิ์ อภิวันทนกุล
6. ผู้แทนจากตลาดน้ำคอนมะโนรา ได้แก่ คุณบุญรัตน์ ลิ้มไพบูลย์ (รองนายกอบต.คอนมะโนรา)
7. ผู้จัดการโฮมสเตย์ปลายโพงพาง ได้แก่ คุณฉิรดา เอกแก้วนำชัย
8. ผู้แทนผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่น ได้แก่ อาจารย์สมทรง แสงตะวัน เจ้าของสวนส้มโอเกษตรอินทรีย์

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม

1. ควรจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและมีการติดตามผลการปฏิบัติ
2. จัดโครงการรักษาสิ่งแวดล้อม
3. สร้างเครือข่ายท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อแก้ปัญหานักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา
4. ให้มีการสร้างความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว
5. จัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง
6. ปลุกฝังเยาวชนให้มีจิตสำนึกรักชุมชนท้องถิ่น
7. จัดอบรมความรู้ให้แก่เด็กและเยาวชนเพื่อต้านภัยยาเสพติด
8. เปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นของชาวบ้าน

ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาการสร้างเครือข่าย

หลังจากการประชุมกลุ่มและนำเสนอผลการทำงานแล้ว ได้มีการให้ผู้เข้าร่วมประชุมเขียนบรรยายความรู้สึกในการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ พบว่า

1. ผู้เข้าร่วมประชุมได้เพิ่มพูนความรู้จากวิทยากรและมีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้เข้ารับการอบรมด้วยกัน
2. ทำให้มีโอกาสนพบปะพูดคุยกัน ทำให้ได้รู้จักเพื่อนใหม่
3. ได้รับข้อมูลที่พร้อมจะแก้ไขปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยว
4. ทำให้รู้สึกมีความหวังว่าจะสามารถประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ เพื่อต่อยอดแก้ไข และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถูกทาง
5. ได้เห็นแบบอย่างที่สามารถนำไปพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง
6. ทำให้เชื่อมโยงไปสู่การมีกิจกรรมอื่นที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันในอนาคต
7. ในอนาคตอาจจะมีการรวมตัวกันจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการขึ้นมา เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามต่อไป



รูปที่ 27 การระดมความคิดเห็น
ในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม



รูปที่ 28 ผู้เข้าร่วมประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวนำเสนอผลการอภิปรายของกลุ่ม



รูปที่ 29 ชาวบ้านตำบลคอนมะโนราไปศึกษาดูงานโฮมสเตย์ดีเด่นของบ้านผู้ใหญ่ทองหยิบ



รูปที่ 30 ชาวบ้านจากคอนมะโนราศึกษาดูงานเรียนรู้วิธีการสานตะกร้าใส่ผลไม้โดยใช้ใบมะพร้าว

ตารางที่ 55 แสดงผลที่ได้รับจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน
จังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง

วัตถุประสงค์	ผู้เข้าร่วม	เทคนิค/วิธีการ ที่นำมาใช้	ผลที่เกิดขึ้นจากการ ประชุมการสร้างเครือข่าย ท่องเที่ยวชุมชน
<p>1. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม</p> <p>2. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน</p> <p>3. ให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</p> <p>4. ส่งเสริมกระบวนการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว</p> <p>5. เพื่อสร้างความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น และหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม</p>	<p>ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียงจำนวน 51 คน ประกอบด้วย นายกเทศบาล นายกอบต. ผู้จัดการตลาดน้ำ แม่ค้าตลาดน้ำ เจ้าของโฮมสเตย์และรีสอร์ท ผู้ผลิตสินค้าชุมชน (OTOP) หอการค้าจังหวัด ท่องเที่ยวจังหวัด ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น พัฒนาการอำเภอ เกษตรตำบล และชาวสวนผลไม้</p>	<p>1. การวิเคราะห์ (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม</p> <p>2. การวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) เป็นการค้นหาปัญหา ร่วมกันและการแสวงหาแนวทางการแก้ปัญหาและมีการตัดสินใจร่วมกัน เพื่อเลือกวิธีการที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา</p> <p>3. กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์</p>	<p>1. มีการแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน</p> <p>2. มีการถ่ายทอดประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนของผู้ประกอบการในพื้นที่</p> <p>3. ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของระหว่างผู้ประกอบการ</p> <p>4. มีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม</p> <p>5. มีการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนา การสร้างเครือข่าย</p> <p>6. ชาวบ้านตำบลดอนมะโนราารู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น และมีแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลดอนมะโนราให้มีชื่อเสียงต่อไปในอนาคต</p>

9. ผลจากการจัดการท่องเที่ยวนําร่องในชุมชนตำบลคอนมะโนรา

การจัดเที่ยวนําร่องจัดขึ้น ในวันที่ 3-4 กันยายน 2554 มีผู้ร่วมโครงการจำนวน 71 คนเป็น นิสิตชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการท่องเที่ยว ของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ คอนมะโนรา แสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 56 จำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวนําร่องที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนรา

(N=71)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	47	66.19
หญิง	24	33.81
รวม	71	100.00
อายุ		
อายุ 20 ปี	30	42.25
อายุ 21 ปี	39	54.93
อายุ 38 ปี	1	1.41
อายุ 53 ปี	1	1.41
รวม	71	100.00

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนําร่องที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนรา ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 66.19 มีอายุ 21 ปีร้อยละ 54.93 และมีอายุ 20 ปีร้อยละ 42.25

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนำร่องที่มีต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนมะโนรา

(N=71)

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านการคมนาคม			
1.1 สภาพถนนมีความกว้างรถยนต์สามารถวิ่งสวนทางกันได้อย่างสะดวก เส้นทางไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ	3.50	.7446	มาก
1.2 มีป้ายบอกทางชัดเจน	2.96	.8648	ปานกลาง
1.3 มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ	3.25	.7417	ปานกลาง
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
2.1 ศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว	2.24	.8873	น้อย
2.2 บุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.66	.7384	มาก
2.3 เอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	2.56	.7223	น้อย
2.4 การบริการสถานที่จอดรถ	4.24	.9840	มากที่สุด
2.5 การจัดการบริการห้องน้ำ	2.52	.8760	น้อย
2.6 การบริการโทรศัพท์สาธารณะ	2.23	.7784	น้อย
2.7 มีธนาคารตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)	ไม่มี	-	-
3. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว			
3.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	3.46	.8737	มาก
3.2 ความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถ	4.12	.6592	มาก
3.3 ความปลอดภัยบริเวณทางเดินริมน้ำ	3.98	.7766	มาก
3.4 ความปลอดภัยบริเวณท่าเทียบเรือ	3.68	.7211	มาก
3.5 ความปลอดภัยในการนั่งในเรือ	3.53	.6452	มาก
4. ด้านความสะอาดของสถานที่			
4.1 ความพอเพียงของถังขยะ	3.01	.7456	ปานกลาง
4.2 ความสะอาดของห้องน้ำ	2.33	.8349	น้อย
4.3 สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ	3.84	.8449	มาก
5. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า			
5.1 ความสะอาดถูกสุขลักษณะของอาหารและเครื่องดื่ม	3.40	.6467	ปานกลาง
5.2 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	4.08	.7073	มาก

ตารางที่ 57 (ต่อ)

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	(N=71)
			ระดับ ความพึงพอใจ
5.3 ราคาสินค้าและของที่ระลึก	3.62	.7853	มาก
5.4 คุณภาพสินค้าที่มาจากการผลิตของคนในชุมชน	4.02	.6296	มาก
5.5 ความเป็นมิตรของชาวบ้าน	4.44	.8667	มากที่สุด
5.6 การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ	4.25	.7017	มากที่สุด
5.7 การบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	4.03	.7418	มาก
6. ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวในชุมชน			
6.1 การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	4.12	.6340	มาก
6.2 การเรียนรู้อาชีพของคนในชุมชน	4.20	.7462	มาก
6.3 การเรียนรู้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม	4.15	.7804	มาก
6.4 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์	3.66	.8390	มาก
6.5 การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน	4.04	.7522	มาก
7. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			
7.1 ความน่าสนใจของกิจกรรม	3.92	.7294	มาก
7.2 กิจกรรมมีความหลากหลาย	3.51	.6876	มาก
7.3 การรวมกิจกรรมหลายรูปแบบไว้ด้วยกัน (Package)	3.65	.7634	มาก
รวม	3.52	.7064	มาก

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนาร่องมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนมะโนรา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.52$) โดยนักท่องเที่ยวนาร่องมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดในเรื่องต่อไปนี้ 1) ความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=4.44$) 2) การบริการของแม่ค้า/ผู้ประกอบการ ($\bar{x}=4.25$)

นักท่องเที่ยวนาร่องมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนมะโนรา อยู่ในระดับน้อย ในเรื่องต่อไปนี้ 1) ศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.24$) 2) เอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.56$) 3) การจัดบริการห้องน้ำ ($\bar{x}=2.52$) 4) การบริการโทรศัพท์สาธารณะ ($\bar{x}=2.23$) ความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{x}=2.33$)

นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจาก ดังนี้

1. ให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในสื่ออินเทอร์เน็ต
2. จัดให้มีร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชนให้มากขึ้น
3. สร้างภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
4. การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวควรรักษาวิถีชีวิตชาวบ้านไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลง
5. การจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากควรแบ่งเป็นกลุ่มย่อย เมื่อเข้าดูงานในแหล่งเรียนรู้ต่างๆ จะทำให้ไม่แออัดและนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้มากขึ้น
6. เส้นทางในชุมชนถนนแคบควรใช้รถโดยสารขนาดเล็กจะสะดวกและปลอดภัยกว่าการใช้รถโดยสารขนาดใหญ่
7. ควรจัดเรือให้เพียงพอกับนักท่องเที่ยวเพื่อทุกคนจะได้นั่งเรือชมธรรมชาติ

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

2. เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

ดำเนินการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ปฏิบัติการตำบลคอนมะโนรา ได้แก่ ผู้นำชุมชนตำบลคอนมะโนราจำนวน 27 คน ผู้ประกอบการภาคเอกชน จำนวน 15 คน ประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 346 คน นักท่องเที่ยวนำร่อง จำนวน 71 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สนทนากลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการท่องเที่ยว รวมจำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ไปเที่ยวในตลาดน้ำ 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนิน ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดลำพญา และตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 400 คน

ในระยะเริ่มต้นผู้วิจัยสังเกตสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 5 แห่ง หลังจากนั้น ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือหลายชนิด ได้แก่ การสังเกต การใช้แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม การประชุม การสัมภาษณ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และ t-test หลังจากนั้นทำการแปลความหมายข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ และสรุปผลการวิจัยตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีขั้นตอนการวิจัยเป็นไปตามลำดับ จึงขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

กระบวนการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำในตำบลคอนมะโนรานั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยที่ได้รับประกอบด้วย 1) ผลการสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ 2) ผลการประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา 2) ผลการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตำบลคอนมะโนรา 3) ผลจากการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา 4) ผลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการและพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งผลที่ได้รับจากการสังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนรา ผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการสังเกตตลาดน้ำทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคอนมะโนรา ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า ด้านราคาสินค้าและการบริการ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ แหล่งเรียนรู้ ด้านแหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีองค์ประกอบด้านต่างๆ มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ยกเว้นด้านการบริการที่พิกมีเฉพาะที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเท่านั้น ที่ตลาดน้ำคอนมะโนรายังไม่มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและที่ตลาดน้ำคอนมะโนรา มีภาชนะจัดเก็บขยะน้อย ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า โดยภาพรวมด้านคุณภาพอาหารและสินค้าในตลาดน้ำทั้ง 5 แห่ง มีความเหมาะสม

2. ผลการประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 7-14 มีนาคม 2554 มีผู้อาศัยอยู่ 8 หมู่บ้าน รวม 890 หลังคาเรือน มีผู้เข้าร่วมประชุมรวม 265 คน คิดเป็นร้อยละ 29.77 ของจำนวนหลังคาเรือน การประชุมจัดขึ้นเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย และสร้างสัมพันธภาพที่ดี ระหว่างผู้นำชุมชน ผู้วิจัย และประชาชนในพื้นที่ และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน ในเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และผลกระทบการท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบ บรรยากาศการประชุมเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีทรัพยากรที่สามารถใช้ป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหลายอย่าง ได้แก่ ตลาดน้ำที่เป็นวิถีชีวิตชุมชนที่มีอายุไม่น้อยกว่า 100 ปี การทำอาชีพของคนในชุมชน เช่น การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำยาจืด การทำฟาร์มเห็ด การทำเครื่องคัมสมุนไพรรีดสามอย่าง การทำขนมไทยโบราณ การทำสวนเกษตรหลายชนิดที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าชมได้ เช่น สวนองุ่น สวนฝรั่ง ชมพู่ มะพร้าวอ่อน และนักท่องเที่ยวสามารถชมหิ่งห้อยยามค่ำคืนเนื่องจากพื้นที่มีสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ มีการสืบทอดประเพณีไทยทรงดำ มีเทศกาลสำคัญเป็นประจำทุกปี เช่น เทศกาล ถือศีลกินเจ การบวชชีพรำห่ม ที่ตั้งของชุมชนมีถนนหลายสายที่สามารถเข้าสู่พื้นที่ได้สะดวก มีลำคลองหลายสายที่เชื่อมโยงไปยังตลาดน้ำใกล้เคียง เช่น ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และมีแหล่งท่องเที่ยว

ในพื้นที่ใกล้เคียงที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ ชาวบ้านที่เข้าร่วมประชุมมีข้อเสนอแนะให้ทำการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำดอนมะโนราให้คนรู้จักให้มากขึ้น ปรับปรุงถนนภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเสนอชื่อเข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชน มีผู้ให้ความสนใจ จำนวน 61 คน

2. ผลการสัมภาษณ์ การแสวงหาข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็น โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลดอนมะโนรา มีผู้นำชุมชนจำนวน 27คน และผู้ประกอบการจำนวน 15 คน ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ในด้านเศรษฐกิจทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนมะโนรามีปัญหาในเรื่องเวลา แม้ค้ำมีเวลาน้อยในการซื้อขายสินค้า (ประมาณ 2 ชั่วโมง) ขาดการประชาสัมพันธ์ สถานที่ไม่อำนวยเนื่องจากตลาดน้ำอยู่ในพื้นที่ส่วนบุคคล เพราะฉะนั้นจะพัฒนาเรื่องใดก็ไม่สะดวก ไม่มีการวางแผนดำเนินการที่ชัดเจน ไม่มีคนรับผิดชอบอย่างจริงจัง ขาดงบประมาณ มีขยะ/ผักตบชวาในลำคลองทำให้เกิดขวงการจราจร ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ แก้อึนึ่งพักผ่อนที่บริเวณตลาดน้ำ ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาโดย ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น จัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน จัดสถานที่ให้มีภูมิทัศน์สวยงาม กำหนดเวลาซื้อขายให้มากขึ้น กำหนดข้อห้ามเรื่องการทิ้งขยะลงคลอง จัดหาที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชัดเจน รวมกลุ่มพลังชุมชนเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง จัดหางบประมาณจากจังหวัด หรือจากส่วนราชการอื่นๆ มาช่วยสนับสนุน

3. ผลจากแบบสอบถามประชาชนตำบลดอนมะโนรา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามประชาชนจำนวน 346 คน ในชุมชน 8 หมู่บ้าน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในด้านการแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนและประโยชน์ของการท่องเที่ยว และต้องการทราบทัศนคติต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 54.00 เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นบุคคลวัยทำงาน อายุระหว่าง 31-60 ปี สถานภาพสมรสและเป็นหัวหน้าครัวเรือน มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3-5 คน ประชาชนร้อยละ 51.40 ทำอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 43.10 มีรายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท ประชาชนร้อยละ 57.50 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มานานมากกว่า 50 ปี ประชาชนร้อยละ 67.30 คิดว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ในด้านการรับรู้ข้อมูลผลกระทบการท่องเที่ยวนั้น ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ประเด็น คือเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการจัดการผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส ($\bar{x} = 4.34$) และการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กันไปกับการพัฒนาคนในชุมชนสิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.32$) ในด้านอื่น มีความเหมาะสม

อยู่ในระดับ มาก ประชาชนมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ในชุมชน เช่น ปัญหาการจราจรปัญหาอาชญากรรม($\bar{x} = 3.33$) การท่องเที่ยวทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นของคนเข้ามาในชุมชน($\bar{x} = 3.28$) การท่องเที่ยวทำให้คนฟุ้งเฟ้อ มุ่งหาแต่ผลประโยชน์ส่วนตัว ($\bar{x} = 3.26$) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา่นั้นประชาชนแสดงความคิดเห็นว่ามีสิ่งต่อไปนี้ได้แก่ ตลาดน้ำ อาชีพการเกษตร วัด ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชน ได้แก่ วัด ตลาดน้ำ บ้านเรือนไทย โรงเรียน ตลาดนัด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชน ได้แก่ น้ำตาลมะพร้าว มะม่วง มะพร้าวอ่อน มะพร้าวแห้ง การทำยาจืด ผลิตภัณฑ์การเกษตร ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประชาชนอยากให้เกิดขึ้นในชุมชนคอนมะโนรา (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ 1) การชมพื้นที่ทำการเกษตร 2) พายเรือชมสวน 3) ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน 4) ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน 5) นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 6) ขี่จักรยานชมธรรมชาติ 7) จัดให้มีศูนย์เรียนรู้ชุมชน 8) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ 9) พักค้างกับชาวบ้าน (Home stay) 10) งานหัตถกรรมท้องถิ่น 11) นวดแผนโบราณ และมีประชาชนร้อยละ 17.63 (61 คน) ต้องการเข้าร่วมวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

4. ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในตลาดน้ำ 4 แห่ง จำนวน 400 คน สรุปผลโดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปีมากที่สุด สถานภาพโสดอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยไปเที่ยวตลาดน้ำไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ลักษณะผู้ร่วมเดินทางจะไปกับครอบครัว/ญาติ ใช้วิธีการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยคนละ 200-300 บาท วิธีการที่นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดน้ำ คือ รู้จากเพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด สิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจในการมาเที่ยวตลาดน้ำมากที่สุด คือบรรยากาศตลาดน้ำ รองลงมาคือการนั่งเรือ และประเภทอาหารที่จำหน่าย ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ พบว่า ต้องการสื่อประเภท วิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต ความต้องการด้านวันเปิดบริการตลาดน้ำ คือ วันอาทิตย์มากที่สุด รองลงมา คือเทศกาลวันหยุด และวันเสาร์ ต้องการช่วงเวลาเปิดบริการตลาดน้ำในช่วงบ่ายมากที่สุด รองลงมาคือช่วงเช้า ต้องการใช้เวลา 1-4 ชั่วโมงมากที่สุด ความต้องการด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวต้องการอาหารไทยประจำท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคืออาหารหวาน-คาวสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการศึกษา/พัฒนาความรู้ ต้องการเรียนรู้การทำอาชีพของชุมชนมากที่สุด รองลงมาต้องการเอกสารความรู้วัฒนธรรมชุมชน ต้องการศึกษาวรรณกรรมชุมชน และต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำ มากที่สุดคือ การนั่งเรือ

ชมธรรมชาติ รองลงมาคือศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ การพายเรือชมสวน ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และนักท่องเที่ยวชาวไทย ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ร้อยละ 87.00

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 20,001-30,000 USD. มีนักท่องเที่ยวมาจาก 26 ประเทศทั่วโลก ส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือประเทศเยอรมัน และประเทศอื่นๆ ในทวีปยุโรป อเมริกา และเอเชีย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตลาดน้ำครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ลักษณะผู้ร่วมเดินทางจะมากับกลุ่มเพื่อน ใช้วิธีการเดินทางมาด้วยรถรับจ้างมากที่สุด รองลงมาคือบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกเฉลี่ยคนละ 500-1,000 บาท วิธีการที่นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดน้ำ คือจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาจากรายการ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประทับใจการนั่งเรือมากที่สุด รองลงมาคือประเภทอาหารที่จำหน่าย ต้องการทราบข้อมูลด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลาดน้ำจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือวารสาร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการวันเปิดบริการตลาดน้ำทุกวันในช่วงเช้า[06.00-12.00 น.] และต้องการใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการอาหารไทยประจำท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น ต้องการเอกสารความรู้วัฒนธรรมชุมชนและมักุเทศ์ท้องถิ่น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำมากที่สุดคือ การนั่งเรือชมธรรมชาติ รองลงมาคือ การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน นวดแผนโบราณ และสาธิตการทำอาหารไทยโบราณ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ร้อยละ 82.00

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการประเมินส่วนใหญ่ ยกเว้นรายการประเมินในเรื่องมีป้ายบอกทางชัดเจน มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ การบริการโทรศัพท์สาธารณะ ความสะอาดของห้องน้ำ สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

ผลจากการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำนั้น ผลการศึกษาเกิดขึ้นจากเครื่องมือที่นำมาใช้ในกระบวนการวิจัย ได้แก่ 1) ผลการสนทนากลุ่ม 2) ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ตำบลดอน

มะโนรา 3) ผลจากการประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง 4) ผลจากการจัดท่องเที่ยวนำร่อง โดยจะแสดงผลดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลจากการสนทนากลุ่ม นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการท่องเที่ยว ผู้จัดการตลาดน้ำ ผู้แทนจากสมาคมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สมาคมมัคคุเทศก์ รวมจำนวน 10 คน ได้รับเชิญเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ทำให้ได้ภาพลักษณ์การจัดการตลาดน้ำของประเทศไทย ตามประเด็นการสนทนากลุ่ม ดังนี้

1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำขณะนี้กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเนื่องจากการคมนาคมสะดวก สามารถขับรถไปเองหรือนั่งรถโดยสารประจำทางไปได้ มีตลาดน้ำหลายแห่งในพื้นที่ภาคกลางเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวและมีสินค้าให้เลือกซื้ออย่างหลากหลาย

1.2 โอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะทางใกล้ๆ ในวันหยุด ดังนั้นตลาดน้ำจึงมีโอกาสนในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่จะต้องมีการตอบสนองอารมณ์และความรู้สึกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ใช้ธรรมชาติ เอกลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีการให้บริการที่ดี จะต้องมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว มีความปลอดภัย ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมส่งเสริมประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

1.3 ด้านปัญหาและอุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พบว่า มีปัญหาด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพสินค้าและการบริการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ขยะ ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ปัญหาด้านความปลอดภัย ด้านการจราจรทางบกและทางน้ำ ด้านการออกแบบสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม

1.4 ในประเด็นเรื่องการมีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่หลายแห่งนั้น เป็นการสร้างทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้มีการกระจายแหล่งท่องเที่ยว และสร้างรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น การสร้างตลาดน้ำขึ้นมาใหม่จะต้องพิจารณาจุดเด่นของชุมชน มีความเป็นธรรมชาติ มีน้ำมีเรือเป็นองค์ประกอบและเป็นตัวขับเคลื่อน ต้องมีกิจกรรมทางน้ำที่แสดงความยั่งยืนและความเป็นตัวตนของชุมชน ตลาดน้ำธรรมชาติจะต้องมีสินค้าท้องถิ่น สินค้าราคาไม่แพง คำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะต้องมีมัคคุเทศก์ให้คำแนะนำ ต้องเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ต้องมีการสื่อความหมายที่บ้านต้องให้การต้อนรับ มีการบริการที่ดี ชุมชนต้องเป็นเจ้าของ มีการดูแลสิ่งแวดล้อม

1.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวชาวไทย ชอบเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และเทศกาลวันหยุด เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ไปกับครอบครัว กลุ่มเพื่อน เพื่อรับประทานอาหารนอกบ้าน ชอบเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ได้รับ

ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน จากอินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ มีนักท่องเที่ยวบางคนสนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างจริงจัง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว มีเวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง สนใจศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน แต่มีเวลาจำกัด บางคนเดินทางมากับรถรับจ้าง (Taxi) รถโค้ช บางทีก็อาจจะถูกเอาเปรียบเรื่องค่าจ้างเหมารถ นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางมาเอง (Back Packing) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีเวลามากพอที่จะได้ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน การต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จะต้องมีการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว จัดบุคลากรให้คำแนะนำ ให้มีผู้ดูแลความปลอดภัยและจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน

1.6 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวตลาดน้ำผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นว่าควรมีกิจกรรมการพายเรือชมธรรมชาติ สินค้าของที่ระลึกควรมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การจำหน่ายสินค้าเกษตร พืชผักสวนครัวที่ขึ้นตามธรรมชาติ ผักปลอดสารพิษ อาหารพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย เครื่องดื่มสมุนไพร ควรมีการสาธิตการทำอาหาร ชาวเรือที่ล่องเรือขายสินค้า ควรมีวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควรมีกิจกรรมตามเทศกาลและกิจกรรมการแสดง

1.7 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของจะต้องร่วมกันคิดวางแผนออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน 2) จัดตั้งคณะทำงานมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบมีกฎกติกาชัดเจน มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และหน่วยงานต่างๆ ในชุมชน 4) สินค้าต้องเป็นของที่ผลิตในชุมชน 5) ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 6) มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ สถานที่นั่งพักผ่อน 7) มีการประชาสัมพันธ์ให้คนเข้ามาในพื้นที่ 8) มีการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับตลาดน้ำ มีกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน 9) มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น 10) มีกิจกรรมทางเรือทางน้ำ เช่น การนั่งเรือชมธรรมชาติ ชมหิ่งห้อย ตกปลา หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามศักยภาพของชุมชน 11) มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 12) มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

2. ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ตำบลดอนมะโนรา การประชุมเชิงปฏิบัติการจัดขึ้นในชุมชนดอนมะโนราซึ่งเป็นพื้นที่ปฏิบัติการ 1 วัน (วันที่ 12 พ.ค.54 เวลา 8.30-16.30 น.) โดยมีผู้นำชุมชนและชาวบ้านที่สมัครใจเข้าร่วมประชุม จำนวน 35 คน สมาชิกผู้เข้าร่วมประชุมได้ใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อทำการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนดอนมะโนรา พบว่า มีทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้านในการทำอาชีพเก่าแก่

ดั้งเดิม มีสภาพแวดล้อมเป็นลำคลอง สวนผลไม้มานานานชนิด ที่สามารถจัดกิจกรรมดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้ มีการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) ในการแสวงหาเหตุผลร่วมกันเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ชาวบ้านมองเห็นปัญหาในการจัดการท่องเที่ยว และสามารถหาแนวทางในการแก้ปัญหาหรือขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ที่จะมาสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ ผลจากการประชุมทำให้ได้แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีโครงการเกิดขึ้น จำนวน 8 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก 3) โครงการมัคคุเทศก์น้อย 4) โครงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) โครงการจัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) 6) โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อม 7) โครงการวางแผนโบราณ 8) โครงการขี้จรรย์านเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน และเมื่อสิ้นสุดการประชุมผู้เข้าร่วมประชุมได้เขียนแสดงความรู้สึกที่ได้รับจากการเข้าร่วมการประชุมว่า รู้สึกดีใจที่มีบุคลากรมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน การเข้าร่วมประชุมครั้งนี้ทำให้เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน เป็น โอกาสที่ดีทำให้ชาวบ้านมีการตื่นตัว ได้แสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ร่วมประชุม ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้รับความรู้การวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน ร่วมกันระดมความคิดวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เข้มแข็งและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต ซึ่งจะทำให้คนรู้จักตลาดน้ำดอนมะโนรามากขึ้น

3. ผลจากการประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง การประชุมเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวถูกจัดขึ้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2554 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 51 คนโดยผู้วิจัยประสานงานขอความร่วมมือหน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามและจังหวัดใกล้เคียง ผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ผู้นำชุมชน (นายก อบต.) ผู้จัดการตลาดน้ำ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์และรีสอร์ท ผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร (OTOP) แม่ค้าตลาดน้ำ หอการค้าจังหวัด ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น พัฒนาการอำเภอ เกษตรตำบล ชาวสวนผลไม้ มีวิทยากรให้ความรู้เรื่องกลยุทธ์การจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ในอนาคต มีการถ่ายทอดประสบการณ์ทำงานการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างได้ผลจากผู้แทนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ตลาดเก่าบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองลัดพลี ตลาดน้ำดอนมะโนรา ผู้จัดการโฮมสเตย์ปลายโพรงพาง และผู้แทนผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่น มีการแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าประชุมได้อภิปราย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยการใช้เทคนิคต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) ในการแสวงหาเหตุผลร่วมกันเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม

4. ผลการจัดการท่องเที่ยวนำร่อง คณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราจัดการท่องเที่ยวนำร่องเมื่อวันที่ 3-4 กันยายน 2554 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 71 คน เป็นนิสิตชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มาจากหลากหลายคณะที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการท่องเที่ยว ของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 66.19 มีอายุ 21 ปีร้อยละ 54.93 และมีอายุ 20 ปีร้อยละ 42.25 นักท่องเที่ยวนำร่องมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนราอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.52$) โดยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=4.44$) การบริการของแม่ค้าและผู้ประกอบการ ($\bar{x}=4.25$) และการบริการสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=4.24$) และมีความพึงพอใจมากในเรื่องต่อไปนี้อย่างยิ่ง 1) ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.03$) 2) ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ($\bar{x}=3.98$) 3) ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.75$) 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.69$) และนักท่องเที่ยวนำร่องมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในเรื่องต่อไปนี้อย่างยิ่ง 1) ด้านการคมนาคม ($\bar{x}=3.26$) 2) ด้านความสะอาดของสถานที่ ($\bar{x}=3.06$) 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=2.90$)

นักท่องเที่ยวนำร่องมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

1. ให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในสื่ออินเทอร์เน็ต
2. จัดให้มีร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชนให้มากขึ้น
3. สร้างภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
4. การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวควรรักษาวิถีชีวิตชาวบ้านไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลง
5. การจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากควรแบ่งเป็นกลุ่มย่อย เมื่อเข้าดูงานในแหล่งเรียนรู้ต่างๆ จะทำให้ไม่แออัดและนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้มากขึ้น
6. เส้นทางในชุมชนถนนแคบควรใช้รถโดยสารขนาดเล็กจะสะดวกและปลอดภัยกว่าการใช้รถบัสขนาดใหญ่
7. ควรจัดเรือให้เพียงพอกับนักท่องเที่ยวเพื่อทุกคนจะได้นั่งเรือชมธรรมชาติ

ผลที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยวนำร่อง เกิดประโยชน์อย่างมากต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนคณะกรรมการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนราจะนำไปปรับปรุงการจัดการที่พึง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและกิจกรรมท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน กระบวนการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action

Research: PAR) และได้นำเทคนิควิธีการที่หลากหลายมาใช้ตามหลักการวางแผนเพื่อทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนา (PIC Planning Principles) ตามรูปแบบของทิโมทีและโทซัน (Timothy and Tosun, 2003) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Participatory) การร่วมมือในการทำงาน (Cooperation/Collaboration) และการเพิ่มพูนพัฒนา (Incremental) รวมทั้งการนำทฤษฎีหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนและทฤษฎีการมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้ ผลจากการใช้หลักการดังกล่าวจึงทำให้เกิดความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา จึงขออภิปรายผลดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อที่จะทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำนั้น วิธีการที่นำมาใช้พัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา คือ การประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา การใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชน การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการและการศึกษาพฤติกรรมความต้องการและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ

ในระยะการเริ่มต้นของกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจัดการประชุมประชาชนในตำบลคอนมะโนรา เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการมีส่วนร่วมในการรับรู้ผลกระทบทางบวกและทางลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสาร ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในชุมชน มองเห็นความสำคัญของทรัพยากรท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ รวมทั้งการสร้างโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณศรี อื้อศรีวงศ์ (2550) ได้ใช้เวทีการประชุมชาวบ้านเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งชาวบ้านไม่เคยมีกิจกรรมร่วมกันในการจัดการแบบมีส่วนร่วม เมื่อการวิจัยเริ่มต้นขึ้นจึงทำให้เกิดการเหนี่ยวนำให้สมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน ชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาลำคลองห้วยแร่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีความสอดคล้องกับ จรินทร์ อาสาทรธรรม (2553) กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องเข้ามาร่วมจัดการ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น ควรที่จะให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการท่องเที่ยวโดยเริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การวางแผนการควบคุมการใช้ผลประโยชน์ และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ อकिन ริฟพัฒนา (2547) ได้กล่าวถึงการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเป็นการเปิดโอกาสให้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจและค้นหาเหตุผลเพื่อที่จะมาดำเนินโครงการที่ประชาชนจะได้รับผลกระทบโดยตรง

กระบวนการสัมภาษณ์ถูกนำมาใช้กับผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการในตลาดน้ำ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ ได้แสดงความคิดเห็นของตนเอง เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รับรู้ถึงผลกระทบของการท่องเที่ยว เป็นเทคนิควิธีการกระตุ้นบทบาทหน้าที่ของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการรับรู้ผลที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับเทคนิควิธีการของวางและคณะ (Wang and others, 2012) ที่ได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ที่ปรึกษาฝ่ายการตลาดที่มีประสบการณ์ทำงานสูงด้านการวางแผนการตลาดในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทำการศึกษาวิธีการสร้างร่วมมือทางด้านการตลาดระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางของรัฐฟลอริดา (Central Florida) ผลการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการตำบลคอนมะโนรา ทำให้ได้แนวทางในการแก้ปัญหาการท่องเที่ยว เช่น มีข้อเสนอแนะให้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา ทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จัดตั้งอำนวยความสะดวกและจัดภูมิทัศน์ตลาดน้ำให้สวยงาม กำหนดข้อห้ามเรื่องการทิ้งขยะลงคลอง ให้รวมกลุ่มพลังชุมชนเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง จัดหางบประมาณเพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยว ผลจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นถึงความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนราที่มีความเป็นไปได้

ผลที่ได้รับจากการสอบถามความคิดเห็นของประชาชนตำบลคอนมะโนรา แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในด้านการแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งแวดล้อม และรับรู้ถึงผลกระทบของการท่องเที่ยว รวมทั้งคำนึงถึงแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่จะต้องมีการจัดการผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใส และการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กันไปกับการพัฒนาคนในชุมชนสิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม ประชาชนมองเห็นผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหาอาชญากรรม การอพยพย้ายถิ่นของคนเข้ามาในชุมชน และอาจจะทำให้คนฟุ้งเฟ้อมุ่งหาแต่ผลประโยชน์ส่วนตน ประชาชนมองเห็นความสำคัญของทรัพยากรท้องถิ่นที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประชาชนอยากให้เกิดขึ้นในตำบลคอนมะโนรา ได้แก่ 1) การชมพื้นที่ทำการเกษตร 2) พายเรือชมสวน 3) ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน 4) ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน 5) นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 6) ชี้อภินิหารชมธรรมชาติ 7) จัดให้มีศูนย์เรียนรู้ชุมชน 8) สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ 9) พักค้างกับชาวบ้าน (Home stay) 10) งานหัตถกรรมท้องถิ่น 11) นวดแผนโบราณ ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของประชาชนตำบลคอนมะโนราเป็นการแสดงให้เห็นว่าประชาชนต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สินธุ์ สโรบล (2546) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนเพื่ออนุรักษ์ไว้ และ

ประชาชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้น ร่วมกันคิดตัดสินใจและวางแผนดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญ และมีประชาชนจำนวนหนึ่งแสดงความต้องการเข้าร่วมวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งแม้ว่ามีจำนวนที่ไม่มากนัก แต่ก็ยังเป็นสัญลักษณ์ (Sign) ที่แสดงให้เห็นว่ามีประชาชนสนใจ และมองเห็นความสำคัญของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า มีประชาชนร้อยละ 67.30 คิดว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเด็นนี้เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้นำชุมชนตำบลคอนมะโนรา จะต้องให้ความรู้กับประชาชนว่า พวกเขาจะเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างไร และการพัฒนาการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่ออย่างไรกับประชาชนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ ไดคริชและบัวเดส (Diedrich and Buades, 2009) ให้ข้อเสนอแนะว่าการรับรู้ของผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นข้อมูลที่ถูกนำมาใช้ในการคาดการณ์ตำแหน่งสถานการณ์การท่องเที่ยวตามวงจรชีวิตของการท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle) และการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ สตีเวิร์ดและดราเปอร์ (Stewart and Draper, 2009) ให้ข้อเสนอแนะว่าการรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น มีความสำคัญต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ดังนั้น นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา และคณะผู้บริหารงานจำเป็นที่จะต้องใช้วิธีการสื่อสารในหลายช่องทางที่เหมาะสมกับประชาชนในพื้นที่ เช่น การเปิดเวทีประชุม การทำประชาพิจารณ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้เสียงตามสาย แจกเอกสารแผ่นพับ ทำการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางลูกหลานที่อยู่ในโรงเรียน ไปยังผู้ปกครอง การเชิญชวนชาวบ้านให้เข้าร่วมในโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้พวกเขาทราบว่าเขามีส่วนเกี่ยวข้องกับการได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยตรง

ประเด็นสำคัญหลักในการศึกษาพฤติกรรมความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวตลาดน้ำ 4 แห่งนั้น ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจถูกนำไปใช้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราอย่างสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน การทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นหัวใจสำคัญของการนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาเยือน ลักษณะการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นรูปแบบพิเศษเฉพาะของนักท่องเที่ยวที่หวนหาอดีต (Nostalgia) และการแสวงหาความรู้จากวิถีชีวิตของคนในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับ วีลา (Vela, 2009) ที่กล่าวถึงการพัฒนา รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท ควรที่จะคำนึงถึงการตอบสนองทางด้านอารมณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการ จะนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายทำการตลาดที่ตรงตามพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ (Divisekera, 2010)

ความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้น มิใช่เพื่อการใช้เวลาว่างในการมาพักผ่อนเท่านั้น แต่มีนักท่องเที่ยวบางคน มาเพื่อวัตถุประสงค์เรื่องการท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษาเพื่อการทำธุรกิจและการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ดังนั้น จึงควรมีการจัดการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว (Bowin and Clark, 2009) ความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว จะเป็นตัวกำหนดความตั้งใจที่จะหวนกลับมายังแหล่งท่องเที่ยว (Valle and others, 2006) ซึ่งประเด็นเหล่านี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ ยูนิและยัวร์ซัล (Yoon and Uysal, 2005) ให้ข้อเสนอแนะว่าความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวการสำคัญ (Moderator) ในการสร้างแรงจูงใจและความจงรักภักดี (Loyalty) ของนักท่องเที่ยวในการเดินทางกลับไปยังที่หมาย ซึ่งสามารถที่จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ และจะมีการแนะนำบอกต่อ (Word of mouth) ให้กับลูกค้าคนอื่นๆ ที่มีศักยภาพ การกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นตัวแปรที่สำคัญระหว่างการได้รับความพอใจจากสิ่งดึงดูดใจ คุณภาพการบริการ และการได้รับความคุ้มค่าของเงิน (Um and others, 2006) การใช้ กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้กลับมาเที่ยวซ้ำ ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวควรวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากแต่ละประเทศ และออกแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมกับกลุ่มคนดังกล่าว (Campo-Martinez and others, 2010) มีข้อเสนอแนะเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างได้ผลในเรื่องการส่งเสริมการตลาด และการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด การคมนาคม กิจกรรมบันเทิง หน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องตรวจสอบปรับปรุงราคาใหม่ในรูปแบบการขายรวม (Packaging) ควรสร้างคุณค่ามูลค่าเพิ่ม (Adding value) ทางด้านอารมณ์และความรู้สึก สำหรับการบริการเพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (Yu and Goulden, 2006) ซึ่งมีความสอดคล้องกับคิมและคณะ (Kim and others, 2012) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการและการได้รับคุณค่า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวจะมีการประเมินและตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้บริการต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว การได้รับการบริการที่ดี และการได้รับคุณค่า (ทางด้านอารมณ์/ความรู้สึก) เมื่อเปรียบเทียบกับเงิน ที่ได้จ่ายไป ความรู้สึกเหล่านี้มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่จะหวนกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง

ในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ/โทรทัศน์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำตามสื่อต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจจะเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพิจารณาคุณภาพของสินค้า การบริการ ราคาสินค้า ลักษณะเด่นพิเศษ ความมีชื่อเสียง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ดังนั้น

การส่งข้อมูลข่าวสารถึงนักท่องเที่ยวจะต้องให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและมีความชัดเจน ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีภาพลักษณ์ที่ดี จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Mouthinho, 2002) นักท่องเที่ยวตลาดน้ำส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลตลาดน้ำจากคนรู้จัก (Word of mouth) ดังนั้นสื่อประเภทบุคคลจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเช่นกัน การสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อมูลทางเว็บไซต์ก็สามารถเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววันหยุดจะต้องปรับกลยุทธ์ นำเสนอในรูปแบบขายรวม (Package) ที่ประหยัดเงิน อาจจะลดหรือเพิ่มโปรแกรมที่สอดคล้องคล้อยกับ ผู้บริโภคและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ขาดความคล่องตัว (Broner and Hoog, 2011) ในด้านลักษณะของสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) ควรส่งเสริมในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการรักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นการแสดงถึงความมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาได้ใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้น (Rigal, 2008) ในด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว นั้น สตีเวิร์ตและแดรพเพอร์ (Stewart and Draper, 2009) ให้คำยืนยันว่าการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์เป็นวิธีการที่เกิดประสิทธิผลในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และยังเป็นการเปิดช่องทางในการรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว เป็นการช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่แตกต่างกันในสังคมเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการและการจัดการตลาดน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการประเมินส่วนใหญ่ ยกเว้นรายการประเมินในเรื่องมีป้ายบอกทางชัดเจน มีรถโดยสารหรือรถรับจ้างบริการ การบริการโทรศัพท์สาธารณะ ความสะอาดของห้องน้ำ สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าการจัดการในเรื่องดังกล่าวจำเป็นต้องพัฒนาเพื่อยกระดับให้นักท่องเที่ยวมีความพอใจมากขึ้น ผลที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรม ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้จะถูกนำไปใช้วางแผนจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ตำบลอนมะโนรา ด้านการคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของสถานที่ คุณภาพการบริการ ด้านการใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ การจัดการกิจกรรมให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้ประเพณีวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิตระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน ตลอดจนหาแนวทางสร้างประสบการณ์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่กลับมาซ้ำในตลาดน้ำอื่นๆ ในประเทศไทย

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนโดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนโดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ เกิดขึ้นมาจากเทคนิคและวิธีการที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน จนนำไปสู่การจัดการรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสมกับทรัพยากรในท้องถิ่น การได้รับข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชนในตำบลคอนมะโนรา การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง ข้อมูลที่ได้รับถูกนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ และถูกนำไปใช้วางแผนเพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำที่เหมาะสมกับศักยภาพของตำบลคอนมะโนรา จนในที่สุดกลุ่มประชาชนที่สนใจพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนราสามารถจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection) จากการจัดการท่องเที่ยวร่อง ตามขั้นตอนของกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) จะเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นรูปแบบการจัดการตลาดน้ำ โดยจะอภิปรายผลตามขั้นตอนการวิจัยดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

การสนทนากลุ่ม เป็นการรวบรวมความคิดเห็นของนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการท่องเที่ยว และผู้จัดการตลาดน้ำ โดยมีเป้าหมาย คือ เป็นการพยายามให้มีการถ่ายทอด ความรู้สึกทัศนคติและความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ เคปแลน (Caplan, 1990) กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการสนทนากลุ่มคือ สมาชิกแต่ละคนที่มาพร้อมแสดงความคิดเห็นต่อหัวข้อที่สนใจ ซึ่งไม่เพียงแต่การได้รับมุมมอง หรือแนวคิดของแต่ละคนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและเกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เข้าประชุมและยังทำให้เกิดความรู้สึกของการร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคม ผลสะท้อนที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม นอกจากการได้คำตอบตามประเด็นการจัดการตลาดน้ำตามที่ต้องการแล้ว ผู้จัดการตลาดน้ำเกิดความรู้สึกที่ดีที่ได้มีโอกาสเข้าร่วมเวทีการสนทนาในลักษณะนี้ ทำให้ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวและวิธีการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้น และเกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง ซึ่งสอดคล้องกับแฮลลินและมาร์นบูร์กา (Hallin and Marnburga, 2007) ที่ได้กล่าวถึงการสร้างเครือข่ายเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้คนได้พัฒนาตนเอง ทำให้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ผลจากการสนทนากลุ่มมีข้อสรุปว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีโอกาสในการเติบโต ด้านปัญหาและอุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พบว่า มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความสะอาด ด้านคุณภาพสินค้าและการบริการ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ขยะ ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ปัญหาด้านความปลอดภัย ด้านการจราจรทางบกและทางน้ำ ด้านการออกแบบสิ่งก่อสร้าง/สถาปัตยกรรม ในประเด็นเรื่องการมีตลาดน้ำเกิดขึ้น

ใหม่หลายแห่งนั้น เป็นการสร้างทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้มีการกระจายแหล่งท่องเที่ยว และสร้างรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น ในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นั้นมีความแตกต่างกัน มีนักท่องเที่ยวบางคนสนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน อย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาด น้ำ ที่พบข้อมูลว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ต้องการที่จะศึกษาประเพณี/ วัฒนธรรมชุมชน ศึกษาการทำอาชีพของคนในท้องถิ่น และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ให้ข้อสรุปที่ ชัดเจนถึงรูปแบบการจัดการตลาดน้ำของประเทศไทย ที่สอดคล้องกับข้อบ่งชี้ความสำเร็จในการ จัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ผู้จัดการจะต้องมีการจัดการผลประโยชน์และกระจายรายได้อย่าง ยุติธรรมต่อคนในชุมชน ประสานความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องได้รับความร่วมมือ จากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ยึดถือหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีการ จัดการเรียนรู้หรือจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความร่วมมือของคนในชุมชน มีการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมในชุมชน และสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่าง นักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน สร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว สร้างความมั่นคงในทาง การตลาด วางแผนการจัดการอย่างชัดเจนและเป็นระบบ (Pimrawee Rocharungsat, 2005) และ สอดคล้องกับ สเตียร์นและไอแซค (Sterren and Isaac, 2004) ได้ให้ข้อเสนอแนะหลักการ ดำเนินงานการท่องเที่ยวชุมชน ไว้ว่าจะต้องดำเนินการด้วยความร่วมมือและได้รับความยินยอมจาก ชุมชนท้องถิ่น ประชาชนควรจะได้มีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการท่องเที่ยว มีการแบ่งปัน ผลประโยชน์กลับสู่ชุมชนท้องถิ่น คำนี้ถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนบุคคล ตระหนักถึง สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องให้ความร่วมมือใน โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะต้องให้ความเคารพวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น มีกลวิธีที่จะช่วยให้ชุมชนรับมือ/จัดการ กับผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้น มีการดูแลรักษาวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยมิให้เลือนหาย หรือ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะออกเดินทาง โดยเฉพาะ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เคารพในวิถีชีวิตของคนในชุมชน

การประชุมเชิงปฏิบัติการที่ตำบลดอนมะโนรา เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม ตามหลักการของทิโมทีและโทซัน (Timothy and Tosun, 2003) ที่กล่าวถึงหลักการวางแผนที่ทำให้ เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนา (PIC Planning Principles) ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Participatory) การร่วมมือกันในการทำงาน (Cooperation/Collaboration) การ เพิ่มพูนพัฒนา (Incremental) บรรยากาศในการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ตำบลดอนมะโนรา เป็นการ ร่วมปรึกษาหารือระหว่างกลุ่มภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ มีการเพิ่มพูนความรู้ด้าน กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนและผลกระทบทางการท่องเที่ยวและกระบวนการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการทำงานเป็นทีมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดย

วิทยาการที่มีความรู้ความสามารถ ผู้วิจัยและคณะวิทยากร สร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองและส่งเสริมการเรียนรู้ เปิดโอกาสให้แต่ละคนได้ แสดงความคิดเห็น หาทางเลือกในการแก้ปัญหา เพิ่มพลังอำนาจ (Empowerment) ในการตัดสินใจร่วมกัน ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน ซึ่งวิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการนี้ถือว่าเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมสูงสุด เป็นการพัฒนารูปแบบเพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Hall and McArthur, 1996) อย่างไรก็ตามในระหว่างที่มีการจัดการเพื่อให้เกิดการประสานงานและการร่วมมือกันนั้น โบทเต้และเรนส์เบอร์ค (Botes and Rensburg, 2000) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การดำเนินการอาจมีสิ่งกีดขวางเกิดขึ้นได้ เพราะผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน แต่ละคนในชุมชนเป็นผู้ที่มีสถานภาพทางสังคม มีพลังอำนาจ มีความรู้ความชำนาญที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ดำเนินการจะต้องมีวิธีการจัดการอย่างเหมาะสมที่จะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการวางแผน และมีความสามัคคี เกิดความไว้วางใจและมีการทำงานเป็นทีมของคนในชุมชน ซึ่งมีส่วนช่วยให้เกิดความร่วมมือกันของคนในชุมชนมากขึ้น ประเด็นเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงความแตกต่างตามสถานภาพของคนในชุมชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุปสรรคในการทำงาน อุมพร มุณีแนม และคณะ (2552) มีข้อเสนอแนะเพื่อลดปัญหาความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยใช้การมีส่วนร่วมแบบคนกลางโดยให้มีผู้ประสานกับหน่วยงานภายนอก และชุมชนอาจขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกได้ตามความเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้การทำงานกับคนในชุมชนไปสู่เป้าหมายได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเป็นคนกลางที่ช่วยประสานการทำงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลดอนมะโนราให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์นั่นเอง

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในตำบลดอนมะโนรานั้น เป็นการแสดงให้เห็นว่าเกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนอย่างน่าสนใจ ผู้เข้าร่วมเกิดความเข้าใจและรับรู้สถานการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในตำบลดอนมะโนรา และรู้สึกถึงความรับผิดชอบในการที่จะปรับปรุงสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้เหมาะสมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีคุณค่าคือ ผู้เข้าร่วมที่ได้เสนอโครงการที่แสดงให้เห็นถึงความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งโดยแท้จริงแล้วโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการในดอนมะโนรา และในเวลาเดียวกันมีการป้องกันสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น พวกเขาเกิดการยอมรับความคิดเห็นและมีการตัดสินใจร่วมกัน และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชน สตรี และผู้สูงอายุในโครงการที่เกิดขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึง งานแห่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ค่อยๆ ปรากฏขึ้นในตำบลดอนมะโนรา ซึ่งสอดคล้องกับอัฐฐมา นิลนพคุณ (Attama Nilnoppakun, 2008) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) ในชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ เพื่อส่งเสริมการมี

ส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เป็นการนำกลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผลการวิจัยพบว่า เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชนขึ้น โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรม และนั่นคือสิ่งที่ยืนยันว่าผู้วางแผนการท่องเที่ยวให้การสนับสนุน และทำให้ชาวบ้านเกิดความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อส่งเสริมคุณภาพของสังคม เป็นการเพิ่มศักยภาพแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการมีส่วนร่วมของประชาชน และยังคงสอดคล้องกับผลการวิจัยของวรภัทร สยนาพันธ์ (2552) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบริเวณตลาดน้ำคลองลัดมะยม กรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยหลังจากที่มีตลาดน้ำแล้วทำให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น ประชาชนมีจิตสำนึกอนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง และยังคงสามารถรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องการทำสวน และดำรงรักษาเอกลักษณ์การเป็นชาวบ้านริมคลองได้เหมือนเดิม

ผลที่ได้รับจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแสดงให้เห็นถึงการได้รับการลงมติจากการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนคอนมะโนราที่ให้ความสนใจอย่างเข้มแข็งในการมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนรา โดยได้รับความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ กลุ่มภาครัฐในพื้นที่ ได้แก่ ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา คณะครู ผู้อำนวยการ โรงเรียน แพทย์ประจำตำบล อาสาสมัครสาธารณสุข(อสม.) เกษตรตำบล ผู้แทนจากอำเภอบางคนที กลุ่มภาคเอกชนในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพประกอบด้วยชาวสวนผักและสวนผลไม้ เจ้าของอุตสาหกรรมครัวเรือนน้ำตาลมะพร้าว โรงงานน้ำตาลสด เจ้าของฟาร์มเห็ด กลุ่มชาวบ้านในชุมชนคอนมะโนรา ได้แก่ กลุ่มสตรี กลุ่มเยาวชนและกลุ่มผู้สูงอายุ รวมทั้งประชาชนที่อาสาสมัครเข้าร่วมประชุม ผลจากการประชุมทำให้ได้แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนราที่มีโครงการเกิดขึ้น 8 โครงการได้แก่ 1) โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก 3) โครงการมัคคุเทศก์น้อย 4) โครงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5) โครงการจัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) 6) โครงการ พัฒนาสิ่งแวดล้อม 7) โครงการนวดแผนโบราณ 8) โครงการจัดจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน และผลสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการในตำบลคอนมะโนรา ผู้เข้าร่วมประชุมได้เขียนบรรยายแสดงความรู้สึกที่ได้รับจากการเข้าร่วมการประชุมว่า “รู้สึกดีใจที่มีบุคลากรมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน การเข้าร่วมประชุมครั้งนี้ทำให้เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน เป็นโอกาสที่ดีทำให้ชาวบ้านมีการตื่นตัว ได้แสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้รับความรู้การวางแผนการท่องเที่ยวชุมชนจากวิทยากร ได้ร่วมกันระดมความคิด วางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เข้มแข็ง และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต ซึ่งจะทำให้คนรู้จักตลาดน้ำคอนมะโนรามากขึ้น”

การประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง จัดขึ้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2554 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 51 คน ผู้วิจัยได้ประสานงานขอความร่วมมือ จากฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เขียวหน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามและ จังหวัดใกล้เคียงเข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน (นายกอบค.) ผู้จัดการตลาดน้ำ เจ้าของที่พักโฮมสเตย์และรีสอร์ท ผู้ผลิตสินค้าชุมชน(OTOP) แม่ค้าตลาดน้ำ หอการค้าจังหวัด ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น พัฒนาการอำเภอ เกษตรตำบล ชาวสวนผลไม้ ได้เชิญวิทยากรมาให้ความรู้เรื่องกลยุทธ์การจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ในอนาคต มีการถ่ายทอดประสบการณ์ทำงานการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างได้ผล จากผู้แทนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ตลาดเก่าบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำดอนมะโนรา ผู้จัดการโฮมสเตย์ปลายโพรงพาง และผู้แทนผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่น มีการแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าประชุมได้อภิปราย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ต้นไม้แห่งปัญหา (Problem tree) ในการแสวงหาเหตุผลร่วมกันเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อจัดการท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการประชุมการสร้างเครือข่ายทำให้ได้รับข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้ 1) ควรจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและมีการติดตามผลการปฏิบัติ 2) จัดโครงการรักษาสิ่งแวดล้อม 3) สร้างเครือข่ายท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อแก้ปัญหานักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา 4) ให้มีการสร้างความร่วมมือกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว 5) จัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง 6) ปลุกฝังเยาวชนให้มีจิตสำนึกรักชุมชนท้องถิ่น 7) จัดอบรมความรู้ให้แก่เด็กและเยาวชนด้านยาเสพติด 8) เปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นของชาวบ้าน ผลสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการประชุม ผู้เข้าร่วมประชุมได้เขียนบรรยายแสดงความรู้สึกที่ได้รับจากการเข้าร่วมการประชุมว่า “ได้เพิ่มพูนความรู้ รู้จักเพื่อนใหม่ทำให้มีโอกาสพบปะพูดคุยกัน ได้รับข้อมูลที่พร้อมจะแก้ไขปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยว ทำให้รู้สึกมีความหวังว่าจะสามารถประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ เพื่อต่อยอด แก้ไข และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง และจะทำให้เชื่อมโยงไปสู่การมีกิจกรรมอื่นที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันในอนาคต หรืออาจนำไปสู่การจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการขึ้นมา เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม”

การประชุมเพื่อสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง ผลที่ได้รับคือผู้เข้าร่วมประชุมได้รับความรู้จากวิทยากร ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์จัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้แนวทางการปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวของตนเอง ได้วิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวและให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผลที่เกิดขึ้นเป็นการแสดงให้เห็นว่า เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในระดับที่

กว้างขวางขึ้นของจังหวัดสมุทรสงคราม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการเพิ่มพลังอำนาจ (Empowerment) ในการตัดสินใจ มีการประเมินสถานการณ์ท้องที่ในท้องถิ่น เกิดแรงบันดาลใจ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เกิดความสามัคคี และทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายระหว่างสมาชิก ผลจากการคิดวิเคราะห์ของสมาชิกกลุ่มแสดงให้เห็นถึงความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อม การแก้ปัญหาผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น การพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน การปลูกฝังเยาวชนให้มีจิตสำนึกรักชุมชนท้องถิ่น และการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมในเด็กและเยาวชน และผู้เข้าร่วมประชุมเสนอให้มีการเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่าชาวบ้านต้องการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวในชุมชนของตน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐบาลท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนรับฟังข้อเสนอแนะและร่วมกันกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ เดนิโคไลและคณะ (Denicolai and Others, 2010) ได้เสนอแนะหลักการสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการลงพื้นที่ปฏิบัติการไว้ว่า ผู้ดำเนินการควรมีการประเมินทรัพยากรและความสามารถของท้องถิ่น และกระตุ้นเจ้าของกิจการให้มีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นจะต้องทำให้เกิดวิธีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เบอรัมอนด์และเดริจ (Beaumont and Dredge, 2010) เสนอแนะแนวทางการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นระหว่างรัฐบาลกับประชาชน องค์กรการท่องเที่ยวในชุมชน และหน่วยงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานหลักคือ คณะกรรมการท้องถิ่น จะต้องให้ความสนใจที่จะปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยว โดยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนกันระหว่างเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวของท้องถิ่น โอสตาร์คและอราฮดิน (Ozturk and Eraydin, 2010) ได้เสนอแนะว่าการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรนำประเด็นการปกป้องผลประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นนโยบายสำคัญที่คนทั่วโลกจะต้องคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในท้องถิ่น เพื่อให้มีการขับเคลื่อนการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป เลมเมย์เทียนและแฟรงค์ (Lemmetynen and Frank, 2008) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงปัจจัยสำคัญที่มีประสิทธิภาพสำหรับการสร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว ควรจะต้องร่วมมือกันในรูปแบบสหกรณ์ สร้างตราสัญลักษณ์สินค้าของแต่ละชุมชน และการสร้างสิ่งดึงดูดใจโดยการใช้วัฒนธรรมเป็นจุดขายควรจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Al-Oun and Al-Hmoud, 2008) สินธุ์ สโรบล (2546) ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว นั้นควรทำให้เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อที่จะก่อให้เกิดการถ่ายโอนความรู้ของคนในชุมชนจากแต่ละหมู่บ้าน ควรให้มีการประชุมระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนทัศนคติและประสบการณ์

ช่วยกันหาข้อดี-ข้อเสียและผลกระทบจากการท่องเที่ยว แสวงหาทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน และพจนานุกรม (2546) ได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว ได้แก่ การศึกษาคุณภาพระหว่างชุมชน การสรุปบทเรียนที่ได้รับจากการดำเนินงาน มีการกระจายบทบาทผู้นำในระดับเครือข่ายระหว่างชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชน จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากร จัดให้มีคณะกรรมการเครือข่ายร่วมกันทำการตลาดท่องเที่ยวชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวนำร่อง คณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนราได้จัดการท่องเที่ยวนำร่องเมื่อวันที่ 3-4 กันยายน 2554 มีผู้ร่วมโครงการจำนวน 71 คนเป็นนิสิตชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการท่องเที่ยว ของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักท่องเที่ยวนำร่องที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนราส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 66.19 มีอายุ 21 ปีร้อยละ 54.93 และมีอายุ 20 ปีร้อยละ 42.25 นักท่องเที่ยวนำร่องมีความพึงพอใจต่อการบริการและการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนมะโนราอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.52$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความเป็นมิตรของชาวบ้าน ($\bar{x}=4.44$) การบริการของแม่ค้าและผู้ประกอบการ ($\bar{x}=4.25$) การบริการสถานที่จอดรถ ($\bar{x}=4.24$) ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากในเรื่องต่อไปนี้ 1) ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยว 2) ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า 3) ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวนำร่องมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในเรื่องต่อไปนี้ 1) ด้านการคมนาคม 2) ด้านความสะอาดของสถานที่ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวนำร่องมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังนี้ ให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในสื่ออินเทอร์เน็ต จัดให้มีร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชนให้มากขึ้น สร้างภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวควรรักษาวิถีชีวิตชาวบ้านไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลง การจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากควรแบ่งเป็นกลุ่มย่อย เมื่อเข้าดูงานในแหล่งเรียนรู้ต่างๆ จะทำให้ไม่แออัดและนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้มากขึ้น เส้นทางในชุมชนถนนแคบควรใช้รถโดยสารขนาดเล็กจะสะดวกและปลอดภัยกว่าการใช้รถโดยสารขนาดใหญ่ ควรจัดเรือให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยวเพื่อทุกคนจะได้นั่งเรือชมธรรมชาติ

ผลจากการจัดการท่องเที่ยวนำร่องพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากในเรื่องต่อไปนี้ 1) ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยว 2) ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า 3) ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำคอนมะโนรา ในเรื่องการพักค้างคืนรูปแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay) การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับ

วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น การทำอาชีพ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าจากการมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ เจมาลและคณะ (Jamal and others, 2011) ได้ทำการศึกษามิติทางด้านความสำคัญของการได้รับคุณค่าจากการเข้าพักค้างคืนรูปแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home stay) ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับชาวบ้านที่ได้ไปพักอาศัย ได้เรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตของคนในชุมชน มุมมองเหล่านี้มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น เจ้าบ้าน ผู้จัดการ นักการตลาดต้องให้ความสนใจประเด็นเหล่านี้และนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าเป้าหมายและยังสอดคล้องกับ โมทินโนห์และคณะ (Moutinho and others (2011) ได้ทำการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า ความพอใจของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงการได้รับคุณค่าจากคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ในด้านสุขภาพ การดูแลและการเลือกซื้อสินค้า (Shopping) การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการได้รับคุณค่า และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และส่งผลไปยังพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการวางแผนการตลาดที่คำนึงถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ

การให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งเที่ยวนั้น เป็นความปรารถนาดีที่นักท่องเที่ยวอยากให้ตลาดน้ำคอนมะ โนรามีการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับคิมและคณะ (Kim and others, 2012) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการและการได้รับคุณค่า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการได้รับการบอกเล่าจากบุคคลอื่น (Word-of mouth) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวและยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเมื่อเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ในด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งเที่ยวนั้นหากนำวิธีการที่สอดคล้องกับวางและคณะ (Wang and others, 2012) มาใช้ในการสร้างความร่วมมือทางด้านการตลาดระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เดียวกัน ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ในเรื่องการลดต้นทุนทางการตลาด มีการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกันและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน มีข้อที่ควรคำนึงถึงเรื่องพลังอำนาจทางการจัดการ ความแตกต่างด้านนโยบาย ขนาดพื้นที่ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอาจจะก่อให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินงาน และควรทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและนำข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวมาใช้ในการวางแผนดำเนินการด้านการตลาดที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม(PAR)ครั้งนี้เป็นการพัฒนาผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้หลักการวางแผนที่ทำให้เกิดการมี

ส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนาของทิโมทีและโทซัน (Timothy and Tosun, 2003) ที่ประกอบด้วย กระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory) การทำให้เกิดความร่วมมือ (Cooperation) และการทำให้เพิ่มพูนพัฒนา (Incremental) นั้น เป็นสถานการณ์ที่ไม่ถูกจำกัดในแต่ละขั้นตอนของการวางแผนจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ผู้วิจัยมีการจัดการที่ได้เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว มีสิทธิ์ออกเสียง แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และในเวลาเดียวกัน มีการนำเทคนิควิธีการที่หลากหลายมาใช้เพื่อเพิ่มการประสานงานและการร่วมมือระหว่างกลุ่มบุคคลผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน มีความไว้วางใจและการทำงานเป็นทีมมีส่วนช่วยให้เกิดความร่วมมือกันของคนใน ชุมชนตำบลคอนมะ โนรา ทำให้ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยสร้างรูปแบบการจัดการตลาดน้ำที่เหมาะสมกับทรัพยากรท้องถิ่น ตามรูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism Planning Model: CBTP) ของไพเนล (Pinel, 1998) ที่ได้เสนอแนะว่าการวางแผนการท่องเที่ยวควรเริ่มที่ความตระหนัก และเห็นคุณค่าของคนในชุมชน และต้องการให้มีการจัดการที่เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น หลักการพัฒนาเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวชุมชนนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ที่อยู่อาศัย ผู้ปฏิบัติการ และรัฐบาลจะต้องร่วมมือกันเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ในการวางแผนพัฒนาตามหลักการทฤษฎี ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องร่วมกันตัดสินใจ เพื่อทำให้เกิดความสมดุลของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และวิธีการ CBTP จะต้องไม่ปฏิเสธ ด้านการวางแผนการตลาด และยังคงสอดคล้องกับประพิร์พร อักษรศรี (2552) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ที่มีองค์ประกอบ ด้านการสร้างศักยภาพ ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการวางแผน ด้านการมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ อัญญา นิลนพคุณ (Attama Nilnoppakun, 2008) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น คนในชุมชนจะต้องร่วมกันค้นหาศักยภาพชุมชน และร่วมกันวางแผนทำให้เกิดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรม อันจะก่อให้เกิดการสร้างงาน ส่งผลทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว

ผลสะท้อนที่เกิดขึ้นตามขั้นตอนกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในแต่ละขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากการศึกษาริบทชุมชน การสังเกตสภาพตลาดน้ำ การศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ การสนทนากลุ่มนักวิชาการและผู้บริหารการท่องเที่ยวและผู้จัดการตลาดน้ำ การประชุมประชาชนในระยะเริ่มต้น การประชุมเชิงปฏิบัติการในตำบลคอนมะ โนรา การประชุมการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน ผลที่ได้รับเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดน้ำที่เหมาะสมกับศักยภาพชุมชน ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อให้เห็นการดำเนินงานที่ชัดเจนจึงขอสรุปรูปแบบการจัดการตลาดน้ำที่

เหมาะสมกับศักยภาพชุมชนตำบลคอนมะ โนรา จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ด้านการจัดการท่องเที่ยว

- 1.1 มีการจัดตั้งคณะทำงาน โดยมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน
- 1.2 มีการจัดตั้งอำนาจความสะดวกและการจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว
- 1.3 มีการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
- 1.4 มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
- 1.5 มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
- 1.6 มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน
- 1.7 ศึกษาความพึงพอใจและรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว
- 1.8 มีการจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือมัคคุเทศก์น้อย เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

2. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

- 2.1 ชุมชนเป็นเจ้าของ ชาวบ้านร่วมกันวางแผนจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน
- 2.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ
- 2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานในชุมชน เช่น โรงเรียน วัด โรงพยาบาล

สถานประกอบการ ร้านค้า บริษัทห้างร้านต่างๆ

- 2.4 มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน

3. ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

- 3.1 คิดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยกำหนดระยะทางให้ชัดเจน
- 3.2 ปรับปรุงสภาพถนนภายในหมู่บ้านเพื่อให้รถวิ่งได้อย่างสะดวก
- 3.3 มีการจัดบริการรถโดยสารประจำทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก
- 3.4 จัดรถบริการภายในหมู่บ้าน เช่น รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ หรือจัดเรือ เพื่อให้

นักท่องเที่ยวได้ใช้เป็นยานพาหนะไปชมวิถีชีวิตชุมชนภายในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ

4. ด้านการจัดภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ

- 4.1 มีการดูแลรักษาความสะอาดแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมทั่วไปในชุมชน
- 4.2 จัดภูมิทัศน์ตลาดน้ำและบริเวณบ้านเรือนของประชาชนให้สวยงาม โดยการปลูกไม้

ดอกไม้ประดับ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

- 4.3 การก่อสร้างอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้าง ควรเลือกใช้วัสดุตกแต่งที่มีความกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติในท้องถิ่น เพื่อรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ

5. ด้านการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว

- 5.1 จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบรวมกิจกรรมหลายรูปแบบไว้ด้วยกัน (Package)

โดยร่วมกับร้านอาหาร ที่พัก เป็นการสร้างความรู้สึที่ดีแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องราคาที่คุ้มค่า

5.2 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่อง การศึกษาเรียนรู้การทำอาชีพ วัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตของคนในชุมชน นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.3 มีกิจกรรมทางน้ำ เช่น การนั่งเรือชมธรรมชาติ การพายเรือชมสวน ชมหิ่งห้อยยาม ค่ำคืน การตกปลา การตกกุ้งแม่น้ำ หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เหมาะสม

5.3 มีการจัดที่พักค้างคืนแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay)

5.4 ควรมีการสร้างกิจกรรมแปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ดำเนินการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในพื้นที่ตลาดน้ำ 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจังหวัดสมุทรปราการ และตลาดน้ำดอนมะโนรา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดังต่อไปนี้

1. ด้านการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลดอนมะโนรา

ผลที่เกิดขึ้นจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะตลาดน้ำดอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน เทคนิควิธีการที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยสร้างโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดการระดมความคิดเห็น รับฟังความคิดเห็น มีการตัดสินใจร่วมกัน เพื่อให้เกิดการจัดทำแผนปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง สามารถจัดการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของคนในชุมชน ที่สามารถจัดการท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง ยังมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจจากนักท่องเที่ยวที่นำชมชุมชนและคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวต้องนำมาพิจารณาหาวิธีการแก้ไขปรับปรุงและทำงานเชิงรุก เพื่อให้มีมาตรฐานตามหลักการจัดการท่องเที่ยว หนึ่งหากมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ อาจหางบประมาณจากหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุนได้ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือขอความร่วมมือกับภาคเอกชนร่วมลงทุน โดยไม่หวังผลกำไรมากนัก ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในชุมชนอื่นๆ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์มากขึ้น หรือเชิญวิทยากรมาให้ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีหลากหลายในท้องถิ่น

2. ด้านการวางแผนพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีชื่อเสียง 4 แห่งของประเทศไทยจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาการจัดการในระบบการบริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจมากที่สุด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งมีแนวทางการใช้หลักการวางแผนการตลาดพื้นฐานเบื้องต้น (5Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) และด้านบุคคลผู้ให้บริการ (People) มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวเพศหญิง คนโสด คนมีครอบครัว อาชีพรับจ้างที่มีรายได้แน่นอน ซึ่งทำให้มีความสามารถในการซื้อ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เดินทางมาครอบครัวและเพื่อน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มาทำกับบริษัทนำเที่ยว ควรมีกิจกรรมสำหรับครอบครัว บริษัทนำเที่ยวควรออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องเชื่อมโยงกับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ แยกประเภทนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อน กับมาทัศนศึกษาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามที่ต้องการแสวงหา มัคคุเทศก์ควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดไทย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวผจญภัย หรือให้พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) ซึ่งจะช่วยให้รายได้แก่คนในชุมชนมากขึ้น ควรจัดหากิจกรรมรูปแบบใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ (Revisit) จัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาลที่ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น จัดสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีในท้องถิ่นอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น ในเรื่องการทำอาหาร การทำอาชีพของคนในชุมชน เป็นต้น

2.2 ด้านราคา (Price) ควรมีการควบคุมราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควบคุมการบริการให้มีมาตรฐานเหมาะสมกับราคาอย่าให้เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ควรจัดกิจกรรมแบบรวมกิจกรรมหลายรูปแบบไว้ด้วยกัน (Package) ควรคำนึงถึงราคาทางด้านจิตใจ มีการบริการที่ตอบสนองด้านคุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างมิตรภาพที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวผู้จำหน่ายสินค้า และประชาชนในพื้นที่

2.3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) การจัดบรรยากาศเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ไม่ทำลายธรรมชาติ ส่งเสริมการใช้วัสดุจากธรรมชาติ ออกแบบสิ่งก่อสร้างให้กลมกลืนกับธรรมชาติ มีการจัดการความปลอดภัยในทุกขั้นตอน จัดระเบียบการจราจรทั้งทางบกและทางน้ำ ควบคุมมลภาวะทางเสียงจากการใช้เรือที่มีเสียงดังและ

ควันค้าจากท่อไอเสียเรือ จัดการพื้นที่ปลอดบุหรี่ จัดพื้นที่แยกประเภทสินค้าแต่ละชนิด จัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน มีความสะอาดถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอ ออกแบบทางเดินเป็นพื้นที่ลาดชันและสถานที่นั่งพักผ่อนสำหรับผู้ที่ใช้รถเข็นล้อเลื่อน (Wheel chair) ซึ่งปัจจุบันและอนาคตโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั่วโลก นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสมควรที่จะต้องได้รับการดูแลให้ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการตลาดน้ำให้เป็นแหล่งพักผ่อนสำหรับผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำทุกแห่งจะต้องมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เผยแพร่ข้อมูลทางสื่อต่างๆ ที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ทางโทรทัศน์ วิทยุ วารสาร สิ่งพิมพ์ ทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) และจัดทำเว็บไซต์ตลาดน้ำที่มีหลายภาษา จะต้องจัดศูนย์บริการข้อมูลและบุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์เป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น มาเลเซีย ฯลฯ จัดทำป้ายบอกทางที่มีขนาดมาตรฐาน หรือ ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเครือข่ายไร้สายบนโทรศัพท์มือถือในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น

2.5 ด้านบุคลากร (People) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ กลุ่มบุคคลผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน นักท่องเที่ยว รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น กลุ่มคนดังกล่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ผู้จัดการตลาดน้ำแต่ละแห่งควรจัดบุคลากรที่มีคุณภาพเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งจัดทำเอกสารความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำให้แก่นักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี และถ้าหากมีมัคคุเทศก์ที่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี มาลายู อินเดีย เยอรมัน ฝรั่งเศส ฯลฯ จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้มากขึ้น ผู้จัดการตลาดน้ำแต่ละแห่งจะต้องเตรียมการรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 และควรกำหนดแนวทางการปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านประชาชนผู้อยู่อาศัยควรให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยมิตรภาพ มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รักษาวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น แม้อำเภอหรือผู้ประกอบการตลาดน้ำจะต้องไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำจะต้องมีกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดอย่างเหมาะสมเพื่อมีบริการที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวรายใหม่ และผู้จัดการจะต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านเพื่อจัดบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สร้างความแปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit) ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ผลจากการ

ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต้องการกลับมาเที่ยวตลาดน้ำอีกครั้ง นั่นคือสิ่งที่แสดงถึงโอกาสต้อนรับลูกค้าในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวหมุนเวียนเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดน้ำอย่างสม่ำเสมอ นำไปสู่การสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืนตลอดไป

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ช่วงเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในพื้นที่ปฏิบัติการตำบลคอนมะโนรานันท์ ใช้เวลาประมาณ 12 เดือน เป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งการดำเนินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องใช้ระยะเวลายาวนานมากขึ้น การวิจัยในครั้งนี้เปรียบเสมือนเป็นการจุดประกายแนวคิดให้ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่มองเห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดคอนมะโนรา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการวางแผนจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง

2. นักท่องเที่ยวที่นำมาวิจัยเป็นนิสิตชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 หากเป็นกลุ่มคนที่มีอายุ อาชีพที่แตกต่างกันจะทำให้ได้ภาพสะท้อนความต้องการนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น หรือ ถ้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ก็จะเป็นการกระตุ้นให้คณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลมีความกระตือรือร้นมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลด้านการท่องเที่ยวชุมชนให้มากขึ้น เช่น การเปิดเวทีชาวบ้าน หรือจัดเสวนาในประเด็นที่เป็นปัญหาการจัดการท่องเที่ยว

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงประชาชนในพื้นที่ ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานวางแผนและทำการประเมินผลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

3. กำหนดแผนงานหรือกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนของตำบลคอนมะโนราโดยทำโครงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. จัดตั้งหน่วยงานพิเศษของจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อจัดทำเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชนเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ฯลฯ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

5. หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม (ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด) ควรจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป็นแผนระยะสั้นและระยะยาว

6. องค์การปกครองท้องถิ่นควรจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้นำชุมชนหรือคณะทำงานด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในระดับจังหวัดหรือระดับภูมิภาคเพื่อพัฒนาความรู้ และให้ผู้ที่ทำงานได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์รวมทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. นำรูปแบบการจัดการตลาดน้ำไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่

2. ทำการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตำบลคอนมะโนราให้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

3. ศึกษาวิจัยเพื่อการฟื้นฟูวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำและการอนุรักษ์ประเพณีรำไทยทรงดำ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลคอนมะโนรา

4. ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ในชุมชนตลาดน้ำที่อื่นๆ ที่มีข้อขัดแย้งเกิดขึ้น เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กองวิชาการและฝึกอบรม. การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คู่มือการท่องเที่ยว ๑๕ ตลาดบก ๑๖ ตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.
- การท่องเที่ยว, กรม. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยว[ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://tourism.go.th/2010/th/home/index.php>[08 สิงหาคม 2554]
- การประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน. ข้อมูลพื้นฐานการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนครั้งที่ 41 วันที่ 13-16 สิงหาคม 2552[ออนไลน์]. 2552 แหล่งที่มา: <http://www.41stAEM.org.th>[3 มีนาคม 2553]
- กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน. Executive Journal มหาวิทยาลัยกรุงเทพ[ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา: <http://www.skn.ac.th/skl/skn42/market90/j15.htm>[24 เมษายน 2552]
- จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล. การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 2551.
- เจมส์ แอล เกรย์ตัน. คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน: การตัดสินใจที่ดีกว่าโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม. แปลโดย วันชัย วัฒนศัพท์. กรุงเทพฯ: ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท, 2551.
- ณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์. ประธานสภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553.
- ดลรวี บุญนาค. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2550.
- ตลาดน้ำ. กิจกรรมชุมชนตลาดน้ำ[ออนไลน์]. 2545. แหล่งที่มา: <http://www.skn.ac.th/skl/skn42/market90/j15.htm>[2 เมษายน 2553]
- ตลาดน้ำขวัญเรียม. แหล่งวัฒนธรรมริมคลองแสนแสบ[ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://kwan-riamfloatingmarket.com/>[2 มิถุนายน 2555]

ตลาดน้ำจังหวัดเกินถอ. แหล่งท่องเที่ยวประเทศไทยคนาม(ปากแม่น้ำโขง)[ออนไลน์]. 2549.

แหล่งที่มา: <http://picpost.mthai.com/view/18574Tankho> [2 เมษายน 2553]

ตลาดน้ำหมู่บ้านช้างอโยธยา. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว[ออนไลน์]. 2553.

แหล่งที่มา: <http://www.holidaythai.com> [10 กรกฎาคม 2553]

ตลาดน้ำเมืองถลาง. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว[ออนไลน์]. 2549. แหล่งที่มา:

http://www.thaifly.com/Home/Tour/package_online_detail.php?tour_id=PKG0682

[10 กรกฎาคม 2553]

ตลาดน้ำศรีนาคาร์. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประเทศอินเดีย[ออนไลน์]. 2550.

แหล่งที่มา: <http://www.flickr.com/photos/fredcan/1212792689/>[10 กรกฎาคม 2553]

ตลาดน้ำอะเบอร์ดีน. เที่ยวฮ่องกง[ออนไลน์]. 2548.

แหล่งที่มา: [http://www.tripadvisor.co.uk/Travel-g294217-c148747/Hong-](http://www.tripadvisor.co.uk/Travel-g294217-c148747/Hong-Kong:China:Market.On.Boats.Floating.Market.html)

[Kong:China:Market.On.Boats.Floating.Market.html](http://www.tripadvisor.co.uk/Travel-g294217-c148747/Hong-Kong:China:Market.On.Boats.Floating.Market.html)[10 กรกฎาคม 2553]

ตลาดน้ำอินเล. ครอบครัวชาวช่อง 3[ออนไลน์]. 2554.

แหล่งที่มา: <http://www.krobkruakao.com/%E>[10 กรกฎาคม 2553]

เทิดชาย ช่วยบำรุง. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา, 2552.

ทวีเดช วโรตม์สุวรรณ. การเปิดรับข่าวสารการรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549

เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Analysis Qualitative data)[ออนไลน์].

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2553.

แหล่งที่มา: <http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538654690>

[5 เมษายน 2553]

นิรันดร ทัพไชย. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดใน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. กรุงเทพฯ, 2532.

บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2538.

ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชน
ริมคลองตลิ่งชัน กรุงเทพฯ: วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

[ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา: <http://www.abtc@ttresearch.org> [5 เมษายน 2553]

- ประพิร์พร อักษรศรี. รูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2552.
- ประหยัด ตะคอนรัมย์. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิตการวางผังเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- พจนา สวนศรี. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: มายด์กราฟิค, 2546.
- มณีวรรณ ผิวนิ่มและปรารถนา จันทร์พันธุ์. พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยรวมบทความวิจัยการท่องเที่ยวชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นนทบุรี: พี.เอส.พรินท์, 2547.
- มนชนก เศรษฐวิชรานิช. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- มนัส อัดวัฒนา. ผู้ประกอบการตลาดน้ำเหล่าตั้กลัก. สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553.
- มูลนิธิเล็กประไพพิริยะพันธุ์. ตลาดน้ำท้ายวังและสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง[ออนไลน์]. 2548.
 แหล่งที่มา: <http://www.lek-prapai.org/photo.php?id=27>[4 เมษายน 2554]
- ยุพิน พิทักษ์พวงทองและคณะ. การฟื้นฟูการท่องเที่ยวชุมชนบางกอกใหญ่ให้ยั่งยืน. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2552.
- ราณี อิศัยกุล. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.
- รุ่งโรจน์ เกตุพานิชย์. ฝ่ายประสานงานสื่อมวลชนเขตตลิ่งชัน. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553.
- วรภัทร สยนาทนนท์. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบริเวณตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรชัมมะและคณะ. การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนศึกษากรณี: ชุมชนท่าคา อ่างอ้อมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. ฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยเกริก, 2550.
- สมศักดิ์ อภิวันทนกุล. คณะกรรมการชุมชนเหล่าตั้กลัก. สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2553.
- สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ: ทำมาดี, 2544.

- สินธุ์ สโรบล. การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือเชียงใหม่. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ: วนิดาเพรส, 2546.
- สุพร บุญปก. แนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- สุธาสนี ชัยเชื่อนขันธุ์. ผู้จัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553.
- อาภรณ์ อินฟ้าแสงและคณะ. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. สาขาวิชาการจัดการ, วิทยาลัยราชพฤกษ์, 2553.
- องอาจ นัยพัฒน์. วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สามลดา, 2548.
- องค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา. แผนพัฒนาตำบลคอนมะโนรา: แผนพัฒนาสามปีประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2554-2556. องค์การบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม, 2553. (อัดสำเนา)
- องค์การบริหารตำบลบางน้ำผึ้ง. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง[ออนไลน์]. 2547. แหล่งที่มา: [http://www.nairobroo.com/76/index.php\[2552, สิงหาคม 7\]](http://www.nairobroo.com/76/index.php[2552, สิงหาคม 7])
- เอกฤทธิ์ สุดแก้ว. การประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวและการจัดการของชุมชนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาอุทยานและนันทนาการ ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.
- อคิน รพีพัฒน์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษา นโยบาย สาธารณสุข, 2547.
- อุมาพร มณีแนม และคณะ. รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนและแผนการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีโหนด-นา-เล อำเภอสะทิงพระ จังหวัดสงขลา. สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ [ออนไลน์]. ฉบับที่ 2 ปี 2552. แหล่งที่มา: [http://www.ttresearch.org/home/index.php?option\[2553, มีนาคม 2\]](http://www.ttresearch.org/home/index.php?option[2553, มีนาคม 2])
- อรุณศรี อื้อศรีวงศ์. การวิจัยการพัฒนาแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลห้วยแร่ อำเภอเมือง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, 2550.

ภาษาอังกฤษ

- Akdere, M. The action research paradigm: An alternative approach in negotiation. Systemic Practice and Action Research, 16 (May 2003): 339-353.
- Alexandros, K. Social learning and sustainable tourism development; local quality conventions in tourism: A Greek case study. Journal of Sustainable Tourism[Online].17 No. 5 (September 2009): 567-581.
Available from: <http://www.informaworld.com/smpp/title~content=t794297833>
[2010, March 13]
- Al-Oun, S., and Al-Hmoud, M. The potential for developing community-based tourism among the Bedoins in the Badai of Jordan. Journal of Heritage Tourism[Online]. 3,1(August 2008): 36-54.
Available from: <http://www.informaworld.com/smpp/title~db=all~content=t794297809>
[2009, August 4]
- Arnstein, S. R. A ladder of citizen participation. Journal of the American Institute of planners. 35 (April 1969): 216-224.
- Aronsson, L. The development of sustainable tourism. London. N.Y: Continuum, 2000.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., and Paddon, M. Effective community-based tourism: A best practice manual. APEC Tourism working group, institute for sustainable futures, university of technology Sydney, 2010.
- Attama Nilnoppakun. Community-based tourism planning: An application in rural Thailand. Thesis Doctor of Philosophy, Faculty of Business and Law, Edith Cowan University[Online serial]. 2008. Available from: <http://www.docudesk.com>[2009, August 4]
- Beaumont, N., and Dredge, D. Local tourism governance: A comparison of three network approaches. Journal of Sustainable Tourism[online]. Vol. 18, No. 1, January 2010, 7-28.
Available from: <http://www.informaworld.com/smpp/title~db=jour~content=t794297833>
[2010,November,12]
- Beierle, T.C. Public participation in environmental decisions: An evaluation framework using social goals. Washington DC: Resources for the Future,1998.
- Biddle, W.J., and Biddle, L.J. The Community Development Process: The Rediscovery of Local Initiative. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1965.

- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., and Engel, J. F. Consumer behavior. (10 th ed.). Cincinnati, Ohio: South Western, 2006.
- Botes, L., and Rensburg, D. V. Community participation in development: Nine plagues and twelve commandments. Community Development Journal. 35(January 2000): 41-58.
- Bowin, D., and Clark, J. Contemporary tourist behavior. Oxford: Brooks University press, Cambridge, UK, 2009.
- Bronner, F., and Hoog, R. Economizing behavior during travel: Strategies and information sources used. Journal of Vacation Marketing, 17 (September 2011): 185–195.
- Buhalis, D. Relationships in the distribution channel of tourism: Conflicts between Holetliers and tour operators. In J. C. Crotts, D. Buhalis and R. March (Eds.), Global Alliances in Tourism and Hospitality Management. New York: The Haworth Hospitality Press, 2000.
- Byrd, E. T. Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. Tourism Review[Online]. 62 (February 2007): 6-13. Available from: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1628309&show=abstract> [2009, August 4]
- Byrd, E. T., and Gustke, L. Using decision trees to identify tourism stakeholders. Journal of Place Management and Development, Vol.4 No.2(2011): 148-168.
- Canadian Youth Alliance. Working with migrant communities: Collaborating with the Kalayaan Centre in Vancouver[Online]. 2007.
Available from: <http://participaction.wordpress.com/whatpar/defining-par/>[2010, June 3]
- Caplan, S. Using focus groups methodology for ergonomic design. Ergonomics, 33(May 1990): 527-533.
- Carter, N., and Darlow, A. Local Agenda 21 and developers: Are we better equipped to build a consensus in the 1990s? Planning Practice & Research, 12(1), (1997): 45-57.
- Campo-Martinez, S., Garau-Vadell, J.B., and Martinez-Ruiz, M.P. Factors influencing repeat visits to a destination: The influence of group composition. Tourism Management, 31, (2010): 862–870.
- Catley, A. Method on the move: A review of veterinary used of participatory approaches and methods focusing on experience in dryland Africa. London: International institute for environment and development, 1999.

- Coghlan, D., and Brannick, T. Doing action research in your own organization. London: Sage, 2001.
- Cohen, E. A phenomenology of tourist experiences, Sociology[Online]. 13 (1979): 179-202.
Available from: <http://soc.sagepub.com/content/13/2/179.short>[2011, April 7]
- Costa, C., and Chalip, L. Adventure sport tourism in rural revitalization-an ethnographic evaluation. European Sport Management quarterly. 5 Issue 3 (September 2005): 257-279.
- Creighton, J. L. The public participation handbook: Making better decisions through citizen involvement. San Francisco: Jossey-Bass, 2008.
- Denzin, N. K., and Lincoln, Y. S. Part III: Strategies of inquiry: Handbook of qualitative research. Thousand Oaks, CA: Sage. 1994.
- Denicolai, S., Cioccarelli, G., and Zucchella, A. Resource-based local development and networked core-competencies. Journal of Tourism Management, 31 (2010): 260–266.
- Dershem, L. Problem Tree Analysis-Design, Monitoring & Evaluation[Online]. 2009
Available from: <http://sites.google.com/a/save.org.ge/dme/Home/situation-analysis/problem-tree-analysis>[2010, May 13]
- Diedrich, A., and Buades, E. G. Local perception of tourism as indicators of destination decline. Journal of Tourism Management, 30 (August, 2009): 512–521.
- Divisekera, S. Economics of tourist's consumption behavior: Some evidence from Australia. Journal of Tourism Management, 31(2010): 629–636.
- Donaldson, T., and Preston, L. The stakeholder theory of the modern corporation: concepts, evidence and implications. The Academy of Management Review. 1995,20(1): 65-92.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., and Scott, N. Destination and enterprise management for a tourism future: Central district Botswana. Journal of Tourism Management[Online]. 30 (2009): 63–74. Available from:
<http://www.elsevier.com/locate/tourman>[2010, April 4]
- Fennel, D. A., and Dowling, R. K. Ecotourism policy and planning: Stakeholders, management and governance. In D. A. Fennel and R. K. Dowling(Eds.), Ecotourism Policy and Planning. London: CABI Publishing, 2003
- Fiorino, D. J. Citizen participation and environmental risk: A survey of institutional mechanisms science, Technology and Human Values, 15 (February 1990): 226-243.
- Freeman, R. E. Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984.

- Frochot, I. A benefit segmentation of tourist in rural areas: A Scottish perspective. Journal of Tourism Management, 26 (2005): 335–346.
- Garrod, B. Local participation in the planning and management of ecotourism: A revised model approach. Journal of Ecotourism. 2 (January 2003), 33-52.
- Goodwin, H., and Santilli, R. International Centre for Responsible Tourism. Community-based tourism: A success?[Online]. University of Greenwich, 2009. Available from: http://haroldgoodwin.blogware.com/_trackback/4108659[2010, May 4]
- Greenwood, D. J., Whyte, W. F., and Harkavy, I. Participatory action research as a process and as a goal. Human Relations, 46 (February 1993): 175.
- Gunn, C. A., and Turgut, V. Tourism planning: Basic concepts cases. New York: Routledge, 2002.
- Haley, A. J., Snaith, T., and Miller, G. The social impacts of tourism: A case study of Bath, U.K. Annals of Tourism Research[Online]. 32 (March 2005): 647-668. Available from: <http://www.informaworld.com/smpp/title~content=t713694199> [2010, March 13]
- Hall, C. M. Tourism: Rethinking the social science of mobility. London: Ashford Color Press, 2005.
- Hall, C. M., and McArthur, S. (Eds.). Heritage management in Australia and New Zealand: The human dimension (2 ed.). Oxford University Press, 1996.
- Hallin, C. A., and Marnburg, E. In times of uncertainty in the hotel industry: Hotel directors' decision-making and coping strategies for dealing with uncertainty in change activities. Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism. 7(4) (2007), 364-388.
- Hansen, U., Bode, M., and Moosmayer, D. Stakeholder theory between general and contextual approaches - A German view. Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik, 5 (March 2004): 242-255.
- Harris, R. W. Tourism in Bario, Sarawak, Malaysia: Case study of pro-poor community-based tourism intergraded into community development. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 14 No.2 (June 2009): 125–135.
- Harssel, J. Tourism-An Exploration (Third Edition). New Jersey: Prentice Hall Career and Technology, 1994.
- Hughes, H. L., and Deutsch, R. Holiday of older gay men: Age of sexual orientation as decisive factors. Journal of Tourism Management, 31 (2010): 454–463.

- Humphrey, A. S. SWOT analysis discover new opportunities: Manage and eliminate threats[Online]. 1960. Available from: http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm [2011, April 23]
- Hutchison, P. Community development in recreation services: Why Not? Plan Canada. 38 (January 1998): 5-7.
- Ioannides, D. (Ed.). Sustainable development and the shifting attitudes of tourism stakeholders: Toward a dynamic framework. Oxon, U.K: CABI Publishing, 2001.
- Iorio, M., and Corsale, A. Rural tourism and livelihood strategies in Romania. Journal of Rural Studies[Online]. 12 (November, 2009): 65-78. Available from: http://www.sciencedirect.com/science?_ob=RedirectURL&_method=externObjLink&_locator=url&_cdi=5977&_issn=07430167&_originPage=article&_zone=art_page&_plusSign=%2B&_targetURL=http%253A%252F%252Fwww.ersa.org[2010, April 4]
- Jack, L. Community ownership and responsibility for the development and management of sustainable tourism. Australia: Centre of Sustainable Tourism and Complete Marketing Solutions, 2002a.
- Jack, L. "It's Easy for You, You're an Island." Implementation of the Kangaroo Island tourism optimization management model. Australia: Centre of Sustainable Tourism and Complete Marketing Solutions, 2002b.
- Jain, N., Lama, W., and Lepcha, R.,. Community-based tourism for conservation and development: A Resource Kit. Washington DC: The Mountain Institute, 2000.
- Jamal, S. A., Othman, N. A., and Muhammad, M.N.M. Tourist perceived value in a community-based homestay visit: An investigation into the functional and experiential aspect of value. Journal of Vacation Marketing. 17 (January 2011): 5–15.
- Kemmis, S., and McTaggart, R. Participatory Action Research. In N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (Eds.), Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.
- Kim, S., Holland, S., and Han, H. A structural model for examining how destination image, perceived value, and service quality affect destination loyalty: A case study of Orlando, International Journal of Tourism Research[On-line serial]. (2012): 1-16. Available from: www.wileyonlinelibrary.com/[2012, February 2]

- Kindon, S. L., Pain, R., and Kesby, M. Participatory action research approaches and methods: connecting people, participation and place. Routledge studies in human geography, London: Routledge, 2007.
- Koutsouris, A. Social learning and sustainable tourism development: Local quality conventions in tourism: A Greek case study. Journal of Sustainable Tourism, Vol.17 Issue 5 September 2009: 567-581.
- Lai, P. H., and Nepal, S. K. Local perspectives of ecotourism development in Tawushan Nature Reserve, Taiwan Journal of Tourism Management[On-line serial]. 27 (2006): 1117-1129. Available from: www.elsevier.com/locate/tourman[2010, April 4]
- Lemmetyinen, A., and Frank, M. The key capabilities required for managing tourism business networks. Online Journal of Tourism Management[On-line serial]. (April 2008):1-10. Available from: www.elsevier.com/locate/tourman [2009, August 4]
- Lepineux, F. Stakeholder theory, society and social cohesion. Corporate Governance, 5(2), 2005: 99-111.
- Lisa, H. Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protect areas. Society and Natural Resource Journal, 19 No.8 (September, 2006): 675-692.
- Manyara, G., and Jone, E. Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. Journal of Sustainable Tourism, 15 Issue 6 (November, 2007): 628-644.
- Mcintyre, A. Participatory action research. Los Angeles: Sage Publications, 2008.
- Medeiros, L., and Bramwell, B. Stakeholder assessment and collaborative tourism planning: The case study of Brazil's Costa Dourada project. Journal of Sustainable Tourism, 7(3-4) 1999, 356-378.
- Merriam, S. B. Qualitative research and case study applications in education. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.
- Miles, M. B., and Huberman, A. M. Qualitative data Analysis: An expanded sourcebook. Thousand Oaks: Sage, 1994.
- Moutinho, L. , Albayrak,T., and Caber,M. How far does overall service quality of a destination affect customers' post-purchase behaviors? International Journal of Tourism Research, [On-line serial]. 2011: 1-16. Available from: www.wileyonlinelibrary.com/[2011, August 4]

- Moutinho, L. Strategic management in tourism. London: Biddles, 2002.
- Nanz, P., and Steffek, J. Global governance, participation and the public sphere. Government and Opposition, 39 (2), (2004): 314-335.
- Nunkoo, R., and Ramkissoon, H. Modeling community support for a proposed integrated resort project. Journal of Sustainable Tourism, 18 Issue 2 (March, 2010): 257-277.
- Okazaki, E. A Community-based tourism model: Its conception and use. Journal of Sustainable Tourism, 16 Issue 5 (September, 2008): 511-529.
- Ozturk, H. E., and Eraydin, A. Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organization building in the Antalya tourism region. Journal of Tourism Management, 31 (2010): 113–124.
- Park, D. B., and Yoon, Y. S. Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. Journal of Tourism Management, 30 (2009): 99–108.
- Pimrawee Rocharungsat. Community-based tourism: Perspective and future possibilities[On-line serial]. Ph.D. Thesis for the degree of Doctor of Philosophy, The school of Business, Tourism Program, James Cook University, 2005. Available from: <http://eprints.jcu.edu.au/1323>[2009, July 8]
- Pinel, D. P. Create a good fit: A community-based tourism planning model[Online]. 1998. Available from: <http://nsgl.gso.uri.edu/washu/washuw99003/28-Pinel.pdf> [2010, May 8]
- Perreault, W. D., Dorden, D. K., and Dordon, W. R., “A Psychological classification of vacation life-styles.” Journal of Leisure Research, 9 (1979), 208-240.
- Reason, P., and Bradbury, H. Handbook of action research: Participative inquiry and practice. London: SAGE, 2001.
- Reid, D., Mair, H., and George, L. Community tourism planning: A self-assessment instrument. Annals of Tourism Research, 31 No.3 (2004): 623–639.
- Rigal, R. Sustainable development in tourism municipalities: The role of public goods. Journal of Tourism Management, 29 (2008): 883–897.
- Rodríguez, I. L. Social media in tourism behavior. MA European Tourism Management[On-line serial], 2009. Available from: <http://www.du.se/PageFiles/18846/RodrguezIreneLucena.pdf>[2009, July 8]

- Schianetz, K., and Kavanagh, L. Sustainability indicator for tourism destinations: A complex adaptive systems approach using systemic indicator systems. Journal of Sustainable Tourism, 16 Issue 6 (November, 2008): 601-608.
- Sebele, L. Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino sanctuary trust central district Botswana. Journal of Tourism Management[On-line serial]. 31(2010): 136-146. Available from: www.elsevier.com/locate/tourman[2010, April 4]
- Sterren, J., and Isaac, R. Locally-driven (community-based) tourism development: A tool for poverty alleviation[Online], 2004. Available from : http://www.tourismconcern.org.uk/resources/community_what_is.htm, visited on nov.12, 2004 [2009, July 8]
- Stewart, E., and Draper, D. Reporting back research finding: A case study of community-based tourism in northern Canada. Journal of Ecotourism[On-line serial]. 8 Issue 2 (June 2009): 128–143.
- Swarbrooke, J., and Horner, S., Consumer behaviour in tourism. 2nd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2007.
- Swaroop, S., and Morenoff, J.D. Building community: The neighborhood context of social organization. Social Force, 84 (March 2006): 1665-1695.
- Tao, C. H., and Wall, G. Tourism as a sustainable livelihood strategy. Journal of Tourism Management, 30, (2009): 90–98.
- The Health Communication Unit at the Centre for Health Promotion University of Toronto. Focus group[Online]. 2000. Available from: <http://www.thcu.ca> [2010, July 18]
- Timothy, D. J., and Tosun, C. Appropriate planning for tourism in destination communities: Participation, incremental growth and collaboration. U.K: CABI Publishing, 2003.
- Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., and Beaumont, N. Segmentation: A tourist stakeholder view. Journal of Tourism Management, 30 (2009): 169–175.
- Tosun, C. Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. Annals of Tourism Research, 29 No.1, (2002): 231-253.
- UNESCO. Sustainable heritage management and tourism in Asia and Pacific region. Paper presented at the Fourth International Ecotourism Conference, Institute of Ecotourism, Srinakharinwirot university, Thailand, 2000.

- UNWTO. Agenda 21 for the travel and tourism industry: Towards sustainable development. USA: World Tourism Organization, World Travel and Tourism Council, and the Earth Council, 1996.
- Um, S., Chon, K., and Ro, Y. Antecedents of revisit intention. Annals of Tourism Research, 33(April 2006): 1141-1158.
- Valle, P. O., Silva, J. A., Mendes, J., and Guerreiro, R. Tourist satisfaction and destination loyalty intention: A structural and categorical analysis. Journal of Business Science and applied Management, Vol.1 Issue 1 (2006): 25-44.
- Vela, R. M. Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement. Journal of Tourism Management, 30 (2009): 419–428.
- Wang, Y., Hutchinson, J., Okumus, F. and Naipaul, S. Collaborative marketing in a regional destination: Evidence from Central Florida. International Journal of Tourism Research [Online]. (2012): 1–13. Available from: [www.wileyonlinelibrary.com/\[2012,February 2\]](http://www.wileyonlinelibrary.com/[2012,February 2])
- Yoon, Y., and Uysal, M. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. Journal of Tourism Management, 26 (2005): 45–56.
- Yu, L., and Goulden, M. A comparative analysis of international tourists' satisfaction in Mongolia. Journal of Tourism Management, 27 (2006): 1331-1342.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ

ที่ ศร ๐๔๑๒.๒๔/๐๑๒๙๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๑๓๐

๑๘ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
(คุณกุลปราโมทย์ วรรณเลิศ)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ด้วยนางสาวพรรัตน์ ศุภธิดกุล นิสิตระดับคุณวุฒิปบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการการจัดการศึกษา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต ได้ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๕๐๔๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๕๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๖๙๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๑๔ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ประพิรุฬร อักษรศรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ด้วยนางสาวนพรัตน์ สุทธิถกุล นิสิตระดับดุษฎีบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แห่งสาขาวิทยาการการจัดการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๕๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๕๐

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๑๒๓๖

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๑๓๐

๑๘ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ธนส เตชะเสน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ด้วยนางสาวนพรัตน์ คูทธิกุล นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ภาณุจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัฐธรรมา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในงานนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๕๐๔๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๕๐๔๐

ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย

ที่ ศธ ๐๔๑๒.๒๔/๐๑๒๙๕



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๑๖ ตุลาคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย

เรียน นายกองดีการบริหารส่วนตำบลคอนมะโนรา

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงร่างวิทยานิพนธ์

ด้วยนางสาวนพรัตน์ สุทธิถกล นิสิตระดับคุณวุฒิปบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการการจัดการการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นางสาวนพรัตน์ สุทธิถกล เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์กับผู้นำชุมชน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่ประชาชน ในตำบลคอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม พร้อมทั้งจัดประชุมสัมมนาเพื่อให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และประชุมปฏิบัติการผู้นำชุมชน เพื่อวางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชน ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๓ ถึงเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๔ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๕๐๕๐

โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๕๐๕๐

ที่ ศร ๐๔๑๒.๒๔/๐๐ ๑๙๙



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน นายกองค้การบริหารส่วนตำบลดำเนินสะดวก

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวพรวิมล คุชชิตถล นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ สาขาวิชาวิทยาการการจัดการการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้วิบนอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสูตรวิทยาศาสตรศึกษาระดับบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปด้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวพรวิมล คุชชิตถล เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวตลาดดำเนินสะดวก ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๕๔ โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐-๒๒๑๔-๕๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๔-๕๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๒๓๔



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการเขตลี้ดงชัน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวพรวิทย์ สุทธิถก นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการ บริหารจัดการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาคอมพิวเตอร์วิทยาศาสตร์ระดับบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวพรวิทย์ สุทธิถก เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวตลาดลี้ดงชัน ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๕๔ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทรวิชัย อินทภิรมย์)
รองคณบดีฝ่ายบริหาร
รักษาการแทนคณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๔-๑๐๕๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๔-๑๐๕๐

ที่ คร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๑๗/๗



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๑๐

๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวพรวิทย์ สุทธิถกล นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แผนกวิชาวิทยาการ บริหารจัดการ การกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวพรวิทย์ สุทธิถกล เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๕๔ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐-๒๒๑๘-๕๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๕๐๔๐

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๑๙๕๔



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๒๓๑๐

๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน นายกองดีการบริหารส่วนตำบลลำพญา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวพรรัตน์ สุทธิถกล นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แห่งสาขาวิทยาการการจัดการการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวพรรัตน์ สุทธิถกล เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำลำพญา ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๕๔ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐-๒๒๑๔-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๔-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๓๖๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณเชจอร์ วีระชัย (ผู้อำนวยการสำนักทะเบียนธุรกิจกีฬาและมัลติสปอร์ต กรมการท่องเที่ยว)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวพรวิมล สุทธิถนอม นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการ บริหารจัดการกีฬาและ นันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ริเริ่มแนวคิดหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการ จัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อภัยธฤมา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๔ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๗ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุระเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐



บันทึกฉบับนี้

- 4 ๒๒.๕. 2554

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๓๖๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณกุลปราโมทย์ วรรณเลิศ (ผู้อำนวยการแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวพรวิรัตน์ สุทธิดกล นิสิตระดับปริญญาบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ริบอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๘ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒-๒๕๔-๑๐๔๐
โทรสาร ๐๒-๒๕๔-๑๐๔๐

รับส่งเอกสาร

- 4 ๒๕.๐. 2554

รับ	
คืน	
ส่ง	
รับ	

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๖๖๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณเสงี่ยม เอกโชติ (คณะกรรมการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวนพรัตน์ ศุภธิธกุล นิสิตระดับคุณวุฒิบัณฑิต แขนงวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้วิบน้อมตีหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๘ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)
คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๔๑๒.๒๔/ ๐๐๖๑๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน ดร.ประพิรพร อักษรศรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ปะเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวนพรัตน์ สุทธิธกมล นิสิตระดับคุณวุฒิบัณฑิต แผนกวิชาวิทยาการ บริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสุตรวิทยาศาสตร์คุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อภิญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษารวบรวมข้อมูลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๘ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๓๖๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณสมศักดิ์ อภิวัฒน์กุล (คณะกรรมการชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวพรรัตน์ สุทธิถกถ นิสิตระดับคุณวุฒิปบัณฑิต แผนกวิชาวิทยาการ บริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๘ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๓๖๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณชนัทชาติ บุญประกอบ (รองประธานประชาคมตลาดน้ำคลองจีน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวพรวิทย์ คูทธิถก นิสิตระดับดุขุฎิบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตรวิทยาศาสตรดุขุฎิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๔ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๗ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐ ๓๖๑๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๑๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์ (นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวนพรัตน์ สุทธิธกุล นิสิตระดับคุณวุฒิปบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์คุณวุฒิปบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปด้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๘ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๓๖๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณสุชาสินี ชัยเชื่อนพันธ์ (ผู้จัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวพรวิรัตน์ สุทธิธิดกุล นิสิตระดับสุขุฎิบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและ
นันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการ
จัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์
ศาสตรสุขุฎิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัฐธูมา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในกรณีนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
(Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว
ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ -
๑๕.๓๐ น. ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒนา ๗ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้
ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๖๖๑๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕ เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณนิธิพัทธ์พงษ์ ขวณชื่น (สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวนพรัตน์ ศุภริชกุล นิสิตระดับศึกษาระดับบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการการจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อภิญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษามีความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๔ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น. ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒน์ ๘ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คงยิ่งสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๘ - ๑๐๔๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๘ - ๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๖๑๐



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๕

เมษายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

เรียน คุณกฤษฎา พรหมศรีน (ผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ โรงแรม ROSE GARDEN RIVERSIDE)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวนพรัตน์ สุทธิธอก นิสิตระดับคุณวุฒิบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและ
นันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการ
จัดการตลาดน้ำเพื่อการ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศา
ศาสตรคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในกาครั้งนี้ จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
(Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว
ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยหัวข้อเรื่องดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ ๘ เมษายน ๒๕๕๔ เวลา ๑๓.๓๐ -
๑๕.๓๐ น ณ ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒ อาคารจุฬาพัฒนา ๗ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยทั้งนี้
ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมประชุมสนทนา ตามกำหนดวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง
และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๕๐
โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๕๐

ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๗/๖

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ประสานงานการประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

เรียน ผู้อำนวยการจังหวัดสมุทรสงคราม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน
๒. กำหนดการประชุม

ด้วย นางสาวพรวิมล สุทธิถวิล นิสิตระดับคุณวุฒิบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬา และนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสุตรวิทยาศาสตร์คุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมมือพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง และเห็นความสำคัญของประเพณี วิถีวัฒนธรรม

เพื่อให้การศึกษาระดับปริญญาสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านประสานงานเกี่ยวกับการประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนกับ นายก อบค. จังหวัดสมุทรสงคราม และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง ในการเข้าร่วมประชุมฯ ดังกล่าว ในวันพุธที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๕๔ เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. ณ หอประชุมศูนย์วัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการประสานงานเกี่ยวกับการประชุมดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุเกษม)
คณบดี

หน่วยหลักสูตรการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๕๐

ศาลากลางจังหวัดสมุทรสงคราม
ที่ สส ๐๐๓๖.๗/๑๕๖๕

ศาลากลางจังหวัดสมุทรสงคราม
ถนนเอกชัย สส ๗๕๐๐๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

เรียน นายอำเภอทุกอำเภอ

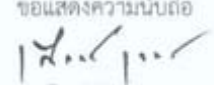
สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาหนังสือคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ ศอ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๗๒ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ด้วยคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้อนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" เพื่อให้ นางสาวพรรัตน์ สุทธิถกกล นิสิตระดับศษุฎิปบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการการจัดการศึกษาและนันทนาการ ศึกษาวิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมมือพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง และเห็นความสำคัญของประเพณี วัฒนธรรม จึงได้กำหนดจัดประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนกับนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสมุทรสงคราม และผู้ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสงครามและในพื้นที่ใกล้เคียง ในวันพุธที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๕๔ เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. ณ หอประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมืองสมุทรสงคราม


ดังนั้น เพื่อสนับสนุนการศึกษาวิจัยดังกล่าวให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จังหวัดจึงขอให้อำเภอแจ้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งในพื้นที่ เข้าร่วมประชุมในวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

๑. ส่ง จ. ๑๖/๖/๕๔
๒. อ. จ. ๑๖/๖/๕๔
๓. พ. ๑๖/๖/๕๔

ขอแสดงความนับถือ

นายวิชาญ วิชาญกุล
ผู้อำนวยการจังหวัดสมุทรสงคราม
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำนักงานจังหวัด
ฝ่ายอำนวยการ
โทร. ๐-๓๔๗๓-๑๔๙๗


นายวิชาญ วิชาญกุล
ผู้อำนวยการจังหวัดสมุทรสงคราม
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ด่วนที่สุด
ที่ สส ๐๐๑๖.๓๕/๓๐๖๑

ศาลากลางจังหวัดสมุทรสงคราม
ถนนเอกชัย สส ๗๕๐๐๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๔

เรื่อง การประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม

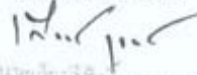
สิ่งที่ส่งมาด้วย หนังสือคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๕๗๒ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ด้วยคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้อนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" เพื่อให้ นางสาวพรรัตน์ คูหะธิดกุล นิสิตระดับศษญิปบัณฑิต ชั้นปีที่ ๓ แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการการกีฬาและนันทนาการ ศึกษา วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมมือพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง และเห็นความสำคัญของประเพณี วัฒนธรรม จึงได้กำหนดจัดประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนกับ นายกองดีการบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสมุทรสงคราม และผู้ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสงครามและในพื้นที่ใกล้เคียง ในวันที่พุธที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๕๔ เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. ณ หอประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมืองสมุทรสงคราม รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาพร้อมนี้

จังหวัดจึงขอให้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดเข้าร่วมประชุม และเป็นหน่วยงานหลักในการประสานงานเพื่อให้การศึกษาวิจัยดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

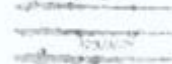
จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ


(นายธีรพงษ์ ธีรพงษ์...)
รองผู้ว่าราชการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงคราม


๑๐ มิ.ย. ๕๔

สำนักงานจังหวัด
ฝ่ายอำนวยการ
โทร. ๐-๓๔๗๓-๓๔๐๗

	นาย ธีรพงษ์ ธีรพงษ์	รองผู้ว่าราชการจังหวัด
	นาย ธีรพงษ์ ธีรพงษ์	ผู้ว่าราชการจังหวัด
	นาย ธีรพงษ์ ธีรพงษ์	ผู้ช่วยผู้ว่าราชการจังหวัด
	นาย ธีรพงษ์ ธีรพงษ์	ผู้ช่วยผู้ว่าราชการจังหวัด



ที่ พบ ๐๐๓๕.๐๖/๒๓๙

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
สมุทรสงคราม ศาลากลางจังหวัด ชั้น ๕
ถนนเอกชัย อ.เมือง สส ๗๕๐๐๐

๑๓ มิถุนายน ๒๕๕๔

เรื่อง การประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน

เรียน นายกเทศมนตรีตำบลอัมพวา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. หนังสือคณะกรรมการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน ๑ ฉบับ
๒. กำหนดการประชุมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน ๑ ฉบับ

ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้จัดทำข้อ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" เพื่อให้นางสาว
นพรัตน์ คุตวิถิตถ นิสิตระดับดุขุฎิบัณฑิต ชั้นปี ๓ แขนงวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการศึกษา วิจัย
แบบมีส่วนร่วม เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมมือพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง และเห็นความสำคัญของประเพณี
วัฒนธรรม และได้กำหนดจัดประชุมเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนขึ้น ในวันพุธที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๕๔ เวลา
๐๘.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. ณ ห้องประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมืองสมุทรสงคราม รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมา
พร้อมนี้

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม จึงขอ
เชิญท่านเข้าร่วมประชุมตาม วัน เวลา ดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา เข้าประชุมตาม วัน เวลา และสถานที่ดังกล่าว และขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายสุฤกษ์ ศิลปอนันต์)

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม

ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ / โทรสาร ๐๗๔-๗๑๖ - ๑๑๖, ๐๗๔ - ๗๑๗ - ๒๑๓

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/พิเศษ



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร
เรียน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสมุทรสงคราม
สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการจัดประชุม

ด้วยน.ส.พรวิมล สุทธิกุล นิสิตระดับสุขุภิบาลบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการการจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" โดยมีศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อภิญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยคือ ๑) พัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ๒) เพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การประชุมเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนเป็นวิธีการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยเฉพาะชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว หนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวอย่างได้ผลนั้นชุมชนจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน และทุกภาคส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น เพื่อให้การประชุมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเกิดประสิทธิผล จึงขอเรียนเชิญท่านผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม เป็นวิทยากรบรรยายเรื่อง "กลยุทธ์การจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต" ให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งจะจัดขึ้นในวันพุธที่ ๒๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๐๐-๑๗.๐๐ น. ณ หอประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ดังมีรายละเอียดตามกำหนดการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

ประธานหลักสูตรสุขุภิบาลบัณฑิต

แขนงวิชาวิทยาการการจัดการกีฬาและนันทนาการ

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๕๐ โทรสาร ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๕๐
นิสิตผู้ประสานงาน ๐๕๑ - ๕๕๙๖๖๖๒๑

ที่ ศธ ๐๕๑๖.๒๔/พิเศษ



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๓ กรกฎาคม ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร
เรียน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ตั้งที่ส่งมาด้วย กำหนดการจัดประชุม

ด้วย ส.นพรัตน์ ศุภชิตถล นิสิตระดับศึกษาศาสตรบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการ บริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน" โดยมีศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยมีเป้าหมายให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และมีการจัดประชุมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนขึ้น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับความรู้ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดการวางแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนต่อไปในอนาคต อนึ่งในการจัดประชุมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวิทยากรที่มีความรู้ ความสามารถสูงและมีความเชี่ยวชาญพิเศษ ในการใช้กิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้เข้าร่วม ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญผู้ช่วยศาสตราจารย์สมศร โพธิ์ทอง บุคลากรในหน่วยงานของท่านซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านกระบวนการกลุ่ม เป็นวิทยากรในการประชุมซึ่งจะจัดขึ้นในวันพุธที่ ๒๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. ณ หอประชุมศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงครามโดยมีรายละเอียดการประชุมตามกำหนดการที่แนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

ประธานหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต

แขนงวิชาวิทยาการ บริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร. ๐๒ - ๒๕๔ - ๑๐๔๐
ติดต่อผู้ประสานงานการประชุม ๐๔๖ - ๕๔๗๒๖๖๑

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล

แบบสังเกตแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ชื่อแหล่งตลาดน้ำ.....

วันที่/เดือน/ปีทำการสังเกต / / เวลาทำการสังเกต.....

รายการสังเกต	หลักฐานแสดง		ข้อคิดเห็น/ คำอธิบายเพิ่มเติม
	มี	ไม่มี	
1. ด้านการคมนาคม			
1.1 มีเส้นทางคมนาคมที่ใช้ได้สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ			
1.2 ถนนมีความกว้าง รถยนต์สามารถวิ่งสวนทางกันได้ได้อย่างสะดวก			
1.3 ถนนเรียบ ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ			
1.4 เส้นทางไม่คับแคบ			
1.5 มีป้ายบอกทางเป็นระยะ มองเห็นได้อย่างชัดเจน			
1.6 มีรถโดยสาร หรือรถรับจ้างบริการ			
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
2.1 มีศูนย์ให้ข้อมูลการบริการนักท่องเที่ยวอย่างสะดวก			
2.2 มีบุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ			
2.3 มีเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว			
2.4 มีสถานที่จอดรถอย่างสะดวก			
2.5 มีห้องน้ำอย่างเพียงพอ			
2.6 มีโทรศัพท์สาธารณะอย่างเพียงพอ			
2.7 มีธนาคาร ตู้บริการกดเงินอัตโนมัติ(ATM)			
2.8 มีร้านอาหารอย่างเพียงพอ			
3. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว			
3.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างเพียงพอ			
3.2 มีสำนักงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ			
3.3 ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ			
3.4 ความปลอดภัยบริเวณทางเดินริมน้ำ			

รายการสังเกต	หลักฐานแสดง		ข้อคิดเห็น/ คำอธิบายเพิ่มเติม
	มี	ไม่มี	
3.5 ความปลอดภัยการขึ้น-ลงเรือ บริเวณท่าเทียบเรือ			
3.6 มีการรักษาความปลอดภัยในการนั่งในเรือ			
3.7 ความปลอดภัยในการเลือกซื้อสินค้าในเรือ			
4. ด้านความสะอาด			
4.1 มีภาชนะจัดเก็บขยะอย่างเพียงพอ			
4.2 ความสะอาดในแม่น้ำลำคลอง			
4.3 ความสะอาดบริเวณพื้นที่โดยรวม			
4.4 ความสะอาดของห้องน้ำ			
4.5 ความสะอาดของร้านอาหารที่ตั้งอยู่บนบก			
4.6 ความสะอาดของร้านอาหารที่อยู่ในเรือ			
5. ด้านคุณภาพอาหารและสินค้า			
5.1 อาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพดี			
5.2 อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดถูก สุขลักษณะ			
5.3 สินค้าและของที่ระลึกมีคุณภาพดี			
5.3 สินค้าที่ผลิตจากชุมชนมีคุณภาพดี			
6. ด้านราคาสินค้าและการบริการ			
6.1 อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม			
6.2 สินค้าและของที่ระลึกที่จำหน่ายมีราคาเหมาะสม			
6.3 ค่าบริการนั่งเรือมีความเหมาะสม			
6.4 ค่าบริการห้องน้ำมีความเหมาะสม			
6.5 ค่าเข้าชมสถานที่มีความเหมาะสม			
6.6 ค่าบริการมัคคุเทศก์นำเที่ยวมีความเหมาะสม			
6.7 ค่าที่พักมีความเหมาะสม			
7. ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ และแหล่งเรียนรู้	* หากพบหลักฐาน จะต้องระบุ ชื่อ/เจ้าของและสถานที่ตั้งให้ชัดเจน		
7.1 ศาสนสถาน			
7.2 สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์			

ข้อคิดเห็น/คำอธิบายเพิ่มเติม	หลักฐานแสดง		ข้อคิดเห็น/ คำอธิบายเพิ่มเติม
	มี	ไม่มี	
7.3 โบราณวัตถุ หรือสิ่งเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์			
7.4 โรงเรียน			
7.5 ห้องสมุด			
7.6 พิพิธภัณฑ์			
7.7 ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน			
7.8 มรดกทางศิลปะ เช่น.....			
7.9 มรดกทางวัฒนธรรม เช่น.....			
7.10 มรดกทางชาติพันธุ์ เช่น.....			
8. ด้านแหล่งอาชีพ			
8.1 สวนผลไม้			
8.2 สวนไม้ดอก ไม้ประดับ			
8.3 สวนสมุนไพร			
8.4 อุตสาหกรรมครัวเรือน			
8.5 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม			
8.6 ผลิตภัณฑ์อาหาร			
8.7 อื่นๆ			
9. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	* หากพบหลักฐานผู้สังเกต จะต้องระบุประเภทกิจกรรม		
9.1 กิจกรรมนั่งเรือชมธรรมชาติ			
9.2 กิจกรรมพายเรือ			
9.3 กิจกรรมตกปลา			
9.4 กิจกรรมวาดแผนโบราณ			
9.5 กิจกรรมอบสมุนไพรไทย			
9.6 กิจกรรมดนตรี			
9.7 กิจกรรมงานศิลปะ			
9.8 กิจกรรมกีฬาทางน้ำ			
9.9 กิจกรรมกีฬาบนบก			
9.10 กิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี			

รายการสังเกต	หลักฐานแสดง		ข้อคิดเห็น/ คำอธิบายเพิ่มเติม
	มี	ไม่มี	
9.11 กิจกรรมทางศาสนา			
9.12 งานมหกรรม			
9.13 อื่นๆ.....			

แบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวลาคาน้ำ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้าพเจ้า โปรดทำเครื่องหมายถูก (/) ลงในช่องหน้าข้อความที่ต้องการเลือกและเขียนข้อความที่เกี่ยวข้องท่านลงในช่องว่างตามความเป็นจริงเพียงข้อเดียว

เลขที่โครงการวิจัย 27.1/55

วันที่รับผล 20 เม.ค. 2554

วันที่ส่งกลับ 19 เม.ค. 2555



1. เพศ 1.ชาย 2.หญิง
2. อายุ 1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. อายุ 20-30 ปี 3. อายุ 31-40 ปี
 4. อายุ 41-50 ปี 5. อายุ 51-60 ปี 6. อายุ 60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส 1.โสด 2.สมรส 3.หย่า / แยกกันอยู่ 4.หม้าย
4. การประกอบอาชีพในปัจจุบัน
 1.นักเรียน / นักศึกษา 2.รับราชการ 3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 4.พนักงานบริษัทเอกชน 5.รับจ้าง / กรรมกร 6.ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
 7.แม่บ้าน / พ่อบ้าน 8.เกษียณ 9.กำลังสมัครงาน
 10.อื่นๆโปรดระบุ.....
5. ปัจจุบันท่านมีรายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)
 1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. รายได้ 5,001-10,000 บาท 3. รายได้ 10,001-15,000 บาท
 4. รายได้ 15,001-20,000 บาท 5. รายได้ 20,001-25,000 บาท 6. รายได้ 25,001-30,000 บาท
 7. มากกว่า 30,000 บาท 8. ไม่มีรายได้
6. ระดับการศึกษา
 1.ประถมศึกษา 4.อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
 2.มัธยมศึกษาตอนต้น 5.ปริญญาตรี
 3.มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า 6.สูงกว่าปริญญาตรี
 7. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
7. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่ในตำบลอำเภอจังหวัด.....

ตอนที่ 2 รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลาคาน้ำ

1. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวลาคาน้ำในสถานที่อื่นๆ
 1. ครั้งแรก 2. ครั้งที่สอง 3. มากกว่า 2 ครั้ง 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
2. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาลาคาน้ำแห่งนี้
 1. ครั้งแรก 2. ครั้งที่สอง 3. มากกว่า 2 ครั้ง 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาลาคาน้ำแห่งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. ท่องเที่ยว 2. การศึกษา / ทัศนศึกษา 3. พักผ่อน 4. เชื่อมญาติ / เพื่อน
 5. รับประทานอาหาร 6. ซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 7. การศาสนา 8. ติดตามธุรกิจ
 9. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ลักษณะการเดินทางมาตลาดน้ำในครั้งนี้

1. คนเดียว 2. กลุ่มเพื่อน 3. ครอบครัว /ญาติ 4. บริษัทนำเที่ยว 5. กลุ่มทัศนศึกษา
6. การนำเที่ยวของหน่วยงาน 7. ชมรม /มูลนิธิ / วัด 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ในกรณีที่ท่านเดินทางมากับ บริษัทนำเที่ยว/กลุ่มการศึกษา/หน่วยงาน/ชมรม

ท่านเสียค่าใช้จ่ายให้กับผู้ดำเนินการเป็นเงิน.....บาท

6. ท่านเดินทางมาตลาดน้ำด้วยวิธีใด

- 1.รถโดยสารประจำทาง 2.รถมอเตอร์ไซด์ 3.รถบริษัทนำเที่ยว 4. รถยนต์ส่วนตัว
5. รถรับจ้าง 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำของท่าน (ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน)

- 1) ค่าพาหนะในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว.....บาท
 2) ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว.....บาท
 3) ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก.....บาท
 4) ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว.....บาท
 5) ค่าใช้จ่ายในการศาสนา การทำบุญบาท
 6) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม.....บาท
 7) ค่าใช้จ่ายเพื่อกิจกรรมการบันเทิง.....บาท
 8) ค่ามัคคุเทศก์.....บาท
 9) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ.....บาท
 (โปรดระบุ.....)

รวมจำนวนเงินทั้งสิ้น.....บาท

8. ท่านรู้จักตลาดน้ำแห่งนี้ได้อย่างไร (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. รู้จักเมื่อเดินทางเข้ามาในพื้นที่ 2. โทรทัศน์ 3. จากอินเทอร์เน็ต
4. จากแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ 5. จากบริษัทนำเที่ยว 6. จากเพื่อน / คนรู้จัก
7. จากหน่วยงานของรัฐ 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ในการเดินทางมาตลาดน้ำครั้งนี้ ท่านประทับใจกิจกรรมชนิดใดบ้าง.....

ตอนที่ 3 ความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

1. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำด้วยสื่อชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. อินเทอร์เน็ต 2. วิทยุ โทรทัศน์ 3. ป้ายประกาศ 4. เอกสารแผ่นพับ
5. หนังสือพิมพ์ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....



ขอส่งสารวิจัย 127.1/53
 วันที่รับลง 20 ม.ค. 2554
 วันที่ส่งไป 19 ม.ค. 2555

2. ตลาดน้ำควรเปิดบริการในวันใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. วันเสาร์ 2. วันอาทิตย์ 3. เทศกาลวันหยุด 4. วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)
5. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
3. ช่วงเวลาใดที่ท่านต้องการมาตลาดน้ำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ช่วงเช้า [06.00-12.00 น.] 2. ช่วงบ่าย[12.00-15.00 น.] 3. เย็น[15.00-18.00 น.]
4. กลางคืน[18.00-24.00 น.] 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. จำนวนเวลาที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำ
1. ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง 2. ใช้เวลา 1-4 ชั่วโมง 3. ใช้เวลา 1-6 ชั่วโมง
4. ใช้เวลา 1-8 ชั่วโมง 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ความต้องการด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ผลิตภัณฑ์การเกษตรในท้องถิ่น 4. อาหารไทยประจำท้องถิ่น
2. อาหารหวาน-คาว อาหารสำเร็จรูป 5. อาหารทะเลสด
3. สินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น 6. สินค้าอื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. ความต้องการด้านการศึกษาและพัฒนาความรู้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. มัคคุเทศก์ทั่วไป 4. พูดคุยกับปราชญ์ท้องถิ่น
2. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น 5. เรียนรู้การทำอาชีพของชุมชน
3. ศึกษาวัฒนธรรมชุมชน 6. เอกสารความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน
7. กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใดที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นในตลาดน้ำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน 11. จัดกรยานชมธรรมชาติ
2. ชมเส้นทางสมุนไพร 12. นวดแผนโบราณ
3. ศึกษาการทำอาชีพของคนในชุมชน 13. ชมพื้นที่ทำการเกษตร
4. พักค้างกับชาวบ้าน(Home stay) 14. ทดลองทำการเกษตร
5. นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 15. สาธิตการทำอาหารไทยโบราณ
6. นั่งเรือชมธรรมชาติ 16. งานหัตถกรรมท้องถิ่น
7. ร้องเพลงคาราโอเกะ 17. สูดวง ทำนาขโชคชะตา
8. ชมหนังห้อย 18. ศูนย์เรียนรู้ชุมชน
9. พายเรือชมสวน 19. ตกปลา ตกกุ้ง
10. เลี้ยงไก่ 20. อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. ความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำแห่งนี้
1. ต้องการ เพราะ.....
2. ไม่ต้องการ เพราะ.....



คู่มือการวิจัย 127-1/53

วันที่รับเรื่อง 20 มี.ค. 2554

เลขที่รับเรื่อง 19 มี.ค. 2555

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดเขาตม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องข้อสอบถามความพึงพอใจของท่าน

หมายเลข 5 - พึงพอใจมากที่สุด , หมายเลข 4 - พึงพอใจมาก , หมายเลข 3 - พึงพอใจปานกลาง ,
หมายเลข 2 - พึงพอใจน้อย , หมายเลข 1 - พึงพอใจน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1.	ด้านการคมนาคม					
	1.1 สภาพถนนมีความกว้าง รวดนดีสามารถวิ่งสวนทางกันได้อย่างสะดวก ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ					
	1.2 มีป้ายบอกทางชัดเจน					
	1.3 มีรถโดยสาร หรือรถรับจ้างบริการ					
2.	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
	2.1 ศูนย์ให้ข้อมูลการบริการนักท่องเที่ยว					
	2.2 บุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว					
	2.3 เอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว					
	2.4 การบริการสถานที่จอดรถ					
	2.5 การจัดบริการห้องน้ำ					
	2.6 การบริการโทรศัพท์สาธารณะ					
	2.7 มีธนาคาร ตู้บริการกดเงินอัตโนมัติ (ATM)					
3.	ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
	3.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย					
	3.2 ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ					
	3.3 ความปลอดภัยบริเวณทางเดินวินน้ำ					
	3.4 ความปลอดภัยบริเวณท่าเทียบเรือ					
	3.5 ความปลอดภัยในการนั่งในเรือ					
4.	ด้านความสะอาดของสถานที่					
	4.1 ความหอมเหม็นของถังขยะ					
	4.2 ความสะอาดของห้องน้ำ					
	4.3 สภาพแวดล้อมของคลาสน้ำ					
5.	ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า					
	5.1 ความสะอาดถูกสุขลักษณะของอาหารและเครื่องดื่ม					

Floating Market tourists' need and satisfaction questionnaire

Acknowledgement

This questionnaire was developed to gather tourism information in order to write a thesis for doctoral degree in Sport Science Management and Administrative science in sport and recreation. Faculty of Sport Science Chulalongkorn University. The questionnaire objective to survey tourists' need and satisfaction in The Floating Market. The information are advantage to develop the Floating Market effectiveness management.

For all respondents, please consider and answer the truthly. Your answer/information will be useful for Community-based tourism development. Your information will be keep confidential and will not be released to third parties.

This questionnaire is divided into 4 sections;

Section 1 Personal information

Section 2 Floating Market tourists' behavior.

Section 3 Floating Market tourists' need management in the sources.

Section 4 The Floating Market tourists' satisfaction

Protocol No. 124 1 / 53
Date of 20 JAN 2011
Approved 19 JAN 2012



Tourists' Questionnaire

Mark / in the box in front of the answer you choose



Protocol No. 127.1/53

Date of Approval 20 JAN 2011

Approval by the Dept. 19 JAN 2012

Part 1 Personal information

1. Gender 1. Male 2. Female
2. Age 1. Less than 20 years 2. 20-30 years 3. 31-40 years
 4. 41-50 years 5. 51-60 years 6. Over 60 years
3. Status 1. single 2. married 3. divorced
4. Occupation
 1. Students 2. Civil service 3. State enterprise
 4. Business owner 5. Employee 6. Other (Please specify).....
5. Education
 1. High school or equivalent 2. Associate's degree or equivalence
 3. Bachelor's degree or equivalence 4. Other (Please specify).....
6. Income (per month)
 1. Less than 10,000 USD 2. 10,001-20,000 USD
 3. 20,001-30,000 USD 4. More than 30,000 USD
7. Native country (Please specify).....

Part 2 Tourist Behavior

8. Have you ever been to Floating Market in Thailand?
 1. No. 2. Yes. (How many time do you visit.....)
9. You got information about Floating Market in Thailand through
 (You can choose more than 1 choice)
 1. The internet 2. Television 3. Radio 4. Magazine
 5. Newspaper 6. Poster 7. Brochure 8. Other(Please specify)
10. What is the main objective of you visiting this Floating Market?(You can choose more than 1 choice)
 1. Relaxation 2. Education 3. Recreation purposes
 4. Visiting friend. 5. To taste local food 6. To buy local product.
 7. Business purpose 8. Other (Please specify)
11. Whom do you go to the Floating Market with?
 1. Alone 2. Friends 3. Family

4. Tour operation. 5. Spouses 6. Other (Please specify)
12. How do you come to this Floating Market?
1. By bus 2. By motorcycle 3. By tour' coach
 4. By car 5. By taxi 6. Other (Please specify)
13. Your spending for this trip
1. Package tour.....USD (Which include.....)
2. Transportation..... USD
3. Food and beverage..... USD
4. Shopping..... USD
5. Recreation activities..... USD
6. Entertainment.....USD
7. The other (Please specify).....USD
14. At what time you visited the Floating Market?
1. In the morning [during 06.00-12.00 Hr.] 2. In the afternoon [during 12.00-15.00 Hr.]
 3. In the evening [during 15.00-18.00 Hr.] 4. Night time [during 18.00-24.00 Hr.]
 5. Other (Please specify)
15. You spent.....hour (s) in the Floating Market
16. Demand on local product (You can choose more than 1 choice)
1. Agriculture products 2. Local cuisine 3. Dessert
 4. Sea food. 5. Handicrafts.
 6. Other (Please specify)
17. Service requirement (You can choose more than 1 choice)
1. General guide 2. Local guide
 3. Youth guide 4. Tourist information
 5. Local cultural information 6. Other (Please specify)
18. Activities you prefer. (You can choose more than 1 choice)
1. Local heritage and cultural exchange. 11. Bicycling. Joining agriculture activity
 2. Herb Sightseeing 12. Thai massage
 3. Community occupation education tour 13. Visit local agriculture
 4. Home stay 14. Learning and practice local agriculture
 5. Visiting local temple 15. Thai cuisine demonstration
 6. Boat sightseeing 16. Local handicraft

- 7. KARAOKE
- 8. Seeing fire-flies
- 9. Rowing.
- 10. To try one's luck
- 17. Horoscope/fortune telling
- 18. Visiting Local learning center.
- 19. Fishing
- 20. Other (Please specify)

19. Do you want to revisit the Floating Market area in the future?

- 1. Yes
- 2. No.

(Why)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Part 3 The Tourists' Opinions

Please choose one answer for each question that match your opinion

5=Very satisfied, 4=Satisfied, 3 = Average, 2=Dissatisfied, 1=Need urgent improvement

No.	Items	Satisfaction Level				
		5	4	3	2	1
1.	Transportation					
	1.1 Road condition					
	1.2 Signpost					
	1.3 Public transportation service					
2.	Amenity					
	2.1 Tourist information center					
	2.2 Service person					
	2.3 Brochure					
	2.4 Parking area					
	2.5 Toilet					
	2.6 Public phone					
	2.7 Automatic money machine (ATM)					
3.	Destination security					
	3.1 Security service					
	3.2 Safety in parking lot					
	3.3 Safety at the walk way					
	3.4 Safety at the dock					
	3.5 Safety in the boat					
4.	Sanitary/Cleanliness					
	4.1 Adequate trash can					
	4.2 Toilet sanitary					
	4.3 Floating market environment					
5.	Product quality and service					
	5.1 Hygienic condition of food and beverage					
	5.2 Food and beverage price					

	Items	Satisfaction Level				
		5	4	3	2	1
	5.3 Goods and souvenir price					
	5.4 Local product quality					
	5.5 Local hospitality					
	5.6 Merchant service					
	5.7 Local guide service					
6.	What knowledge and experience you have gained from the visiting.					
	6.1 Local way of life					
	6.2 Local occupation					
	6.2 Nature and environment					
	6.3 History					
	6.4 Culture					
7.	Tourist's activities					
	7.1 Attract attention					
	7.2 Varity of activities					
	7.3 Activity package					

Others suggestion

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการ ตำบลคอนมะโนรา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการ

ข้าชื่อบาง โปรดทำเครื่องหมายถูก (/) ลงในช่องหน้าข้อความที่ต้องการเลือกและเขียนข้อความ
เกี่ยวกับท่านลงในช่องว่างตามความเป็นจริงเพียง 1 ข้อ

1. เพศ 1.ชาย 2.หญิง

2. อายุ.....ปี

3. สถานภาพการสมรส 1.โสด 2.สมรส 3.หย่า / แยกกันอยู่ 4.หม้าย

4. สถานภาพในครัวเรือน

1.หัวหน้าครัวเรือน 3.ญาติผู้ใหญ่ 5.อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.คู่สมรส 4.บุตร

5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....คน (ให้ระบุอายุของสมาชิกในครัวเรือนแต่ละคน)

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

6. การประกอบอาชีพในปัจจุบัน

1.นักเรียน / นักศึกษา 2.รับราชการ 3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.พนักงานบริษัทเอกชน 5.รับจ้าง / กรรมกร 6.ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

7.แม่บ้าน / พ่อบ้าน 8.เกษตรกร 9.กำลังสมัครงาน

10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. รายได้เฉลี่ยของท่าน(ต่อเดือน)

1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. รายได้ 5,001-10,000 บาท 3. รายได้ 10,001-15,000 บาท

4. รายได้ 15,001-20,000 บาท 5. รายได้ 20,001-25,000 บาท 6. รายได้ 25,001-30,000 บาท

7. มากกว่า 30,000 บาท 8. ไม่มีรายได้

8. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา 4. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า

2. มัธยมศึกษาตอนต้น 5. ปริญญาตรี

3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า 6. สูงกว่าปริญญาตรี 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านอาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราเป็นระยะเวลา.....ปี

10. อะไรคือสิ่งที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่นี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เป็นคนท้องถิ่น 2. มีโอกาสในการทำงาน

3. ชอบสถานที่และบรรยากาศ 4. ต้องการเป็นสถานที่อาศัยอยู่ตลอดชีวิต

5. อื่นๆ โปรดระบุ.....



11. โปรดให้คำอธิบาย ว่าท่านมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนรา
1. เกี่ยวข้องโดยตรงเพราะเป็นงานในหน้าที่ (โปรดระบุ.....)
2. มีธุรกิจที่เกี่ยวข้อง(โปรดระบุ.....)
3. เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นสาธารณะ ได้แก่.....
4. อื่นๆโปรดระบุ.....
5. ไม่เกี่ยวข้อง เนื่องจาก.....
12. สถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำคอนมะโนราเป็นอย่างไรบ้างในด้านต่อไปนี้
- 1) ด้านวัน/เวลาที่เปิดบริการ.....
-
- 2) ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว.....
-
- 3) ด้านเศรษฐกิจชุมชน.....
-
13. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างไร
- ด้านความเป็นอยู่ของประชาชน.....
- ด้านเศรษฐกิจ.....
- ด้านสังคม.....
- ด้านสิ่งแวดล้อม.....
14. ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร
- ผลกระทบด้านบวก.....
-
- ผลกระทบด้านลบ.....
-
15. ท่านคิดว่าหน่วยงานภาครัฐบาลท้องถิ่นสนับสนุนให้เกิดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร
-
-
16. ท่านคิดว่าหน่วยงาน /องค์กรภาคเอกชนในชุมชนมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร
-
-
-
-

17. ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนราอย่างไร

.....

.....

18. ท่านคิดว่าการจัดการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรามีปัญหาในเรื่องใด

.....

.....

และจะมีวิธีการหรือแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไร

.....

.....

19. ขอให้ท่านเสนอแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

.....

.....

20. ให้ท่านพิจารณาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา

.....

.....

21. มีสถานที่ใดบ้างในตำบลคอนมะโนราที่ท่านสามารถไปใช้เพื่อการพักผ่อน

.....

.....

22. ท่านเคยพบเห็นว่ามีสิ่งใด หรือเหตุการณ์ใดที่ทำลายสิ่งแวดล้อมโดยคนในชุมชน

.....

.....

23. ท่านเคยพบเห็นว่ามีสิ่งใด หรือเหตุการณ์ใดที่ทำลายสิ่งแวดล้อมโดยนักท่องเที่ยว

.....

.....

24. มีกิจกรรมใดในตำบลคอนมะโนราที่ควรจะได้รับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

.....

.....

25. มีสถานที่ใดในตำบลคอนมะโนราที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมหรือศึกษาตามความสนใจได้

.....

.....

26. ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะ โนรา

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องทางด้านขวามือตามความคิดเห็นของท่าน หมายเลข 5 -เห็นด้วยมากที่สุด, หมายเลข 4 - เห็นด้วยมาก, หมายเลข 3 - เห็นด้วยระดับปานกลาง, หมายเลข 2 - เห็นด้วยน้อย และหมายเลข 1 - เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นมากกว่าธุรกิจอย่างอื่น					
2.	การท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ ความรับผิดชอบในการให้บริการของท้องถิ่น					
3.	การท่องเที่ยวจะต้องไม่รบกวนการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน					
4.	การท่องเที่ยวตำบลคอนมะ โนราขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น					
5.	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญต่อการป้องกันสิ่งแวดล้อม					
6.	การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องนำไปสู่ความเท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจและสังคม					
7.	การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชน					
8.	การจัดการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญ ในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจอย่างบูรณาการ					
9.	ประชาชนทุกคนในตำบลคอนมะ โนราคือบุคคลสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
10.	การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กัน กับการพัฒนาคนในชุมชน					
11.	การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน					
12.	การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม					

27. ท่านต้องการที่จะเข้าร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

1. ต้องการเข้าร่วม เพราะ.....

2. ไม่ต้องการเข้าร่วมเพราะ.....

28. โปรดให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัน เวลา สถานที่ในการประชุมกลุ่ม

(โปรดให้ข้อมูลที่ท่านสะดวกในการมาเข้าร่วมประชุมกลุ่ม)

.....

.....

.....

.....

29. โปรดให้ข้อมูลในการติดต่อเพื่อเข้าร่วมการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลคอนมะโนรา

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....

จังหวัด.....หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลคอนมะโนรา

ลงชื่อ.....ผู้ทำการสัมภาษณ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....ที่สัมภาษณ์

แบบสอบถามประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลคอนมะโนรา

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนตำบลคอนมะโนรา ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ระดับคุณวุฒิปริญญาตรี สาขาวิชาการบริหารจัดการศึกษาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การศึกษามหาวิทยาลัย โดยมิตวีดอุปสงค์ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน และความเข้าใจของประชาชน ในการเห็นถึงประโยชน์ คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพ ผู้วิจัยขอความร่วมมือให้ท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยความจริง เพราะค่าตอบแทนของท่านจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการ และมีผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลคอนมะโนราโดยส่วนรวม ค่าตอบแทนของท่านไม่มีผลในเชิงธุรกิจต่อบุคคลใดเป็นการเฉพาะ และจะถูกเก็บเป็นความลับซึ่งจะไม่ถูกเปิดเผยและเกิดผลเสียต่อท่านแต่ประการใด

คำถามมี 3 ลักษณะดังนี้

1. คำถามที่แบบเลือกตอบ(Check list) ตามความเป็นจริง ได้แก่ ข้อความคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว
2. คำถามแบบปลายเปิด (Open End) ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน และความเข้าใจในการมองเห็นถึงประโยชน์ คุณค่า ของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
3. ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ เป็นข้อคำถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนรา โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูก (/) ลงในช่องว่างหลังข้อความ เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

ผู้ตอบเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับมากที่สุดให้	5 คะแนน
ผู้ตอบเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับมากให้	4 คะแนน
ผู้ตอบเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับปานกลางให้	3 คะแนน
ผู้ตอบเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับน้อยให้	2 คะแนน
ผู้ตอบเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องดังกล่าวในระดับน้อยที่สุดให้	1 คะแนน

เลขที่โครงการวิจัย 127.1/53
 วันที่รับรอง 20 มี.ค. 2554
 วันอนุมัติ 19 มี.ค. 2555





เลขที่โครงการวิจัย 127.1/53

ปีงบประมาณ 2554

ปีงบประมาณ 19 มิ.ย. 2555

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชาชน

ข้าพเจ้า โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องหน้าข้อความที่ต้องการเลือกและเขียนข้อความที่เกี่ยวกับท่านลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ 1.ชาย 2.หญิง
2. อายุ 1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. อายุ 20-30 ปี 3. อายุ 31-40 ปี
 4. อายุ 41-50 ปี 5. อายุ 51-60 ปี 6. อายุ 60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส 1.โสด 2.สมรส 3.หย่า/แยกกันอยู่ 4.หม้าย
4. สถานภาพในครัวเรือน
 1.หัวหน้าครัวเรือน 2.คู่สมรส 3.บุตร 4.ญาติผู้ใหญ่ 5.อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....คน
 1. อายุน้อยกว่า 0 - 5 ปี.....คน 2. อายุ 6-14 ปี.....คน
 3. อายุ 15-24 ปี.....คน 4. อายุมากกว่า 25 ปี.....คน
6. การประกอบอาชีพในปัจจุบัน
 1.นักเรียน / นักร้อง 2.รับราชการ 3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 4.พนักงานบริษัทเอกชน 5.รับจ้าง / กรรมกร 6.ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
 7.แม่บ้าน / พ่อบ้าน 8.เกษตรกร 9.กำลังสมัครงาน
 10.อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ปัจจุบันท่านมีรายได้กี่บาทต่อเดือน
 1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. รายได้ 5,001-10,000 บาท 3. รายได้ 10,001-15,000 บาท
 4. รายได้ 15,001-20,000 บาท 5. รายได้ 20,001-25,000 บาท 6. รายได้ 25,001-30,000 บาท
 7. มากกว่า 30,000 บาท 8. ไม่มีรายได้ เนื่องจากเป็นนักเรียน / นักร้อง
8. ระดับการศึกษา
 1.ประถมศึกษา 2.มัธยมศึกษาตอนต้น 3.มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า
 4.อนุปริญญาหรือเทียบเท่า 5.ปริญญาตรี 6.สูงกว่าปริญญาตรี 7. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
9. ท่านอาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลคอนมะโนราเป็นระยะเวลา.....ปี
4. อะไรคือสิ่งที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ที่นี่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. เป็นคนท้องถิ่น 2. มีโอกาสในการทำงาน 3. ชอบสถานที่และบรรยากาศ
 4. ต้องการเป็นสถานที่อาศัยตลอดชีวิต 5. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
5. โปรดให้คำอธิบายว่าท่านมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคอนมะโนรา
 1. เกี่ยวข้องโดยตรงเพราะเป็นงานในหน้าที่ (โปรดระบุ.....)
 2. มีธุรกิจที่เกี่ยวข้อง(โปรดระบุ.....)
 3. เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นสาธารณะ ได้แก่.....

4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ไม่เกี่ยวข้อง



ใบที่สำรวจความคิดเห็น
วันที่รับผล 20 เม.ย. 2554
ที่ประชุม 19 เม.ย. 2555

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องข้อความตามความรู้สึกของท่าน

หมายเลข 5 - เห็นด้วยมากที่สุด , หมายเลข 4 - เห็นด้วยมาก , หมายเลข 3 - เห็นด้วยปานกลาง ,

หมายเลข 2 - เห็นด้วยน้อย , หมายเลข 1 - เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นมากกว่าธุรกิจอย่างอื่น					
2	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาสิ่งก่อสร้างในชุมชน					
3	การท่องเที่ยวทำให้สภาพแวดล้อมในชุมชนมีทัศนียภาพที่สวยงาม					
4	การพัฒนาการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม					
5	การท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ ความรับผิดชอบในการให้บริการของท้องถิ่น					
6	การท่องเที่ยวกระตุ้นให้คนในชุมชนรู้จักและหวงแหนวัฒนธรรมของชุมชน					
7	การท่องเที่ยวในตำบลคอนมะโนราตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น					
8	การท่องเที่ยวกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดความสามัคคี มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม					
9	การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมจากคนภายนอกชุมชน					
10	การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำเสีย อากาศเสีย มลภาวะทางเสียง					
11	การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ในชุมชน เช่น ปัญหา การจราจร ปัญหาอาชญากรรม					
12	การท่องเที่ยวทำให้ราคาที่ดินสูงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น สินค้ามีราคาแพง					
13	การท่องเที่ยวทำให้คนหึงเพื่อ มุ่งหน้าแค่ผลประโยชน์ส่วนตน					
14	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาสตรี ชาวชนในท้องถิ่น					

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
15	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นของคนเข้ามาในชุมชน					
16	การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องสร้างจิตสำนึก ให้คนในชุมชน ร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น					
17	การเพิ่มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและการป้องกันสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญที่ ชุมชนต้องให้ความสำคัญ					
18	การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องนำไปสู่ความเท่าเทียมกันทางสังคมและ ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน					
19	การจัดการท่องเที่ยวควรมีการบูรณาการในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากร และลักษณะทางสังคมเศรษฐกิจ					
20	การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้อง ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการ วางแผน ตัดสินใจ และประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว					
21	การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการจัดการผลประโยชน์อย่าง ยุติธรรมและโปร่งใส					
22	การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภาครัฐบาลและ องค์กรภาคเอกชนใน ชุมชนมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว					
23	ประชาชนทุกคนในตำบลคอนมะ โนราคือบุคคลสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ เกิดการพัฒนารท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
24	การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กันไปกับการพัฒนาคนในชุมชน สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม					
25	การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น					

ตอนที่ 3 การรับรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน

1. ท่านคิดว่าตำบลคอนมะ โนรา มีสิ่งดึงดูดใจทาง การท่องเที่ยว ดังนี้ (ตอบ ได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ประเพณีวัฒนธรรม | <input type="checkbox"/> 6. ตลาดน้ำ |
| <input type="checkbox"/> 2. สถานที่ประวัติศาสตร์ | <input type="checkbox"/> 7. วัด |
| <input type="checkbox"/> 3. ภูมิปัญญาท้องถิ่น | <input type="checkbox"/> 8. บ้านเรือนไทย |
| <input type="checkbox"/> 4. สวนสุขภาพ | <input type="checkbox"/> 9. สวนสมุนไพร |
| <input type="checkbox"/> 5. อาชีพการเกษตร | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ ได้แก่..... |



เลขที่โครงการวิจัย 127.1/53

ปีที่รับงาน 20 มี.ค. 2554

วันที่ส่งงาน 19 มี.ค. 2555

ภาคผนวก ง

กำหนดการประชุม

กำหนดการประชุมเชิงปฏิบัติการ
การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตำบลคอนมะโนรา
วันพฤหัสบดีที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 ณ ห้องประชุม อบต.คอนมะโนรา

- | | |
|------------------|---|
| 08.00 – 08.30 น. | ลงทะเบียนเข้าร่วมประชุม |
| 08.30 – 09.00 น. | พิธีเปิดการประชุม โดยมีปลัดอำเภอบางคนที เป็นประธานกล่าวเปิดงาน และบรรยายพิเศษเรื่อง “ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ” |
| 09.00 – 10.00 น. | บรรยายพิเศษเรื่อง “ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน และผลกระทบการท่องเที่ยว ”

วิทยากร: ดร.อัฐธума นิลนพคุณ อาจารย์ประจำสาขานันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 10.00 – 10.15 น. | พักรับประทานอาหารว่าง |
| 10.15 – 12.00 น. | กิจกรรมกลุ่ม “กระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการทำงานเป็นทีม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน”

วิทยากร ผ.ศ.สมควร โพธิ์ทอง อาจารย์ประจำภาควิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 12.00 – 13.00 น. | รับประทานอาหารกลางวัน |
| 13.00 -14.30 น. | * การมองอนาคตการท่องเที่ยวคอนมะโนรา
* การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนคอนมะโนรา ด้วยวิธีการ SWOT Analysis แบ่งกลุ่มผู้เข้าอบรมออกเป็น 3 กลุ่ม ให้สมาชิกทุกกลุ่มทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชนคอนมะโนรา (เมื่อแต่ละกลุ่มทำเสร็จแล้วให้ส่งตัวแทนออกมานำเสนอ) |
| 14.30 – 14.45 น. | พักรับประทานอาหารว่าง |
| 14.45 – 16.30 น. | * การใช้เทคนิค Problem tree ในการแสวงหาเหตุผลร่วมกันเพื่อชี้ถึง ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนคอนมะโนราและการจัดลำดับความ สัมพันธ์ของเหตุและผล (แบ่งกลุ่มปฏิบัติการ 3 กลุ่ม)
** การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนคอนมะโนรา (แบ่งกลุ่มปฏิบัติการ 3 กลุ่มเขียน โครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน) |
| 16.30-17.00 น. | ส่งตัวแทนกลุ่มนำเสนอโครงการ |

17.00 น. ประเมินผลการจัดประชุมและพิธีปิดการประชุม
กำหนดการประชุมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน
วันพุธที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 ณ หอประชุมศูนย์วัฒนธรรม
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

- 08.00 – 08.30 น. ลงทะเบียนเข้าร่วมประชุม
- 08.30 – 09.15 น. พิธีเปิดการประชุม โดยท่านผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธานเปิดงานและบรรยายพิเศษเรื่อง “ การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว : การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามและพื้นที่ใกล้เคียง ”
- 09.15 -10.30 น. การบรรยายเรื่อง “ กลยุทธ์การจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ในอนาคต” วิทยากร : จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 10.30 – 10.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- 10.45 – 12.00 น. การอภิปรายกลุ่ม : การถ่ายทอดประสบการณ์ทำงานการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างได้ผล โดยมีผู้แทนจากตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ตลาดเก่าบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองลัดพลี และตลาดน้ำดอนมะโนรา โฮมสเตย์ปลายโพรงทางผู้แทนผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่น
- 12.00 – 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 – 14.30 น. การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน : แบ่งกลุ่มผู้เข้าอบรมเพื่อให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยว การใช้เทคนิค Problem tree ในการแสวงหาเหตุผลร่วมกันเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม และการจัดลำดับความสัมพันธของเหตุและผล สมาชิกร่วมกันคิดโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแบ่งกลุ่มปฏิบัติการกลุ่มละ 6-8 คน (เมื่อแต่ละกลุ่มทำเสร็จแล้วให้ส่งตัวแทนออกมานำเสนอ)
- 14.30 – 14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- 14.45 – 15.45 น. ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอโครงการ
- 15.45 – 16.30 น. การแสวงหาแหล่งเงินลงทุนเพื่อจัดทำโครงการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีผู้แทนจากธนาคาร (ชกส.และธนาคารออมสิน)
- 16.30-17.00 น. ประเมินผลการจัดโครงการและพิธีปิดการประชุม

ภาคผนวก จ

กำหนดการจัดการท่องเที่ยวนาร่อง

กำหนดการจัดท่องเที่ยวนำร่องตลาดน้ำดอนมะโนรา

วันเสาร์ที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2554

- 11.00 น. คณะนิสิตฯ เดินทางมาถึงแหล่งเรียนรู้ชุมชนตำบลคอนมะโนรา
- 11.00-12.00 น. นมัสการหลวงพ่อโตวัดคอนมะโนรา ฟังเทศน์ ถวายสังฆทาน และศึกษาประวัติความเป็นมาของวัดคอนมะโนรา และประวัติชุมชน
- 12.00-12.15 น. - นายก อบต.คอนมะโนรากล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว
- กลุ่มนักเรียนชมรมมัคคุเทศก์น้อยกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยว
- 12.15-13.00 น. **รับประทานอาหารกลางวัน (บริเวณหอประชุมโรงเรียนวัดคอนมะโนรา)**
** ระหว่างการรับประทานอาหารมีกิจกรรม การแสดงรำไทยทรงดำ จากชาวบ้านหมู่ที่ 3 เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น
- 13.00-14.00 น. ชมการทำฟาร์มเห็ด การทำน้ำสมุนไพรเห็ดสามอย่าง อุตสาหกรรมน้ำตาลสด
- 14.00-15.00 น. นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ศาลเจ้าอาม่า และชมอุตสาหกรรมครัวเรือนการเกี่ยวน้ำตาลมะพร้าว (ชมเตาตาลที่บ้านคุณพัชรี ลิ้มอิม และบ้านคุณลุงวิชัย ลิ้มอิม)
- 15.00-16.00 น. ศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านการหั่นยาจืด ชมการทำขนมไทยโบราณ
- 16.00-17.00 น. ศึกษาสวนเกษตรอินทรีย์ ชมสวนองุ่น สวนผลไม้ชนิดต่างๆ
- 17.00-18.00 น. **รับประทานอาหารเย็น (ที่หอประชุมโรงเรียนวัดคอนมะโนรา)**
- 18.00 น. เข้าที่พักเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านตำบลคอนมะโนราและพักผ่อนในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบสัมผัสธรรมชาติ (Home Stay)

วันอาทิตย์ที่ 4 กันยายน 2554

- 06.00 ตื่นนอน
- 06.30-08.00 น. ศึกษาวิถีชีวิตชุมชนและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตลาดน้ำดอนมะโนรา คณะนักท่องเที่ยวถ่ายรูปร่วมกับมัคคุเทศก์น้อยเพื่อเป็นที่ระลึก
- 08.00-09.00 น. **รับประทานอาหารเช้า(ที่บ้านพักของแต่ละคน)**
- 09.00-10.00 น. เก็บกระเป๋าสัมภาระ ออกเดินทางไปที่ทัศนศึกษาที่อำเภออัมพวา
- 10.00-12.00 น. ทัศนศึกษาอุทยาน ร. 2
- 12.00-13.00 น. **รับประทานอาหารกลางวัน (บริเวณตลาดน้ำอัมพวา)**
- 13.00-15.00 น. ศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา
- 15.00-16.30 น. กลับกรุงเทพมหานคร...ถึงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยสวัสดิภาพ

ภาคผนวก ฉ

ใบยินยอมของประชากร



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-8147

ที่ จว 63 /54

วันที่ 28 มกราคม 2554

เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. ใบรับรองผลการพิจารณา
 2. ข้อมูลสำหรับประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
 3. ใบยินยอมของประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
 4. แบบสอบถาม

ตามที่ นางสาวพรวิศน์ ตูตธิดถน นิสิตระดับคุณวุฒิปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เสนอโครงการวิจัยที่ 127.1/53 เรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน (THE FOLATING MARKET MANAGEMENT MODEL TO ENHANCE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT) เพื่อให้กรรมการผู้ทบทวนหลักพิจารณาจริยธรรมการวิจัยความละเอียดแจ้งแล้วนั้น

การนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลัก ได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ รับรองวันที่ 20 มกราคม 2554

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ดร. สันตนา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ
คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์
กรรมการและผู้ทบทวนหลัก

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์
กรรมการและผู้ทบทวนหลัก

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์
กรรมการและผู้ทบทวนหลัก

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์
กรรมการและผู้ทบทวนหลัก

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์
กรรมการและผู้ทบทวนหลัก

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์
กรรมการและผู้ทบทวนหลัก

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

ดร. นันทวี ชัยชนะวงศาโรจน์

AF 02-11



The Ethics Review Committee for Research Involving Human Research Subjects,
Health Science Group, Chulalongkorn University
Institute Building 2, 4 Floor, Soi Chulalongkorn 62, Phyat hai Rd., Bangkok 10330, Thailand,
Tel: 0-2218-8147 Fax: 0-2218-8147 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 012/2011

Certificate of Approval

Study Title No.127.1/53 : THE FOLATING MARKET MANAGEMENT MODEL TO ENHANCE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT

Principle Investigator : Miss Nopparat Suthitakon

Place of Proposed Study/Institution : Faculty of Sports Science,
Chulalongkorn University

The Ethics Review Committee for Research Involving Human Research Subjects, Health Science Group, Chulalongkorn University, Thailand, has approved constituted in accordance with the International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice (ICH-GCP) and/or Code of Conduct in Animal Use of NRCT version 2000.

Signature: Prida Tasanapradit Signature: Nuntaree Chaichanawongsaroj
(Associate Professor Prida Tasanapradit, M.D.) (Assistant Professor Dr. Nuntaree Chaichanawongsaroj)
Chairman Secretary

Date of Approval : 20 January 2011 Approval Expire date : 19 January 2012

The approval documents including

- 1) Research proposal
- 2) Patient/Participant Information Sheet and Informed Consent Form
- 3) Researcher
- 4) Questionnaire



Protocol No. 127.1/53
Date of Approval 20 JAN 2011
Approval Expire Date 19 JAN 2012

The approved investigator must comply with the following conditions:

1. The research/project activities must end on the approval expired date of the Ethical Review Committee for Research Involving Human Research Subjects, Health Science Group, Chulalongkorn University (ECCU). In case the research/project is unable to complete within that date, the project extension can be applied one month prior to the ECCU approval expired date.
2. Strictly conduct the research/project activities as written in the proposal.
3. Using only the documents that bearing the ECCU's seal of approval with the subjects/volunteers (including subject information sheet, consent form, invitation letter for project/research participation (if available); and return the first subject's copy of the above documents to the ECCU.
4. Report to the ECCU for any serious adverse events within 5 working days
5. Report to the ECCU for any change of the research/project activities prior to conduct the activities.
6. Final report (AF 03-11) and abstract is required for a one year (or less) research/project and report within 30 days after the completion of the research/project. For thesis, abstract is required and report within 30 days after the completion of the research/project.
7. Annual progress report is needed for a two- year (or more) research/project and submit the progress report before the expire date of certificate. After the completion of the research/project processes as No. 6.



ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

(Patient/ Participant Information sheet)

ชื่อโครงการวิจัย รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน
 ชื่อผู้วิจัย น.ส.นพรัตน์ สุทธิถวิล เลขประจำตัวนิต 5178953539
 อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
 สถานที่ติดต่อผู้วิจัย สถานที่ทำงาน ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 บางเขน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 02-9428672
 โทรศัพท์มือถือ 081-9472621 E-mail : fedunpr@ku.ac.th

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้การยินยอมและเอกสารอื่นๆ ที่ให้แก่ประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

1. ขอรบกวนเชิญท่านเข้าร่วมในการวิจัย ก่อนที่ท่านจะตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย มีความจำเป็นที่ท่านควรทำความเข้าใจว่างานวิจัยนี้ทำเพราะเหตุใด และเกี่ยวข้องกับอะไร กรุณาใช้เวลาในการอ่านข้อมูลต่อไปนี้อย่างละเอียดรอบคอบ และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่มิชัดเจนได้ตลอดเวลา

2. โครงการนี้เกี่ยวข้องกับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นวิธีการสืบค้นหาความรู้ ความจริงทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อศึกษาข้อมูลของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กับการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น คือ การสังเกตสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว มีการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำคลองชัน เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ปฏิบัติการ มีการศึกษาศักยภาพชุมชนโดยใช้วิธีการสังเกต การประชุมชาวบ้าน การประชุมเชิงปฏิบัติการ และมีการสนทนากลุ่ม (Focus group) นักวิชาการนิเวศแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้เกิดการวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
- 2) เพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน

4. รายละเอียดของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

4.1 ลักษณะของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งชายและหญิง ที่พบโดยบังเอิญและสมัครใจในการทำแบบสอบถาม โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในตลาดน้ำ 4 แห่ง ดังนี้

- 1) คลาดน้ำดั่งชัน เป็นนักท่องเที่ยวยาวไทย 50 คน และชาวต่างประเทศ 50 คน
- 2) คลาดน้ำวัดลำพญา เป็นนักท่องเที่ยวยาวไทย 50 คน ชาวต่างประเทศ 50 คน
- 3) คลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็นนักท่องเที่ยวยาวไทย 50 คน ชาวต่างประเทศ 50 คน
- 4) คลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นนักท่องเที่ยวยาวไทย 50 คน ชาวต่างประเทศ 50 คน

4.2 การศึกษาข้อมูลในพื้นที่ปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) คือ คลาดน้ำดอนมะโนรา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ตำบลดอนมะโนรา จำนวน 3,426 คน นักท่องเที่ยวในคลาดน้ำดอนมะโนรา จำนวน 100 คน ผู้ประกอบการในคลาดน้ำ จำนวน 30 คน กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มกองทุนหมู่บ้าน 8 คน หัวหน้ากลุ่มออมทรัพย์ 1 คน ผู้ประกอบธุรกิจการทำน้ำแข็งสามอย่าง 1 คน ผู้ประกอบอาชีพทำน้ำตาลมะพร้าว 1 คน ผู้ประกอบการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ 1 คน กลุ่มชาวสวนผลไม้และพืชผักทางารเกษตร 20 คน และกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว 5 คน

5. ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตสถานการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวคลาดน้ำเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มคลาดน้ำในวันเสาร์-อาทิตย์ และเทศกาลวันหยุดพิเศษ ใช้แบบสอบถามประชาชนในหมู่บ้านที่เป็นพื้นที่ปฏิบัติการ เป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close End) และปลายเปิด (Open End) เพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และใช้แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ใช้วิธีการประชุมกลุ่มชาวบ้าน เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ใช้วิธีการสนทนากลุ่มนักวิชาการและนักวางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อรับฟังความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการคลาดน้ำ และใช้วิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการในการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ปฏิบัติการ

6. ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวโดยความสมัครใจ และไม่ทำลายความเป็นส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างและนักท่องเที่ยว โดยข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลอื่นๆ ของประชาชนและนักท่องเที่ยวจะถูกเก็บเป็นความลับเฉพาะผู้วิจัย จะจัดการทำลายฉบับที่เก็บเสียง และการบันทึกภาพทั้งหมดหลังการวิจัย มีการกำกับดูแลการวิจัย ตรวจสอบ โดยคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรม และจะเปิดเผยผลการวิจัยในภาพรวม

7. ในการติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ผู้วิจัยทำการติดต่อด้วยตนเอง และได้นำจดหมายจากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา ลงนาม โดยคณะดี ไปขออนุญาตเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่เป็นการทำลายภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเป็นประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่คลาดน้ำแต่ละแห่ง ให้ความสอดคล้องเหมาะสมกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

8. หากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ มีข้อสงสัยให้สอบถามเพิ่มเติมได้โดยสามารถติดต่อผู้วิจัยได้ตลอดเวลาที่หมายเลข โทรศัพท์ 081-9472621 หรือ E-mail:

fedunpr@ku.ac.th



20 มี.ค. 2554

19 มี.ค. 2555

AF 04-09

9. ในการประชุมกลุ่มชาวบ้านผู้วิจัยจัดบริการเครื่องคั้น อาหารว่าง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ
ผู้วิจัยจัดบริการอาหารว่างและอาหารกลางวันแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

10. หากท่านไม่ได้รับการปฏิบัติตามข้อมูลดังกล่าวสามารถร้องเรียนได้ที่ คณะกรรมการพิจารณา
จริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น 4 อาคารสถาบัน 2 ซอย
จุฬาลงกรณ์ 62 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2218-8147 โทรสาร 0-2218-8147
E-mail: eccu@chula.ac.th



เลขที่ใบรับวิจัย 127 1/53
วันที่รับขอ 20 มี.ค. 2554
วันที่ลงเลข 19 มี.ค. 2555

ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

วันที่ 10 / 11 / 54

หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

(สำหรับผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม)

ทำที่.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

เลขที่ ประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย.....

ข้าพเจ้า ซึ่งได้ลงนามท้ายหนังสือนี้ ขอแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย ชื่อโครงการวิจัย รูปแบบการจัดการคลาสน้ำเพื่อการพัฒนาทัศนภาพการท่องเที่ยวชุมชน ชื่อผู้วิจัย นางสาวพรรัตน์ ศุทธิกุล ที่อยู่ 314/41 วิเจนท์คอนโดมิเนียม อาคาร C ซอยพหลโยธิน 67 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 081-9472621

ข้าพเจ้าได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย รายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติหรือได้รับการปฏิบัติ และประโยชน์ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการวิจัยเรื่องนี้ โดยได้อ่านรายละเอียดในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยโดยตลอด และได้รับคำอธิบายจากผู้วิจัย จนเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว

ข้าพเจ้าจึงสมัครใจเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ตามที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยข้าพเจ้ายินยอมเข้าร่วมการสนทนากลุ่มที่ผู้วิจัยจัดขึ้นตามวัน เวลา สถานที่ตามกำหนดการ และยินดีให้ความร่วมมือและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวตามประเด็นหัวข้อที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นในการสนทนากลุ่มมีดังนี้

1. ท่านคิดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวคลาสน้ำขณะนี้เป็นอย่างไ
2. โอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวคลาสน้ำในประเทศไทย
3. ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวคลาสน้ำคืออะไร
4. มีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง ท่านมีมุมมองอย่างไร
5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคลาสน้ำเป็นอย่างไ
6. กิจกรรมท่องเที่ยวคลาสน้ำควรมีอะไรบ้าง
7. รูปแบบการจัดการคลาสน้ำเพื่อพัฒนาทัศนภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนควรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง



เลขที่โครงการวิจัย 129.1/52
วันที่รับทราบ 20 เม.ค. 2554
วันลงนาม 19 เม.ค. 2555

ข้าพเจ้ามีสิทธิถอนตัวออกจากกรวิจัยเมื่อใดก็ได้ตามความประสงค์ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล ซึ่งการถอนตัวออกจากกรวิจัยนั้น จะไม่มีผลกระทบในทางใดๆ ต่อข้าพเจ้าทั้งสิ้น ข้าพเจ้าได้รับคำรับรองว่า ผู้วิจัยจะปฏิบัติต่อข้าพเจ้าตามข้อมูลที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และข้อมูลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้าพเจ้า ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลการวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น ไม่มีข้อมูลใดในการรายงานที่จะนำไปสู่การระบุตัวข้าพเจ้า หากข้าพเจ้าไม่ได้รับการปฏิบัติตรงตามที่ได้ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย ข้าพเจ้าสามารถร้องเรียนได้ที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น 4 อาคารสถาบัน 2 ซอยจุฬาลงกรณ์ 62 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2218-8147 โทรสาร 0-2218-8147 E-mail: eccu@chula.ac.th

ข้าพเจ้าได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน ทั้งนี้ข้าพเจ้าได้รับสำเนาเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และสำเนาหนังสือแสดงความยินยอมไว้แล้ว

ลงชื่อ.....
(.....)

ผู้วิจัยหลัก

ลงชื่อ.....
(.....)

ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย



เลขที่โครงการวิจัย 127.1/53
วันที่รับรอง 20 เม.ค. 2554
วันหมดอายุ 19 เม.ค. 2555

ลงชื่อ.....
(.....)

พยาน

หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย
(สำหรับการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วม)

ทำที่.....
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

เลขที่ ประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย.....

ข้าพเจ้า ซึ่งได้ลงนามท้ายหนังสือนี้ ขอแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย ชื่อโครงการวิจัย รูปแบบการจัดการลดน้ำเพื่อการพัฒนาทัศนภาพการท่องเที่ยวชุมชน ชื่อผู้วิจัย นางสาวพรศรินทร์ สุทธิถิถล ที่อยู่ 314/41 วิเจนท์คอนโดมิเนียม อาคาร C ซอยพหลโยธิน 67 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 081-9472621

ข้าพเจ้า ได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยรายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติหรือได้รับการปฏิบัติ และประโยชน์ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการวิจัยเรื่องนี้ โดยได้อ่านรายละเอียดในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยตลอด และได้รับคำอธิบายจากผู้วิจัยจนเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว

ข้าพเจ้าจึงสมัครใจเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ตามที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยข้าพเจ้ายินยอม ให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์ตามวัน เวลา สถานที่ตามกำหนดการ เพื่อแสดงความความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การมองเห็นถึงประโยชน์ คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น ที่สามารถนำมาใช้เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในตำบลคอนมะโนรา

ข้าพเจ้ามีสิทธิถอนตัวออกจากการวิจัยเมื่อใดก็ได้ตามความประสงค์ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล ซึ่งการถอนตัวออกจากการวิจัยนั้น จะไม่มีผลกระทบในทางใดๆ ต่อข้าพเจ้าทั้งสิ้น ข้าพเจ้าได้รับคำรับรองว่า ผู้วิจัยจะปฏิบัติต่อข้าพเจ้าตามข้อมูลที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และข้อมูลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้าพเจ้า ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลการวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น ไม่มีข้อมูลใดในการรายงานที่จะนำไปสู่การระบุตัวข้าพเจ้า หากข้าพเจ้าไม่ได้รับการปฏิบัติตรงตามที่ได้ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย ข้าพเจ้าสามารถร้องเรียนได้ที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน จุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้น 4 อาคารสถาบัน 2 ซอยจุฬาลงกรณ์ 62 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0-2218-8147 โทรสาร 0-2218-8147 E-mail: eccu@chula.ac.th

ข้าพเจ้าได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน ทั้งนี้ข้าพเจ้าได้รับสำเนาเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และสำเนาหนังสือแสดงความยินยอมไว้แล้ว

ลงชื่อ..... ลงชื่อ.....
(.....) (.....)
ผู้วิจัยหลัก ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

 คณะโครงการวิจัย 124-1/53
มีผู้วิจัย 2 0 ม.ค. 2554
ทั้งหมด 1 9 ม.ค. 2555

ลงชื่อ.....
(.....)
พยาน

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

- ชื่อ – นามสกุล(ภาษาไทย) นางสาวนพรัตน์ สุทธิถกถ
 (ภาษาอังกฤษ) Miss Nopparat Suthitakon
 วันเดือนปีเกิด 30 เมษายน พ.ศ. 2506
 สถานที่เกิด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
 สถานที่ทำงาน ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 บางเขน เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
 โทรศัพท์ 02 -9428671, 081-9472621 E-mail: fedunpr@ku.ac.th
 วุฒิการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (โภชนาการ) ปี พ.ศ. 2530
 คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการนันทนาการ) ปี พ.ศ. 2546
 คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 วิทยาศาสตร์ดุริยางค์บัณฑิต (วิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ)
 ปี พ.ศ. 2555 คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประสบการณ์ทำงาน
 พ.ศ. 2531-2548 ตำแหน่งอาจารย์ 2 ระดับ 7 (ครูโภชนาการ) โรงเรียนบางพลีราษฎร์บำรุง
 จ.สมุทรปราการ
- พ.ศ. 2548 - ปัจจุบัน ตำแหน่งอาจารย์ ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
- ผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่
1. นพรัตน์ สุทธิถกถ. กิจกรรมนันทนาการเพื่อแก้ปัญหาเยาวชนคิดเกม. วารสารสุขศึกษา พลศึกษาและนันทนาการ. ปีที่ 35 เล่มที่ 1-2 มกราคม-มิถุนายน 2552. หน้า 108-118 (แหล่งทุนจาก สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)
 2. Suthithakon, N. Enhancing Stakeholders' Participation in Community-Based Tourism Planning: An Application to Don-Manora Floating Market, Thailand. Proceeding in BEST EN Think Tank XII: Mobilities and Sustainable Tourism June 24 – 27, 2012, Gréoux les Bains, Provence, France. Available from: <http://www.besteducationnetwork.org/ttxii/>
 3. Suthithakon, N. Marketing Opportunities of Floating Markets in Thailand: A Community-Based Tourism Approach. International Journal of Asian Society for Physical Education, Sport and Dance. Vol. 10 No.1 2012 : 47-54.